

THE INFLUENCE OF DIGITALIZATION ON BUYING BEHAVIOR AMONG STUDENTS: A STUDY AT ACIS, UiTM SHAH ALAM

PENGARUH DIGITALISASI TERHADAP TINGKAH LAKU JUAL-BELI DALAM KALANGAN MAHASISWA: KAJIAN DI ACIS, UiTM SHAH ALAM

Mohamad Afandi Md Ismailⁱ, Muhamad Hasif Yahayaⁱⁱ, Muhammad Syahrul Deen Rosliⁱⁱⁱ,
Muhammad Najib Abd Wakil^{iv}, Ikmal Hafiz Jamal^v, Noor Aznaim Abd Latib^{vi}, &
Zainur Nadiyah Baharudin^{vii}

- ⁱ (*Corresponding Author*). Pensyarah, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, Shah Alam. mohamadafandi@uitm.edu.my
- ⁱⁱ Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, Shah Alam. hasifyahaya@uitm.edu.my
- ⁱⁱⁱ Pensyarah, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, Shah Alam. syahruldeen@uitm.edu.my
- ^{iv} Pensyarah, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, Shah Alam. muhammad.najib@uitm.edu.my
- ^v Pensyarah, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, Shah Alam. ikmalhafiz@uitm.edu.my
- ^{vi} Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, Shah Alam. aznaim@uitm.edu.my
- ^{vii} Pensyarah, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, Shah Alam. zainadia90@uitm.edu.my

Abstract	<p><i>The rapid development of the world has resulted in a shift in community lifestyle to a level known as a world without borders. The practise of digitization in all aspects of the community's lives is one of the main contents of the change. The application of digital technology in the business sector has had a significant positive impact on the economy. Today's business world has largely shifted to the use of digital technology in tandem with the evolution of a technologically savvy society's lifestyle, particularly among students. Digitalization facilitates business transactions and buying and selling, but it also increases the risk of wasteful practises, fraud, and poor financial management. There are also situations where buying and selling transactions cannot be completed or experience disruptions when internet access is disrupted and traditional methods are no longer available. Therefore, this study was conducted to determine the impact of digitalization on buying and selling behaviour among Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS) students at UiTM Shah Alam. This study uses a survey method through the distribution of questionnaires as the main instrument. A total of 100 students were involved in the questionnaire through stratified random selection. The results of the study found that there is a significant element of influence between digitalization on the buying and selling behavior of students. According to the study's findings, there is a significant influence of digitalization on students' buying and selling behaviour. It is easier for students to buy and sell without having to spend too much time contemplating, especially when purchasing through an online platform. Digitization in business certainly simplifies students' daily lives, but it must be balanced with</i></p>
-----------------	---

	<p><i>good financial management knowledge and practises to avoid disadvantage to the students themselves.</i></p> <p>Keywords: <i>Digitalization, Behavior, Buying, Selling, Students.</i></p>
Abstrak	<p><i>Perkembangan dunia yang semakin pesat telah membawa bersamanya perubahan gaya hidup masyarakat kepada suatu tahap yang disebut sebagai dunia tanpa sempadan. Antara isi utama kepada perubahan tersebut adalah pengamalan digitalisasi dalam segenap kehidupan masyarakat. Penggunaan teknologi digital dalam industri perniagaan telah membawa kesan yang sangat positif kepada sektor ekonomi. Dunia perniagaan pada hari ini sebahagian besarnya telah berubah kepada penggunaan teknologi digital seiring dengan perkembangan gaya hidup masyarakat yang celik teknologi terutamanya dalam kalangan golongan mahasiswa. Melalui digitalisasi, urusan perniagaan dan jual beli dapat dilaksanakan dengan sangat mudah, namun dalam pada masa yang sama membawa kepada risiko amalan pembaziran, penipuan dan pengurusan kewangan yang lemah. Terdapat juga keadaan di mana transaksi jual-beli tidak dapat dilaksanakan atau mengalami gangguan bila mana berlaku gangguan terhadap capaian internet dan kaedah tradisional tidak lagi ditawarkan. Oleh yang demikian, satu kajian telah dijalankan bagi mengenalpasti pengaruh digitalisasi terhadap tingkah laku jual-beli dalam kalangan mahasiswa Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), UiTM Shah Alam. Kajian ini mengguna pakai kaedah tinjauan melalui edaran soal selidik sebagai instrumen utama. Seramai 100 orang pelajar telah terlibat dalam soal selidik tersebut melalui pemilihan secara rawak berstrata. Hasil kajian mendapati terdapat unsur pengaruh yang signifikan antara digitalisasi terhadap tingkah laku jual-beli mahasiswa. Mahasiswa lebih mudah membuat keputusan untuk berjual beli tanpa berfikir panjang terutamanya pembelian melalui platform atas talian. Amalan digitalisasi dalam perniagaan sememangnya memudahkan urusan seharian mahasiswa, namun perlu diseimbangkan dengan pengetahuan dan amalan pengurusan kewangan yang baik agar tidak mendatangkan kemudaratan kepada mahasiswa itu sendiri.</i></p> <p>Kata kunci: <i>Digitalisasi, Tingkah laku, Jual-beli, Mahasiswa.</i></p>

PENGENALAN

Revolusi Industri 4.0 yang berlaku diseluruh dunia telah menyumbang kepada kepesatan teknologi maklumat dan komunikasi negara. Kerajaan Malaysia telah merencanakan Hala Tuju Komprehensif Revolusi Perindustrian 4.0 (IR 4.0) dan Digital Nasional bagi memastikan pelaksanaan infrastruktur digital dalam negara ini dapat memberi manfaat kepada seluruh rakyat dan memacu pertumbuhan ekonomi negara. Terdapat beberapa kompenen utama yang menjadi fokus kepada hala tuju tersebut antaranya ialah pembangunan bakat digital, teknologi baharu, ekonomi segalanya, masyarakat dan berkaitan kerajaan. Dalam pada masa yang sama, melalui Rancangan Malaysia ke-12 (2021–2025), kerajaan telah memberi fokus terhadap usaha menambahbaik komunikasi digital negara menerusi pelaksanaan pelan infrastruktur digital, yang dikenali sebagai Jalanan Digital Negara (JENDELA). Pelan ini menjadi platform penting dalam menyediakan liputan perkhidmatan jalur lebar yang menyeluruh dan berkualiti tinggi, sekaligus mempersiapkan negara untuk peralihan kepada teknologi 5G secara mantap. Pihak kerajaan juga telah menyuntik pelaburan tambahan bernilai RM400 juta menerusi Pakej Rangsangan Ekonomi Prihatin Rakyat (PRIHATIN) bagi membolehkan industri telekomunikasi memperkukuhkan prestasi rangkaian masing-masing (Khairul Azhar Meerangani, 2021).

Melalui perkembangan ini, sistem ekonomi negara telah berkembang maju dengan penggunaan secara meluas teknologi maklumat dalam perniagaan atau lebih mudah disebut sebagai digitalisasi. Penglibatan dan daya tarikan bidang keusahawanan semakin meningkat ekoran daripada kemajuan teknologi yang turut memberi kesan positif kepada dunia perniagaan melalui platform digital seperti Alibaba, Shopee, Lazada dan sebagainya. Budaya pembelian secara atas talian yang semakin popular dalam kalangan pengguna, menjadikan fokus para peniaga mula teralih kepada menjalankan perniagaan melalui platform digital (Mohamad Afandi Md Ismail, 2021). Kajian lampau mendapati bahawa terdapat perbezaan penggunaan sistem membeli-belah secara atas talian dari segi jantina. Di peringkat universiti, gelagat kaum lelaki dalam menggunakan Internet untuk membelibelah dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan yang disediakan, penjimatan kos dan laman web yang tidak bersifat sosial manakala bagi wanita pula, faktor yang mempengaruhi ialah fesyen yang terkini, cabaran yang wujud dan tahap sosial dalam laman web tersebut (Delafrooz et al., 2009). Selain itu, kaum lelaki didapati lebih aktif menggunakan sistem membeli-belah secara atas talian berbanding kaum wanita di peringkat pengajian tinggi kerana tahap pengetahuan yang tinggi (Peng Li, 2010).

Melalui digitalisasi, urusan perniagaan dan jual beli dapat dilaksanakan dengan sangat mudah, namun dalam pada masa yang sama membawa kepada risiko amalan pembaziran, penipuan dan pengurusan kewangan yang lemah. Terdapat juga keadaan di mana transaksi jual-beli tidak dapat dilaksanakan atau mengalami gangguan bila mana berlaku gangguan terhadap capaian internet dan kaedah tradisional tidak lagi ditawarkan. Oleh yang demikian, kajian ini bertujuan mengenalpasti pengaruh digitalisasi terhadap tingkah laku jual-beli dalam kalangan mahasiswa. Kajian ini akan dijalankan terhadap mahasiswa yang sedang melanjutkan pengajian di Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), UiTM Shah Alam. Kajian ini akan menggunakan kaedah kuantitatif melalui soal selidik kepada sejumlah pelajar yang sedang mengikuti pengajian di fakulti tersebut. Hasil soal selidik kemudian akan dianalisis secara deduktif menggunakan analisis mudah dan carta pai.

METODOLOGI

Kajian ini dilaksanakan melalui kaedah tinjauan dengan pelaksanaan edaran borang soal selidik secara googleform sebagai kaedah memperoleh data kajian. Artikel ini akan mengulas pengaruh digitalisasi terhadap tingkah laku jual beli mahasiswa di fakulti ACIS, UiTM melalui analisis berstruktur. Teknik persampelan didasarkan pada teknik persampelan secara rawak dengan kaedah lima titik skala likert kerana menurut (McMillan, 2006), kajian yang merujuk kepada kaedah pentaksiran pandangan dan kepercayaan adalah lebih tepat dengan menggunakan skala likert 5 mata dalam soal selidik kajian. Menurut beliau skala likert mempunyai nilai kebolehpercayaan yang tinggi dan memberi lebih peluang kepada responden membuat pilihan dengan tepat. Skala Likert 5 titik telah digunakan dalam setiap item dengan skor (1) Sangat tidak setuju hingga skor (5) Sangat bersetuju dengan skor (3) sebagai neutral. Hasil dapatan kajian berdasarkan jawapan responden kemudian akan dianalisis secara berstruktur dengan kaedah analisis mudah dan dibentangkan dalam bentuk jadual, carta pai dan graf. Hasil dapatan kajian yang dikemukakan akan menjawab persoalan kajian iaitu sejauhmanakah digitalisasi mempengaruhi tingkah laku jual beli mahasiswa tersebut.

SOROTAN LITERATUR

Wang merupakan suatu aset yang amat penting bagi keperluan manusia terutamanya kepada mahasiswa dalam menghadapi keadaan ekonomi serba mencabar ini. Benarlah wang memainkan peranan yang penting dalam memudahkan transaksi ekonomi dan memenuhi keperluan masyarakat pada hari ini (Zulkifly, 2016). Menurut (John Abdullah, 2007), keperluan kewangan untuk tujuan kelangsungan hidup ketika zaman sekolah dan universiti adalah sangat berbeza. Kehidupan seorang mahasiswa universiti sememangnya memerlukan sumber kewangan yang lebih berikutan corak gaya hidup dan keperluan

pembelajaran yang memerlukan penggunaan perbelanjaan yang lebih. Oleh itu, mahasiswa dituntut lebih bijak dalam menguruskan kewangan dan sentiasa berhemah dalam perbelanjaan bagi mengelakkan daripada melakukan pembaziran wang. Sekiranya perancangan dan pengurusan kewangan dibuat secara sistematik dan efisien, kedudukan kewangan akan mencukupi malah berkemungkinan akan mempunyai lebihan dan boleh dijadikan sebagai tabungan. Sebaliknya jika mahasiswa tidak bijak mengurus, bersikap boros dalam berbelanja, ini pastinya akan menyebabkan keperluan wang mereka tidak mencukupi. Kajian oleh Husin (2021) juga menyokong dengan menyatakan bahawa mahasiswa perlu bijak menguruskan kewangan mereka bagi mengelakkan mereka mengalami masalah kewangan ketika belajar dengan tahu membezakan antara keperluan dan kemahuan.

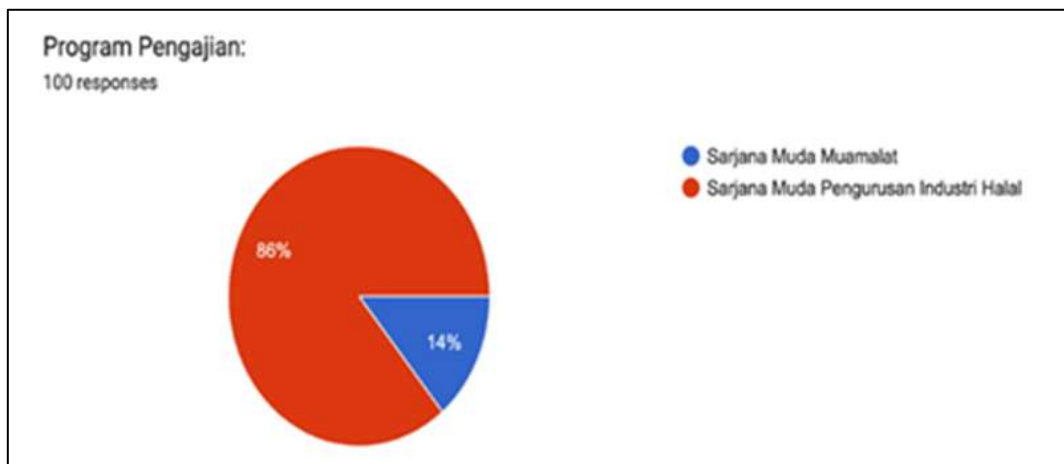
Digitalisasi telah dikenalpasti sebagai teknologi yang paling signifikan dalam mengubah masyarakat dan perniagaan (Parviainen, 2017). Teknologi digital mengambil maklumat dan memecahkannya kepada komponen terkecilnya. Dengan mengubah isyarat analog kepada kepingan diskret, pendigitalan memungkinkan untuk memanipulasi maklumat, teks, grafik, kod perisian, audio dan video dengan cara yang tidak pernah difikirkan sebelum ini. Oleh itu, ia bersifat memberi maklumat dan mengubah keupayaan (Maxwell, 1997). Pendigitalan ditakrifkan sebagai penggunaan teknologi digital dan data untuk mencipta hasil, menambah baik perniagaan, menggantikan/mengubah proses perniagaan dan mewujudkan persekitaran untuk perniagaan digital, di mana maklumat digital menjadi teras (Clerck, 2017). Pendigitalan bermaksud transformasi semua jenis maklumat (teks, bunyi, visual, video dan data lain daripada pelbagai sumber) ke dalam bahasa digital (Machekhina, 2017). Pendigitalan ialah fenomena mengubah data analog kepada bahasa digital (iaitu pendigitalan), yang seterusnya, boleh meningkatkan hubungan perniagaan antara pelanggan dan syarikat, membawa nilai tambah kepada seluruh ekonomi dan masyarakat (João Carlos Gonçalves Dos Reis, 2020).

Kajian yang menyentuh tentang pengaruh digitalisasi terhadap tingkah laku mahasiswa telah dilakukan oleh beberapa pengkaji dalam pelbagai aspek antaranya kajian oleh Angula (2021) yang melaksanakan kajian berkenaan pengaruh digitalisasi terhadap tingkah laku mahasiswa dalam aspek pembelajaran di Universiti (Siti Khairunnisa Khamis, 2020) juga telah menjalankan satu kajian bertajuk Faktor-Faktor Mempengaruhi Tingkah Laku Pembelian Dalam Talian dalam kalangan Mahasiswa KUIS, hasil kajian tersebut mendapati bahawa aktiviti pembelian dalam talian telah menjadi gaya hidup masyarakat moden hari ini. Tingkah laku jual beli tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor antaranya ialah kemudahan, kepercayaan, populariti, keselamatan, dan kepuasan. Faktor kemudahan dan kepercayaan dilihat menjadi faktor paling signifikan terhadap tingkah laku jual beli mahasiswa tersebut. Hal ini bermaksud mahasiswa akan lebih mudah untuk berjual beli sekiranya aktiviti jual beli tersebut mudah dilaksanakan dan tiada sebarang unsur penipuan kelihatan. Kajian yang dilakukan oleh Farhan Mat Arisah (2016) pula menyebutkan bahawa terdapat lima faktor utama yang menjadi pilhan pengguna sebelum melaksanakan pembelian secara atas talian iaitu faktor keselamatan, tawaran produk, risiko pembelian, kebolehpercayaan dan pengalaman yang dialami oleh pengguna.

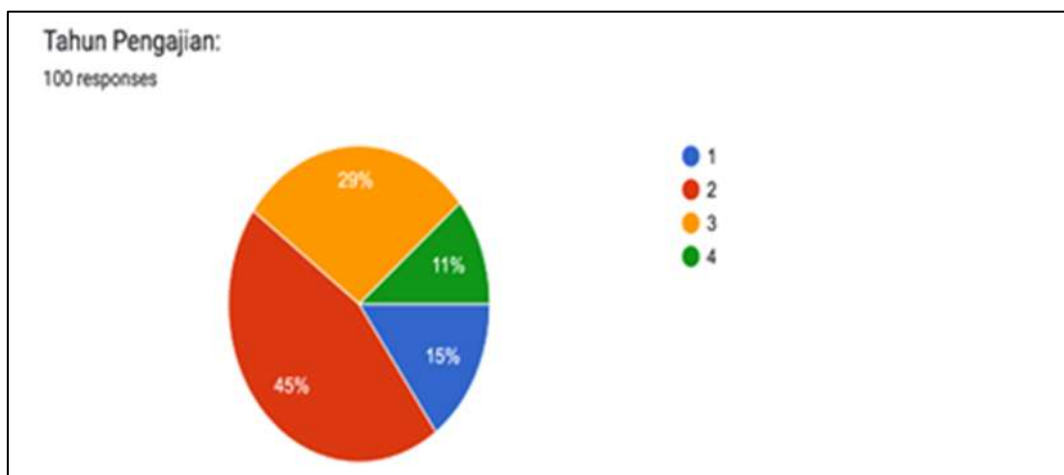
Perubahan terhadap aspek teknologi yang sentiasa berubah dengan pesat telah memberi kesan kepada pelbagai aspek gaya hidup masyarakat terutamanya jual beli. Kajian terhadap pola perbelanjaan pelajar juga telah dilaksanakan oleh (Alecia Puyu Anak Seman, 2017) menyatakan bahawa mahasiswa secara keseluruhannya kurang membuat simpanan dan terdapat perbezaan berkait pola perbelanjaan antara mahasiswa lelaki dan wanita. Dapatan kajian tersebut juga mendapati bahawa mahasiswa yang mengambil kursus yang berkait dengan pengurusan perniagaan mempunyai sikap berbelanja lebih baik berbanding pelajar kursus lain terutamanya dalam mengutamakan keperluan asas berbanding kehendak.

DAPATAN KAJIAN

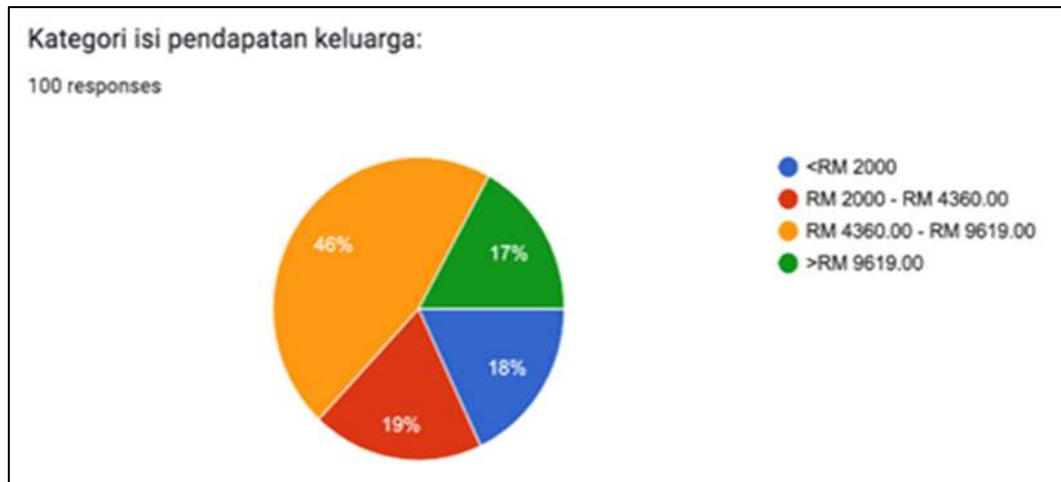
Soal selidik yang telah dijalankan melalui “google form” kepada para mahasiswa Akademi Pengajian Islam Kontemporari secara rawak telah diisi oleh 100 orang responden dengan 86 peratus terdiri daripada pelajar yang sedang mengikuti pengajian dalam program Sarjana Muda Pengurusan Industri Halal dan 14 peratus lagi merupakan pelajar program Sarjana Muda Muamalat (Rajah 1). Kesemua responden berkenaan terdiri daripada pelajar yang berada pada tahun 1 (15%), 2 (45%), 3 (29%), dan 4 (11%) (Rajah 2). Daripada 100 orang responden yang telah menjawab soal selidik 18% daripada mereka terdiri daripada keluarga yang berpendapatan kurang RM2000.00, 19% berpendapatan antara RM2000.00 ke RM4360.00. Sebahagian besar daripada responden iaitu 46% mempunyai keluarga berpendapatan antara RM 4360.00 hingga RM9619.00, manakala 17% lagi merupakan responden yang isi pendapatan keluarga mereka melebihi RM9619.00 seperti mana yang ditunjukkan dalam rajah 3.



Rajah 1: Program Pengajian Responden

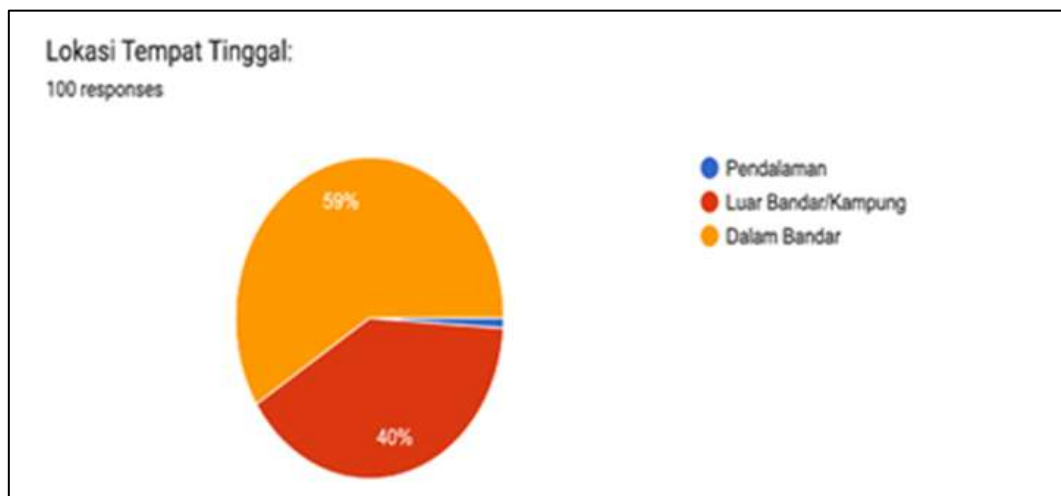


Rajah 2: Tahun Pengajian Responden

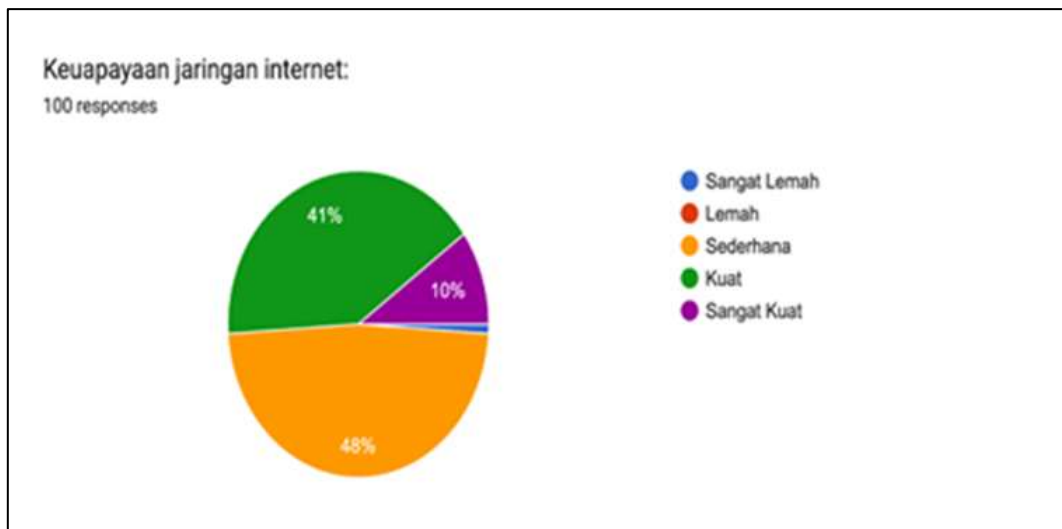


Rajah 3: Kategori Isi Pendapatan Keluarga Responden

Merujuk kepada rajah 4, sebahagian besar responden merupakan mereka yang tinggal di kawasan dalam bandar iaitu 59%, manakala bakinya adalah penduduk luar bandar dengan 40%, serta hanya 1% sahaja yang tinggal di kawasan pendalaman. Namun begitu, lokasi tempat tinggal di dalam bandar tidak menjanjikan keupayaan jaringan internet yang baik kerana hanya 10% sahaja responden yang memiliki keupayaan jaringan internet yang sangat kuat. Kemudian 41% responden mempunyai keupayaan jaringan internet yang kuat, selebihnya 48% berada pada tahap sederhana dan hanya 1% sahaja memiliki keupayaan jaringan internet yang sangat lemah seperti yang ditunjukkan dalam rajah 5.



Rajah 4: Lokasi Tempat Tinggal Responden



Rajah 5: Keupayaan Jaringan Internet Responden

Kefahaman Dan Pengaplikasian Digitalisasi

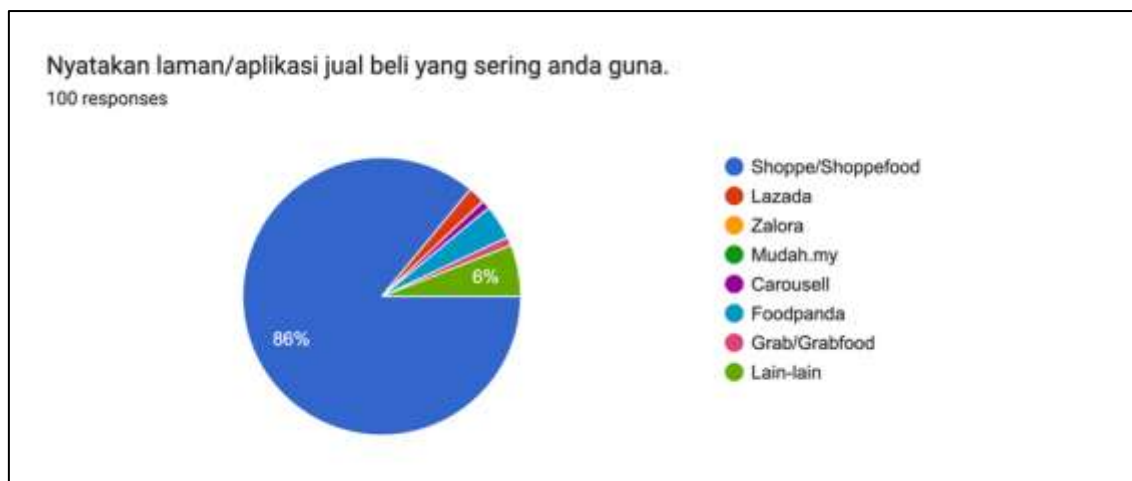
Perkembangan teknologi yang berlaku hari ini telah mempengaruhi corak dan gaya kehidupan masyarakat. Melalui perkembangan ini, masyarakat perlu menjalani kehidupan mereka dengan pengaplikasian teknologi digital dalam kebanyakan urusan kehidupan mereka terutamanya dalam aspek ekonomi. Maka dengan itu, kefahaman terhadap perkembangan teknologi digital ini adalah mustahak bagi memastikan masyarakat tidak ketinggalan dan sentiasa berada dalam lingkungan arus perdana. Maka, berdasarkan jadual 1, hasil kajian menunjukkan 49% peratus daripada responden memiliki kefahaman yang sederhana berkenaan digitalisasi dan 39% responden setuju bahawa mereka faham tentang digitalisasi serta hanya 7% tidak setuju. Kefahaman berkenaan dengan digitalisasi ini membawa responden kepada penggunaan internet dalam kehidupan mereka. Kajian yang dijalankan mendapati majoriti responden merupakan pengguna internet yang tegar dengan komposisi 40% sangat setuju dan 51% setuju, manakala selebihnya iaitu 9% hanya pengguna internet pada tahap sederhana tegar.

Penggunaan internet dalam kehidupan seharian boleh dimanfaatkan dengan pelbagai aktiviti seperti melayari laman sosial. Penggunaan laman sosial pada hari ini adalah sangat signifikan sebagai medium perhubungan dalam masyarakat seperti Facebook, Instagram, Tik Tok dan pelbagai lagi. Daripada 100 orang responden, 29% responden merupakan pengguna laman sosial tegar, 38% pengguna laman sosial sederhana dan 31% sekadar pengguna laman sosial sederhana tegar. Pengguna laman sosial pada hari ini bukan sekadar menggunakan laman sosial untuk berhubung, malah laman sosial hari ini telah menjadi medium untuk menjalankan perniagaan dan membeli belah. Perkembangan ekonomi digital telah memaksa para usahawan menjadi lebih kreatif dan inovatif dengan menjalankan perniagaan secara atas talian melalui pelbagai saluran media sosial yang ada. Para usahawan di pelbagai peringkat mula menjalankan pengiklanan produk jualan dan perkhidmatan mereka melalui laman sosial yang jauh memberi impak yang besar kepada hasil perniagaan mereka. Pengiklanan yang dilakukan melalui media sosial lebuah mudah mempengaruhi para pembeli yang banyak meluahkan masa mereka dengan melayari media sosial. Hasil kajian mendapati sejumlah 45% responden sangat terpengaruh dan setuju mereka terpengaruh untuk membeli sesuatu, kesan daripada pengiklanan yang mereka lihat di media sosial dengan komposisi 10% sangat setuju dan 35% setuju. Manakala 49% responden berada pada tahap sederhana dan hanya 6% tidak setuju mereka terpengaruh untuk membeli sesuatu kesan daripada apa yang mereka lihat di media sosial.

ITEM	SKALA (%)				
	Sangat Setuju	Setuju	Sederhana/ Normal	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1. Adakah anda faham apa yang dimaksudkan dengan Digitalisasi?	6.9	38.6	49.5	6.9	1
2. Adakah anda seorang pengguna internet yang tegar?	40.6	50.5	8.9	-	-
3. Adakah anda pengguna laman sosial yang tegar?	28.7	38.6	-	2	-
4. Adakah anda sering terpengaruh untuk membeli sesuatu, kesan daripada apa yang anda lihat di media sosial anda?	9.9	35.6	48.5	5.9	-

Jadual 1: Kefahaman & Penggunaan Digitalisasi

Tambahan itu, hasil kajian juga mendapati hampir kesemua responden pernah menggunakan laman web atau aplikasi jual beli secara atas talian atau lebih popular disebut sebagai “online shopping” dengan 98% daripada responden pernah menggunakannya. Majoriti daripada responden iaitu 86% sering menggunakan aplikasi Shoppe/Shoppe Food untuk berjual beli secara atas talian, selain beberapa aplikasi lain seperti Lazada, Foodpanda, Carousell, Grab/Grabfood dan beberapa aplikasi yang lain seperti dinyatakan dalam rajah 6. Pengaplikasian jual beli secara atas talian ini secara tidak langsung telah membawa kepada perkembangan perbankan internet bagi pelaksanaan pembayaran secara atas talian. Hal ini dibuktikan melalui hasil kajian yang mendapati 100% daripada responden mempunyai perbankan internet dengan majoriti daripadanya iaitu 96% menggunakan perbankan atas talian sebagai medium pembayaran, disamping beberapa medium lain seperti Grabpay dan Touch n Go e-wallet.



Rajah 6: Laman Web/Aplikasi Jual Beli Pilihan Responden

Tingkah Laku Jual Beli Mahasiswa

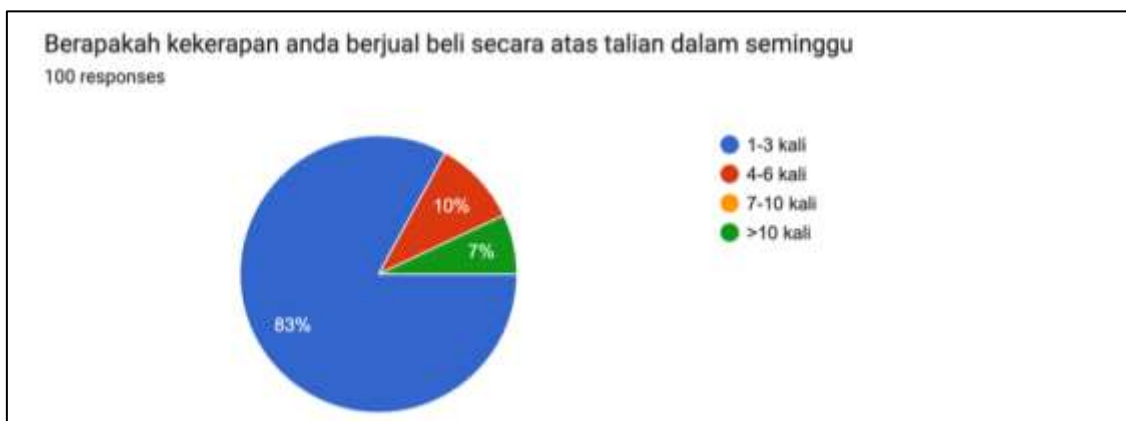
Mahasiswa merupakan golongan yang berada pada peringkat perkembangan pemikiran yang matang dalam membentuk peribadi dan corak kehidupan mereka. Sebagai seorang mahasiswa, mereka dituntut untuk sentiasa berfikir kesan dibalik setiap tindakan yang akan mereka ambil. Hal ini termasuklah perbuatan berkait dengan tingkah laku jual beli mahasiswa di sepanjang tempoh pengajian mereka. Melalui kajian yang dilakukan dengan merujuk kepada jadual 2, mendapati bahawa 58.4% responden merupakan mereka yang gemar membeli belah pada tahap sederhana. Malah, terdapat 8.9% responden yang sangat bersetuju bahawa mereka adalah seorang yang gemar membeli belah, dan 25.7% setuju bahawa mereka gemar membeli belah. Namun, terdapat juga responden yang tidak setuju

dan sangat tidak setuju bahawa mereka gemar membeli belah dengan 7%. Dalam pada masa yang sama, sebahagian besar responden iaitu 55.4% responden menyatakan bahawa mereka juga sekadar sederhana setuju untuk gemar berniaga. Dalam aspek tingkah laku gemar berniaga ini juga, 25.7% responden tidak setuju dan sangat tidak setuju tentang perkara tersebut. Namun, terdapat juga responden yang setuju dan sangat setuju bahawa mereka gemar berniaga dengan komposisi 13.9% setuju dan 5% sangat bersetuju. Hal ini menunjukkan bahawa mahasiswa mampu mengambil peluang yang ada untuk menceburi bidang keusahawanan melalui platform digital.

ITEM	SKALA (%)				
	Sangat Setuju	Setuju	Sederhana/ Normal	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1. Adakah anda seorang yang gemar membeli belah?	8.9	25.7	58.4	5.9	1
2. Adakah anda seorang yang gemar berniaga?	5	13.9	55.4	19.8	5.9

Jadual 2: Sikap Responden Terhadap Perilaku Jual Beli

Perkembangan digitalisasi juga dilihat dengan jelas membawa kepada suatu dimensi yang berbeza kepada dunia perniagaan dimana kaedah jual beli dan perniagaan telah berkembang bukan sahaja secara fizikal tetapi berubah kepada atas talian. Perkembangan ini semakin mendapat sambutan dalam kalangan masyarakat termasuk mahasiswa dengan hasil kajian mendapati 57.4% responden lebih gemar kepada kaedah jual beli secara atas talian berbanding 42.6% yang masih kekal dengan kaedah jual beli secara fizikal atau bersemuka. Hal ini dikukuhkan lagi dengan dapatan bahawa 86.1% responden pernah berjual beli secara atas talian. Kaedah jual beli secara atas talian ini semakin menjadi pilihan mahasiswa dengan 83.2% melaksanakan jual beli secara atas talian dengan kekerapan 1 hingga 3 kali dalam tempoh seminggu. Malah terdapat 6.9% responden yang melaksanakan lebih 10 kali jual beli secara atas talian serta 9.9% lagi dengan kekerapan 4 hingga 6 kali dalam tempoh yang sama seperti dinyatakan pada rajah 5. Melihat kepada kekerapan jual beli secara atas talian tersebut, merujuk kepada rajah 6, kebanyakan mahasiswa sering melaksanakan jual beli secara atas talian bagi membeli makanan dan minuman dengan 40.6%, di samping 17.8% responden membeli pakaian, 17.8% juga membeli barangan kosmetik, 5% membeli barangan gajet dan elektronik dan selebihnya adalah barangan lain iaitu 18.8%.



Rajah 5: Kekerapan Jual Beli Responden Secara Atas Talian



Rajah 6: Jenis Pembelian Responden Secara Atas Talian

Peratusan yang tinggi terhadap kekerapan jual beli secara atas talian dalam kalangan mahasiswa ini menunjukkan bahawa pembelian secara atas talian ini bersifat lebih mudah dengan dapatan kajian seperti dalam jadual 3 mendapati majoriti responden iaitu 50.5% bersetuju, malah 22.8% responden sangat bersetuju bahawa pembelian secara atas talian lebih mudah dilaksanakan. Kesan kepada perkara tersebut juga dilihat signifikan ekoran dapatan kajian juga mendapati mahasiswa merasakan urusan jual beli secara atas talian ini boleh dipercayai, dimana 62.4% sederhana setuju, 29.7% setuju, 4% sangat setuju, serta hanya 4% sahaja responden yang tidak percaya kepada jual beli secara atas talian. Namun begitu, menarik untuk diperkatakan apabila kajian juga mendapati, walaupun mahasiswa kebanyakannya percaya kepada jual beli secara atas talian, hampir separuh daripada responden tersebut menyatakan mereka pernah ditipu dalam urusan jual beli secara atas talian iaitu sebanyak 48.5%. Hal ini membuktikan bahawa digitalisasi yang berlaku terhadap sektor ekonomi perniagaan dan gaya hidup mahasiswa turut mengundang kepada unsur negatif seperti penipuan, namun masih mendapat kepercayaan dalam kalangan mahasiswa untuk terus menggunakan perkhidmatan tersebut.

ITEM	SKALA (%)				
	Sangat Setuju	Setuju	Sederhana/Normal	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1. Adakah anda merasakan pembelian secara atas talian lebih mudah?	22.8	50.5	24.8	-	2
2. Adakah anda merasakan pembelian secara atas talian boleh dipercayai?	4	29.7	62.4	3	1

Jadual 3: Pandangan Responden Terhadap Jual Beli Secara Atas Talian

Dengan kewujudan digitalisasi dalam urusan perniagaan melalui pengiklanan di laman sosial yang kini menjadi medium perhubungan mahasiswa, di tambah dengan kewujudan pelbagai aplikasi jual beli atas talian yang ditawarkan oleh syarikat-syarikat global serta kemudahan pembayaran secara atas talian melalui khidmat perbankan elektronik, dan pelbagai aplikasi e-wallet, telah berlaku peningkatan keinginan dan tindakan jual beli dalam kalangan mahasiswa. Hasil kajian seperti dalam jadual 4 menunjukkan daripada 100 orang responden yang terlibat, 21.8% sangat bersetuju dan 49.5% bersetuju berhubung perkara tersebut. Malah, wujud suatu hubungan yang signifikan apabila 23.8% responden sangat bersetuju dan 43.6% bersetuju menyatakan bahawa mereka akan kurang berbelanja dan mampu menyimpan wang mereka sekiranya mereka tidak mempunyai akses kepada jual beli secara atas talian. Walaubagaimanapun, dapatan kajian juga mendapati mahasiswa turut mempertimbangkan untuk tetap keluar berjual beli di pusat membeli belah secara fizikal sekiranya pembelian secara atas talian

tidak dapat dilaksanakan dengan komposisi 39.6% sederhana setuju, 34.7% setuju dan 20.8% sangat setuju. Hal ini membuktikan bahawa mahasiswa mempunyai keinginan untuk berjual beli yang tinggi, malah kesan digitalisasi dalam kehidupan seharian mereka telah menambahkan lagi keinginan dan tindakan jual beli mereka ekoran kemudahan yang mereka peroleh serta daya tarikan yang wujud daripada unsur-unsur digitalisasi perniagaan tersebut.

ITEM	SKALA (%)				
	Sangat Setuju	Setuju	Sederhana/ Normal	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1. Adakah anda bersetuju bahawa anda lebih banyak berjual beli disebabkan oleh kemudahan digital yang ada melalui pengiklanan di laman sosial/aplikasi jual beli dan pembelian secara atas talian?	21.8	49.5	25.7	2	1
2. Adakah anda setuju bahawa sekiranya tiada kaedah jual beli secara atas talian, anda akan kurang berbelanja dan dapatkan menyimpan duit anda.?	23.8	43.6	21.8	9.9	1
3. Adakah anda akan tetap keluar pergi ke pusat membeli belah, untuk membeli barangan yang anda inginkan sekiranya pembelian secara atas talian tidak dapat dilakukan.	20.8	34.7	39.6	4	1

Jadual 4: Hubung Kait Digitalisasi Dengan Tingkah Laku Jual Beli Responden

Rumusan daripada hasil kajian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahawa mahasiswa mempunyai kefahaman yang baik berhubung konsep digitalisasi khususnya dalam aspek perkhidmatan jual beli. Melalui media sosial yang menjadi medium utama perhubungan mahasiswa hari ini, mereka dilihat sangat mudah untuk mendapatkan akses kepada pelbagai perkhidmatan jual beli secara atas talian disamping sering diperlihatkan dengan pelbagai iklan-iklan yang wujud dalam laman sosial mereka. Kesannya mahasiswa mempunyai keinginan yang tinggi untuk berjual beli secara atas talian dan pernah melakukan transaksi jual beli secara atas talian serta percaya bahawa jual beli secara atas talian lebih memudahkan mereka melalui aplikasi dan khidmat pembayaran elektronik yang mereka miliki. Faktor digitalisasi dalam perkhidmatan jual beli dan transaksi pembayaran telah meningkat keinginan jual beli mahasiswa secara atas talian dan mendapatkan kepercayaan mahasiswa walaupun sebilangan besar dalam kalangan mereka pernah ditipu dalam urusan tersebut.

KESIMPULAN

Digitalisasi yang berlaku dalam dunia hari ini sememangnya telah membawa banyak perubahan dalam segenap kehidupan masyarakat termasuk mahasiswa. Melalui perkembangan teknologi yang semakin canggih, digitalisasi telah menyerap masuk dalam kesemua aspek kehidupan terutamanya aspek komunikasi dan ekonomi. Terdapat kesan positif yang sangat signifikan dilihat kepada gaya dan tingkah laku mahasiswa, namun dalam pada masa yang sama wujud kesan yang negatif yang perlu diberikan penekanan dan perhatian yang serius agar tidak membawa kemudharatan yang serius kepada kehidupan mahasiswa. Oleh yang demikian, adalah difikirkan wujud keperluan kepada kajian yang menyentuh kepada aspek pengurusan kewangan dan psikologi tingkah laku jual beli mahasiswa agar mereka sering terbimbing dan terpandu dalam aspek mereka

menguruskan kewangan dan emosi agar bijak dalam berbelanja serta terpelihara daripada menjadi mangsa penipuan jual beli secara atas talian.

RUJUKAN

Buku

- John Abdullah, S. A. 2007. *Kewangan & Pelajar IPT*. Kuala Lumpur: Publications & Distributors Sdn Bhd.
- McMillan, J. H. 2006. *Research in Education: Evidence-based Inquiry*. 6th ed. Cape Town: Pearson.

Jurnal

- Alecia Puyu Anak Seman, A. B. 2017. *Pola Perbelanjaan Dalam Kalangan Mahasiswa: Satu Kajian Perbandingan Antara IPTA dan IPTS*. International Conference on Global Education, 2388-2405. Indonesia: Universiti Ekasakti.
- Angula, J. N. 2021. *The Impact Digitalization Has on Students' Behavior on a High-Level Institution as the University of Namibia*. International Journal of Financial Market and Corporate Finance, Vol. 1, 6-14.
- Farhan Mat Arisah, S. A. 2016. *Amalan Pembelian Secara Atas Talian dan Faktor-Faktor Mempengaruhinya*. Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities, 111-123.
- João Carlos Gonçalves dos Reis, M. A. 2020. *Digitalization: A Literature Review and Research Agenda*. Springer Nature, 443-456.
- Khairul Azhar Meerangani, M. T. 2021. *Digitalisasi Sistem Pengurusan Zakat Di Malaysia: Potensi Dan Cabaran*. Journal of Business Innovation, 36-48.
- Machekhina, O. N. 2017. *Digital of education as a trend of its modernization and reforming*. RevistaEspacios, 26-31.
- Maxwell, L. M. 1997. *Gateway or gatekeeper: the implications of copyright and digitalization on education*. Communication Education, 141-157.
- Mohamad Afandi Md Ismail, M. S. 2021. *Impak Pembelajaran Kursus Pengajian Di ACIS Terhadap Keyakinan Pelajar Dalam Bidang Keusahawanan*. Sains Insani, 91-97.
- Parviainen, P. T. 2017. *Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice*. IJISPM, 63-77.
- Zulkifly, A. A. 2016. *Faktor Penentu Pengurusan Kewangan: Kes Mahasiswa Universiti Kebangsaan Malaysia*. Jurnal Personalia Pelajar, 85-94.

Seminar dan Prosiding

- Husin, N. 2021. *Status Kewangan Dan Tekanan Dalam Kalangan Pelajar*. 8th International Conference on Management and Muamalah 2021 (ICoMM 2021), 405-415. Selangor.
- Siti Khairunnisa Khamis, F. B. 2020. *Faktor-Faktor Mempengaruhi Tingkah Laku Pembelian Dalam Talian dalam kalangan Mahasiswa KUIS*. Proceeding of the 7th International Conference on Management and Muamalah 2020 (ICoMM 2020), 43-50. Selangor.

Laman Sesawang

- Clerck, J. 2017, August 03. Digitalization, Digital Transformation: The Differences. i-SCOOP. <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/> (diakses pada 15 februari 2023)

Penafian

Pandangan yang dinyatakan dalam artikel ini adalah pandangan penulis. Al-Qanatir: International Journal of Islamic Studies tidak akan bertanggungjawab atas apa-apa kerugian, kerosakan atau lain-lain liabiliti yang disebabkan oleh / timbul daripada penggunaan kandungan artikel ini.