

PENGARUH SOSIO EKONOMI TERHADAP PEMBELIAN ATAS TALIAN

ALOYSIA GISIN



FAKULTI SAINS SOSIAL DAN KEMANUSIAAN

UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

2022

UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

PENGARUH SOSIO EKONOMI TERHADAP PEMBELIAN ATAS TALIAN

ALOYSIA GISIN



**TESIS INI DISERAHKAN UNTUK MEMENUHI
KEPERLUAN PENGIJAZAHAN
IJAZAH SARJANA MUDA**

UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

FAKULTI SAINS SOSIAL DAN KEMUSIAAN

UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

2022

PENGESAHAN



NAMA : ALOYSIA GISIN

NO MATRIK : BA19110122

TAJUK : PENGARUH SOSIO EKONOMI TERHADAP PEMBELIAN ATAS TALIAN

IJAZAH : SARJANA MUDA SAINS SOSIAL

BIDANG : GEOGRAFI

Dr. Harifah Binti Mohd Noor
Penyelia

Tarikh
UMMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

PROGRAM GEOGRAFI
FAKULTI SAINS SOSIAL DAN KEMANUSIAAN
2022

PENGAKUAN

Saya mengaku bahawa Latihan ilmiah yang bertajuk pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan, ringkasan dan rujukan yang tiap-tiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.

11 OGOS 2022



ALOYSIA GISIN

BA19110122

UMMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

PENGHARGAAN

Syukur ke hadrat Illahi dengan limpah kurniaNya, kajian ilmiah yang bertajuk pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian telah berjaya disiapkan. Setinggi-tinggi penghargaan saya ucapkan kepada pihak Universiti Malaysia Sabah (UMS) terutamanya Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan kerana telah memberi peluang kepada saya untuk melanjutkan pelajaran di universiti ini. tidak dilupakan juga kepada barisan pensyarah program Geografi HA18 yang terlibat secara langsung mahupun tidak langsung dalam penulisan kajian ilmiah ini.

Setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih yang tidak terhingga saya rakamkan kepada Dr. harifah binti Mohd Noor selaku penyelia saya atas segala bimbingan, teguran, dorongan, bantuan serta keprihatinan semasa menyempurnakan tesis ini. Kerjasama beliau dalam melapangkan masa, memberi teguran positif, nasihat serta perbincangan dalam meningkatkan kualiti tesis ini amatlah saya hargai. Tanpa adanya bantuan dari beliau saya pastinya akan berhadapan masalah untuk menyiapkan kajian ini dala jangka masa yang telah ditetapkan.

Akhir kata saya merakamkan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua responden yang sudi meluangkan masa untuk membantu dalam menyiapkan kajian ini. Ribuan terima kasih juga diucapkan kepada rakan-rakan yang banyak membantu dan memberi bimbingan kepada saya dalam menyelesaikan tugas ini. Tidak dilupakan , jutaan terima kasih kepada keluarga tercinta terutamanya ibunda Mairin binti Kandaloi yang tidak jemu memberi nasihat, dorongan dan semangat serta sokongan kewangan sepanjang saya menyiapkan tesis ini. Segala bantuan dan Kerjasama dari semua pihak amat saya hargai dan saya dahului dengan ucapan terima kasih.



.....
ALOYSIA GISIN

ABSTRAK

Kajian ini membincangkan tentang pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian. Di antara objektif-objektifnya ialah mengkaji faktor-faktor pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian, mengenal pasti kesan pembelian atas talian terhadap pengaruh sosio ekonomi, mengenal pasti cabaran terhadap pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian dan mengkaji langkah bagi meningkatkan pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian. Fokus kepada pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian dalam kalangan masyarakat. Dimana, kajian ini dijalankan dengan mengambil kira demografi responden 2termasuklah perbezaan Jantina, umur, pekerjaan, pendapatan dan tempat tinggal bagi mendapatkan beberapa pandangan mereka terhadap objektif kajian yang dijalankan. Kajian yang telah dilaksanakan oleh pengkaji adalah dengan menggunakan pendekatan kaedah kuantitatif. Dimana, pengkaji telah melakukan instrumen dengan borang soal selidik yang dibuat dan diedarkan kepada responden untuk menjawab persoalan-persoalan yang telah dikemukakan. Dapatan kajian menunjukkan bahawa pengaruh kebergunaan dan kemudahan bagi penjual dan pengguna, seramai 45 orang (56.3%) responden sangat bersetuju terhadap faktor-faktor pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian ini. Kesan pembelian atas talian terhadap pengaruh sosio ekonomi yang paling ramai dipersetujui oleh responden adalah lebih bebas menjual dan pelanggan bebas dalam membuat keputusan pembelian iaitu sebanyak 50 orang (62.5%) responden. Hasil dapatan kajian ini juga menunjukkan bahawa ramai di kalangan responden berpendapat bahawa cabaran utama terhadap pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian adalah taraf pendidikan yang rendah iaitu seramai 76 orang (95.0%) responden dan bagi langkah pula ramai responden yang berpendapat bahawa mendapatkan maklumat lanjut mengenai reputasi syarikat adalah langkah bagi meningkatkan pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian iaitu seramai 51 orang (63.8%) responden.. Kajian ini akan membandingkan dengan lebih jelas tentang pandangan masyarakat terhadap pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian.

Kata Kunci : Pengaruh Sosio ekonomi , Pembelian atas talian , Faktor, Kesan, Cabaran, Cadangan Langkah.

ABSTRACT

This study discusses the socio-economic influence on online purchases. Among the objectives are to study the factors of socio-economic influence on online purchases, identify the impact of online purchases on socio-economic influence, identify challenges to socio-economic influence on online purchases and examine measures to increase socio-economic influence on purchases online. Focus on the socio-economic influence on online purchases in the community. Where, this study was conducted by taking into account the demographics of the respondents, including differences in gender, age, occupation, income and place of residence to obtain some of their views on the objectives of the study. The study that has been carried out by the researcher is by using a quantitative method approach. Where, the researcher has done an instrument with a questionnaire that was made and distributed to the respondents to answer the questions that have been presented. The findings of the study show that the influence of usefulness and ease of use for sellers and consumers, a total of 45 people (56.3%) respondents strongly agree on the factors of socio-economic influence on this online purchase. The impact of online shopping on the socio-economic influence that the most respondents agreed upon was more freedom to sell and customers are free to make purchase decisions, which is 50 people (62.5%) respondents. The results of this study also show that many of the respondents think that the main challenge to the socio-economic influence on online purchases is the low level of education, which is a total of 76 people (95.0%) of the respondents and as for the measures, many respondents think that getting more information about the company's reputation is a step to increase the socio-economic influence on online purchases, which is a total of 51 people (63.8%) respondents.

Keywords: *Socio-economic influence, Online shopping, Factors, Effects, Challenges, Suggested measures.*

vii

SENARAI KANDUNGAN

	HALAMAN
TAJUK	ii
PENGESAHAN	iii
PENGAKUAN	iv
PENGHARGAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
SENARAI KANDUNGAN	viii – xi
SENARAI JADUAL	xii
SENARAI RAJAH	xii-xv
SENARAI FOTO	xvi
SENARAI SINGKATAN	xvii
SENARAI LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1-11
1.1 PENGENALAN	1
1.2 LATAR BELAKANG KAJIAN	1-4
1.3 PERMASALAHAN KAJIAN	4-7
1.4 PERSOALAN KAJIAN	7
1.5 OBJEKTIF KAJIAN	7-8
1.6 MATLAMAT KAJIAN	8
1.7 SKOP KAJIAN	8-10

1.8	KEPENTINGAN KAJIAN	10-11
1.9	KESIMPULAN	11

viii

BAB 2	SOROTAN LITERATUR	12-32
2.1	PENGENALAN	12
2.2	DEFINISI KONSEP	12
2.2. 1	Sosioekonomi	12-22
2.2.2	Pembelian atas talian	23-32
2.3	KESIMPULAN	32
BAB 3	METODOLOGI KAJIAN	33-52
3.1	PENGENALAN	33-34
3.2	REKA BENTUK KAJIAN	35
3.3	INSTRUMEN KAJIAN	35-37
3.3.1	Kajian Rintis	37
3.3.2	Pengukuran Menggunakan Skala Likert	38-39
3.4	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	39
3.5	DATA PRIMER	40
3.5.1	Soal Selidik	40-43
3.6	DATA SEKUNDER	43
3.6.1	Kajian Perpustakaan	44
3.7	TEKNIK ANALISIS DAN PERSEMBAHAN DATA	44
3.7.1	Analisis Data	44-50
3.8	RANGKA KERJA REKA METODOLOGI KAJIAN	51
3.9	KESIMPULAN	52
BAB 4	DAPATAN DAN ANALISIS KAJIAN	53-73

4.1 PENGENALAN	53
4.2 HASIL ANALISIS BORANG SOAL SELIDIK	54

ix

4.2.1 Latar Belakang Responden (Jantina)	54-55
4.2.2 Latar Belakang Responden (Umur)	55
4.2.3 Latar Belakang Responden (Pekerjaan)	56
4.2.4 Latar Belakang Responden (Pendapatan)	56-57
4.2.5 Latar Belakang Responden (Tempat tinggal)	57-58
4.3 FAKTOR-FAKTOR PENGARUH SOSIO EKONOMI TERHADAP PEMBELIAN ATAS TALIAN	58-60
4.4 KESAN PEMBELIAN ATAS TALIAN TERHADAP PENGARUH SOSIO EKONOMI	60-61
4.5 CABARAN YANG BERLAKU TERHADAP PENGARUH SOSIO EKONOMI TERHADAP PEMBELIAN ATAS TALIAN	61-63
4.6 LANGKAH BAGI MENINGKATKAN PENGARUH SOSIO EKONOMI TERHADAP PEMBELIAN ATAS TALIAN	63-64
4.7 ANALISIS MIN	64-65
4.7.1: Analisis keseluruhan bagi nilai Min untuk faktor, kesan, cabaran dan langkah bagi pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian	65-73
4.8 KESIMPULAN	73

BAB 5 PERBINCANGAN DAN CADANGAN

5.1 PENGENALAN	74
5.2 PERBINCANGAN DAPATAN KAJIAN	74
5.2.1 Perbincangan Latar Belakang Responden	74

5.2.2 Perbincangan bagi faktor pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian	75-79
5.2.3 Perbincangan bagi kesan pembelian atas talian terhadap pengaruh sosio ekonomi	79-81
x	
5.2.4 Perbincangan bagi cabaran terhadap pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian	81-84
5.2.5 Perbincangan bagi langkah bagi meningkatkan pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian	85-86
5.3 MASALAH KAJIAN	86
5.4 CADANGAN	87
5.4.1 Cadangan untuk pengguna yang melakukan pembelian atas talian	87
5.4.2 Penjual atau usahawan syarikat atas talian	87
5.4.3 Cadangan Kajian Lanjutan	88
5.5 KESIMPULAN	89
RUJUKAN	90-92
LAMPIRAN A	93-96

SENARAI JADUAL

	HALAMAN
Jadual 3.1 : Skala likert untuk faktor-faktor pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian.	38
Jadual 3.2 : Skala likert untuk kesan pembelian atas talian terhadap pengaruh sosio ekonomi.	38
Jadual 3.3 : Skala likert untuk cabaran yang berlaku terhadap pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian.	38-39
Jadual 3.4 : Skala likert untuk langkah bagi meningkatkan pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian.	39
Jadual 3.5 : Nilai Kebolehpercayaan	46
Jadual 3.6 : Nilai Alpha Cronbach (α) terhadap faktor-faktor pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian.	47
Jadual 3.7 : Nilai Alpha Cronbach (α) terhadap kesan pembelian atas talian terhadap pengaruh sosio ekonomi.	48
Jadual 3.8 : Nilai Alpha Cronbach (α) terhadap cabaran yang berlaku terhadap pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian	49
Jadual 3.9 : Nilai Alpha Cronbach (α) terhadap langkah bagi meningkatkan pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian.	40
Jadual 4.1 : Tahap Kecenderungan Skor Min	65

Jadual 4.2 : Min bagi faktor, kesan, cabaran dan langkah

67-68

untuk kajian pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian

xii

SENARAI RAJAH

	HALAMAN
Rajah 2.1: Pembangunan sosioekonomi	14
Rajah 2.2: Cabaran sosioekonomi untuk beradaptasi	15
Rajah 2.3: Potensi ekonomi	16
Rajah 2.4: Peningkatan dan pengurangan dalam langkah pembangunan ekonomi	17
Rajah 2.5: Perkadaran Kasar dan Bersih Varians (R^2) dalam Tiga Kesihatan Laporan Kendiri langkah-langkah yang Diterangkan Mengikut Jantina, Bangsa, Umur, Pendidikan, Status Perkahwinan dan Pendapatan	19
Rajah 2.6: Kesan kasar dan bersih pembolehubah Sociodemografi pada tiga langkah kesihatan laporan diri	20
Rajah 2.7: Korelasi antara Prestij, Ciri-ciri Sosioekonomi Khusus Jantina Pekerjaan	20-22
Rajah 2.8: Model Stratifikasi Antara Generasi dalam Status Sosioekonomi Pekerjaan	22
Rajah 2.9: Amalan pembelian secara atas talian (online) responden terpilih	23
Rajah 2.10: Lima faktor yang dipentingkan oleh responden terpilih semasa membeli secara atas talian (online)	24
Rajah 2.11: Ujian Anova bagi amalan pembelian secara atas talian (online) dengan faktor	25

Rajah 2.12: Kerangka Konseptual	26
Rajah 2.13: Demografi responden dan Kecenderungan Media Sosial	27
Rajah 2.14: Analisis Kesahan dan Kebolehpercayaan	28
Rajah 2.15: Korelasi	28
Rajah 2.16: Model Kuasa Pemasaran Digital	29
Rajah 2.17: Analisis PLS Algorithm pemasaran digital terhadap prestasi perniagaan	30
Rajah 2.18: perbezaan kegiatan jual-beli konvensional dan 'online'	31
Rajah 4.1 : Peratus responden mengikut jantina	54
Rajah 4.2 : Peratus responden mengikut Umur	55
Rajah 4.3 : Peratus responden mengikut pekerjaan	56
Rajah 4.4 : Peratus responden mengikut pendapatan	57
Rajah 4.5 : Peratus responden mengikut Tempat tinggal	58
Rajah 4.6 : Peratus bagi faktor -faktor pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian	59
Rajah 4.7 : Peratus bagi kesan pembelian atas talian terhadap pengaruh sosio ekonomi	60
Rajah 4.8 : Peratus bagi cabaran yang berlaku terhadap pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian	62
Rajah 4.9 : Peratus bagi langkah meningkatkan pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian	63
Rajah 4.10 : Min keseluruhan item pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian	69

Rajah 4.11 : Perbandingan min bagi faktor-faktor pengaruh
sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian 69

xiv

Rajah 4.12 : perbandingan min bagi kesan pembelian atas
talian terhadap pengaruh sosio ekonomi 70

Rajah 4.13 : perbandingan min bagi cabaran terhadap pengaruh
sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian 71

Rajah 4.14 : perbandingan min bagi langkah meningkatkan
pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian 72



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

SENARAI FOTO

	HALAMAN
Foto 3.1 : Penyelidik Memberikan Penerangan ringkas Kepada Salah Seorang Responden sebelum Borang Soal Selidik Dijawab.	41
Foto 3.2: Penyelidik menemui responden yang telah bersedia menjawab borang soal selidik.	42
Foto 3.3: Responden yang merupakan penjual sedang mengisi borang soal selidik	43

SENARAI SINGKATAN

SPSS: Statistical Package For The Social Science

UMS: Universiti Malaysia Sabah



SENARAI LAMPIRAN

HALAMAN

Lampiran A

Borang Soal Selidik

93-96



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 PENGENALAN

Bab ini akan merupakan bahagian pendahuluan yang akan membincangkan tentang latar belakang kajian pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian. Bab ini juga akan menerangkan tentang permasalahan kajian yang berlaku bagi pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian yang telah menimbulkan beberapa persoalan dan seterusnya akan menyatakan objektif kajian yang ingin dicapai dalam kajian yang dijalankan dan juga turut menjelaskan tentang matlamat kajian serta akan membincangkan tentang skop kajian diikuti dengan kepentingan kajian.

1.2 LATAR BELAKANG KAJIAN

Dalam meniti arus perdana globalisasi yang semakin moden hari ini, tidak dapat dinafikan bahawa terdapat pelbagai urusan yang dilakukan sama ada di dalam perkhidmatan awam, swasta mahupun perbankan perniagaan dan sebagainya hanyalah melalui kemudahan jaringan Internet. Hal ini dikatakan demikian kerana kemudahan Internet yang semakin maju menjadi salah satu medium yang terpenting ketika abad ini dalam mempermudah masyarakat di seluruh dunia bagi segala urusan dalam kehidupan. Sepertimana yang berlaku dalam bidang perniagaan khususnya, dapat dilihat bahawa setelah wujudnya internet telah dapat mendorong kepada satu lonjakan paradigma termasuklah segala jenis urusan jual beli barangan dan juga perkhidmatan hanyalah melalui sistem perniagaan atas talian dan pembeli atau pengguna lebih bebas untuk menerokai pelbagai pilihan secara maya tanpa batas. Pembelian atas talian merupakan

satu aspek pembayaran dimana proses dan komunikasi yang berlaku diantara pihak penjual dan pembeli sudah tentunya akan memberi impak dalam aspek sudut ekonomi. Pembelian atas talian merupakan kesan pengaruh daripada sosio ekonomi dalam kalangan masyarakat hari ini.

1

Tambahan pula, pada zaman yang serba moden ini adalah kesan yang jelas dilihat dari adanya globalisasi yang telah ditandai dengan pelbagai manfaat teknologi yang ada dimana-mana dan digunakan hampir di semua aspek kegiatan masyarakat. Pengaruh sosioekonomi terhadap pembelian atas talian ini dapat dilihat daripada sudut kehidupan sosial dan ekonomi yang dilakukan oleh seseorang individu dalam masyarakat. Dimana, dalam aspek sosial apabila adanya ketidakseimbangan dan perbezaan yang berlaku dalam lingkungan sesebuah masyarakat. Contohnya, ketidakseimbangan sosial termasuklah taraf pekerjaan, pendapatan yang berbeza dalam golongan individu masyarakat yang kaya dan miskin. Situasi ini sudah tentunya telah mempengaruhi faktor pembelian atas talian dalam kalangan masyarakat. Pembelian atas talian dapat dilihat daripada pengaruh sosioekonomi iaitu dengan membuat perbezaan terhadap aspek pendapatan, sehingga ada pembahagian taraf kemampuan hidup bagi golongan masyarakat yang mendorong kepada pembelian atas talian. Perbezaan tersebut juga terjadi kesan daripada akses pembangunan dan kemudahan.

Seterusnya, dalam aspek sosio ekonomi masyarakat, perbezaan beberapa aspek termasuklah pekerjaan dan pendapatan serta pengetahuan sedikit sebanyak telah mempengaruhi faktor perbezaan akses seseorang individu untuk memanfaatkan sumber daya khususnya pemilihan dalam melakukan pembelian atas talian dengan kemudahan Internet tanpa batas pada abad ini. Perbelanjaan pembelian atas talian dalam kalangan rakyat negara Malaysia telah menunjukkan peningkatan sebanyak 24 peratus iaitu pada 2018 dan dengan dasar kerajaan dalam menjadikan pertumbuhan aspek ekonomi dalam talian menjadi keutamaan nasional dan besar kemungkinan bahawa negara Malaysia akan terus menikmati manfaat daripada pertumbuhan kuat dalam peningkatan penjualan dan pembelian atas talian atau e-dagang pada masa akan datang, (Berita Harian, 2021)

Menurut Muhammad Wafi Ramli dan Sharifah Rohayah Sheikh Dawood, (2021), menyatakan bahawa aspek perubahan taraf hidup masyarakat, peningkatan kemudahan teknologi digital dan peningkatan jumlah individu yang mempunyai latar belakang sosial yang berpendidikan serta pendapatan yang stabil mempengaruhi pembelian atas talian

2

yang semakin berkembang pesat dalam kalangan masyarakat.

Pengaruh daripada sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian dapat dilihat dengan jelas apabila tahap penggunaan internet yang semakin pesat berkembang dan telah mempengaruhi kewujudan pelbagai aspek ketersediaan maklumat untuk para pengguna dengan sempadan geografi tanpa batasan dan lebih luas. Justeru itu, pelbagai bidang perniagaan dan syarikat serta usahawan yang telah memasarkan perniagaan secara atas talian dengan menggunakan Internet tanpa batas untuk tujuan salah satu platform saluran kepada pengguna atau masyarakat bagi mempromosikan perniagaan dan barangan serta perkhidmatan mereka. Hal ini berlaku demikian kerana pembelian atas talian ini sudah tentunya akan membolehkan satu kesan yang kuat dalam menentukan kuasa pembeli melalui amalan pilihan daripada para pelanggan yang melakukan pembelian atas talian. Tambahan pula, pengaruh sosio ekonomi ini membolehkan masyarakat lebih bersikap terbuka terhadap manfaat penggunaan internet untuk pembelian atas talian bagi mewujudkan satu bentuk norma gaya hidup yang dikatakan "segalanya di hujung jari". Situasi ini menggambarkan bahawa segala urusan jual beli sangat mudah kerana barangan dan kaedah pembayaran yang dipilih oleh seseorang individu hanya perlu mengikuti kaedah pembayaran atas talian yang disediakan.

Selain itu, kita sedia maklum bahawa perubahan dalam aspek gaya hidup terutamanya bagi mereka yang berkerja menyebabkan seseorang individu tersebut menjadi sibuk dan kurang mempunyai masa terluang untuk melakukan kegiatan membeli-belah atau berbelanja secara fizikal. Oleh itu, kebanyakan masyarakat hari ini memanfaatkan

dengan baik penggunaan internet sebagai untuk dijadikan saluran untuk melakukan pembelian atas talian dengan lebih mudah dan Menjimatkan masa.

Bagi seseorang usahawan dan individu yang memiliki perniagaan pembelian atas talian yang dilakukan oleh pengguna merupakan salah satu manfaat pendapatan keuntungan bagi mereka dan pembelian atas talian merupakan alternatif yang lebih berkesan dan baik bagi sesebuah syarikat perniagaan.

3

Namun begitu, segelintir masyarakat yang tersisih daripada perkembangan teknologi digital tidak begitu terdedah kepada manfaat pembelian atas talian dan hanya melakukan pembelian secara fizikal. Akses internet yang tidak ada turut menyebabkan sesetengah masyarakat tidak dapat melakukan pembelian atas talian serta pengaruh daripada aspek ekonomi mereka yang rendah mempengaruhi pembelian atas talian dalam kehidupan. Seterusnya, dapat dilihat bahawa masyarakat yang memanfaatkan penggunaan atas talian dan jaringan saluran hubungan melalui kemudahan internet telah mewujudkan satu tahap kehidupan ke arah yang lebih baik dan berkualiti (Faradillah Iqmar Omar et al, 2020). Sesungguhnya, sesuai dengan perkembangan dunia perniagaan yang semakin bertambah pesat mendorong banyak individu untuk pembelian atas talian melalui internet.

1.3 PERMASALAHAN KAJIAN

Manfaat pembelian atas talian sewajarnya digunakan dengan baik bagi memudahkan pelbagai urusan jual beli kepada masyarakat namun masih terdapat segelintir masyarakat yang masih belum menyedari dan kurang menggunakan kemudahan capaian internet bagi memudahkan mereka bebas untuk memilih barangan dan memudahkan urusan jual beli. Dapat dilihat bahawa kebanyakan masyarakat turut bersikap lebih terbuka dan mempunyai penerimaan yang lebih luas terhadap aktiviti pembelian atas talian. Dalam kajian ini, akan membincangkan dengan lebih terperinci berkaitan dengan bagaimana penerimaan masyarakat terhadap pembelian atas talian disebabkan oleh pengaruh sosio ekonomi dalam kalangan masyarakat. Di samping, membincangkan faktor pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian

mengikut perbezaan dalam pelbagai aspek sosial dan ekonomi masyarakat termasuklah dari segi pendapatan, pekerjaan, pendidikan dan sebagainya. Hal ini dikatakan demikian kerana bagi melihat bagaimana maklum balas daripada masyarakat berkaitan dengan pembelian atas talian ini melalui perbezaan dalam aspek demografi responden dalam kajian ini.

4

Pengalaman ketika melakukan pembelian dan gaya hidup dalam kalangan pengguna atas talian yang semakin giat berkembang penting bagi menyesuaikan pendekatan bagi menjangkau pengguna atau pembeli (My Metro, 2021). Hal ini dikatakan demikian kerana masyarakat Malaysia yang mempunyai ilmu pengetahuan dan celik digital dapat membeli-belah dari satu kedai ke kedai yang lain iaitu antara tujuh jenis laman web yang dilawati sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu barangan atau produk yang dijual. Justeru itu, kajian ini dijalankan untuk membincangkan tentang kesan yang berlaku melalui pembelian atas talian terhadap pengaruh sosio ekonomi dalam kalangan masyarakat. Hal ini dikatakan demikian kerana penggunaan teknologi digital untuk membeli belah belum sepenuhnya menyeluruh dalam kalangan masyarakat kerana dipengaruhi oleh pelbagai faktor sosio ekonomi termasuklah kurang mahir dalam menggunakan komputer atau telefon dalam mengakses pembelian atas talian.

Kemunculan kemudahan internet tentunya menjadi salah satu kaedah yang memudahkan para peniaga dan pembeli, perkara ini mempengaruhi kebanyakan perniagaan untuk beralih kepada konsep teknologi secara maya. Hal ini berlaku demikian kerana para peniaga atau usahawan serta pemilik perniagaan berpendapat bahawa pembelian atas talian untuk masyarakat sudah tentu akan dapat membantu dalam mengembangkan lagi perniagaan dengan baik kerana kemudahan capaian internet yang maju dapat diakses dimana-mana sahaja oleh semua lapisan masyarakat. Tambahan pula, masyarakat akan lebih banyak mendapat maklumat dengan lebih terperinci dan jelas terhadap barangan atau produk yang ingin dibeli. Namun begitu, masih terdapat beberapa bentuk cabaran dalam aspek pengaruh sosio ekonomi

terhadap pembelian atas talian dalam kalangan masyarakat menyebabkan masih ramai masyarakat kurang tahu untuk mendapatkan manfaat daripada urusan pembelian atas talian dengan lebih mudah.

Tambahan pula, penggunaan internet hari ini yang telah berkembang pesat dan semakin meluas, secara langsung telah mendedahkan kepada risiko penipuan atau kejadian 'scam' secara atas talian turut meningkat, (Berita Harian, 2022).

5

Selain daripada cabaran terhadap sosioekonomi sesetengah masyarakat yang kurang stabil menyebabkan kepada celik teknologi. Sesungguhnya, cabaran seperti penipuan sudah tentunya membawa kepada satu bentuk kerugian yang akan dialami bukan sahaja akan memberi kesan negatif ke atas ekonomi dalam negara tetapi akan menjadi pencetus kepada masalah aspek sosial secara umumnya. Justeru itu, dalam kajian ini akan meneliti tentang aspek cabaran yang wujud terhadap pengaruh sosio ekonomi terhadap pembelian atas talian.

Disamping itu, latar belakang sosio ekonomi dalam sesebuah masyarakat telah dijangka mempunyai kaitan terhadap pembelian atas talian. Hal ini berlaku demikian kerana aspek kedudukan sosio ekonomi keluarga sudah tentunya akan mempengaruhi cara seseorang individu dibesarkan daripada persekitaran fizikal dan sosial khususnya dalam aspek pendidikan yang baik untuk mendapat ilmu pengetahuan yang baik. Dimana kita dapat melihat bahawa seseorang individu yang datang dari kelompok sosio ekonomi tinggi akan sentiasa mempunyai inisiatif dan motivasi yang tinggi serta peluang menerokai sesuatu maklumat yang baru dengan lebih baik kerana berkemampuan berbanding daripada mereka yang kurang ilmu pengetahuan dan celik teknologi dan kurang berminat. Tambahan pula, seseorang individu dalam masyarakat yang mempunyai status sosial yang rendah seringkali dikaitkan dengan taraf kemiskinan yang rendah dan terpinggir daripada arus kemajuan seperti penggunaan internet untuk melakukan pembelian atas talian ini. Taraf kehidupan yang rendah dan kurang berkemampuan menyebabkan sesetengah masyarakat ketinggalan dalam arus pembangunan yang semakin maju terutamanya dalam teknologi maklumat digital yang