

**PENGUNAAN BARANGAN DAN PERKHIDMATAN MEWAH
SERTA PENGURUSAN KEWANGAN DALAM KALANGAN
BELIA ORANG ASLI DI SEMENANJUNG MALAYSIA**

SARJIT S. GILL, MOHD ROSLAN ROSNON, MA'ROF REDZUAN,
HASLINDA ABDULLAH & NOBAYA AHMAD

ABSTRAK

Makalah ini bertujuan untuk mengenal pasti pola penggunaan barangan dan perkhidmatan mewah dalam kalangan belia Orang Asli di Semenanjung Malaysia, khususnya dari segi pembelian barangan mewah dan penggunaan perkhidmatan mewah serta pengurusan kewangan mereka. Budaya penggunaan dalam kalangan belia Orang Asli memberi pemahaman tentang kedinamikan budaya yang mendasari tingkah laku kepenggunaan. Ini merujuk kepada kecenderungan seseorang untuk mengidentifikasikan dirinya dengan barangan dan perkhidmatan, terutamanya berjenama komersial dan yang melambangkan status mengikut kepada arus perdana. Seramai 1017 belia Orang Asli daripada tujuh negeri petempatan masyarakat Orang Asli di Semenanjung Malaysia terlibat dalam kajian ini. Pengumpulan data dilakukan menggunakan borang soal selidik dan pemerhatian tidak turut serta juga digunakan sebagai nilai tambah. Dapatan kajian menunjukkan bahawa pola penggunaan barangan dan perkhidmatan dalam kalangan belia Orang Asli tidak jauh bezanya dengan masyarakat arus perdana. Mereka menggunakan barangan mewah dan perkhidmatan mewah sama seperti yang digunakan oleh masyarakat dalam arus perdana. Namun, dari segi pengurusan kewangan, belia Orang Asli masih lagi berada pada tahap yang rendah dan sebahagian besar pendapatan mereka diperuntukkan untuk tujuan pembelian barangan mewah sehingga menafikan peruntukan kewangan untuk tujuan lain yang lebih penting. Implikasi daripada hasil kajian ini ialah pengetahuan mengenai kepenggunaan dan pengurusan kewangan wajar diberikan perhatian terhadap belia Orang Asli agar mereka dapat mengelakkan diri menjadi mangsa hedonisme kemewahan yang dibawa oleh masyarakat arus perdana. Selain itu, dapat membantu belia Orang Asli dalam membawa kesejahteraan hidup kerana belia Orang Asli adalah pewaris kepada kelangsungan budaya masyarakat Orang Asli.

Kata Kunci: *Belia Orang Asli, Pola Penggunaan Barangan Dan Perkhidmatan Mewah, Pengurusan Kewangan*

ABSTRACT

This paper discuss the patterns of luxury consumption of goods and services among Aboriginal youth in Peninsular Malaysia, especially in terms of purchases of luxury goods and the use of luxury services and their financial management. Cultural consumption among Aboriginal youth to a better understanding of the cultural dynamics of consumer behavior refers to the tendency of a person to identify himself/herself with the goods and services, primarily commercially branded items and represent the mainstream status. A total of 1017 Aboriginal youth from seven states in the settlement of Peninsular Malaysia were involved in this study. The data was collected using questionnaires and observations were used as an added value. The findings indicate that the pattern of consumption of goods and services among Aboriginal youth are not much different from mainstream society. They use luxurious luxury goods and services similar to those used by people in the mainstream. However, in terms of financial management, Aboriginal youth is still at a low level and most of their revenue is allocated for the purchase of luxury goods to deny financial provision for any other purpose is more important. The implications of these findings is that knowledge about consumer and financial management should be given attention to Aboriginal youth so they can avoid falling prey to hedonism prosperity brought by the mainstream society. In addition, to help Aboriginal youth in bringing well-being for Aboriginal youth is the heir to the cultural survival of indigenous peoples.

Keywords: *Aboriginal Youth, Patterns of Usage of Luxury Goods and Services, Financial Management*

PENGENALAN

Makalah ini memberi tumpuan kepada pola penggunaan barangan dan perkhidmatan dalam kalangan belia Orang Asli di Semenanjung Malaysia. Belia Orang Asli telah lama diarusperdanakan, dan akibatnya telah wujud perubahan dari segi budaya penggunaan mereka. Pengaruh globalisasi, yang turut membawa budaya penggunaan, sukar dihalang daripada meresap ke dalam komuniti ini. Seperti juga belia arus perdana lain, belia Orang Asli telah didedah dan terdedah kepada ekonomi semasa dan budaya penggunaan. Pengaruh tersebut telah dan sedang menyelina masuk, walaupun lokasi petempatan komuniti ini jauh di kawasan pedalaman. Walau bagaimanapun, yang menjadi permasalahannya ialah komuniti yang dikategorikan sebagai komuniti minoriti ini telah lama melalui proses akulturasi konsumerisme,

menerima budaya penggunaan yang dahulunya asing bagi komuniti Orang Asli. Namun apa yang membimbangkan adalah adakah masyarakat Belia Orang Asli mempunyai pengetahuan yang jelas dalam berbelanja dan memperuntukkan kewangan mereka pada sesuatu yang lebih penting daripada memenuhi kehendak mereka.

Bagi belia Orang Asli, mereka juga terlibat dalam arus penggunaan perkhidmatan dan pembelian barangan yang mengikut peredaran masa. Pembangunan telah memberikan impak kepada pola perbelanjaan dan penggunaan dalam pembelian dan perkhidmatan (Gomes, 2004; Horrobin, 2006; Hawkins, Mothersbaugh & Best, 2007). Penggunaan barangan dan perkhidmatan mewah dalam kalangan belia Orang Asli memberi pemahaman tentang kedinamikan budaya yang mendasari tingkah laku penggunaan. Selain itu, budaya penggunaan merupakan konsep yang digunakan untuk menerangkan keadaan apabila kegembiraan seseorang adalah dikaitkan dengan pembelian pemilikan dan penggunaan barangan (Sarjit, Mohd Roslan & Ma'rof, 2010; Sarjit & Ma'rof, 2008).

Penggunaan barangan dan perkhidmatan mewah dalam kalangan belia Orang Asli memerlukan satu pertimbangan yang berbeza berbanding masyarakat arus perdana. Oleh yang demikian pandangan berbeza ini adalah merujuk kepada barangan dan perkhidmatan yang disenaraikan mungkin tidak mewah bagi masyarakat biasa tetapi dianggap mewah bagi masyarakat Orang Asli (Sarjit, Mohd Roslan & Ma'rof, 2010; Mohd Roslan, 2010). Hal ini disebabkan kedudukan komuniti Orang Asli bukan hanya terpinggir, tetapi juga majoriti daripada mereka tergolong dalam kategori miskin, bukan hanya dari segi ekonomi tetapi juga dari segi kuasa dan pendidikan (Sarjit, Mohd Roslan & Ma'rof, 2010). Keghairahan untuk berada dalam dunia kepenggunaan menyebabkan komuniti miskin dan lemah ini menjadi mangsa budaya penggunaan itu sendiri. Mereka sering membeli barangan dengan harga yang tinggi disebabkan oleh faktor kawasan yang jauh di pedalaman. Mereka juga dikaitkan dengan kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam menguruskan wang pendapatan, khususnya dari segi merancang perbelanjaan. Namun keterdedahan mereka kepada media massa dan agen sosialisasi budaya penggunaan menyebabkan mereka membentuk keperluan terhadap barangan dan perkhidmatan tersebut.

Budaya penggunaan dan gaya hidup adalah elemen yang mempunyai hubungan rapat dan saling mempengaruhi di antara satu sama lain. Dampak globalisasi yang pertama dapat dirasai di Malaysia ialah budaya penggunaan yang baik dari segi material mahupun bukan material (sikap) yang meresap

ke dalam kehidupan masyarakat dalam pelbagai lapisan, khususnya dalam kalangan kelas atasan dan kelas menengah atas. Pada hari ini dapat dilihat bahawa proses globalisasi juga telah menyebabkan masyarakat minoriti seperti belia Orang Asli turut mula merasai tempiasnya. Belia Orang Asli sudah mula menggunakan perkhidmatan dan barangan arus perdana seperti telefon bimbit dan komputer riba. Gaya hidup dan pola penggunaan barangan dan perkhidmatan mewah golongan kelas bawahan mempunyai sifat 'kesamaan' dengan sebahagian golongan kelas menengah di bahagian dunia lain. Kelas menengah mempunyai satu set 'social interest' baru seperti taraf hidup mereka yang merangkumi tahap penggunaan yang tinggi, lebih menekankan 'leisure', serta lebih menitikberatkan pendidikan sebagai satu cara untuk menjamin kedudukan dan kekayaan (Sarjit, Mohd Roslan & Ma'rof, 2010).

Kajian yang dijalankan ini bertujuan menganalisis pola pembelian barangan mewah dan penggunaan perkhidmatan mewah dalam kehidupan seharian belia Orang Asli. Ia juga bertujuan untuk mengenal pasti pola pengurusan kewangan dalam kalangan belia Orang Asli. Makalah ini dibahagikan kepada tiga bahagian utama. Bahagian pertama menyentuh kepada sorotan literatur, iaitu mengupas latar belakang belia Orang Asli untuk meninjau perkembangan belia Orang Asli dan kedudukan ekonomi mereka. Selanjutnya bahagian kedua menjurus kepada metodologi kajian. Manakala bahagian ketiga pula merupakan dapatan kajian yang menyentuh kepada pola pengetahuan dan tingkah laku penggunaan barangan serta perkhidmatan mewah dan juga pengurusan kewangan dengan mengambil kira objektif kajian.

SOROTAN LITERATUR

Banci penduduk tahun 2006 menunjukkan jumlah penduduk Orang Asli ialah seramai 141,234 orang di Semenanjung Malaysia (JHEOA 2006). Mereka terdiri daripada tiga kaum, iaitu Senoi, Melayu-Proto dan Negrito, (JHEOA, 2008). Senoi merupakan kaum yang terbesar, iaitu dengan jumlah 78,884 orang (58.85 peratus), diikuti oleh Melayu-Proto dengan jumlah 58,675 orang (41.55 peratus) dan Negrito dengan jumlah 3,671 orang (2.60 peratus) (JHEOA, 2006). Dari segi bilangan mereka boleh dikategorikan sebagai golongan minoriti berdasarkan kepada jumlahnya yang hanya 0.5 peratus daripada jumlah penduduk Malaysia. Dari segi taburan penempatan tempat tinggal pula, didapati bahawa 8.9 peratus daripada Orang Asli menetap di kawasan bandar, 2.4 peratus di kawasan bandar kecil dan 88.7 peratus di kawasan desa (Jabatan Statistik, 1997, dalam Nicholas, 2000: 18). Terdapat

seramai 576 orang penghulu/batin dalam masyarakat Orang Asli pada tahun 2004 (JHEOA 2004: 6).

Dalam bidang pekerjaan pula, walaupun bilangan Orang Asli tidak ramai, terdapat Orang Asli yang telah menceburi bidang pekerjaan profesional seperti kakitangan kerajaan dan pensyarah. Namun majoriti daripada mereka masih menumpu kepada bidang pekerjaan tradisi yang berkaitan dengan pertanian dan hutan. Dari segi pendidikan, seramai 652 orang pelajar Orang Asli sahaja yang telah berjaya menamatkan pengajian di institusi pengajian tinggi dalam tempoh tahun 1971-2007 (Zainal Abidin, 2008). Selain itu, terdapat peningkatan pelajar di sekolah rendah, iaitu daripada 21,704 orang pada tahun 2000 kepada 23,607 orang pada tahun 2003 kepada 27353 orang pada tahun 2008. Dalam tempoh yang sama pelajar sekolah menengah bertambah daripada 5,971 orang (2000) kepada 6,675 orang (2003) meningkat kepada 9,684 orang (2008) (Zainal Abidin, 2008). Walaupun terdapat peningkatan, namun jumlah tersebut adalah rendah berbanding dengan pencapaian kaum-kaum lain.

Dari segi ekonomi, JHEOA, namun daripada 27,841 KIR, sehingga kini jumlah kemiskinan Orang Asli ialah sebanyak 13,784 KIR atau 49.5 peratus. Daripada jumlah tersebut seramai 8899 KIR berada dalam kelompok miskin tegar (31.96 %) dan selebihnya, iaitu sebanyak 4,885 pula berada dalam kelompok miskin atau 17.5 peratus. Hanya 39.37 peratus atau 10,960 keluarga atau KIR berpendapatan melebihi garis kemiskinan atau produktif (DAMAK, JHEOA, 2006). Kemiskinan dalam kalangan Orang Asli dicerminkan oleh pendapatan dan kualiti kehidupan mereka yang rendah. Majoriti komuniti Orang Asli masih belum menerima kemudahan asas seperti bekalan air paip, elektrik, tandas dan jalan raya yang baik (Nicholas, 2000: 30-32). Di samping itu, mereka juga mempunyai kesejahteraan material seperti pemilikan peralatan rumah yang rendah. Tegasnya, masyarakat Orang Asli masih jauh ketinggalan dalam banyak aspek kehidupan (Anthony, 1998). Pada masa sama Akta 134, iaitu Akta Orang Asli dipercayai menghambat pembangunan Orang Asli (Hasan, 1998). Namun demikian, dalam kalangan komuniti Orang Asli yang berada di kawasan bandar, kedudukan ekonomi mereka tidak jauh beza dengan komuniti kejiranan mereka khususnya masyarakat Melayu.

Pelbagai isu sering dikaitkan dengan masyarakat Orang Asli iaitu dari segi penempatan dan isu-isu sosioekonomi yang sering membelenggu mereka. Kedudukan Orang Asli bukan hanya terpinggir, tetapi majoriti daripada mereka tergolong dalam kategori miskin; bukan hanya dari segi kewangan tetapi juga dari segi kuasa dan pendidikan. Dalam konteks ini, eksploitasi dari segi penggunaan dilihat melalui pelbagai aspek. Kaum peribumi, termasuk Orang

Asli yang majoritinya miskin, membeli barangan dan perkhidmatan dengan bayaran yang tinggi berbanding dengan mereka yang berwang (Adela, Karen, Rosemary, Signe & Cornelia, 2006; Ma'rof & Sarjit, 2008).

Fenomena eksploitasi harga barangan ini dijelaskan melalui kedudukan tempat tinggal golongan minoriti ini jauh di pedalaman yang menyebabkan mereka sukar untuk memperoleh barangan yang diperlukan. Selain itu, kecenderungan untuk membeli barangan secara berhutang atau bayaran ansuran, yang akhirnya mereka terpaksa membeli dengan harga yang lebih mahal. Keterbatasan mereka untuk membuat pilihan dan rendahnya kuasa beli menjadikan mereka cenderung untuk menjadi mangsa peniaga jualan langsung dan membeli pada harga yang lebih mahal (Sarjit, Mohd Roslan & Ma'rof, 2010). Isu-isu ini merupakan alasan yang menyebabkan masyarakat Orang Asli ditindas oleh peniaga dengan mengambil kesempatan terhadap kelemahan masyarakat Orang Asli.

Perubahan pesat yang berlaku menyebabkan masyarakat Orang Asli ini terpaksa menyesuaikan diri dengan perkembangan dari segi persekitaran sosial dan budaya mereka (Mohamed Yusuf, 2002). Justeru menyebabkan corak kehidupan mereka berubah kepada yang lebih moden. Seperti juga masyarakat majoriti, komuniti minoriti Orang Asli telah didedah dan terdedah kepada anasir ekonomi tunai dan konsumerisme. Kini penggunaan dan pemilikan barangan mewah menjadi sebahagian daripada kehidupan mereka. Hal ini kerana Orang Asli telah mencipta keperluan terhadap barangan mewah, sama ada keperluan tersebut diperoleh melalui kontak fizikal iaitu persekitaran kehidupan mereka mahupun melalui media massa (Gomes, 2004; Ma'rof & Sarjit, 2008; Sarjit, Mohd Roslan & Ma'rof, 2010).

Dari segi konsep budaya penggunaan, menurut Schiffman (1997), budaya penggunaan adalah cara untuk memahami tanggapan pengguna terhadap sifat luaran, harga dan pendekatan iklan. Konsumerisme didasari oleh pemahaman terhadap menilai sesuatu barangan dan perkhidmatan (Batterby, 2009). Menurut John dan Minor (2002), pemahaman tentang konsumerisme dan proses penggunaan barang akan menghasilkan manfaat yang banyak di antaranya membantu pengguna membuat keputusan, membantu membuat peraturan dan membantu pengguna mengambil keputusan yang lebih tepat. Justeru nilai merupakan elemen penting dalam mempengaruhi tingkah laku berbelanja.

Walau bagaimanapun, nilai juga merupakan elemen penting dalam kalangan belia Orang Asli sebagai faktor yang mempengaruhi tingkah laku

berbelanja (Mohd Roslan, 2010). Nilai ialah kepercayaan yang berlanjutan tentang tatacara tingkah laku tertentu atau hasil akhir yang diutamakan, iaitu sama ada personal atau sosial (Rokeach, 1973). Nilai juga memainkan peranan yang besar dalam menentukan tingkah laku dan sikap seseorang (Henry & Reyna, 2007). Nilai penggunaan barangan dan perkhidmatan dari sudut Orang Asli telah banyak mengalami perubahan iaitu ia merupakan kesan langsung interaksi mereka dengan persekitaran yang telah menerima sentuhan pembangunan (Ma'rof & Sarjit, 2008). Sungguhpun demikian, nilai kepenggunaan belia Orang Asli dilihat sebagai kunci utama dalam menentukan reaksi terhadap penggunaan barangan dan perkhidmatan (Blackwell, Miniard & Engels, 2006). Sekiranya nilai kepenggunaan Orang Asli tidak bersesuaian dengan penggunaan barangan dan perkhidmatan sudah pasti mereka akan menolak penggunaan arus perdana.

Justeru, perubahan nilai dan juga penggunaan barangan serta perkhidmatan arus perdana ini secara tidak langsung menjelaskan perubahan terhadap corak kehidupan belia Orang Asli. Penggunaan terhadap barangan dan perkhidmatan mewah boleh dijadikan salah satu elemen bagi menjelaskan pembangunan dalam komuniti Orang Asli. Walaupun terdapat pelbagai elemen lain seperti Rancangan Penempatan Semula (Mustafa Omar, 2008), pendidikan (Fatan Hamamah, 2008), kesihatan (Hanina & Asnarulkhadi, 2008) namun, penggunaan barangan serta perkhidmatan merupakan salah satu elemen sebagai petunjuk dalam pembangunan belia Orang Asli. Hal ini kerana penerimaan belia Orang Asli terhadap pembangunan boleh dimanifestasikan melalui penggunaan barangan serta perkhidmatan dan secara tidak langsung perubahan nilai wujud dalam kalangan belia Orang Asli ini.

METODOLOGI KAJIAN

Pendekatan kuantitatif dengan teknik survei dilakukan dengan menggunakan borang soal selidik bagi mendapatkan data secara deskriptif dengan menggunakan bantuan enumerator. Borang soal selidik dibahagikan kepada enam bahagian utama iaitu latar belakang responden, modal ekonomi, pemilikan dan pembelian, nilai kepenggunaan, tingkah laku dan pengurusan kewangan dan bahagian yang terakhir ialah penyelesaian masalah kewangan. Walau bagaimanapun, perbincangan makalah ini akan merangkumi tiga bahagian sahaja iaitu latar belakang responden, pemilikan dan pembelian dan yang terakhir adalah tingkah laku dan pengurusan kewangan. Pemerhatian tidak turut serta juga digunakan sebagai nilai tambah untuk mendapatkan data.

Kajian dijalankan di tujuh buah negeri iaitu Selangor, Negeri Sembilan, Johor, Pahang, Terengganu, Kelantan dan Perak. Sebanyak 28 buah perkampungan Orang Asli di pilih dalam kajian ini yang meliputi kawasan pinggir bandar dan kawasan pedalaman. Kawasan pinggir bandar iaitu kawasan yang kurang daripada 10 kilometer dari jalan utama dan telah mengalami perubahan sosial yang agak jelas, dan kebergantungan kepada hutan untuk sumber ekonomi hanya lebih kurang 10.0 peratus. (Ramlee, 2001). Manakala, kawasan pedalaman iaitu melebihi 10 kilometer dari jalan utama. Kawasan pedalaman dicirikan melebihi 10 kilometer dari jalan utama dan klasifikasi kampung ini adalah mundur (JHEOA, 2004). Seramai 1017 orang responden yang terlibat dalam kajian ini. Pemilihan responden adalah secara pensampelan mudah (convenience) iaitu dengan berjumpa masyarakat Orang Asli dari rumah ke rumah dan juga mereka yang berada di sekitar kampung. Umur responden adalah dari 15 hingga 40 tahun mengikut pendefinisian yang diberikan oleh Undang-undang Malaysia (2007) iaitu belia berumur 15 hingga 40 tahun. Data yang dikumpulkan dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan pakej statistik SPSS 13.0 for Windows.

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Latar belakang Kajian Belia Orang Asli

Seramai 1017 orang responden yang terlibat dalam kajian ini yang terdiri daripada belia Orang Asli meliputi 28 perkampungan masyarakat Orang Asli di Semenanjung Malaysia. Suku kaum yang terlibat dalam kajian ini terdiri daripada Temiar, Semai, Semoq Beri, Mah Meri, Temuan, Jakun, Semelai, Orang Kuala dan Jahai. Dari segi pekerjaan majoriti belia Orang Asli di kawasan pinggir bandar bekerja sebagai penoreh getah dan tanaman kelapa sawit oleh FELCRA. Namun terdapat juga responden dalam kajian ini menjalankan ternakan ikan dalam sangkar (oleh RISDA). Terdapat juga mereka yang bekerja swasta iaitu bekerja kilang dan menjadi tukang kebun di agensi tertentu. Manakala bagi kawasan pedalaman seperti Kampung Peta dan Kampung Punan sumber pendapatan mereka juga dari tanaman getah dan berkebun di bawah tajaan RISDA dan Lembaga Getah Malaysia. Bagi belia Orang Asli yang tinggal di kawasan pedalaman, sumber pendapatan adalah melalui kraf tangan yang dihasilkan dan juga hasil hutan. Julat pendapatan belia Orang Asli di kawasan kajian adalah RM300.00 hingga RM450.00 sebulan.

Dari segi pendidikan responden, majoriti adalah tidak bersekolah iaitu 54.2 peratus, selebihnya adalah sekolah rendah iaitu 36.6 peratus dan sekolah menengah iaitu 9.2 peratus. Keciciran dari segi pendidikan adalah ketara. Daripada temu bual dan pemerhatian didapati responden yang berumur di antara 15 tahun hingga 17 tahun di kawasan ini tidak “bermotivasi” untuk bersekolah; malahan kehadiran ke sekolah adalah tidak memuaskan. Mereka yang tidak pernah bersekolah kebanyakan terdiri daripada golongan belia dan dewasa. Mereka mendakwa golongan ini lebih cenderung menolong ibu bapa mereka di kebun getah dan masalah pengangkutan juga menjadi kekangan kepada mereka untuk bersekolah. Dari segi kepercayaan, umumnya majoriti penduduk berpegang kepada kepercayaan animisme, iaitu 88.3 peratus, namun terdapat dalam kalangan mereka yang beragama Islam iaitu 8.3 peratus dan Kristian 3.4 peratus.

Pengurusan Kewangan dan Tingkah laku Perbelanjaan

Walaupun majoriti belia Orang Asli di kawasan kajian memperoleh pendapatan yang rendah, namun kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti sama ada belia Orang Asli mengamalkan pengurusan kewangan. Pengurusan kewangan meliputi empat aspek utama, iaitu pengurusan kewangan mesti berasaskan kepada perancangan kewangan yang menyeluruh, pendapatan mestilah cukup untuk menampung perbelanjaan, perbelanjaan mestilah dikawal dan pengurusan kewangan berupaya menyelesaikan masalah kewangan (Jariah, 1987). Pendapatan belia Orang Asli di kawasan kajian adalah puratanya RM300 hingga RM450 sebulan.

Secara umumnya belia Orang Asli yang dikaji mempunyai perancangan kewangan yang kurang baik berdasarkan pemerhatian yang dijalankan dan juga berdasarkan corak perbelanjaan dan simpanan belia Orang Asli. Situasi ini sudah tentu difahami kerana sebahagian besar belia Orang Asli mempunyai pendapatan yang rendah. Justeru perancangan yang rapi diperlukan supaya pendapatan mereka mencukupi. Walaupun kebanyakan manusia menyedari pentingnya menguruskan sumber yang terbatas (Bertisch, 1994; Garmen & Forgue, 2007) namun bagi belia Orang Asli kekurangan kewangan menyebabkan mereka tidak dapat mengurus dengan baik. Pengurusan kewangan merupakan satu aspek yang penting dalam kehidupan isi rumah (Karen, 1988, Garmen & Forgue, 2007), dan masalah kewangan boleh timbul akibat kegagalan mengawal urusan kewangan (Hallman et al, 1993). Dapatan kajian menunjukkan hanya sebahagian kecil belia Orang Asli mempunyai kesedaran tersebut. Misalnya, 82.6 peratus belia Orang Asli berpendapat bahawa pendapatan mereka tidak cukup untuk menampung keperluan harian mereka terutamanya bagi kawasan pedalaman sehingga menyebabkan

mereka terpaksa berhutang untuk mendapatkan barangan keperluan. Data menunjukkan bahawa 88.3 peratus belia Orang Asli berhutang. Hal ini kerana dengan pendapatan yang tidak seberapa itu, maka mereka menyatakan tiada masa untuk menguruskannya dan sebahagian besar wang tersebut habis digunakan.

Malahan data melaporkan bahawa 74 peratus belia Orang Asli tidak mempunyai atau melakukan simpanan. D daripada jumlah tersebut, 75.6 peratus menyatakan mereka akan menggunakan kesemua wang yang diperoleh untuk kegunaan harian dan membayar hutang. Tambahan pula, simpanan untuk kecemasan juga diabaikan, merangkumi 76.3 peratus daripada mereka. Ini menunjukkan bahawa majoriti belia Orang Asli yang dikaji berada dalam kesempitan dan masalah kewangan. Masalah kewangan wujud apabila kehendak atau keinginan individu sentiasa mempengaruhi keputusan perbelanjaan (Danes & Haberman, 2007). Wang merupakan alat untuk manusia memperoleh makanan, tempat perlindungan, keselesaan hidup, kebahagiaan dan kesejahteraan dalam menjalani kehidupan (Mate, 1991), maka tanpa wang yang mencukupi manusia boleh berada dalam keadaan kesejahteraan yang rendah. Bagi kawasan pedalaman sumber kewangan yang ada hanyalah sekadar cukup menampung keluarga, justeru simpanan adalah suatu yang tidak dapat dilakukan kerana lebih wang tiada untuk melakukan simpanan.

Dalam hal ini, ia menunjukkan bahawa belia Orang Asli berada di tahap kesejahteraan kewangan yang tidak stabil. Masalah hutang yang menyelubungi belia Orang Asli menjadikan pengurusan kewangan mereka tidak stabil. Walaupun mereka tahu bahawa berhutang adalah perkara yang perlu dielakkan, namun kesempitan hidup menjadi alasan yang membawa mereka kepada jerat hutang. Justeru, ia mengakibatkan perbelanjaan melebihi purata kewangan yang ada. Hal ini akan mengakibatkan kesejahteraan kewangan berada di tahap yang rendah. Menurut Garman (2006) tingkah laku pengurusan kewangan yang positif akan menyebabkan status kewangan berada di tahap yang baik dan seterusnya dapat mengurangkan hutang. Namun bagi belia Orang Asli, hutang telah menyebabkan pengurusan kewangan tidak dilaksanakan kerana hutang melebihi pendapatan.

Oleh yang demikian, pengurusan kewangan dalam kalangan belia Orang Asli perlu dipertingkatkan agar perbelanjaan mereka dapat dikawal dan perbelanjaan bukannya didasari oleh kehendak dan nilai peribadi. Keutamaan dalam pembelian dan pengurusan perlu diteliti dan diperhalusi agar kesejahteraan kewangan dapat dicapai. Menurut Higgins (2005), nilai

peribadi ialah asas utama yang memberi kesan terhadap sikap dan seterusnya kesan terhadap tingkah laku. Justeru, tingkah laku dan pengetahuan perlu seiring agar kesejahteraan kewangan dapat dicapai.

Pola Penggunaan Barangan dan Perkhidmatan Belia Orang Asli

Pola penggunaan barangan dan perkhidmatan arus perdana dalam kalangan belia Orang Asli menunjukkan satu perubahan sosialisasi iaitu mereka sebagai pengguna terpinggir (marginalized) belajar tingkah laku, sikap dan nilai penggunaan barangan dan perkhidmatan yang terdapat dalam budaya yang agak berbeza daripada budaya asal mereka, iaitu budaya arus perdana. Belia Orang Asli sebagai satu komuniti, seperti yang terdapat di kawasan kajian ini, adalah menduduki satu kedudukan sosial yang mudah disedari oleh komuniti lain (kerana cara hidup dan paras rupa fizikalnya), dan mereka ini secara berterusan mengakulturasikan budaya kepenggunaannya ke dalam arus perdana budaya masyarakat majoriti (budaya Melayu, khususnya). Proses akulturasi ini berlaku secara sehalu di mana budaya penggunaan belia Orang Asli tersebut telah berubah ke arah menerima budaya penggunaan masyarakat yang lebih luas, dan tidak pula berlaku sebaliknya. Sepanjang pemerhatian didapati belia Orang Asli di kawasan kajian sudah mengalami perubahan termasuk perubahan dalam pemilikan barangan. Berdasarkan kepada temu bual yang dilakukan kepada masyarakat Orang Asli, konsep barangan arus perdana dan perkhidmatan arus perdana pada pandangan mereka ialah barangan mewah seperti barangan elektrik (peti sejuk, televisyen dan periuk nasi elektrik). Walaupun masyarakat luar beranggapan bahawa barangan tersebut merupakan barangan keperluan namun bagi belia Orang Asli ia merupakan barangan mewah kerana mereka tidak mampu untuk memilikinya. Barangan perhiasan seperti barang kemas, jam tangan dan perhiasan yang lain juga dianggap sebagai barangan mewah.

Kini mereka semakin terdedah dengan barangan luar yang dibawa masuk ke dalam komuniti mereka sama ada oleh peniaga mahupun ahli komuniti Orang Asli sendiri. Pemilikan barangan yang dianggap sebagai “mewah” tersebut adalah selari dengan kehidupan mereka lalu. Perkhidmatan mewah juga dinyatakan oleh belia Orang Asli seperti perkhidmatan bank, kereta api, pejabat pos dan beberapa perkhidmatan lain. Mereka beranggapan bahawa perkhidmatan ini merupakan perkhidmatan mewah kerana perkhidmatan ini tidak terdapat di kawasan mereka. Pemilikan dan penggunaan barang dan perkhidmatan yang dianggap sebagai mewah tersebut adalah mencerminkan berlakunya proses adaptasi penggunaan dalam komuniti tersebut. Barang-barang yang mereka miliki diperoleh dari bandar dan pekan berdekatan.

Barang-barang yang dibeli di pekan dan bandar tersebut terdiri daripada perabot, peralatan elektrik dan kenderaan.

Jadual 1 merupakan data pembelian dan pengetahuan barangan. Belia Orang Asli sedar dan mengetahui tentang barangan mewah yang disediakan. Data menunjukkan belia Orang Asli mengetahui tentang kedai makanan mewah seperti restoran iaitu 89.4 peratus, Mac Donald 77.3 peratus dan KFC 76.4 peratus. Mereka mengetahui melalui media massa seperti televisyen, radio dan sebagainya. Selain itu juga mereka mengetahui melalui kontak sosial iaitu melalui jiran tetangga, kenalan di tempat kerja dan juga melalui sebaran am. Namun belia Orang Asli tidak berbelanja di tempat berkenaan disebabkan oleh kekurangan wang, masalah penempatan yang jauh di kawasan pedalaman dan juga kurangnya aksesibiliti. Kekangan ini menyebabkan mereka tidak berbelanja di tempat berkenaan. Data menunjukkan belia Orang Asli sudah mula mengunjungi spa walaupun 0.4 peratus namun ini merupakan satu perkembangan yang baik. Pembelian perabot di Courts Mammoth iaitu 10.8 peratus dan keperluan harian di Pasar raya Giant 41.3 peratus. Rumusan yang dapat dibuat penggunaan barangan dalam kalangan belia Orang Asli sudah mula berkembang dengan kemajuan arus perdana. Mereka sudah mempunyai pengetahuan tentang barangan mewah yang ada namun kekangan dari segi kewangan dan lokaliti menyebabkan mereka tidak dapat memiliki dan berbelanja di tempat berkenaan.

Jadual 1: Taburan Peratusan Responden mengikut Pembelian Barangan (N=1017)

Pembelian Barangan Mewah	Pengetahuan		Pernah Berbelanja	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
<u>Makanan</u>				
KFC	76.4	23.6	11.3	88.7
Mc Donald	77.3	22.7	7	93
Pizza Hut	80.6	19.4	6.1	93.9
Kedai Mamak	74.5	25.5	53.9	46.1
Restoran	89.4	10.6	37.8	62.2
<u>Perabot / Barangan Elektrik</u>				
Singer	44.7	55.3	1.3	98.7
Seng Heng	33.1	67.9	0.4	99.6
Courts Mammoth	29.4	70.6	10.8	89.2

<u>Kecantikan & Kesihatan</u>				
Avon	34.4	65.4	2.2	97.8
Spa	30.8	69.2	0.4	99.6
Saloon	42.9	57.1	2.2	97.8
<u>Keperluan harian</u>				
7Eleven	43.4	56.6	32.6	67.4
Tesco	69.5	30.5	23.8	76.2
Giant	47.7	52.3	41.3	58.7
Carrefour	19	81	2.6	97.4
Eonsave	45.4	54.6	10.9	89.1
Mydin	25.7	74.3	16.7	83.3

Nota: Jadual dalam peratus

Dari segi perkhidmatan arus perdana pula, ada juga kalangan belia Orang Asli yang pernah menggunakan perkhidmatan bank dan kesihatan moden. Mereka menyimpan wang di bank dan menggunakan perkhidmatan bank untuk urusan kewangan seperti pembayaran hutang. Sebahagian besar belia Orang Asli pernah menggunakan perkhidmatan kesihatan seperti hospital dan klinik kerajaan. Data menunjukkan 99.6 peratus mereka pernah ke hospital yang terletak di pekan yang terdekat, dan pernah ke klinik kerajaan yang berdekatan kediaman mereka. Terdapat juga dalam kalangan mereka yang pernah menggunakan perkhidmatan klinik swasta (berbayar) iaitu sebanyak 72.5 peratus. Walaupun mereka menyatakan adanya bomoh di kawasan kediaman mereka, namun bagi mereka perkhidmatan bomoh hanya diminta untuk pengubatan penyakit yang mereka anggap akibat gangguan “semangat”. Penyakit yang jelas dari segi biologinya, seperti kecederaan dan seumpamanya lebih dirujuk ke klinik atau hospital. Sistem komunikasi sudah mula menyelinap masuk dalam kehidupan belia Orang Asli. Data menunjukkan 81.3 peratus menggunakan telefon bimbit. Justeru perkhidmatan mewah pada dasarnya sudah mula berkembang dalam kehidupan belia Orang Asli namun masalah kewangan menjadi kekangan untuk mereka memiliki dan menggunakan perkhidmatan tersebut. Jadual 2 merupakan gambaran pengetahuan dan penggunaan perkhidmatan mewah bagi belia Orang Asli.

Jadual 2: Taburan Peratusan Responden mengikut Penggunaan Perkhidmatan Mewah (N=1017)

Penggunaan Perkhidmatan Mewah	Pengetahuan		Pernah Berbelanja	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
<u>Telekomunikasi</u>				
Astro	78.4	21.6	45.6	54.4
Internet	38.6	61.4	23.9	76.1
Telefon bimbit	87.6	12.4	81.3	18.7
<u>Pengangkutan</u>				
Bas ekspres	39.8	60.2	26.2	73.8
LRT	19.7	80.3	2.7	97.3
Komuter/keretapi	33.6	66.4	11.5	88.5
Teksi	80.8	19.2	68.9	31.1
<u>Perubatan</u>				
Klinik/ Hospital Kerajaan	99.6	0.4	99.6	0.4
Klinik/ Hospital Swasta	87.8	12.2	72.5	27.5
Klinik Gigi	42.4	57.6	33.3	66.7
<u>Penghantaran</u>				
Pos laju	56.5	43.4	11.6	88.4
Faks	13.9	86.1	1.3	98.7
<u>Simpanan dan Pajakan</u>				
Bank	63.9	36.1	53.5	46.5
Kedai pajak	35.7	64.3	7.4	92.6

Nota: Jadual dalam peratus

Adaptasi budaya penggunaan dalam kalangan belia Orang Asli di kawasan kajian berlaku atas beberapa faktor selain faktor pemilikan wang. Antaranya, sebagaimana yang ditekankan Godwin dan Carroll (1986) dan Baily dan Lown (1993) ialah faktor demografi pengguna seperti umur, jantina, pekerjaan, pengetahuan tentang kepenggunaan, tahap pendidikan, dan sikap terhadap barang dan perkhidmatan. Sekiranya diteliti, faktor tersebut berperanan memoderasi hubungan antara budaya penggunaan dengan tingkah laku penggunaan. Di samping itu, faktor lokasi begitu jelas memainkan peranan

dalam memudahkan berlakunya penerimaan penggunaan arus perdana. Pemerhatian di kawasan kajian mendapati penggunaan lebih jelas berlaku di Kampung Orang Asli pinggir bandar berbanding kawasan pedalaman. Hal ini kerana komuniti pinggir merupakan kawasan yang agak tersusun, dengan kemudahan jalan raya, perumahan, air paip, elektrik, dan kedai yang agak lengkap. Hubungan komuniti pinggir bandar ini dengan komuniti luar juga adalah lebih mudah dan dengan demikian ahli komuniti lebih terdedah dengan penggunaan masyarakat arus perdana.

Sehubungan itu, adaptasi budaya penggunaan dalam kalangan belia Orang Asli ini berlaku akibat kontak, iaitu daripada kontak mereka memperoleh maklumat. Adaptasi berkait secara positif dengan tindakan individu dalam mencari pelbagai sumber maklumat tentang produk, dan berkait rapat secara positif dengan kecenderungan seseorang untuk mencari iklan untuk mendapatkan maklumat dan menggunakan kawan sebagai sumber maklumat sesuatu produk (Gordon 1964; D'Rozario dan Douglas, 1999). Oleh itu, faktor keterdedahan memainkan peranan yang penting. Namun, sesuatu yang menarik ialah wujudnya kesedaran dalam kalangan belia Orang Asli, iaitu berani menyatakan yang media massa sering kali cuba menggambarkan suatu realiti sosial yang herot, atau tidak benar. Media massa jarang menyediakan pengetahuan yang berkait dengan kemahiran kepenggunaan seperti pengetahuan tentang harga dan maklumat barang secara khusus, sebaliknya cenderung menggambarkan penggunaan yang mudah dilihat dan kehidupan orang yang kaya. Pandangan seperti ini sebenarnya pernah dikemukakan oleh O'Guinn dan Faber (1987). Misalnya, hasil temu bual mendapati individu yang baru terdedah dengan barang baharu mempersepsi realiti sosial masyarakat arus perdana (sebagaimana yang digambarkan oleh program televisyen) sebagai bias kepada kehidupan orang kaya.

Belia Orang Asli turut menjadi mangsa hedonisme penggunaan. Hal ini kerana keterdedahan mereka kepada konsumerisme arus perdana menyebabkan mereka lebih mementingkan kebendaan dan status sehingga menafikan keperluan yang lebih penting dalam kehidupan mereka. Justeru, hal ini menyebabkan belia Orang Asli leka dan terjerat dengan konsumerisme yang mendatangkan keburukan kepada mereka. Hutang menjadi satu kebiasaan dalam kalangan belia Orang Asli untuk menerima atau memiliki sesuatu barangan. Demi memenuhi hasrat dan kehendak menyebabkan belia Orang Asli tidak berfikir panjang dalam memenuhi kehendak mereka. Oleh itu, penerimaan penggunaan arus perdana menjadikan belia Orang Asli terjerat dengan masalah hedonisme kebendaan. Oleh yang demikian, menjadikan belia Orang Asli mengalami krisis keberhutangan dan membebankan hidup mereka.

KESIMPULAN

Makalah ini memberikan tumpuan kepada pengurusan kewangan dan pola penggunaan barangan dan perkhidmatan arus perdana dalam kalangan belia Orang Asli di Semenanjung Malaysia. Kini belia Orang Asli sama seperti komuniti lain telah terserap ke dalam budaya arus perdana masyarakat Malaysia. Secara keseluruhannya, belia Orang Asli semakin terdedah dengan budaya penggunaan arus perdana iaitu mereka mengamalkan budaya pengguna mengikut edaran masa. Namun demikian mereka tidak mempunyai pengetahuan kepenggunaan yang berkaitan dengan pengurusan kewangan dan pada waktu yang sama menjadi mangsa kepada komuniti peniaga yang cuba mengaut keuntungan daripada kedudukan Orang Asli. Mereka menjadi sasaran kepada barangan mewah, namun tidak mampu untuk memilikinya secara tunai sehingga terperangkap dalam jerat hutang. Faktor kekurangan wang dan desakan (keinginan) untuk ingin memiliki barang tertentu menyebabkan mereka memilih barang yang bermutu rendah dan juga cenderung menjadi mangsa peniaga. Lantaran itu, adalah menjadi satu keperluan untuk mendedahkan masyarakat yang didakwa sebagai masyarakat terpinggir ini kepada pengetahuan yang berkaitan dengan kepenggunaan supaya mereka dapat mengurus kewangan mereka dengan baik dan bijak berbelanja.

Pada masa lalu komuniti Orang Asli bergantung kepada barangan yang mereka hasilkan sendiri dan mereka hidup secara sara diri. Namun masa kini, mereka telah mengadaptasi penggunaan produk industri yang datang dari luar komuniti. Kedudukan ini menjadikan mereka semakin bergantung kepada barang komersial sehingga mengabaikan barangan tradisi mereka. Dalam hal ini, wang memainkan peranan penting sebagai alat pertukaran untuk memperoleh barang yang diperlukan. Barang dan perkhidmatan tradisi mereka mula dipinggirkan. Keterlibatan dalam ekonomi pasaran dan konsumerisme ini telah menghakis domain budaya mereka dan apa yang dirisaukan adalah akan menyebabkan kepupusan ilmu peribumi mereka. Hal ini kerana berdasarkan pemerhatian golongan muda masyarakat Orang Asli sudah tidak mewarisi indigenous knowledge seperti anyaman, kraf tangan dan ilmu hutan (akar kayu). Sekiranya keadaan ini berterusan, belia Orang Asli akan kehilangan budaya dan seterusnya identiti mereka. Dampak globalisasi jelas menunjukkan bahawa belia Orang Asli dari segi penggunaan dan perkhidmatan sudah mula berubah dan memberikan kesan yang signifikan kepada kehidupan mereka.

BIBLIOGRAFI

- Adela Bear, Karen Endicott, Rosemary S. Nowak, Signe Howell & Cornelia van der Sluys. 2006. *Orang Asli Women of Malaysia; Perceptions, Situations & Aspiration*. Subang Jaya: Centre For Orang Asli Concern.
- Anthony William-Hunt. 1998. "Orang Asli dan cabaran pembangunan." Dlm. Hasan Mat Nor. *Warga Pribumi Menghadapi Cabaran Pembangunan*, hlm. 76-87. UKM: Jabatan Sosiologi dan Antropologi.
- Bailey, W.C. & Lown, J.M. 1993. "A cross cultural exmination of the etiology of attitudes towards money." *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 17: 391-402.
- Batterby, S. 2009, June 8. *New Consumer Values and Changing Consumer Behavior - How to Talk to Today's Consumer*. Retrieved February 18, 2010, from <http://ezinearticles.com/?New-Consumer-Values-and-Changing-Consumer-Behavior-How-to-Talk-to-Todays-Consumer&id=2347640>.
- Bertisch, A.M. 1994. *Personal Finance*. San Francisco: Harcourt Brace & Company.
- Blackwell, R.D., Miniard, P.W., & Engel, J.F. 2006. *Consumer Behavior*. 10th ed. Thomson South-Western:USA.
- Data Maklumat Asas JHEOA (DAMAK). 2006. Jabatan Hal Ehwal Orang Asli Malaysia, Kuala Lumpur.
- Danes, S. M., & Haberman, H.R. 2007. Teen financial knowledge, self-efficacy, and behavior: A gendered view. *Financial Counseling and Planning*, 18(2), 48-60
- D'Rozario, D. & Douglas, S.P. 1999. "Effect of assimilation on prepurchase external information-search tendencies." *Journal of Consumer Psychology* 8 (2): 87-209.
- Fatan Hamamah. 2008. Pendidikan Pribumi. Dalam Ma'rof Redzuan & Sarjit S.Gill (2008). *Orang Asli: Isu, Transformasi dan Cabaran*. Serdang: Penerbit Universiti Putra Malaysia.

- Garmen, E.T. 1988. *Personal Finance*. Boston: Houghto Miglin Co.
- Garmen, E.T.& Forgue R. 2007. *Personal Finance*. South-Western Pub
- Garman. E.T, Forgue R. 2005. *Consumer Economics Issues in America* (9th edn) South-Western Pub
- Godwin, D.D & Caroll, D.D. 1986. "Financial management attitude and behavior of husbands and wives." *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 10: 77-96.
- Gomes A. 2004. *Looking for Money: Capitalism and Modernity In An Orang Asli Village*. Subang Jaya: Centre For Orang Asli Concern.
- Gordon, M. M. 1964. *Assimilaiton in American Life*. New York: Oxford University Press.
- Hallman, G.V. et al. 1993. *Personal Financial Planning*. Boston: McGraw-Hill.
- Hanina H. & Asnarukhadi A. S. 2008. Kesihatan dan Perubatan Masyarakat Orang Asli. Dalam Ma'rof R. & Sarjit S.Gill (2008). *Orang Asli: Isu, Transformasi dan Cabaran*. Serdang: Penerbit Universiti Putra Malaysia.
- Hasan Mat Nor. 1998. "Masyarakat Orang Asli dan Akta 134 (Akta Orang Asli): Kaitannya dengan pembangunan." Dlm. Hasan Mat Nor. *Warga Pribumi Menghadapi Cabaran Pembangunan*, 88-102. UKM: Jabatan Sosiologi dan Antropologi.
- Hawkins, D.I., Mothersbaugh, D.L., & Best, R.J. 2007. *Consumer Behavior: Building marketing strategy*. 10th ed. US: McGraw-Hill.
- Henry, P. J. & Reyna, C. 2007. Value Judgments: The Impact of Perceived Value Violations On American Political Attitudes. *Political Psychology*, 28 (3), 273-298.
- Higgins, E. T. 2005. Value From Regulatory Fit. *American Psychological Society*. 14 (4), 209-213.

- Horrobin, S. 2006. Immortality, Human Nature, The Value of Life and The Value of Life Extension. *Journal Compilation Blackwell Publishing Ltd.*, 20 (6) 279-292.
- Horrobin, S. 2006. The Value of Life and The Value of Live Extension. *New York Academy of Sciences*, 1067, 94-105.
- Jabatan Hal Ehwal Orang Asli. 2008. Data Maklumat Asas JHEOA Daerah Jelebu. JHEOA: Bahagian Penyelidikan dan Pembangunan.
- Jabatan Hal Ehwal Orang Asli. 2006. Data Maklumat Asas JHEOA. JHEOA: Bahagian Penyelidikan dan Pembangunan.
- Jabatan Hal Ehwal Orang Asli. 2004. Data Maklumat Asas JHEOA. JHEOA: Bahagian Penyelidikan dan Pembangunan.
- Jariah, H. M. 1987. Pengurusan Kewangan Keluarga. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- John C. Mowen & Micheal Minor. 2002. *Consumer Behavior* ^{5th} Edition. Prentice Hall.
- Karen, P. 1988. "Effective financial management." *Resource Management*, May 1 (12).
- Kohn, M.L., & Schooler, C. 1983. *Work and Personality*. Norwood, NJ: Ablex.
- Mate, G.H. 1991. *Managing Your Money*. Kuala Lumpur: Golden Books Center Sdn. Bhd.
- Ma'rof Redzuan & Sarjit S.Gill. 2008. Orang Asli: Isu, Transformasi dan Cabaran. Serdang. Penerbit Universiti Putra Malaysia
- Mohamed Yusoff, I. 2002. Pengekalan Identiti dalam Masyarakat Minoriti Thai di Kelantan. Dalam Rahimah, A.A., & Mohamed Yusoff, I. *Masyarakat, Budaya dan Perubahan*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Mohd Roslan R. 2010. *Penggunaan Barangan dan Perkhidmatan Sebagai Petunjuk Pembangunan Komuniti Orang Asli Di Daerah Jelebu, Negeri Sembilan*. Tesis Sarjana Sains. Universiti Putra Malaysia.

- Mustafa Omar. 2008. Rancangan Pengumupulan Semula (RPS) Masyarakat Orang Asli: Pencapaian dan Cabaran. Dalam Ma'rof Redzuan & Sarjit S.Gill (2008). *Orang Asli: Isu, Transformasi dan Cabaran*. Serdang: Penerbit Universiti Putra Malaysia.
- Nicholas, C. 2000. *The Orang Asli and the Contest for Resources*. Conpenhagen: IWGIA Document No. 95.
- O'Guinn, TC. & Faber, R.J. 1985. "New perspectives on acculturation: The relationship of general and specific acculturation with Hispanics' consumer attitudes." Dlm. E.C. Hirschman & M.B. Holbrook. *Advances in Consumer Research*. Provo, UT: Association for Consumer Research, 12: 113-117.
- Ramlee Abdullah. 2001. *Peralihan Ekonomi Masyarakat Orang Asli Terengganu: Satu Sudut Ekonomi Persekitaran*. Latihan Ilmiah Doktor Falsafah, Universiti Sains Malaysia.
- Rokeach, M. 1973. *The Nature of Human Values*. New York: The Free Press.
- Sarjit S. Gill, Mohd Roslan R. Ma'rof R. 2010. Aculturation of Consumerism Among The Orang Asli Community in Jebebu, Negeri Sembilan. *Petanika Journal Social Sciences and Humanities*. 18(2):321 – 331. Serdang: Universiti Putra Malaysia.
- Schiffman, S. 1997. *High Efficiency Selling*. Penerbit Simon & Schuster Sound Ideas.
- Zainal Abidin A. 2008. Peranan Jabatan Hal Ehwal Orang Asli (JHEOA) Dalam Pembangunan Masyarakat Orang Asli. Dalam Ma'rof R. & Sarjit S.Gill (2008). *Orang Asli: Isu, Transformasi dan Cabaran*. Serdang: Penerbit Universiti Putra Malaysia.

Profil Penulis

Sarjit S. Gill, PhD
Ketua Jabatan
Sains Kemasyarakatan dan Pembangunan
Fakulti Ekologi Manusia
Universiti Putra Malaysia (UPM)
Ahli Institut Integriti Malaysia (IIM)
sarjit@putra.upm.edu.my

Mohd. Roslan Rosnon, MSc
Tutor
Jabatan Sains Kemasyarakatan dan Pembangunan
Fakulti Ekologi Manusia
Universiti Putra Malaysia
43400 Serdang Selangor.
roslan_rosnon@yahoo.com

Ma'rof Redzuan, PhD
Jabatan Sains Kemasyarakatan dan Pembangunan
Fakulti Ekologi Manusia
Universiti Putra Malaysia
43400 UPM Serdang, Selangor
marof@putra.upm.edu.my

Haslinda Abdullah, PhD
Jabatan Sains Kemasyarakatan dan Pembangunan
Fakulti Ekologi Manusia
Universiti Putra Malaysia
43400 UPM Serdang, Selangor
lynn@putra.upm.edu.my

Nobaya Ahmad, PhD
Jabatan Sains Kemasyarakatan dan Pembangunan
Fakulti Ekologi Manusia
Universiti Putra Malaysia
43400 UPM Serdang, Selangor
nobaya@putra.upm.edu.my