

FPP BizNewz

June - November 2025

MANAGEMENT • INVESTMENT • ECONOMICS • ENTREPRENEURSHIP • TECHNOLOGY



Publication Date
1 November 2025

Advertising to
CHILDREN
The Language of Manipulation

**Empowering
Future-Ready
Graduates through
AI Literacy**

SOCIAL LOAFING
in modern workforces

supply chain 2025
Beyond Mere Good Delivery

social sustainability
IN MALAYSIAN SME

Corak Tingkah Laku Membeli-Belah Atas Talian dalam Kalangan Ibu:

Tumpuan kepada Waktu Malam

Nor Hamiza Mohd Ghani

Sholehah Abdullah

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan

UITM Cawangan Terengganu, Terengganu, Malaysia

Koresponding emel : norha825@uitm.edu.my, sholehah@uitm.edu.my

Perkembangan teknologi digital hari ini telah mengubah cara masyarakat moden membeli-belah. Kini, barangan keperluan harian boleh didapati di hujung jari, melalui aplikasi mudah alih, laman sesawang e-dagang atau melalui pelbagai platform media sosial, menjadikan aktiviti membeli-belah semakin mudah dan cepat. (Husin, N. & Roslan, S.N., 2021). Cara pembelian ini kini semakin menjadi pilihan, terutama golongan ibu. Kenapa golongan ibu yang sering membeli barangan keperluan secara atas talian? Ini Adalah kerana golongan ibu lebih memahami keperluan barangan untuk kegunaan keluarga mereka. Golongan ini juga mewakili kumpulan pengguna yang besar dalam perniagaan e-dagang. Satu pemerhatian menarik mengenai pembeli dari golongan ini ialah kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian dalam talian pada waktu malam. Tingkah laku ini sebenarnya didorong oleh beberapa faktor yang akan dibincangkan dalam penulisan ini.

Kebiasaanya golongan ibu mempunyai masa yang terhad pada waktu siang disebabkan pelbagai tanggungjawab di tempat kerja, menguruskan anak-anak, serta melaksanakan tugas rutin rumah tangga. Kesibukan ini menghadkan masa mereka untuk memilih dan meneliti barangan secara atas talian pada waktu siang. Sebaliknya, waktu malam hari selepas selesai menguruskan tugas rumah tangga, mereka lebih lapang dan tenang. Peluang ini membolehkan mereka membeli belah atas talian tanpa gangguan (Raman, P., 2014).

Suasana waktu malam selalunya lebih tenang, terutama setelah tugas rumahtangga diselesaikan serta anak-anak telah tidur. Ketika ini para ibu berpeluang untuk meluangkan masa bagi membeli-belah atas talian dengan lebih selesa dan fokus tanpa gangguan. Selain itu, mereka boleh membandingkan produk dengan lebih teliti seperti menilai harga, meneliti tawaran promosi, dan membaca ulasan pengguna sebelum membuat keputusan pembelian. Proses ini memerlukan tumpuan dan masa, oleh itu tidak sesuai dilakukan ketika sibuk. Tidak hairanlah, membeli-belah pada waktu malam menjadi pilihan para ibu untuk membeli keperluan diri dan ahli keluarga, selain ianya dapat mengekalkan kesejahteraan emosi selepas rutin harian yang sibuk.

Selain membeli barangan keperluan keluarga, membeli-belah atas talian juga berfungsi sebagai cara memenuhi kepuasan peribadi atau “me time” setelah seharian penat bekerja dan mengurus rumah tangga. Aktiviti membeli-belah pada waktu malam dapat memberikan keseronokan dan rasa penghargaan terhadap diri sendiri. Ianya bukan sahaja membolehkan para ibu meluangkan masa untuk diri sendiri tanpa gangguan, malah ia juga menjadi satu bentuk terapi emosi yang dapat mengurangkan tekanan harian. Dengan pelbagai pilihan produk, tawaran istimewa, serta kemudahan membuat perbandingan harga, para ibu dapat merasakan kebebasan untuk membuat keputusan pembelian mengikut citarasa dan kemampuan sendiri. Tambahan pula, pengalaman membeli-belah ini sering dianggap sebagai ganjaran kecil yang dapat meningkatkan motivasi, keyakinan diri, serta kesejahteraan mental mereka, sekali gus menjadikan aktiviti ini lebih daripada sekadar memenuhi keperluan asas, tetapi juga satu bentuk penghargaan terhadap usaha dan pengorbanan yang dilakukan setiap hari.

Secara kesimpulannya, faktor- faktor yang mempengaruhi corak tingkah laku membeli-belah atas talian dalam kalangan ibu yang cenderung pada waktu malam dipengaruhi oleh faktor kesibukan siang hari, suasana tenang pada waktu malam, keperluan membuat pertimbangan, tawaran promosi, serta kepuasan peribadi. Keadaan ini menggambarkan bagaimana peranan sosial, beban kerja harian, dan strategi pemasaran digital saling berinteraksi dalam membentuk tabiat pengguna. Oleh itu, bagi penyedia perkhidmatan e-dagang mereka perlu memahami corak tingkah laku pembeli untuk merangka strategi pemasaran yang lebih berkesan dan mesra pengguna.

Rujukan

Husin, N., & Roslan, S. N. (2021). Pembelian dalam talian menjadi norma baharu: satu tinjauan. In *Proceeding of the 8th International Conference on Management and Muamalah* (pp. 167-177).
Raman, P. (2014). FACTORS INFLUENCING WOMEN CONSUMERS'BUYING BEHAVIOR TOWARDS ONLINE SHOPPING IN INDIA. *Journal of Contemporary Management Research*, 8(2), 23.



Biznewz 2025
Faculty of Business and Management
Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu Kampus Dungun
Sura Hujung, 23000 Dungun, Terengganu, MALAYSIA
Tel: +609 8400 400
Fax: +609 8403777
Email: biznewzuitm@gmail.com