

## KECENDERUNGAN PENSYARAH POLITEKNIK KOTA BHARU (PKB) MEMBUAT PEMBELIAN ATAS TALIAN SEMASA PANDEMIK COVID 19

Madiha binti Hasbullah  
Norhidayah bt Mohd Salleh

### ABSTRAK

*Pandemik Covid 19 mula melanda Malaysia pada awal tahun 2020 dan ini memberi kecenderungan baru kepada masyarakat Malaysia dalam membuat keputusan berkaitan pembelian atas talian. Ketakutan kepada Virus Covid 19 dan Perintah Kawalan Pergerakan menyebabkan berlakunya "panic buying" dan seterusnya meningkatkan pembelian atas talian di dalam kalangan masyarakat. Pembelian atas talian semakin mendapat tempat di hati masyarakat di Malaysia terutama semasa pandemik kerana semua orang sangat prihatin dengan keselamatan diri daripada wabak Covid 19. Selain itu, tahap kepercayaan masyarakat juga mempengaruhi kecenderungan masyarakat untuk membeli di atas talian. Oleh itu, kajian ini dijalankan bagi mengenalpasti faktor yang membawa kepada kecenderungan aktiviti pembelian secara atas talian khususnya dikalangan pensyarah Politeknik Kota Bharu semasa pandemik covid 19. Kajian kualitatif menggunakan soal selidik yang diedarkan kepada 73 orang responden yang terdiri daripada pensyarah di Politeknik Kota Bharu (PKB). Kajian ini dijalankan untuk melihat kecenderungan pensyarah PKB membuat pembelian atas talian sebagai norma baru semasa Pandemik Covid 19. Pengkaji mendapati skor min bagi faktor keselamatan diri adalah 4.04 iaitu pada tahap tinggi manakala skor min bagi faktor kepercayaan adalah 3.76 juga pada tahap tinggi. Kajian juga menunjukkan tiada perbezaan kekerapan pembelian atas talian sebelum dan semasa pandemik mengikut jantina. Namun data mendapati terdapatnya peningkatan kekerapan pembelian di atas talian semasa pandemik berbanding sebelumnya.*

Kata kunci : pembelian atas talian, faktor keselamatan diri, faktor kepercayaan

### PENGENALAN

Seluruh dunia dikejutkan dengan penularan wabak Covid-19 yang dahsyat dan merebak dengan begitu cepat. Menurut statistik terkini daripada World Health Organization (WHO), sehingga 24 Mei 2020 dianggarkan seramai 166,860,081 orang telah disahkan menghidap Covid-19 dan telah menyebabkan kematian 3,459,996 orang di seluruh dunia. Hal ini sekaligus meledakkan krisis dan kemelesetan ekonomi di seluruh negara dunia (Cheng, 2020; UNDP, 2020). Di Malaysia, sektor perniagaan kecil adalah salah satu sektor yang paling terkesan secara langsung disebabkan oleh perintah kawalan pergerakan (Azman, 2020). Pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang bermula pada Mac 2020 telah menyaksikan peralihan trend pengguna yang memanfaatkan sepenuhnya platform e-dagang untuk membendung penularan wabak Covid-19. Di samping itu perkembangan komunikasi, teknologi maklumat mencipta perubahan masyarakat untuk membuat pembelian atas talian semasa Pandemik Covid 19 (Baharun & Balwi, 2021). Penyebaran wabak COVID-19 dan PKP telah memberi kesan yang mendalam terhadap tabiat pengguna dan ekonomi Malaysia. Peningkatan dalam penggunaan digital seperti pembelajaran dalam talian, beli-belah dalam talian dan pembayaran dalam talian tiba-tiba menjadi norma baharu bagi negara.

### PERNYATAAN MASALAH

Sejak kebelakangan ini, pembelian atas talian telah menjadi norma baharu dalam kalangan masyarakat dengan pembelian atas talian meningkat sepanjang Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) tetapi ada segelintir masyarakat kurang percaya untuk membuat pembelian atas talian. Isu kepercayaan menjadi masalah yang rumit berbanding transaksi yang dilakukan secara fizikal kerana ia melibatkan risiko terhadap kewangan, prestasi produk, sosial, psikologi, fizikal apabila pengguna membuat transaksi secara atas talian. Berdasarkan persepsi risiko dianggap menjadi penghalang utama dalam proses pengguna bagi memilih untuk melakukan transaksi pembelian melalui internet atau sebaliknya, (Chellappa & Pavlou, 2002). Hal in demikian kerana para pengguna internet perlu berhadapan dengan risiko yang lebih tinggi berbanding dengan transaksi secara bersemuka (Riegelsberger et. al, 2003).

Kajian ini dijalankan adalah untuk mengenalpasti faktor-faktor yang menyebabkan kecenderungan pembelian secara atas talian yang kini menjadi norma baharu dalam kalangan pensyarah PKB sejak pandemik covid 19 dan sepanjang Perintah Kawalan Pergerakan (PKP). Arisah et. al. (2016) turut menyatakan pengguna wanita lebih suka membeli secara atas talian berbanding lelaki disebabkan oleh faktor seperti masa pembelian yang fleksibel. Manakala dari segi faktor generasi, golongan terkini seperti millennial lebih banyak menggunakan platform ini. Contohnya golongan berkerjaya, mereka kerap melakukan pembelian atas talian setiap bulan berbanding yang tidak bekerja. Walaupun menyedari kelebihan internet dalam melakukan aktiviti membeli barangan keperluan harian, namun masih terdapat rakyat Malaysia yang lebih memilih untuk membeli barangan di premis perniagaan. Hal ini kerana golongan pengguna seperti ini lebih mementingkan faktor kepercayaan seperti perlu menyentuh atau melihat sesuatu barangan sebelum melakukan pembelian supaya lebih percaya dan kerana mementingkan kualiti barang tersebut hingga mereka keberatan dalam menggunakan kemudahan pembelian atas talian. Terdapat banyak faktor pembeli yang menyebabkan golongan pengguna memilih menggunakan platform pembelian atas talian walau sejak sebelum musim Covid-19 melanda. Menurut kajian Ramdan et. al. (2020) pengguna mula menjadi paranoid terhadap virus Covid-19 ini. Majoriti pengguna bersetuju bahawa punca aktiviti sosial mereka berubah adalah kerana mereka berasa tidak selamat untuk melakukan aktiviti sosial yang telah menjadi kebiasaan dalam kehidupan mereka.

## OBJEKTIF KAJIAN

Objektif kajian ini adalah:

1. Mengenalpasti kekerapan pembelian atas talian sebelum dan semasa pandemik
2. Mengenalpasti faktor keselamatan diri menyebabkan kecenderungan pensyarah PKB membuat pembelian atas talian semasa pandemik.
3. Mengenalpasti faktor kepercayaan menyebabkan kecenderungan pensyarah PKB membuat pembelian atas talian semasa pandemik.
4. Mengenalpasti perbezaan kekerapan pembelian atas talian sebelum dan semasa pandemik mengikut jantina

## LITERATUR KAJIAN

Negara sedang berhadapan dengan masalah pandemik Covid-19 yang berlaku secara global. Situasi membimbangkan ini telah mengganggu kestabilan ekonomi dunia termasuk Malaysia khususnya dalam sektor perdagangan, pelaburan dan perhotelan. Selari dengan kemudahan teknologi pada masa kini sedikit sebanyak telah mengubah tingkah laku pengguna terhadap platform e-dagang atau pembelian atas talian. Transformasi teknologi bukan lagi satu kemewahan tetapi keperluan terutamanya bagi perniagaan yang menghadapi cabaran dalam tempoh yang tidak pernah berlaku sebelum ini berikutan pandemik Covid-19. Kecanggihan teknologi pada masa kini telah mempengaruhi corak perbelanjaan pengguna secara atas talian.. Secara tidak langsung, teknologi dapat membantu mengembangkan perniagaan dan mendigitalkan perniagaan sesuai dengan perubahan landskap ekonomi pada masa kini. Secara spesifiknya, penggunaan platform digital yang berkesan akan memberikan respon yang positif kepada usahawan untuk terus berdaya saing dalam meningkatkan pemasaran produk secara atas talian (Ramdan et. al., 2020). Menurut (Aiman, 2019) dalam blognya, di Malaysia, laman web paling popular adalah google.com, youtube.com, Google.com.my, Yahoo.com, Maybank2u.com.my, Shopee.com.my, Okezone.com, Facebook.com, Wikipedia.com, Blogspot.com. Menteri Pembangunan Luar Bandar pula melaporkan peningkatan hasil jualan tertinggi dicatatkan pada bulan Mei 2020 iaitu hampir 10 kali ganda berbanding bulan sebelumnya. Peningkatan peratusan hasil jualan ini adalah kesan daripada pembudayaan norma baharu oleh pengguna atau pembeli akibat penularan pandemik Covid-19 (Dolah Aling, 2020).

Kajian daripada (Mohd Fudzi et. al., 2021) mendapati majoriti individu kurang membeli barangan secara fizikal kerana bimbang dengan penularan wabak Covid-19. Mereka lebih selesa untuk menggunakan platform pembelian secara atas talian di mana ia juga dapat menjimatkan masa mereka dan seterusnya mencegah daripada penyakit merbahaya itu. Di samping itu, pengguna sudah mula tidak mengunjungi kawasan sesak seperti taman riadah yang biasanya sesak dengan orang ramai yang ingin meluangkan masa lapang bersama keluarga. Sekarang mereka hanya membuat aktiviti di rumah dan luangkan masa bersama keluarga. Masyarakat juga sudah mula mengurangkan ke pusat kecergasan seperti gim, futsal atau badminton. Aktiviti sukan berkumpulan didapati mengalami perubahan besar semasa pandemik. Aktiviti sukan berkumpulan di banyak tempat tidak digalakkan oleh kerajaan. Selain itu, pusat kecergasan juga perlu mematuhi SOP yang ditetapkan oleh kerajaan dan perlu mengehadkan bilangan pengguna pada satu-satu masa dan juga kurangkan bilangan pelawat. Ini menyebabkan semakin sedikit pengguna yang datang ke pusat kecergasan mereka hanya terlibat dalam aktiviti sukan di taman perumahan atau taman rekreasi tanpa sebarang hubungan dengan orang lain. Seterusnya, masyarakat tidak boleh lagi menjalankan aktiviti percutian bersama keluarga atau rakan-rakan sama ada di dalam atau di luar Negara.

Menurut Ramdan et. al (2020), majoriti pengguna bersetuju bahawa punca aktiviti sosial mereka berubah adalah kerana mereka berasa tidak selamat untuk melakukan aktiviti sosial yang telah menjadi kebiasaan dalam kehidupan mereka. Amsari & Sari (2022) berpendapat analisis gelagat pengguna dalam membuat keputusan untuk pembelian atas talian terutama dalam e-dagang shopee semasa pandemik, pengkaji mendapati terdapat dua faktor yang menentukan keputusan pembelian iaitu faktor luaran dan faktor dalaman. Faktor luaran antaranya adalah larangan berada di tempat awam, arahan daripada kerajaan untuk berada di rumah, mengamalkan penjarakan sosial dan sekatan sosial berskala besar. Faktor dalam pula antaranya adalah faktor kepercayaan, jualan pada 12.12, penghantaran percuma, diskaun dan bayaran tunai semasa penghantaran (COD). Namun Novita et. al (2020) pula mendapati bahawa penjarakan sosial dan kuarantin sendiri semasa pandemik Covid 19 tidak mempengaruhi niat dan tingkahlaku pengguna untuk pembelian atas talian.

Selain itu, pengguna juga mengamalkan sikap berhati-hati dalam melakukan aktiviti mereka dengan tidak keluar rumah tanpa ada sebarang hal yang penting. Sikap berhati-hati ini telah mengubah sedikit sebanyak aktiviti sosial mereka di mana mereka mula untuk cuba melakukan pembelian secara atas talian dan hanya jika perlu sahaja mereka akan ke kedai atau pusat membeli-belah. Tambahan pula, faktor yang mempengaruhi perubahan aktiviti sosial pengguna adalah rakyat telah mula patuh dan mengikut prosedur operasi standard (SOP) yang telah ditetapkan oleh kerajaan yang mana setiap premis tidak boleh mempunyai pelanggan yang ramai pada satu-satu masa. Kajian daripada Bhati et. al. (2021) menyatakan faktor utama yang meningkatkan tingkah laku pembelian pelanggan untuk membeli barangan secara atas talian secara ketara adalah faktor kepercayaan dan (Zahari et. al., 2021) dalam kajiannya mendapati sektor penghantaran makanan mula mendapat perhatian seawal pandemik Covid 19 mula menular di Malaysia. Hal ini dikatakan demikian kerana, masyarakat mula menggunakan saluran penghantaran makanan ke rumah bagi menjamin keselamatan ahli keluarga daripada terdedah kepada tempat awam yang memudahkan virus tersebar. Ini menunjukkan bahawa faktor keselamatan diri menjadi antara punca kecenderungan masyarakat melakukan pembelian atas talian. Ini mengambilkira keadaan semasa yang membimbangkan dengan penambahan kes Covid-19, pengguna sudah tentu lebih selesa untuk membeli barangan secara atas talian berbanding pembelian barangan secara fizikal. Pembayaran digital juga telah menjadi norma baharu dalam kalangan masyarakat berikutan berlakunya penularan wabak Covid-19 yang kian membimbangkan. Dengan cara ini, individu tidak perlu pergi ke bank untuk mengeluarkan wang dari kaunter atau Mesin Pengeluaran Automatik (ATM). Model pembayaran seperti pembayaran digital atau pembayaran tanpa sentuhan yang dikenali sebagai e-wallet telah digunakan secara meluas pada masa kini (Hussin & Mohammad, 2021). Menurut kajian daripada Mohd Fudzi et. al. (2021) mendapati majoriti

individu kurang membeli barangan secara fizikal kerana bimbang dengan penularan wabak pandemik Covid-19. Mereka lebih selesa untuk menggunakan platform pembelian secara atas talian di mana ia juga dapat menjimatkan masa mereka dan seterusnya mencegah daripada penyakit merbahaya itu.

Kecenderungan mendapatkan maklumat dengan melayari internet juga telah mendorong seseorang individu melakukan pembelian atas talian. Untuk membuat keputusan sebelum pembelian dibuat, kebiasaannya seseorang akan menilai kepada testimoni dan maklum balas pelanggan terhadap sesuatu produk yang ingin dibeli. Justeru itu, pengguna harus bijak membuat pertimbangan dengan mendapatkan pandangan dari keluarga atau rakan-rakan sebelum membuat keputusan membeli sesuatu barangan. Hal ini dapat mengelakkan diri daripada menjadi mangsa penipuan pihak yang tidak bertanggungjawab contohnya penjual yang tidak mengepos barang jualan seperti yang telah diiklankan kepada pembeli. Di samping itu, bagi mengelakkan sebarang risiko lain yang tidak diingini berlaku seperti jenayah siber, akaun sosial media digodam dan data peribadi dicuri. CyberSecurity Malaysia merekodkan hampir 5,000 kes jenayah siber di negara ini sejak Januari 2020 (Hasnan, 2020).

Selaras dengan perkembangan pembelian atas talian yang berlaku masa kini secara langsung turut merevolusikan e-dagang dan industri perbankan hingga berkembang pesat. Telah banyak kaedah pembayaran yang boleh digunakan bagi melakukan pembelian atas talian. Terdapat beberapa kaedah pembayaran yang paling utama digunakan oleh rakyat Malaysia pada tahun 2020 iaitu iPay88, Razerpay, senangPay, Billplz, Paypall, PayHalal dan Stripe (Movahost, 2020). Namun, pengguna harus bijak dalam memilih kaedah pembayaran atas talian dengan membandingkan dari segi perbezaan caj bulanan atau tahunan yang dikenakan, caj yang dikenakan pada setiap transaksi pembelian yang dibuat dan sama ada kaedah pembayaran tersebut menyokong atau tidak penggunaan e-wallet yang boleh digunakan oleh pelanggan. Disamping itu, golongan penjual perlu memastikan ketersediaan kaedah pembayaran yang pelbagai supaya pembeli mempunyai pilihan kaedah bayaran yang sesuai. Hal ini selain memudahkan para pengguna perkhidmatan pembelian atas talian, ia akan turut menjadikan penjual lebih berdaya saing dalam menyertai platform jual beli atas talian.

## METODOLOGI

Populasi kajian ini terdiri daripada pensyarah-pensyarah daripada 4 jabatan utama di Politeknik Kota Bharu iaitu JP, JKM, JKE, JKA. Pengkaji menggunakan 73 responden sebagai sampel. Menurut Roscoe (1975) menyatakan bahawa adalah sudah memadai saiz sampel dalam jumlah 30 hingga 500.

## INSTRUMEN KAJIAN

Instrumen kajian yang digunakan adalah berbentuk soal selidik sebagai satu kaedah untuk mendapatkan data kajian. Soal selidik ialah satu instrumen kajian yang mengandungi satu siri soalan di mana individu menjawab berdasarkan pendapat mereka.

Menurut Konting (2004), soal selidik lebih praktikal dan berkesan digunakan kerana penggunaannya dapat meningkatkan ketepatan yang diberikan oleh sampel. Ini adalah disebabkan ia tidak dipengaruhi oleh gerak laku penyelidik dan mereka bebas menyatakan pendapat sendiri untuk menjawab setiap item yang diberikan. Melalui kaedah soal selidik ini juga, maklumbalas terhadap aspek yang dikaji dapat diperolehi secara terus, cepat, menjimatkan masa dan perbelanjaan. Kelebihan menggunakan soal selidik adalah membolehkan penyelidik mengumpul maklumat dalam jumlah yang besar dan boleh dibuat dalam masa yang singkat. Segala maklumat yang diterima boleh ditafsirkan secara kuantitatif.

Dalam soal selidik kajian, terdapat beberapa bahagian seperti berikut :

Bahagian A mengandungi soal selidik yang terdiri daripada item-item demografi responden seperti jantina, jabatan, kekerapan membeli belah dalam sebulan sebelum pandemik dan semasa pandemik, barangan yang dibeli atas talian sebelum dan selepas pandemik. Responden dikehendaki menandakan tanda  $\surd$  pada ruang yang disediakan.

Bahagian B pula terdiri daripada bahagian yang mengandungi soalan berkaitan dengan faktor kecenderungan pensyarah untuk membuat pembelian atas talian iaitu faktor keselamatan diri dan faktor kepercayaan.

Untuk mengukur kesahan dan kebolehpercayaan instrumen, pengkaji menggunakan ujian Alpha Cronbach melalui perisian *Statistical Packages for Social Science (SPSS 18.0 for Windows)*. Menurut Sekaran & Bougie (2016), nilai pekali Alpha yang melebihi 0.5 dianggap mencukupi untuk menerima kebolehpercayaan item tersebut. Hasil daripada kajian, didapati nilai kebolehpercayaan adalah 0.898. Ini menunjukkan bahawa instrumen yang dibina adalah boleh dipercayai dan boleh digunakan untuk kajian ini.

## KAEDAH ANALISIS DATA

Data diperolehi dianalisis menggunakan kaedah kuantitatif melalui perisian berkomputer iaitu *Statistical Package for the Social Science (SPSS) 18.0*. Teknik yang digunakan untuk menghuraikan statistik deskriptif adalah nilai kekerapan, peratusan, skor min, ujian t. Nilai min menerangkan kecenderungan setiap pembolehubah bersandar dan pembolehubah tidak bersandar, Ghafar (2003). Jadual 1 di bawah menunjukkan analisa pengelasan bagi skor min dan tahap penilaian.

**Jadual 1 : Interpretasi Tahap**

Skor min	Interpretasi
1.00 – 2.33	Rendah
2.34 – 3.67	Sederhana
3.68 – 5.00	Tinggi

Responden diminta untuk memilih jawapan berdasarkan Skala Likert seperti yang ditunjukkan dalam jadual di bawah. Pengukuran pembolehubah menggunakan skala likert 5 yang dirujuk sebagai skala bagi menerangkan kecenderungan setiap pembolehubah bersandar dan pembolehubah tidak bersandar. Data yang diperolehi akan digunakan untuk menjawab objektif kajian yang telah ditetapkan.

**Jadual 2 : Skala Likert**

Skala Likert	Tahap
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Tidak Pasti (TP)
4	Setuju (S)
5	Sangat setuju (SS)

## DAPATAN KAJIAN

Bahagian ini akan membincangkan secara terperinci dan menyeluruh tentang data-data yang diperolehi daripada persoalan-persoalan kajian berhubung dengan data demografi dan faktor-faktor pembelian atas talian.

## KEPUTUSAN DESKRIPTIF

### DATA DEMOGRAFI

Jadual di bawah menunjukkan hasil daripada analisa data yang telah dilakukan oleh penyelidik.

**Jadual 3 : Data Demografi**

Item	Peratusan	Kekerapan
<b>Jantina</b>		
Lelaki	17.8%	13
Perempuan	82.2%	60
<b>Jabatan</b>		
Jabatan Kejuruteraan Awam	8.2%	6
Jabatan Kejuruteraan Mekanikal	13.7%	10
Jabatan Kejuruteraan Elektrik	2.7%	2
Jabatan Perdagangan	75.3%	55
<b>Kekerapan pembelian atas talian sebelum pandemik dalam sebulan</b>		
0 – 1 kali	21.9%	16
2 – 3 kali	38.4%	28
4 – 5 kali	20.5%	15
Lebih daripada 6 kali	19.2%	14
<b>Kekerapan pembelian atas talian semasa pandemik dalam sebulan</b>		
0 – 1 kali	4.1%	3
2 – 3 kali	32.9%	24
4 – 5 kali	23.3%	17
Lebih daripada 6 kali	39.7%	29

Daripada jadual di atas, didapati responden perempuan lebih ramai menjawab soal selidik berbanding lelaki. Seramai 60 orang iaitu 82.2% responden perempuan, manakala hanya 13 orang atau 17.8% sahaja responden daripada kalangan lelaki yang

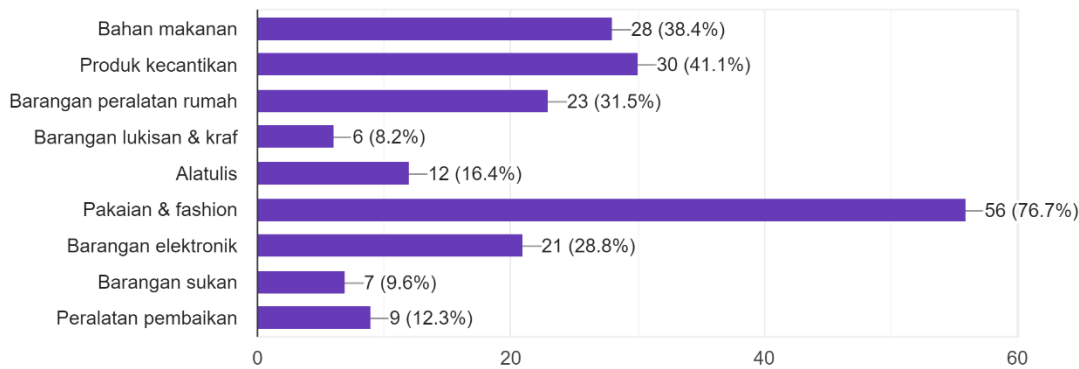
menjawab soal selidik ini. Data demografik juga menunjukkan responden yang menjawab soal selidik, paling ramai adalah daripada pensyarah Jabatan Perdagangan iaitu seramai 55 orang atau 75.3%. Manakala responden yang paling sedikit adalah daripada Jabatan Kejuruteraan Elektrik iaitu hanya 2 orang atau 2.7% sahaja.

Daripada data demografi di atas juga didapati keputusan kajian tentang peningkatan kekerapan pembelian di atas talian sebelum dan semasa pandemik. Didapati, kekerapan pembelian di atas talian dengan kekerapan lebih daripada 6 kali dalam sebulan meningkat daripada 19.2% kepada 39.7% sebelum dan semasa pandemik. Manakala kekerapan pembelian atas talian dengan kekerapan 0 hingga 1 kali sebulan pula telah menurun sebelum dan semasa pandemik daripada 21.9% kepada 4.1% sahaja. Daripada data ini, didapati bahawa berlakunya peningkatan corak pembelian atas talian daripada 0 hingga 1 kali sebulan sebelum pandemik kepada lebih daripada 6 kali dalam sebulan semasa pandemik. Dapatan ini disokong oleh laporan daripada Pengarah Urusan Serantau Shopee, Ian Ho yang dilaporkan dalam Berita Harian online pada 17 Mei 2020, beliau menyatakan bahawa sebelum pandemik covid 19, hampir tiada peniaga yang menjual dan membeli hasil segar seperti ikan, ayam, daging dan durian daripada platform e-dagang, namun pada April 2020, kira-kira 1000 penjual hasil segar dan beku, termasuk petani dan nelayan mula menjual di Shopee. Menurut Rafidah (2020) bermula Mac 2020 ketika pku dikuatkuasakan di seluruh negeri dalam Malaysia, aktiviti jual beli dalam talian telah meningkat sebanyak 28.9 peratus pada bulan berikutnya.

### Barangan yang sering dibeli secara atas talian

Barangan yang sering dibeli secara atas talian sebelum pandemik. (boleh ditanda lebih daripada 1)

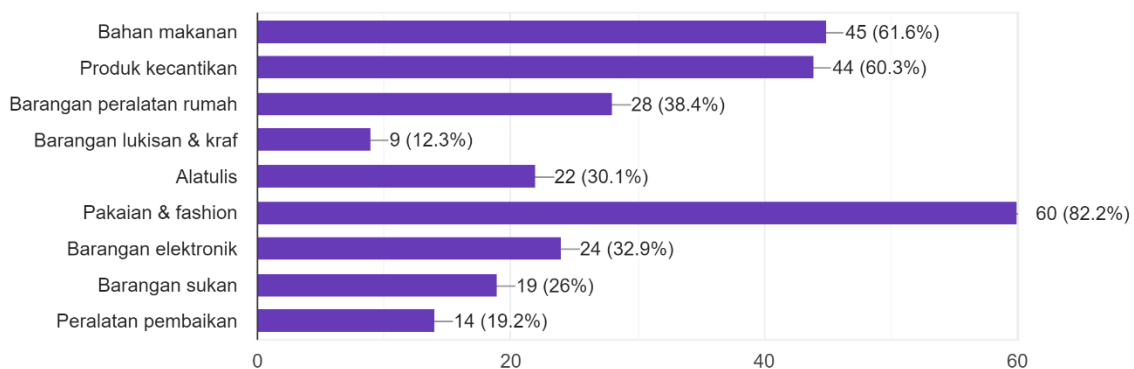
73 responses



Carta 1

Barangan yang sering dibeli secara atas talian semasa pandemik. (boleh ditanda lebih daripada 1)

73 responses



Carta 2

Carta di atas jelas menunjukkan peningkatan pembelian atas talian kepada semua jenis barangan, namun 3 jenis barangan iaitu pakaian dan fesyen, bahan makanan dan produk kecantikan paling banyak mengalami peningkatan belian semasa pandemik. Didapati pembelian pakaian dan fesyen meningkat daripada 76.7% kepada 82.2%, manakala pembelian produk makanan meningkat daripada 38.4% kepada 61.6% dan pembelian produk kecantikan pula meningkat daripada 41.1% kepada 60.3%. Daripada carta ini jelas dapat dilihat trend pembelian atas talian meningkat dengan banyak semasa pandemik berbanding sebelum pandemik.

**Faktor keselamatan diri menyebabkan kecenderungan pensyarah PKB membuat pembelian atas talian semasa pandemik**

**Jadual 4 – Skor min untuk Faktor Keselamatan Diri**

Soalan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Setuju	Sangat setuju	Skor min
Saya merasa yakin dapat menghindari diri daripada jangkitan covid19 apabila melakukan pembelian atas talian	1	13	39	20	3.88
Saya berasa selamat daripada ancaman covid 19 apabila melakukan pembelian atas talian berbanding keluar membeli belah di outlet	2	2	47	22	4.16
Saya yakin melakukan pembelian atas talian dengan penghantaran terus barangan ke rumah dapat menghindari diri daripada jangkitan covid19	3	13	40	17	3.75
Saya dapat mengelakkan diri daripada covid 19 kerana tidak perlu berurusan secara berhadapan dengan peniaga apabila membuat pembelian atas talian.	2	4	35	32	4.25
Saya yakin dengan membuat pembelian secara atas talian menjadi norma baharu dan dapat memutuskan rantai covid 19	2	4	38	29	4.21
Saya rasa lebih selamat membeli belah di atas talian semasa pandemik kerana tidak perlu bersesak – sesak dengan ramai orang	1	1	34	37	4.44
Saya yakin membeli secara atas talian dapat mengurangkan penularan covid 19	1	8	41	23	4.05
Saya rasa selamat untuk membeli belah di talian kerana saya yakin produk belian saya tidak disentuh oleh orang lain	2	18	39	14	3.62
Saya yakin dapat menyelamatkan keluarga daripada ancaman covid 19 apabila saya membuat pembelian atas talian	2	8	45	18	3.95
Pembelian atas talian mampu mengurangkan keresahan saya terhadap bahaya ancaman covid 19 terhadap diri saya	1	5	46	21	4.11
<b>Jumlah Skor Min</b>					<b>4.04</b>

Jadual di atas adalah soalan berkaitan faktor keselamatan yang menyebabkan kecenderungan pensyarah membuat pembelian atas talian semasa Pandemik Covid 19. Didapati skor min tertinggi adalah dengan nilai 4.44 (tinggi ) iaitu untuk item saya rasa lebih selamat membeli belah atas talian semasa pandemic kerana tidak perlu bersesak-sesak dengan ramai orang. Skor min terendah pula adalah sebanyak 3.62 (sederhana) untuk item saya rasa selamat untuk membeli belah di talian kerana saya yakin produk belian saya tidak disentuh oleh orang lain. Jumlah keseluruhan skor min untuk faktor keselamatan diri adalah 4.04 pada tahap tinggi. Dapatan kajian ini disokong oleh kajian yang dilakukan oleh Norashikin et. al. (2021) dalam kajiannya bertajuk Kesan Norma Baharu Terhadap Pengguna dari Aspek Aktiviti Sosial. Hasil kajiannya mendapati, semasa pandemik, majoriti responden kajiannya menjawab sangat setuju dengan soalan tidak berkunjung ke kawasan sesak dengan orang ramai kerana bimbang dengan risiko jangkitan Covid 19 yang tinggi. Kajiannya juga mendapati majoriti responden memilih sangat setuju dengan soalan membungkus makanan atau menggunakan khidmat penghantar makanan bagi mengurangkan interaksi dengan orang ramai atau berada di kawasan sesak semasa pandemic.

**Faktor kepercayaan menyebabkan kecenderungan pensyarah PKB membuat pembelian atas talian semasa pandemik**

**Jadual 5 – Skor min untuk Faktor Kepercayaan**

SOALAN	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Setuju	Sangat setuju	Skor min
--------	---------------------	--------------	--------	---------------	----------



Saya yakin untuk membeli di atas talian setelah melihat respon positif yang diberikan oleh pelanggan yg lain	0	8	34	31	4.21
Saya mendapati pihak penjual di Internet seringkali mengenal pasti tahap kepuasan pelanggannya dengan menyediakan ruang untuk pengguna memberikan pendapat/pandangan	2	11	41	19	3.88
Saya tidak pernah mengalami masalah seperti penipuan semasa membeli atas talian	9	21	30	13	3.23
Saya sentiasa menerima bukti pengesahan pesanan yang direkodkan menerusi email atau SMS selepas membuat pembayaran kepada penjual	2	10	41	20	3.92
Saya suka membeli secara atas talian kerana kualiti barangan yang dibeli serupa dengan yang dinyatakan	3	19	33	18	3.60
Barangan yang saya beli secara atas talian diterima pada masa yang tepat	2	24	31	16	3.48
Saya hanya membeli atas talian daripada platform atas talian yang saya percaya sahaja	1	7	35	30	4.18
Saya tidak mempunyai masalah untuk memberikan maklumat peribadi ketika membeli secara dalam talian	9	20	35	9	3.21
Saya merasa lebih yakin untuk membeli secara atas talian setelah melihat ramai yang mengikuti kedai tersebut	1	6	40	26	4.15
Saya suka membeli atas talian kerana barang diterima dalam keadaan yang baik	3	12	42	16	3.77
<b>Jumlah Skor Min</b>					<b>3.76</b>

Jadual di atas adalah soalan berkaitan faktor kepercayaan menyebabkan kecenderungan pensyarah PKB membuat pembelian atas talian semasa pandemik. Didapati skor min tertinggi adalah dengan nilai 4.18 (tinggi) iaitu untuk item saya hanya membeli atas talian daripada platform atas talian yang saya percaya sahaja. Skor min terendah pula adalah dengan nilai 3.21 (sederhana) untuk item saya tidak mempunyai masalah untuk memberikan maklumat peribadi ketika membeli secara atas talian. Jumlah keseluruhan skor min untuk faktor kepercayaan adalah dengan nilai 3.76 pada tahap tinggi. Arisah et. al (2016) dalam kajiannya mendapati terdapat lima faktor utama yang menjadi pilihan pengguna sebelum melakukan pembelian secara atas talian, iaitu faktor keselamatan, produk yang ditawarkan, risiko, boleh dipercayai dan pengalaman pengguna. Justeru, pendekatan yang berbeza perlu dilakukan oleh peniaga bagi memenuhi citarasa pengguna sasaran seterusnya mampu mengembangkan lagi empayar perniagaan mereka. Yazid et. al. (2016) juga bersetuju bahawa faktor kepercayaan dan risiko telah dikenalpasti sebagai faktor utama dalam pembuatan keputusan golongan mahasiswa untuk melakukan pembelian secara atas talian.

#### Perbezaan kekerapan pembelian atas talian sebelum dan semasa pandemik mengikut jantina

Ujian t bersandar digunakan untuk melihat sama ada terdapat perbezaan min yang signifikan kekerapan pembelian atas talian sebelum dan semasa pandemik mengikut jantina seperti dalam jadual 5 di bawah.

**Jadual 6 : Ujian t kekerapan pembelian atas talian sebelum & semasa pandemik**

Jantina	N	Sebelum pandemik			Semasa Pandemik		
		min	t	Sig (2 tailed)	min	t	Sig (2 tailed)
Lelaki	13	2.08	-1.129	0.263	2.62	-1.568	0.121
perempuan	60	2.43	-1.061		3.07	-1.542	

Keputusan statistik t menunjukkan nilai kesignifikan bagi kekerapan pembelian atas talian sebelum dan semasa pandemic Covid 19 bersamaan 0.263 dan 0.121 dan ianya lebih besar dari nilai aras kesignifikan 0.05. Keputusan ini menunjukkan tiada perbezaan yang signifikan pembelian atas talian sebelum dan semasa pandemic mengikut jantina. Dapatan ini adalah bertentangan dengan kajian yang dijalankan oleh Arisah et. al. (2016) yang mendapati bahawa terdapat perbezaan yang signifikan untuk skor amalan pembelian atas talian di antara responden lelaki dan perempuan. Kajiannya mendapati bahawa responden perempuan lebih cenderung suka membeli di atas talian kerana faktor masa pembelian yang fleksibel, penghantaran barang percuma dan urusan beli belah yang lebih mudah.

## KESIMPULAN

Secara keseluruhannya dapatlah disimpulkan bahawa semasa pandemic kekerapan pembelian atas talian telah meningkat dengan banyak. Antara barangan yang sering atau banyak dibeli secara atas talian adalah pakaian atau fesyen, makanan dan produk kecantikan. Faktor yang menyebabkan kecenderungan pembelian atas talian semasa pandemic adalah faktor keselamatan diri dan faktor kepercayaan. Pengkaji mendapati pembeli sangat mementingkan keselamatan diri semasa pandemic Covid 19 dan memilih untuk membeli secara atas talian bagi mengurangkan risiko atau menghindari diri terdedah dengan virus Covid 19. Pengkaji juga mendapati tiada perbezaan yang signifikan kekerapan pembelian atas talian sebelum dan semasa pandemic mengikut jantina.

## RUJUKAN

- Aiman A. (2019). Senarai Laman Web Utama Yang Paling Banyak Dilawati Tahun 2019. <https://www.aimanabdullah.com/2019/12/laman-web-utama-terbaik-di-dunia.html>
- Amsari, S., & Sari, D. P. (2022, March). Consumer Factors In Deciding To Purchase Online At Shopee E-Commerce During The Covid-19 Pandemic. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 3, No. 1, pp. 174-182).
- Arisah, F. M., Badari, S. A. Z., & 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.
- Arize, A. C. (1994). A re-estimation of the demand for money in small developing economy. *Applied Economics*, 26, 217-28.
- Azman, F. (2020). Adakah peniaga IKS Malaysia bersedia memasuki ekonomi digital. *Astro Awani*, 4.
- Baharun, M. T., & Balwi, M. A. W. F. M. (2021). POTENSI DAN CABARAN PERNIAGAAN E-DAGANG PASCA COVID-19: SUATU CADANGAN PENYELESAIAN. *Online Journal of Islamic Management and Finance (OJIMF)*, 1(1), 1-12.
- Bhatti, A., Rehman, S. U., Kamal, A. Z., & Akram, H. (2021). Factors Effecting Online Shopping Behaviour with Trust as Moderation. *Jurnal Pengurusan (UKM Journal of Management)*, 60.
- Blyton, P. & Turnbull, P. (1998). *The Dynamics of Employee Relations*, 2nd ed., London: McMillan Press Ltd.
- Chellappa, R. K., & Pavlou, P. A. (2002). Perceived information security, financial liability and consumer trust in electronic commerce transactions. *Logistics Information Management*.
- Cheng, C. (2020). COVID-19 in Malaysia: Economic impacts & fiscal responses. Institute of Strategic and International Studies (ISIS) Malaysia, ISIS- Policy Brief. 1 (20),1- 20.
- Dolah Aling, Y. (2020). Jualan dalam talian meningkat 39 peratus. Diambil dari <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2020/11/643507/jualan-dalam-talian-meningkat-39-peratus>
- Ghfar, M. N. A. (2003). Reka bentuk tinjauan soal selidik pendidikan. Fakulti Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia
- Hasnan, H. A. (2020). Hampir 5,000 jenayah siber tahun ini: Ini senarai kawalan sendiri untuk anda. Diambil dari: <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/hampir-5000-jenayah-siber-tahun-ini-ini-senarai-kawalan-kendiri-untuk-anda-241964>
- Hussin, H., & Mohammad, N. (2021). Covid pandemic hastening the shifts from cash to digital payment: a Malaysian experience and strategies. *Sinergi Keusahawanan Edisi 2/2021. Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development (MASMED)*.
- Konting, M. M. (2004). Kaedah penyelidikan pendidikan. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mohd Fudzi, W.F.H., Ismail, S., Syed Ahmad, S.F. (2021). Online shopping behaviour attributes during covid-19 in Malaysia. *International Conference on Economics, Entrepreneurship and Management 2021 (ICEEM2021)*.
- Movahost (2020). 8 Kaedah Pembayaran Secara Online Tertinggi Pada Tahun 2020. Diambil dari: <https://movahost.my/blog/2020/05/19/8-kaedah-pembayaran-dalam-talian-teratas-pada-tahun-2020>
- Norashikin, N. A. A., Sidek, N. I. J., Johari, N. A., & Ishar, M. I. M. (2021). Kesan Norma Baharu Terhadap Pengguna dari Aspek Aktiviti Sosial. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(3), 159-170.
- Novita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., Trianti, D., & Bella, C. (2020). Behavioral Intention Toward Online Food Delivery (OFD) Services (the study of consumer behavior during pandemic Covid-19). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 17(1), 52-59.
- Rafidah, M. R. (2020). Jualan dalam talian meningkat 28.9 peratus pada April. Berita Harian. <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2020/06/701902/jualan-dalam-talian-meningkat-289-peratus-pada-april>
- Ramdan, M. R., Abdullah, N. L., Isa, R. M., & Hanafiah, M. H. (2020). Meneroka Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Platform Digital oleh Perusahaan Mikro dan Kecil. *Jurnal Pengurusan*, 59.
- Riegelsberger, J., Sasse, M. A., & McCarthy, J. D. (2003). The researcher's dilemma: evaluating trust in computer-mediated communication. *International Journal of Human-Computer Studies*, 58(6), 759-781.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences* [by] John T. Roscoe.



- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons
- Treviño, L. K., & Nelson, K. A. (2007). *Managing business ethics: Straight talk about how to do it right*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Wilkinson, R. (1999). Sociology as a marketing feast. In M. Collis, L. Munro, & S. Russell (Eds.), *Sociology for the New Millennium*. Papers presented at The Australian Sociological Association, held at Monash University, Melbourne, 7-10 December (pp. 281-289). Churchill, Victoria: Celts.
- Yazid, Z., Wel, C. A. C., & Omar, N. A. (2016). Persepsi mahasiswa terhadap urusan pembelian atas talian. *Jurnal Personalia Pelajar*, 19(2).
- Zahari, M. Z., Razali, M. R., & Ishar, M. I. M. (2021). Perkembangan Sektor Penghantaran Makanan ke Rumah melalui Pembelian Atas Talian Sepanjang Pandemi Covid-19 di Malaysia. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(7), 277-281.

Madiha binti Hasbullah  
Jabatan Perdagangan  
Politeknik Kota Bharu, Malaysia  
Email: madiha@pkb.edu.my

Norhidayah bt Mohd Salleh  
Jabatan Perdagangan  
Politeknik Kota Bharu, Malaysia  
Email: norhidayah@pkb.edu.my