

FPP BizNewz

June - November 2022

MANAGEMENT • INVESTMENT • ECONOMICS • ENTREPRENEURSHIP • TECHNOLOGY

Endometriosis

Sejauh Mana Kesedaran Anda?

Personal Shopper

What You Need To Know

Sustainable Packaging in eCommerce

A Few Solutions to Protect the Planet

Type text here

How To Teach Your Children To Pack Their Backpacks For Travel? An Easy Guide

A Short Vacay in Hat Yai

My Sister, My Best Friend

Kredit Mikro di Malaysia

H0BI



Publication Date
8 November 2022

Photo by Matt Chambers on Unsplash

PEMBELIAN DALAM TALIAN

Suzila Mat Salleh, Noor Malinjasari Ali, Siti Fatimah Mardiah Hamzah, Ruzaidah A Rashid, Hasmida Mohd Noor dan Raslina Mohamed Nor
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Terengganu
Emel: suzilamsalleh@uitm.edu.my

Pengguna masa kini dilihat lebih suka berbelanja secara dalam talian berbanding berbelanja secara fizikal. Perkara ini berlaku secara mendadak semasa berlakunya COVID19 yang menyerang seluruh dunia. Pengguna yang sebelum ini membuat pembelian secara fizikal mula beralih ke pembelian dalam talian melalui laman web atau operator jualan barangan. Menurut Gwendolyn Lim (Rakan Kongsi Bain & Company) (yang dipetik dari Berita Harian) berpendapat bahawa pengguna Malaysia membuat pembelian sebanyak melebihi 50 peratus secara dalam talian apabila didorong oleh sekatan COVID-19 pada tahun 2021.

Menurut Berita Harian (2022) (laporan Barometer e-Dagang Asia Tenggara (SEA) 2021 yang dikeluarkan Ninja Van Group), jumlah pengguna yang membuat pembelian secara dalam talian di Asia Tenggara terus meningkat kepada 380 juta menjelang 2026. Kajian juga telah dijalankan pada 2021 di negara Thailand, Vietnam, Filipina, Singapura, Indonesia dan Malaysia terhadap 9000 responden mendapati bahawa sejak COVID19 menyerang seluruh dunia, sebanyak 70 juta pengguna dalam talian menggunakan perkhidmatan e-dagang. Dengan meningkatnya pembelian di dalam talian, membolehkan barangan-barangan dibeli di laman web dan operator jualan. Antara operator jualan dalam talian yang popular di Malaysia adalah Lazada dan Shopee. Tawaran pembelian melalui penghantaran percuma dan tawaran-tawaran yang lain juga memberi satu kelebihan

kepada operator jualan seperti Lazada dan Shopee untuk menarik perhatian pengguna membuat pembelian secara dalam talian. Tawaran jualan dibuat setiap bulan untuk memberi peluang kepada pengguna memperolehi barangan yang ditawarkan dan memperolehi kelebihan penghantaran secara percuma pada waktu-waktu tertentu. Walaupun kini barangan banyak dibeli di laman web, laman sosial ataupun operator jualan, namun kita perlu juga berwaspada terhadap laman-laman yang mencurigakan. Terdapat juga kes-kes tertentu di mana pengguna membeli barangan di laman web namun barangan yang dijanjikan tidak diperolehi. Sebagai pengguna, kita perlulah berhati-hati semasa membeli barangan samada melalui laman sosial (Twitter, Instagram atau Facebook), laman web atau operator jualan lain kerana terdapat juga akaun yang dibuat untuk menipu dan memperdayakan pengguna.

Rujukan

- Zainuddin, M. Z. (2021, Oktober 19). Separuh Rakyat Malaysia Beli Barang Dalam Talian. Berita Harian. Sumber diperolehi di, <https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2021/10/877743/separuh-rakyat-malaysia-beli-barang-dalam-talian>
- Mahanum Abdul Aziz (2022, April 18). Pembelian dalam talian semakin jadi pilihan pengguna. Berita Harian. Sumber diperolehi di <https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2022/04/947141/pembelian-dalam-talian-semakin-jadi-pilihan-pengguna>



BizNewz 2022
Faculty of Business and Management
Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu, Kampus Dungun
Sura Hujung, 23000 Dungun, Terengganu, MALAYSIA
Tel: +609-8400400
Fax: +609-8403777
Email: biznewzuitm@gmail.com