



Online Buying Trend Survey among Youths after Movement Control Order (MCO)

Pola Pembelian secara atas Talian dalam kalangan Belia Pasca Perintah Kawalan Pergerakan (PKP): Satu Tinjauan

NOORMUTHAAH MOHAMAD ALI ADAHA, NOOR AIN MOHD NOOR, AEMY AZIZ, NAZIRAH HAMDAN, NUR ADILAH AMIRUDDIN & NORANIZAH YUSUF

*Akademi Pengajian Islam Kontemporari
Universiti Teknologi MARA Cawangan Sarawak
Email: noormuthaah@uitm.edu.my*

Received: August 30, 2022

Accepted: September 04, 2022

Online Published: September 15, 2022

Abstract

Online buying was increased tremendously over the years in Malaysia where the gross merchandise value (GMV) for e-commerce have grown 87% (RM62.3 billion) within 2020 to 2021 period. It was clear that the growth happened during Movement Control Order (MCO) period to avoid the spread of the Covid-19 virus. However, after the MCO the price of goods was getting expensive and the youth living cost was at the worrying level. This circumstance may influence the online buying trend among Malaysian youths, especially the youths in Sarawak. Consequently, this study was carried out to investigate the trend of online buying among youths after the MCO and to identify their favourite products in online buying. About 300 questionnaires through (Google form) was distributed to the youths in Sarawak using the simple random technique. Nevertheless, only 154 questionnaires were completed and submitted to the researchers. Data gathered was analysed descriptively through Statistical Packages of Social Science (SPSS). Finally, there were a decline in the online buying trend among youths after the MCO and changes in their preferred products.

Keywords: Buying, Online, Trend, Youths

Abstrak

Penggunaan pembelian secara atas talian di lihat mengalami peningkatan yang ketara di mana nilai dagangan kasar e-dagang negara yang meningkat sebanyak 87% berjumlah RM62.3 bilion dalam tempoh tahun 2020 ke tahun 2021. Jelas peningkatan berlaku semasa negara melaksanakan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) bagi mengekang penularan wabak Covid-19. Namun begitu, setelah tamatnya PKP di negara ini berlaku peningkatan pada harga barang dan kos sara hidup belia pula berada pada tahap yang membimbangkan. Hal ini dapat mempengaruhi pola pembelian secara atas talian bagi belia yang berada di Malaysia terutamanya di Sarawak. Justeru, kajian ini dilakukan bagi mengkaji pola pembelian belia secara atas talian setelah berakhirnya perintah kawalan pergerakan (PKP) di Malaysia dan mengenal pasti produk yang masih digemari oleh belia dalam melakukan pembelian secara atas talian. Sebanyak 300 borang soal selidik secara atas talian (google form) diedarkan secara rawak mudah kepada belia di Sarawak namun hanya 154 borang soal selidik yang telah lengkap dan dikembalikan kepada pengkaji. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan perisian *Statistical Packages of Social Science* (SPSS) secara deskriptif. Kesimpulannya, berlaku penurunan terhadap pola pembelian secara atas talian dan produk yang dibeli dalam kalangan belia di Sarawak.

Kata kunci: Belia, Pola, Pembelian, atas talian,

1. PENGENALAN

Pembelian ditakrifkan sebagai perihal perbuatan seseorang yang membeli sesuatu barang (Kamus Dewan Edisi Keempat, 2005; Kamus Pelajar Edisi Kedua, 2016). Pembelian boleh difahami sebagai perbuatan seseorang untuk mendapatkan barang bagi kegunaan sendiri atau untuk dijual semula kepada orang lain melalui pertukaran nilai. Adi (2017) menjelaskan bahawa pembelian merupakan satu transaksi yang dilakukan oleh minimum dua pihak iaitu pembeli dan penjual atau lebih dari dua orang. Manakala atas talian atau dalam talian pula didefinisikan sebagai sesuatu yang berada



di bawah kawalan langsung atau bersambung terus dengan unit pemprosesan utama komputer (Kamus Dewan Edisi Keempat, 2005). Beberapa penulis memberikan takrifan pembelian secara atas talian sebagai proses pembelian produk, barangan, perkhidmatan atau layanan menggunakan Internet tanpa bersemuka (Liang & Lai, 2000; Sabri et al., 2021).

Wabak Covid-19 yang telah melanda seluruh dunia telah mencetuskan perubahan positif dan juga negatif kepada ekonomi dunia dan Malaysia. Keadaan ini mengakibatkan banyak kerugian yang berlaku dalam sektor pelancongan yang berjumlah sebanyak RM100 bilion, sebanyak 30% operasi kedai di pusat beli belah yang terpaksa ditutup yang mengakibatkan 300,000 pekerja kehilangan kerja dan hampir 20% kedai runcit tempatan terpaksa ditutup yang melibatkan 120,000 pekerja hilang mata pencarian (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2021). Namun, dari sisi positif pandemik ini juga telah membuka peluang perniagaan makanan yang baru kepada Peniaga kecil dan sederhana dalam mempromosikan dan melariskan menu dan juadah makanan mereka menerusi khidmat penghantaran aplikasi onBaza Sdn. Bhd sekitar Kuala Lumpur (Kosmo, 2021). Manakala syarikat AEON Co (M) Bhd juga telah melancarkan platform yang dikenali sebagai 'My Aeon To Go' bagi memenuhi permintaan barangan mereka secara atas talian (Harian Metro, 2021). Pertambahan aplikasi pembelian secara atas talian ini menunjukkan golongan belia dan masyarakat Malaysia lebih gemar untuk membeli secara atas talian berbanding di pasaraya dan premis perniagaan yang berhampiran.

Setelah berakhirnya tempoh PKP berlaku peningkatan kepada harga barangan yang dijual di Malaysia, antaranya kenaikan harga telur Gred A dari RM13.50 ke RM 18.90 yang berlaku di Sarawak (Lawrence, 2022). Ini telah menjejaskan pengeluaran kek dan roti terutamanya di Sarawak. Kenaikan harga barang juga melibatkan makanan asas yang lain seperti minyak masak (Muhammad Amnan, 2022), tepung (Engku Shariful, 2022) dan ayam (Utusan, 2022). Faktor kenaikan harga barangan ini adalah disebabkan pertambahan kos pengangkutan dari luar negara pengimport dan kebergantungan negara kepada barangan import yang tinggi serta kekurangan aktiviti dan permintaan daripada perniagaan sektor kecil dan sederhana yang mengakibatkan peniaga membuat peralihan keuntungan kepada pengguna di Malaysia (Abdul Rashid, 2021). Realiti peningkatan harga barang ini telah menjejaskan kos sara hidup masyarakat khususnya belia. Menurut Yusof Saari, kos sara hidup meruncing dan tekanan inflasi akan berlaku dalam tempoh suku kedua ekonomi negara (Astro Awani, 2022). Terdapat juga laporan yang menyatakan bahawa golongan asnaf telah meningkat disebabkan kenaikan kos sara hidup dan inflasi yang berlaku selepas pandemik Covid-19. Hal ini sudah tentu memberikan impak negatif kepada perkembangan ekonomi di Malaysia.

Sehubungan itu, pandemik Covid-19 dan PKP juga telah menjejaskan sebahagian besar daripada kehidupan masyarakat terutamanya dalam aspek gaya hidup, emosi, kegiatan sosial malahan dalam aspek ekonomi. Ramai yang telah kehilangan sumber pendapatan dan dibuang kerja. Kenaikan kos sara hidup merangkumi kenaikan harga barang dan perkhidmatan sedikit sebanyak telah menjejaskan kemampuan kuasa beli dan memberi impak kepada golongan yang tidak mempunyai pendapatan tetap.

1. SOROTAN LITERATUR

Pembelian secara atas talian di Malaysia telah mengalami peningkatan yang mendadak setelah negara berada dalam tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) bermula pada Mac 2020 (Abd. Rahman et al., 2021; R. Chandrashekar, 2022). Peningkatan pembelian secara atas talian telah direkodkan sebanyak 28.9% pada April 2020 bermula dari Mac 2020 berdasarkan kenyataan Menteri Hal Ehwal Pengguna, Datuk Alexander Nanta Linggi (Berita Harian, 2020). Salah satu faktor peningkatan ketara ini adalah faktor kesihatan di mana pengguna Internet memilih untuk melakukan pembelian menggunakan wang digital bagi memusnahkan rantaian virus yang boleh berada pada wang kertas dan syiling (Abd Rahman et al., 2021). Selain dari itu, pengguna atas talian juga ramai melakukan pembelian secara panik (panic buying) apabila Perdana Menteri mengumumkan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) fasa pertama negara. Hal ini telah merancakkan lagi bilangan pembelian secara atas talian dalam laman sesawang seperti Shopee, Lazada, eBay, Zalora, Goshop, Ezbuy, dan Ali baba. Pastinya ia memberikan pulangan yang lumayan kepada penjual dan peniaga secara atas talian tersebut.

Menurut R. Chandrashekar (2022), trend pembelian secara atas talian di Malaysia rancak di mana perbelanjaan di atas talian rakyat Malaysia telah mencecah RM1.8 bilion pada 2011. Peningkatan penggunaan internet dalam kalangan rakyat Malaysia yang berlaku pada tahun 2016 sehingga 2018 juga telah mempengaruhi tren pembelian secara atas talian (SKMM, 2019). Omar et al. (2021) menjelaskan bahawa pembelian secara atas talian telah menjadi satu trend sejak berlakunya peningkatan kepada bilangan pengguna internet 10 tahun yang lepas. Pembelian secara atas talian sebelum fasa PKP ini didorong oleh kemunculan perkhidmatan pembayaran elektronik dan perkhidmatan membeli belah secara atas talian yang pelbagai. Trend pembelian ini juga dilihat berubah pada barangan segar contohnya ayam, ikan, daging lembu dan durian yang mana tidak dijual secara atas talian pada tahun 2019 namun pada April 2020 seramai 1000 peniaga atas talian menjual barangan tersebut di Shopee (Berita Harian, 2020).



Kemuncak kepada peningkatan pembelian secara atas talian ini berlaku semasa negara berada dalam fasa PKP. Pola peningkatan ini dapat dilihat pada pertumbuhan nilai dagangan kasar e-dagang Malaysia dalam tempoh 2020 sehingga 2021 yang mana telah meningkat ketara sebanyak 87% iaitu bernilai sebanyak RM62.3 billion (Zainuddin, 2021). Menurut Lim dalam wawancara Berita harian pengguna Malaysia telah membeli 50% lebih banyak secara atas talian pada tahun 2021 berbanding tahun 2020 (Zainuddin, 2021). Beliau turut menyatakan barangan runcit dan penjagaan diri adalah produk tertinggi dibeli secara atas talian di laman sosial dan pembelian tersebut meningkat secara mendadak dalam fasa pandemik. Selain itu, ramai peniaga telah mula menawarkan barangan dan produk mereka secara atas talian. Ini bertepatan dengan laporan Harian Metro bertajuk 'Perniagaan atas talian tumbuh pesat' pada 15 Januari 2021 yang melaporkan bahawa aktiviti perniagaan dalam talian meningkat sebanyak 28.9% sepanjang tempoh PKP. Semenjak tahun 2020 sehingga 2022, hampir 600 kajian secara kualitatif dan kuantitatif tentang pembelian secara atas talian telah dijalankan oleh para penyelidik, akademik, usahawan, penganalisis ekonomi dan juga pakar teknologi berhubung isu dan cabaran, tahap kepuasan pembelian secara atas talian, gelagat pembelian secara atas talian, pembelian atas talian menurut perspektif Islam dan moden serta lain-lain lagi (Google scholar, 2022; e-Resources Perpustakaan Tun Abdul Razak; 2022; Research Gate, 2022). Namun tidak banyak kajian yang memfokuskan kepada pembelian secara atas talian yang dijalankan oleh golongan Belia di Sarawak pasca PKP. Oleh yang demikian, pengkaji mengambil inisiatif untuk menjalankan kajian berhubung belia yang bekerja dan belajar di Sarawak yang berumur 18 tahun sehingga 40 tahun bagi mengkaji pola pembelian secara atas talian dan mengenal pasti produk yang masih digemari oleh golongan belia setelah tamatnya PKP di negara ini.

2. METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini merupakan kajian kuantitatif melalui pendekatan kajian deskriptif berbentuk tinjauan dengan menggunakan kaedah soal selidik sebagai instrumen utama pengumpulan data kajian. Soal selidik bagi kajian ini terdiri daripada tiga bahagian, iaitu: Bahagian A mengukur ciri-ciri sosio demografi responden. Antara ciri-ciri yang diukur ialah jantina, tempat tinggal, bangsa, tahap pendidikan tertinggi dan jumlah pembelian atas talian dalam tempoh satu bulan. Seterusnya, dalam Bahagian B mengkaji pola pembelian atas talian dalam kalangan belia di Sarawak. Bahagian C pula mengenal pasti jenis pemilihan produk pembelian secara atas talian dalam kalangan belia di Sarawak. Setiap item yang dibina diikuti dengan lima pilihan jawapan menggunakan skala Likert (1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= kurang setuju, 4= setuju dan 5= sangat setuju) bagi memastikan responden menyatakan tahap persetujuan yang sesuai dengan mereka.

Set soal selidik telah diubah suai berdasarkan instrumen kajian yang dibuat oleh Noraznida & Siti Nurashidah (2021), Farhan, Shamsul Azahari, & Ahmad Hariza (2016) dan kajian lepas yang lain. Soal selidik telah diedarkan menggunakan kaedah persampelan rawak mudah. Persampelan rawak mudah dipilih kerana ianya lebih mudah untuk memilih responden kajian dan tidak memerlukan kos yang mahal. Setiap ahli populasi yang lebih besar mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden kajian. Dengan kaedah ini juga mampu membuat generalisasi kepada populasi. Sebanyak 300 borang soal selidik telah diedarkan secara atas talian kepada belia yang berada di Sarawak, namun hanya 154 borang soal selidik yang telah lengkap diisi dan dihantar kepada pengkaji menerusi Google Form. Majoriti responden tersebut merupakan belia yang berada di bandar Kuching, bahagian Samarahan, dan daerah Mukah, Sarawak yang terdiri daripada Gen Y dan Gen Z.

Seterusnya data akan dianalisis menggunakan Program Pengisian Pakej Statistik untuk Sains Sosial (SPSS) versi 28. Data dianalisis dengan mengambil kira kekerapan, peratus, min dan sisihan piawai. Sementara itu, nilai interpretasi min adalah sebagaimana jadual di bawah.

Jadual 1: Interpretasi nilai min

Nilai Min	Interpretasi min
1.00 – 1.80	Sangat lemah
1.81 – 2.60	Lemah
2.61 – 3.40	Sederhana
3.41 – 4.20	Baik
4.21 – 5.00	Sangat baik

Sumber: Jainabee & Kamil (2009)

3. DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Bahagian ini akan membincangkan mengenai hasil kajian iaitu demografi responden, faktor pembelian atas talian serta jenis produk yang dibeli. Jadual 2 menunjukkan latar belakang responden yang terdiri daripada jantina, tempat tinggal, bangsa, tahap pendidikan tertinggi, jumlah pembelian atas talian dalam tempoh satu bulan. Jadual di bawah menunjukkan



hasil dapatan kajian yang dilakukan menggunakan instrumen borang soal selidik di bandar dan bahagian terpilih dalam Sarawak.

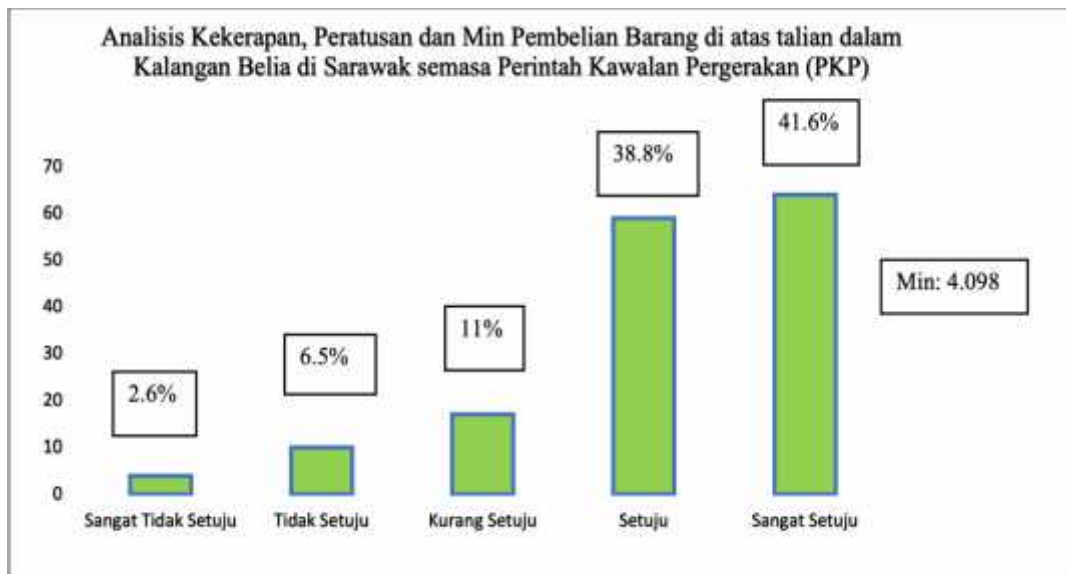
Jadual 2: Latar Belakang Responden

No	Latar Belakang Responden	Frekuensi (<i>f</i>)	Peratus (%)	
1	Jantina	Lelaki	45	29.2
		Perempuan	109	70.8
2	Tempat Tinggal	Bandar	99	64.3
		Pinggir Bandar	12	7.8
		Luar Bandar	45	27.9
3	Bangsa	Melayu	68	44.2
		Cina	2	1.3
		India	0	0
		Bumiputera	78	50.6
4	Tahap Pendidikan Tertinggi	Lain-Lain	6	3.9
		UPSR	0	0
		PMR	0	0
		SPM	27	17.5
		Diploma	96	62.3
		Ijazah Sarjana Muda	17	11
		Ijazah Sarjana Muda	12	7.8
Ijazah Doktor Falsafah	2	1.3		
5	Jumlah Pembelian atas talian dalam tempoh 1 bulan	RM100-RM200	118	76.6
		RM300-RM500	21	13.6
		RM500 Ke atas	8	5.2
		RM1000 Ke atas	7	4.5

N= 154

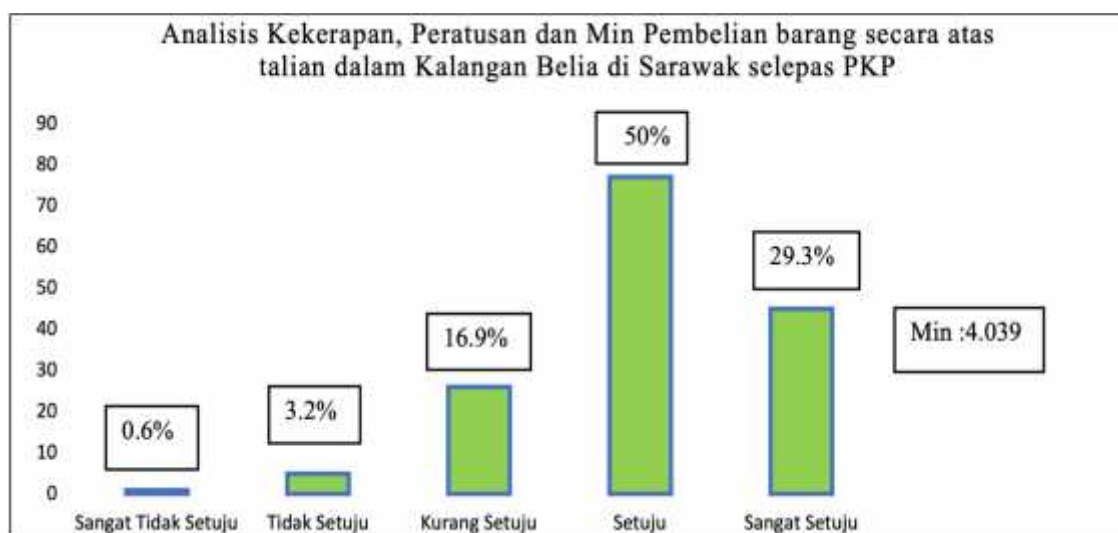
Berdasarkan Jadual 2, jumlah responden (N) adalah seramai 154 orang belia yang tinggal di sekitar bandar Kuching, bahagian Samarahan dan daerah Mukah. Secara keseluruhannya, hasil kajian menunjukkan responden tertinggi adalah terdiri daripada perempuan iaitu seramai 109 orang (70.8%) diikuti dengan lelaki 45 orang (29.2%). Seramai 64.3% responden merupakan belia yang tinggal di bandar, manakala 27.9% responden adalah belia luar bandar dan hanya 7.8% responden adalah belia yang tinggal di pinggir bandar. Belia dalam kalangan Bumiputera merupakan responden tertinggi dalam kajian ini iaitu seramai 50.6%, diikuti oleh belia Melayu 44.2% dan lain-lain bangsa adalah 3.9%. Tiada responden dari kalangan bangsa India.

Majoriti responden (63.6%) adalah berumur sekitar 18 sehingga 20 tahun dan hanya 3.9% responden adalah berusia 26 sehingga 30 tahun. Dapatan kajian juga menunjukkan pengguna secara atas talian berbelanja paling banyak sekitar RM100-RM200 sebulan manakala hanya 4.5% responden membelanjakan RM1,000 ke atas secara atas talian. Hal ini kerana faktor pendapatan yang dimiliki oleh responden dilihat terbatas kerana mereka ini tergolong dalam golongan pelajar atau golongan yang baru memulakan pekerjaan berdasarkan pola umur adalah sekitar 18 hingga 20 tahun. Dapatan ini menunjukkan responden semakin berhati-hati dalam membelanjakan wang disebabkan kos sara hidup yang tinggi. Menurut Nurul Izzati Mansor (2022), pembeli sangat berhemah dalam membuat pembelian dan membeli keperluan asas berbanding barangan yang tidak perlu.



Rajah 1: Analisis Kekerapan, Peratusan dan Min Pembelian Barang di atas talian dalam Kalangan Belia di Sarawak semasa Perintah Kawalan Pergerakan (PKP)

Rajah 1 menunjukkan analisis kekerapan, peratusan dan min pembelian secara atas talian dalam kalangan belia di Sarawak semasa PKP. Berdasarkan rajah di atas, seramai 41.6% responden (64 orang) sangat bersetuju untuk membeli secara atas talian semasa PKP diikuti dengan 38.3% responden iaitu 59 orang setuju manakala hanya 2.6% responden iaitu 4 orang sangat tidak setuju membuat pembelian secara atas talian semasa PKP. Oleh yang demikian, jumlah keseluruhan responden yang bersetuju untuk membeli secara atas talian ialah seramai 79.9% (123 orang). Dapatan ini menunjukkan pembelian secara atas talian memang meningkat semasa PKP atas faktor pergerakan yang terbatas dalam kalangan masyarakat serta mencegah penularan wabak covid-19. Peningkatan pembelian secara atas talian ini mengesahkan kenyataan Lim dalam wawancara Berita Harian di mana pengguna Malaysia telah membeli 50% lebih banyak secara atas talian pada tahun 2021 berbanding tahun 2020 (Zainuddin, 2021).



Rajah 2 : Analisis Kekerapan, Peratusan dan Min Pembelian barang secara atas talian dalam Kalangan Belia di Sarawak selepas PKP

Rajah 2 di atas menunjukkan kekerapan, peratusan dan min pembelian secara atas talian dalam kalangan belia di Sarawak selepas PKP. Berdasarkan rajah di atas, seramai 50% responden (77 orang) bersetuju membeli secara atas talian selepas PKP diikuti 29.3% responden (45 orang) sangat setuju membuat pembelian secara atas talian dan hanya 0.6% responden (1 orang) sangat tidak setuju membuat pembelian secara atas talian selepas PKP. Berdasarkan analisis yang dilakukan, sedikit penurunan berlaku pada pola pembelian atas talian selepas tempoh PKP. Hasil ini ditunjukkan oleh nilai min pembelian atas talian sebelum PKP (4.089) dan selepas PKP (4.039). Tetapi penurunan ini dilihat tidak terlalu ketara dan



bertepatan dengan laporan daripada berita RTM yang dilaporkan pada 16 April 2022 dimana masih ramai yang memilih untuk membeli secara atas talian walaupun sektor ekonomi telah dibuka sepenuhnya. Hal ini kerana pembelian secara atas talian dilihat memberi lebih kemudahan kepada pelanggan seperti tidak perlu menghabiskan kos petrol ke pasaraya-pasaraya pilihan, menjimatkan masa pembelian, mempunyai pelbagai pilihan yang lebih menarik berbanding pembelian secara langsung, harga yang lebih murah berbanding pembelian secara langsung dan mempunyai tempoh masa yang banyak untuk membuat pilihan ke atas sesuatu barangan yang diinginkan (Noraznida Husin et al., 2021).

ANALISIS KEKERAPAN, PERATUSAN DAN MIN TIDAK MEMBELI BARANG DI ATAS TALIAN SELEPAS PKP DALAM KALANGAN BELIA DI SARAWAK



Rajah 3: Analisis Kekerapan, Peratusan dan Min Tidak Membeli Barang di atas Talian Selepas PKP dalam Kalangan Belia di Sarawak

Rajah 3 di atas menunjukkan kekerapan, peratusan dan min tidak membeli barang secara atas talian dalam kalangan belia di Sarawak pasca PKP. Berdasarkan rajah di atas, 36% responden sangat tidak setuju untuk tidak membeli barang secara atas talian selepas PKP manakala seramai 27% responden kurang setuju untuk tidak membeli barang secara atas talian. Sebagaimana yang dilaporkan oleh Astro Awani (2022) pembelian atas talian semakin menjadi pilihan pengguna walaupun selepas PKP. Walaubagaimanapun, terdapat 3% responden sangat setuju untuk tidak membuat pembelian secara atas talian selepas PKP. Hal ini berkemungkinan disebabkan terdapat segelintir responden yang bimbang akan risiko pembelian secara atas talian seperti barangan yang dibeli tidak sampai, rosak atau hanya sampai sebahagian sahaja (MKN, 2022). Ahmad Suhael Adnan (2017) dalam penulisannya juga ada mengatakan bahawa terdapat kes penipuan dalam jual beli secara talian yang dilihat semakin meningkat iaitu kepada 3,921 kes pada tahun 2016. Oleh itu, salah satu faktor yang boleh dikaitkan kepada peratusan responden yang sangat setuju membeli secara atas talian kepada tidak membeli secara atas talian adalah untuk mengelakkan risiko-risiko kerugian dalam urusan jual beli secara atas talian.



Rajah 4 : Analisis Kekekapan, Peratusan dan Min Pembelian Barang di atas Talian dalam Kalangan Belia di Sarawak Ketika Diskaun

Rajah 4 menunjukkan analisis kekerapan, peratusan dan min pembelian barang secara atas talian ketika diskaun dalam kalangan belia di Sarawak. Majoriti responden iaitu seramai 44% sangat bersetuju untuk membeli barang secara atas talian ketika diskaun diikuti 39% juga bersetuju untuk membeli barang secara atas talian. Hal ini menunjukkan faktor yang boleh mempengaruhi pengguna untuk membeli secara atas talian dengan lebih kerap adalah diskaun yang ditawarkan oleh peniaga di atas talian. Dapatan ini selari dengan kajian yang dijalankan oleh Jabil Mapjabil et al. (2020) dimana pengguna cenderung membuat pembelian disebabkan oleh faktor harga dan kos, peniaga yang menawarkan harga yang lebih murah menjadi pilihan utama mereka. Selain itu antara faktor lain adalah disebabkan pengguna memilih untuk berbelanja secara berhempah berikutan faktor kenaikan harga yang berlaku pada masa kini yang memerlukan para pengguna membuat senarai semak barangan pembelian dan kos lepas sebelum membuat sesuatu pembelian barangan bagi mengelakkan dari pembaziran dan defisit dalam perbelanjaan (Junaidah Hasan et al., 2009).

Jadual 3: Jenis Pemilihan Produk Pembelian Secara atas Talian

Item	Frekuensi (f) Peratus (%)					Min	Sisihan Piawai
	1	2	3	4	5		
Saya membeli produk kesihatan	29 18.8	35 22.7	39 25.3	41 26.6	10 6.5	2.80	1.21
Saya membeli pakaian dan aksesori	2 1.3	6 3.9	25 16.2	73 47.4	48 31.2	4.03	0.87
Saya membeli gajet elektronik	21 13.6	27 17.5	39 25.3	40 26	27 17.5	3.16	1.29
Saya membeli peralatan sukan	36 23.4	31 20.1	45 29.2	28 18.2	14 9.1	2.70	1.27
Saya membeli pakaian harian	12 7.8	20 13	24 15.6	63 40.9	35 22.7	3.58	1.198
Saya membeli barangan bayi (lampin, susu, peralatan mandian, tisu basah dll.)	72 46.8	38 24.7	26 16.9	16 10.4	2 1.3	1.94	1.08
Saya membeli bahan bacaan ilmiah	25 16.2	17 11	41 26.6	54 35.1	17 11	3.14	1.24

(**Note: 1 : Sangat tidak setuju, 2: Tidak setuju, 3: Kurang setuju, 4: Setuju, 5: Sangat setuju)

Jadual 3 menunjukkan jenis-jenis produk yang menjadi pilihan responden semasa melakukan pembelian secara atas talian. Majoriti responden membeli pakaian dan aksesori dimana seramai 31.2% memilih sangat setuju dan 47.2%



memilih setuju diikuti dengan 16.2% kurang setuju dan hanya 1.3% responden yang sangat tidak setuju. Begitu juga dengan pakaian harian di mana ia juga menjadi pilihan pembeli untuk melakukan pembelian secara atas talian. Seramai 22.7% responden sangat bersetuju membeli pakaian harian secara atas talian diikuti dengan 40.9% setuju. Selebihnya memilih kurang bersetuju (15.6%), tidak setuju (13%) dan sangat tidak setuju (7.8%). Hal ini dipengaruhi oleh demografi responden kajian yang paling ramainya terdiri daripada belia perempuan. Hasil dapatan ini bertepatan dengan kajian yang dibuat oleh Javadius Bollah et al. (2021) dan Siti Aishah (2018) bahawa barangan yang paling kerap dibeli oleh belia adalah pakaian. Bagi barangan yang kurang menjadi pilihan responden semasa membeli di atas talian adalah barangan bayi (lampin, susu, peralatan mandian, tisu basah dll), seramai 46.8% iaitu 72 responden mengatakan sangat tidak setuju dan hanya 24.7% responden (38 orang) mengatakan tidak setuju. Keadaan ini berikutan kerana responden kebanyakannya terdiri daripada belia bujang yang masih belum berkahwin. Oleh itu, item ini dilihat bukan menjadi satu keperluan bagi mereka.

Antara faktor yang menjadi penyebab responden membuat pembelian secara atas talian adalah kerana terdapat lebih banyak pilihan yang ditawarkan oleh peniaga atas talian. Faktor ini menjadi pilihan 95.5% responden iaitu seramai 147 orang dan hanya 4.5% responden (7 orang) yang tidak membeli secara atas talian disebabkan faktor tersebut. Faktor kedua tertinggi yang merancakkan lagi jumlah pembelian secara atas talian ialah pengguna dapat membuat perbandingan harga sebelum membeli, seramai 145 responden (94.2%) mengatakan ya dan 9 responden (5.8%) mengatakan tidak. Berkemungkinan perkara ini berlaku disebabkan oleh sikap pembeli yang biasa membeli secara atas talian semasa PKP. Keadaan ini kerana platform atas talian dilihat memberi lebih banyak pilihan kepada pengguna. Pengguna juga boleh memilih barangan yang benar-benar sesuai serta boleh melakukan perbandingan harga selain mempunyai pelbagai platform pembelian. Ia merupakan rentetan dari peningkatan harga barang serta kos sara hidup yang semakin meningkat menyebabkan pengguna lebih berhati-hati dalam membuat pembelian. Dapatan ini bertepatan dengan kenyataan dari Pengarah Serantau Lulu Hypermarket melalui Harian Metro di mana pembeli sangat berhati-hati dalam pembelian mereka dan sangat memilih dalam pembelian disebabkan oleh peningkatan kos sara hidup (Mymetro, 2022).

4. PENUTUP

Secara keseluruhannya, berlaku perubahan terhadap pola pembelian secara atas talian semasa dan selepas PKP dalam kalangan belia di Sarawak. Walaupun terdapat sedikit penurunan dalam pola pembelian secara atas talian pasca PKP hal ini mungkin disebabkan oleh pihak kerajaan tidak lagi melaksanakan sekatan pergerakan rakyat dan sektor ekonomi boleh beroperasi seperti biasa. Selain itu, produk yang masih digemari oleh belia Sarawak untuk dibeli secara atas talian ialah dalam kategori pakaian dan aksesori, dan pakaian harian. Produk tersebut menjadi pilihan kerana harga yang ditawarkan secara atas talian adalah lebih murah berbanding harga yang ditawarkan di kedai fizikal. Sebagai tambahan, faktor pelbagai ganjaran menarik yang ditawarkan seperti baucar diskaun juga turut mempengaruhi responden untuk membeli secara atas talian bagi menjimatkan kos dan mendapatkan harga yang lebih murah. Namun, masih terdapat responden yang lebih suka membeli belah secara tradisional berbanding secara atas talian khususnya untuk barangan dalam kategori produk kesihatan, peralatan sukan dan barangan bayi.

Justeru, kajian ini memberi implikasi positif kepada peniaga atas talian untuk mempelbagaikan barangan atau produk jualan terutamanya pakaian dan aksesori serta pakaian harian. Peniaga juga perlu memfokuskan kepada strategi pemasaran dengan menawarkan pelbagai ganjaran yang menarik seperti diskaun, baucar, rebat tunai, keselamatan pembayaran, penghantaran barang, kualiti barang dan sebagainya. Pengguna juga perlu melengkapkan diri mereka dengan pengetahuan dan memastikan tidak menjadi mangsa kepada penipuan atas talian. Pelbagai faktor perlu dipertimbangkan seperti keselamatan pembayaran, integriti penjual, kualiti produk dan data privasi pelanggan dijaga dengan baik oleh peniaga. Akhir sekali, ekonomi digital akan menjadi nadi kepada pembangunan global pada masa hadapan. Pihak kerajaan memainkan peranan yang sangat penting dalam usaha untuk mewujudkan ekosistem perniagaan atas talian yang selamat dan berkesan bagi masyarakat di Malaysia. Ia juga sebagai salah satu usaha untuk menjadikan ekonomi digital Malaysia lebih kukuh dan inklusif sejajar dengan Matlamat Pembangunan Mapan (Sustainable Development Goals) yang ke-8 iaitu pekerjaan yang baik dan kemajuan Ekonomi.

RUJUKAN:

Abd Rahman, Ishak (2021). Pembelian Makanan Secara Atas Talian Semasa Pandemik Covid-19. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, eISSN: 0128-1755. Vol.6. Issues 42. (December 2021) pp. 32-42.

Adi, Aisyah (2017). Kerja Kursus Pengajian Am: Kajian Pembelian Atas Talian / Pembeli Peniaga. *Academia.edu*.



- Ahmad Suhael Adnan (2017). Kes penipuan dalam talian meningkat, catat 3,921 kes 2016. Jenayah / Mahkamah / Tragedi. Selasa, 7 Februari 2017 | 11:15am Berita harian.
- Arisah, F. M., Zainal Badari, S. A., & Hashim, A. H. (2016). Amalan Pembelian Secara Atas Talian dan Faktor-Faktor Mempengaruhi. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 1(3), 111 - 123. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v1i3.21>
- Astro Awani (2022). Tekanan inflasi, kos sara hidup dijangka meruncing suku kedua tahun ini – Pakar ekonomi. Retrieved May 16, 2022. From: <https://elite.org.my/tekanan-inflasi-kos-sara-hidup-dijangka-meruncing-suku-kedua-tahun-ini-pakar-ekonomi/>
- Astro Awani (2022), 9 daripada 10 rakyat Malaysia gemar beli belah dalam talian, 60 peratus sokong penjual tempatan, Diakses pada 28 Ogos 2022. Diakses daripada: <https://www.astroawani.com/berita-bisnes/9-daripada-10-rakyat-malaysia-gemar-beli-belah-dalam-talian-60-peratus-sokong-penjual-tempatan-377854>.
- Bernama (2022). Strategi pengguna kini sudah berubah. Diakses pada 15 Ogos 2022. Diakses daripada: <https://api.hmetro.com.my/mutakhir/2022/05/838667/>
- Berita Harian (2017) Kes penipuan dalam talian meningkat, catat 3,921 kes 2016. Jenayah / Mahkamah / Tragedi. Diakses pada 27 Ogos 2022. Bharian.com.my
- Berita Harian. (2020). COVID-19 lonjak penggunaan e-dagang. Diakses pada 15 Ogos 2022. Diakses daripada: .
- Berita Harian (2022). Pengguna perlu ada kesedaran keselamatan siber. Diakses pada: 28 Ogos 2022. Diakses daripada Berita RTM (2022). Trend pembelian dalam talian kekal konsisten tahun ini. Diakses pada 28 Ogos 2022. Diakses daripada: <https://berita.rtm.gov.my/index.php/laporan-khas/38198-trend-pembelian-dalam-talian-kekal-konsisten-tahun-ini>
- Cecilia Desy Widya permata Sari (2015). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. Tesis Sarjana Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Dian Nuswantoro Semarang. Indonesia.
- Engku Shariful (2022). *Resah Tepung Gandum Naik Harga*. Diakses pada 25 Ogos 2022. <https://www.sinarharian.com.my/article/202644/edisi/resah-tepung-gandum-naik-harga>.
- Farhan, M. A., Shamsul Azahari, Z. B., & Ahmad Hariza, H. (2016). *Amalan Pembelian Secara Atas Talian dan Faktor-Faktor Mempengaruhi*. Amalan Pembelian Secara Atas Talian Dan Faktor-Faktor Mempengaruhi, 1(3), 111–123.
- Harian Metro (2021). Perniagaan dalam talian tumbuh pesat. Diakses pada 25 Ogos 2022. <https://www.hmetro.com.my/bisnes/2021/01/664332/perniagaan-dalam-talian-tumbuh-pesat>.
- Jabil M., Kassim M., Gaim L., Harifah M.N., Badariah A.R. & Nabila F.D (2020). Ciri Tingkah Laku Pembelian Pengunjung Untuk Sektor Perkhidmatan Di Kota Kinabalu, Sabah, *International Journal Of Modern Trends In Social Science*, Volume 3 Issue 14
- Junaidah Hasan, Md. Zyadi Md. Tahir, Azmafazilah Jauhari (2009). Defisit Berkembar Dan Implikasinya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara: Kajian Empirik Lima Buah Negara Asean Terpilih Prosiding Perkem Iv, Jilid 1 (2009) 43-56 ISSN: 2231-962X Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia (PERKEM IV) Memacu Pembangunan Ekonomi Dalam Ketidaktentuan Persekitaran Global Kuantan, Pahang, 2-4 Jun 2009
- Javadius B, Alester G.J & Petrus B. (2021). Pilihan Barangan dan Gelagat pembelian pengguna atas talian, *DIGES PMU* 8, MS224-228.
- Jainabee, K., & Kamil, A. (2009). Kualiti Kepimpinan Pengetua Sekolah-sekolah Menengah Zon Selatan, Malaysia. Seminar Nasional Pengurusan dan Kepimpinan Pendidikan Ke-16 pada 21 Julai 2009 di Auditorium Dato' Razali Ismail, Institut Aminuddin Baki, Genting Highlands.
- Jabatan Perangkaan Malaysia (2021). Berita Dan Isu Semasa Impak Covid-19 Kepada Ekonomi. Rujukan:22-24 Jun 2021.
- Kamus Dewan Edisi Keempat (2005). Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur, Cet. 4., tahun 2010.
- Kamus Pelajar Edisi Kedua (2016). Edisi kedua. Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur.
- Kosmo (2021). Onbaza Bantu Peniaga Kecil. Diakses pada 16 Ogos 2022. Diakses daripada: <https://www.kosmo.com.my/2021/06/22/onbaza-bantu-peniaga-kecil-warung/>.
- Lawrence (2022). Telur Ayam: Rm13.50 naik kepada RM18.90. Diakses pada 12 Jun 2022. Diakses daripada: <https://suarasarawak.my/2022/06/telur-ayam-rm13-50-naik-kepada-rm18-90/>.
- Liang & Lai, (2000) *Journal of Management & Muamalah*, Vol. 11, No. 1, 2021 eISSN 2180-168113
- Majlis Keselamatan Negara (2022), Pembelian Secara Online: Risiko Dan Tindakan Penyelesaian. <https://www.mkn.gov.my/web/ms/2022/03/17/pembelian-secara-online-risiko-dan-tindakan-penyelesaian/>
- Muhammad Amnan Hibrabim (2022). Harga Minyak Masak Botol Melambung. Diakses pada 25 Ogos 2022. Diakses daripada: <https://www.sinarharian.com.my/article/209587/berita/nasional/harga-minyak-masak-botol-melambung>.



- Noraznida, H., & Siti Nurashidah, R. (2021). Pembelian Dalam Talian Menjadi Norma Baharu: Satu Tinjauan. *Proceeding of the 8th International Conference on Management and Muamalah* 2021, (July), 167–177. Nurul Izzati Mansor (2022), Tingkah laku pembelian pengguna menurun susulan inflasi. Diakses pada 28 Ogos 2022. Diakses daripada: .
- Omar, Faradillah Iqmar, Khairunnisa hanifah & Nor Azlili Hassan (2021) Amalan Pembelian Dalam Talian semasa Perintah Kawalan Pergerakan dalam Kalangan Belia di Daerah Hulu Langat. *'Ulum Islamiyyah. The Malaysian Journal of Islamic Sciences*. Vol.33 s5(2021) ISSN:1675-5936.
- R. Chandrashekar. (2022). Faktor – faktor Kepercayaan Pengguna dalam Pembelian atas Talian. *Research in Management of Technology and Business* Vol. 3 No. 1 (2022) 177–190. Universiti Tun Hussein Onn Malaysia Publisher's Office.
- Subri, Norizham et al. (2020). Pendekatan Khyiar Dalam Pembelian Atas Talian (Online Shopping): Analisa Kritikal. *Proceedings of the 7th International Prophetic Conference (SWAN) 2020.FPQS,Universiti Sains Islam Malaysia*, 29-30 October 2020. Paper No. BM004 166 – 182.
- Sabri, Safura et al. (2021). Hubungan Kepuasan Pelanggan Urban Terhadap Pembelian Secara Atas Talian Berdasarkan Strategi Pemasaran 4p. *Proceeding of the 8th International Conference on Management and Muamalah 2021 (ICoMM 2021)*. e-ISSN: 2756-8938.
- Suruhanjaya Komunikasi Dan Multimedia Malaysia. (2019). Video Dalam Talian Dan Suara Catatkan Pertumbuhan Terbesar Dalam Aktiviti Internet Pada 2018. Diakses daripada:Among.
- Utusan Malaysia (2021). Durian dijual harga kayangan. Diakses pada 22 Jun 2021. Diakses daripada: .
- Zainuddin, M. Z. (2021). Separuh Rakyat Malaysia Beli Barang dalam Talian. Diakses pada:29 Ogos 2022. Diakses daripada: lain/2021/10/877743/separuh-rakyat-malaysia-beli-barang-dalam-talian