

**ADVANCED INTERNATIONAL JOURNAL OF
BUSINESS, ENTREPRENEURSHIP AND SMES
(AIJBES)**www.aijbbs.com**TAHAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM URUSAN JUAL
BELI SECARA DALAM TALIAN MELALUI PLATFORM E-
DAGANG***CUSTOMER SATISFACTION LEVEL IN ONLINE SELLING BUYING ON E-
COMMERCE PLATFORM*Azizah Abdullah^{1*}, Noriha Basir², Shuhairimi Abdullah³, Wan Norhaizar Harun⁴¹ Jabatan Bahasa & Pengajian Umum, Universiti Malaysia Perlis, Malaysia

Email: azizahabdullah@unimap.edu.my

² Jabatan Bahasa & Pengajian Umum, Universiti Malaysia Perlis, Malaysia

Email: noriha@unimap.edu.my

³ Jabatan Bahasa & Pengajian Umum, Universiti Malaysia Perlis, Malaysia

Email: shuhairimi@unimap.edu.my

⁴ Jabatan Bahasa & Pengajian Umum, Universiti Malaysia Perlis, Malaysia

Email: haizar@unimap.edu.my

* Corresponding Author

Article Info:**Article history:**

Received date: 18.04.2024

Revised date: 13.05.2024

Accepted date: 15.06.2024

Published date: 30.06.2024

To cite this document:

Abdullah, A., Basir, N., Abdullah, S., & Harun, W. N. (2024). Tahap Kepuasan Pelanggan Dalam Urusan Jual Beli Secara Dalam Talian Melalui Platform E-Dagang. *Advanced International Journal of Business Entrepreneurship and SMEs*, 6 (20), 253-268.

DOI: 10.35631/AIJBS.620022.**Abstract:**

Kepuasan pelanggan dalam urusan jual beli secara dalam talian merujuk kepada kepuasan pembeli melalui pengalaman mereka dalam melakukan transaksi melalui platform e-dagang. E-dagang merupakan singkatan daripada "elektronik dagang," yang merujuk pada proses perdagangan atau transaksi komersial yang dilakukan secara elektronik melalui internet atau jaringan komputer. Kajian yang dilaksanakan ini bertujuan untuk menganalisis tahap kepuasan pelanggan dalam pembelian secara dalam talian melalui platform e-dagang. Kaedah kualitatif dimanfaatkan dalam menganalisis data untuk mengenal pasti platform e-dagang dan tahap yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks pembelian secara dalam talian. Permasalahan utama yang dikenal pasti dalam urusan jual beli secara Dalam Talian (E-Dagang) ialah timbulnya keraguan bagi pihak penjual dan pembeli kerana tidak memenuhi rukun jual beli yang sempurna. Urusan jual beli dalam platform e-dagang juga sering kali menimbulkan kekhuatiran atau keraguan kepada pengguna kerana tidak semua transaksi memenuhi piawai atau rukun jual beli yang sempurna menurut ajaran agama atau hukum tertentu. Kajian ini mendapati bahawa tahap kepuasan pelanggan menunjukkan peratusan sebanyak 67.7% sangat bersetuju dan berpuas hati dengan transaksi pembelian melalui platform e-dagang. Ini menunjukkan bahawa tahap kepuasan

This work is licensed under [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



pelanggan terhadap perkhidmatan dalam talian adalah baik. Pemahaman yang baik serta pengharapan pelanggan juga dapat dipupuk melalui pengalaman mereka semasa berurusan jual beli dengan menggunakan platform e-dagang. Implikasi praktikal bagi kepuasan pelanggan dalam perniagaan secara dalam talian turut dibincangkan. Oleh itu, pembeli secara maya boleh memanfaatkan hasil kajian ini sebagai panduan dalam urusan pembelian secara dalam talian melalui platform e-dagang.

Kata Kunci:

Tahap Kepuasan Pelanggan, Pembelian Dalam Talian Dan Platform E-Dagang

Abstract:

Customer satisfaction in online shopping refers to the satisfaction of buyers through their experience in making transactions through the e-commerce platform. E-commerce is short for "electronic commerce," which refers to the process of trading or commercial transactions carried out electronically through the internet or computer network. This study aims to analyze the level of customer satisfaction in online purchases through e-commerce platforms. Qualitative methods are utilized in analyzing the data to identify e-commerce platforms and levels that influence customer satisfaction in the context of online purchases. The main problems identified in the business of buying and selling Online (E-Commerce) is the emergence of doubts on the part of the seller and the buyer due to not fulfilling the perfect purchase and sale rules. Buying and selling in e-commerce platforms also often causes concern or doubt to users because not all transactions meet the perfect standards or principles of buying and selling according to certain religious teachings or laws. This study found that the level of customer satisfaction showed a percentage of 67.7% strongly agreed and satisfied with the purchase transaction through the e-commerce platform. This shows that the level of customer satisfaction with online services is good. A good understanding and expectations of customers can also be fostered through their experience when dealing with buying and selling using an e-commerce platform. Practical implications for customer satisfaction in online business are also discussed. Therefore, virtual buyers can take advantage of the results of this study as a guide in purchasing online through e-commerce platforms.

Keywords:

Customer Satisfaction Levels, Online Purchases And E-Commerce Platforms

Pengenalan

Kepuasan pelanggan dalam urusan jual beli secara dalam talian merujuk kepada kepuasan pembeli melalui pengalaman mereka dalam melakukan transaksi melalui platform e-dagang. E-dagang merupakan singkatan daripada "elektronik dagang" yang merujuk pada proses perdagangan atau transaksi komersial yang dilakukan secara elektronik melalui internet atau jaringan komputer. Urusan jual beli merupakan aktiviti penting dalam Islam yang diatur oleh syarak. Pandangan fiqh Islam menekankan kepentingan keadilan, kejujuran dan kebersamaan dalam transaksi urusan jual beli. Prinsip-prinsip Islam dalam urusan jual beli merangkumi larangan terhadap riba, penipuan dan ketidakadilan. Dalam konteks e-dagang, prinsip-prinsip ini tetap relevan. Platform e-dagang harus mematuhi syarat-syarat jual beli dalam Islam seperti mengelakkan transaksi riba dan memastikan kejujuran dalam menyampaikan maklumat produk jualan. Urusan jual beli secara E-dagang juga perlu memastikan bahawa kontrak jual beli

adalah sah menurut syarat-syarat fiqah Islam termasuk kejelasan mengenai produk, harga dan syarat-syarat transaksi. Hal ini juga menggariskan keperluan untuk mendidik pengguna platform e-dagang mengenai panduan jual beli menurut syarak dan memastikan kecukupan pematuan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam operasi platform e-dagang. Dengan itu, aspek jual beli dalam Islam perlu diintegrasikan secara holistik dalam operasi platform e-dagang bagi memastikan keselamatan dan keadilan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Proses pembelian secara dalam talian merangkumi keseluruhan kemudahan dan kebolehcapaian laman web atau aplikasi e-dagang. Kejelasan maklumat mengenai produk atau perkhidmatan serta kekeliruan yang timbul semasa proses transaksi e-dagang wajar dielakkan. Pengalaman pengguna pula merangkumi kualiti antara muka pengguna (user interface) dan kebolehcapaian internet yang baik. Begitu juga dengan kepantasan dan kualiti laman web atau aplikasi yang dimanfaatkan untuk urusan jual beli serta responsif terhadap pertanyaan atau aduan pelanggan. Kualiti produk atau perkhidmatan juga perlu diutamakan merangkumi kesesuaian produk atau perkhidmatan bagi memenuhi pengharapan pelanggan. Kualiti atau digital produk juga perlu seiring dengan kualiti perkhidmatan yang diberikan seterusnya menambah kebolehpercayaan pelanggan dan prestasi produk serta kecemerlangan dalam perkhidmatan. Perkhidmatan pelanggan merujuk kepada ketersediaan sokongan pelanggan dan kecekapan dalam menyelesaikan masalah. Responsif terhadap pertanyaan atau aduan pelanggan serta tahap profesional dan keberkesanan komunikasi bersama pelanggan merupakan kunci kejayaan dalam urusan jual beli secara dalam talian. Perkhidmatan penghantaran barangan dan pengendalian belian secara dalam talian melibatkan kebolehpercayaan dan ketepatan dalam penghantaran produk. Begitu juga dengan kepantasan dalam memproses pesanan dan memberikan maklumat penghantaran. Kualiti pembungkusan dan keadaan produk juga perlu dititikberatkan semasa proses penghantaran. Penetapan harga dan penawaran juga perlu bersesuaian dengan harga yang ditawarkan mengikut harga semasa dan penetapan harga persekitaran yang adil dan kompetitif. Penawaran diskaun yang ditawarkan juga memberi kelebihan kepada pengguna untuk sama-sama menikmati harga yang munasabah serta mesra pengguna.

Seterusnya, keberhasilan pembelian secara dalam talian sering kali diukur oleh kepuasan pelanggan dan kejayaan pengusaha dalam perniagaan tersebut biasanya dapat memenuhi pengharapan pelanggan dalam semua aspek jual beli yang disarankan. Menerima umpan balik pelanggan dan membuat peningkatan berterusan kepada perkhidmatan dan produk adalah kunci untuk memastikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Ini mencakup berbagai kegiatan seperti pembelian dan penjualan produk atau layanan, pertukaran data perniagaan dan proses pentadbiran lainnya yang berkaitan dengan perdagangan secara elektronik. Dengan kemajuan teknologi informasi dan internet, e-dagang telah menjadi fenomena yang signifikan dalam dunia perniagaan moden. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk berhubungan dengan pelanggan mereka secara langsung melalui platform dalam talian, meningkatkan jaringan pengaksesan produk dan layanan serta memungkinkan transaksi dapat dilaksanakan dengan cepat dan efisien. Platform E-dagang juga membuka peluang kepada pengusaha kecil dan konglomerat untuk berdagang dalam pasaran global tanpa batasan geografi yang signifikan. Keadaan tersebut telah dapat mengubah landskap perniagaan secara keseluruhan dan memungkinkan perubahan dalam model perniagaan tradisional serta dapat mencipta peluang baharu untuk pertumbuhan dan inovasi.

Permasalahan Kajian

Permasalahan utama yang dikenal pasti dalam urusan jual beli secara Dalam Talian (E-Dagang) ialah timbulnya keraguan bagi pihak penjual dan pembeli kerana tidak memenuhi rukun jual

beli yang sempurna. Urusan jual beli dalam platform e-dagang juga sering kali menimbulkan kekhawatiran atau keraguan kepada pengguna kerana tidak semua transaksi memenuhi piawai atau rukun jual beli yang sempurna menurut ajaran agama atau hukum tertentu. Berikut adalah beberapa masalah yang sering muncul dalam urusan jual beli melalui platform e-dagang:

Keaslian Barangan

Pembeli bimbang seandainya barang yang dibeli tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar yang dikongsi di platform e-dagang. Hal tersebut berkemungkinan kerana barang yang ditempah melalui platform e-dagang tidak memenuhi citarasa pembeli atau tidak sesuai kerana kualiti barangan yang rendah.

Transaksi Pembayaran

Masalah pembayaran sering terjadi dalam transaksi secara dalam talian terutamanya platform e-dagang yang tidak menyediakan sistem pembayaran yang selamat kepada pengguna.

Ketidakesuaian Produk

Terdapat juga produk yang diterima tidak sesuai dan tidak tidak memenuhi piawai produk yang diiklankan.

Kelewatan Produk

Proses penghantaran produk yang lewat telah menjadi kebimbangan kepada pembeli terutamanya barangan yang diperlukan dengan segera.

Jaminan Pengembalian Semula Produk

Tiada jaminan pengembalian semula produk telah menjejaskan kepercayaan pengguna untuk membuat pembelian dan transaksi pembayaran. Oleh yang demikian, bagi mengatasi kebimbangan ini adalah penting bagi platform e-dagang untuk menyediakan layanan pelanggan yang baik, memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk, menawarkan kaedah pembayaran yang selamat serta memiliki kebijakan pengembalian yang adil dan telus. Selain itu, sebagai pembeli, penting juga untuk melakukan tinjauan dan penelitian yang rapi sebelum membeli barangan secara dalam talian dan memilih platform e-dagang yang dipercayai.

Objektif Kajian

- i. Mengenal pasti platform E-Dagang yang digunakan dalam urusan jual beli pelajar
- ii. Membincangkan tahap kepuasan pelanggan dan pengalaman terhadap pembelian secara dalam talian E-Dagang
- iii. Menganalisis pandangan pelanggan berkaitan urusan jual beli secara dalam talian E Dagang

Perbincangan Ulasan Kajian Lepas

Memandangkan E-dagang kini menjadi sangat popular bagi urusan jual beli dalam kalangan rakyat Malaysia, maka kajian ini sangat perlu dilaksanakan untuk menilai keberkesanan dan kesesuaian kepada pengguna disamping mengenal pasti kelemahan sedia ada. Bagi menjayakan kajian ini, terdapat beberapa kajian lepas telah diteliti dan dirujuk. Berikut adalah beberapa contoh kajian yang telah dilakukan tentang jual beli dalam platform E-dagang: Menurut kajian yang telah dibuat oleh Fauzi (2021) dalam kalangan pengguna B40, majoriti responden mempercayai platform E-dagang kerana platform tersebut telah meningkatkan keberkesanan dalam membeli-belah.

Selain itu, menurut kajian Arsad et.al (2021) mendapati kepercayaan merupakan faktor utama yang mempengaruhi pembelian dalam talian. Manakala pendapat Cheng et.al (2022) pula, mengatakan pembeli dalam talian di Malaysia mempunyai tahap persepsi kepercayaan yang tinggi terhadap jual beli E-dagang yang menyebabkan pengurangan kebimbangan risiko. Ia menyerlahkan kepentingan kepercayaan dalam persekitaran membeli-belah dalam talian.

Selain itu, kajian yang dibuat oleh Azri dan Ahmad (2020) telah menyimpulkan bahawa faktor-faktor seperti kos, masa, keselamatan dan privasi adalah faktor dominan dalam kalangan responden kajian di negeri Selangor. Satu kajian oleh Nuzulan et al. (2023) terhadap pelajar-pelajar Universiti Malaysia Kelantan telah mendapati bahawa kepercayaan telah menjadi satu teras utama dalam penentuan niat pembelian secara dalam talian.

Menurut Vebitha et.al. (2021) yang telah merumuskan bahawa yang utama faktor yang mempengaruhi pembelian dalam talian ialah tahap keselamatan, risiko, kemudahan, dan ketepatan penghantaran. Dalam pada itu, Yee dan Chandrashekar (2022) mendapati kepercayaan responden terhadap pembelian dalam talian masih dalam tahap yang tinggi, namun begitu masih terdapat responden yang kurang yakin terhadap pembelian dalam talian.

Sehubungan dengan itu, pengguna yang mempunyai kepercayaan terhadap e-dagang akan melakukan transaksi di alam maya. Pembelian dalam dunia e-dagang tidak akan berlaku jika tiada kepercayaan antara penjual dengan pembeli (Suharyati et al., 2021).

Disebabkan ketidakpastian wujud dalam transaksi di Internet, sebahagian besar pengkaji telah melaporkan bahawa kepercayaan adalah faktor utama yang memberi kesan terhadap peningkatan dalam kejayaan e-dagang (Saragih & Ramdhany, 2012). Pendapat Wibowo (2015) pula, perniagaan di e-dagang memerlukan kepercayaan antara penjual dan pembeli. Menurutnya, transaksi tidak akan berjaya dilakukan jika tiada saling percaya antara satu sama lain. Sesungguhnya, konsep kepercayaan adalah keutamaan dalam transaksi e-dagang, selain keselamatan dan privasi, menurut Wei Yee et al., (2022).

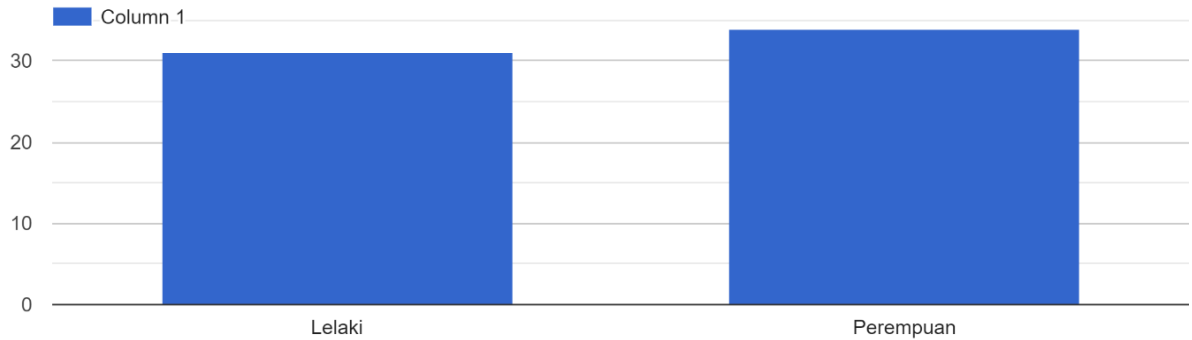
Berdasarkan kajian-kajian lepas yang telah dilaporkan seperti di atas terbukti bahawa e-dagang telah mendapat kepercayaan yang tinggi dalam kalangan pelbagai lapisan rakyat Malaysia. Oleh yang demikian, penelitian yang lebih fokus terhadap e-dagang yang dilaksanakan di Malaysia merangkumi aspek berikut wajar dilakukan merangkumi, platform, produk, kaedah pembayaran, tahap kepuasan pengguna, prosedur pengurusan, kawalan emosi, keselamatan, prosedur penghantaran dan pengalaman pengguna serta cadangan penambahbaikan perkhidmatan.

Analisis Perbincangan

Analisis perbincangan terbahagi kepada lima bahagian iaitu bahagian A tentang maklumat pelanggan merangkumi jantina, umur, bangsa dan tahap pendidikan. Bahagian B pula merujuk platform E-Dagang yang digunakan oleh pelanggan dalam urusan jual beli secara dalam talian. Bahagian C membincangkan tahap kepuasan responden yang merangkumi prosedur pengurusan, pembekal, peniaga dan khidmat pelanggan serta peniaga bijak mengawal emosi ketika berurusan dengan pelanggan. Keduanya membincangkan prosedur keselamatan pelanggan dan dokumen terjamin. Ketiganya membincangkan prosedur penghantaran. Manakala bahagian D pula membincangkan pengalaman responden dalam menghadapi situasi penipuan. Seterusnya, bahagian E membincangkan pandangan responden berkaitan tindakan yang dilakukan setelah mengalami penipuan dalam urusan jual beli dalam platform E-Dagang.

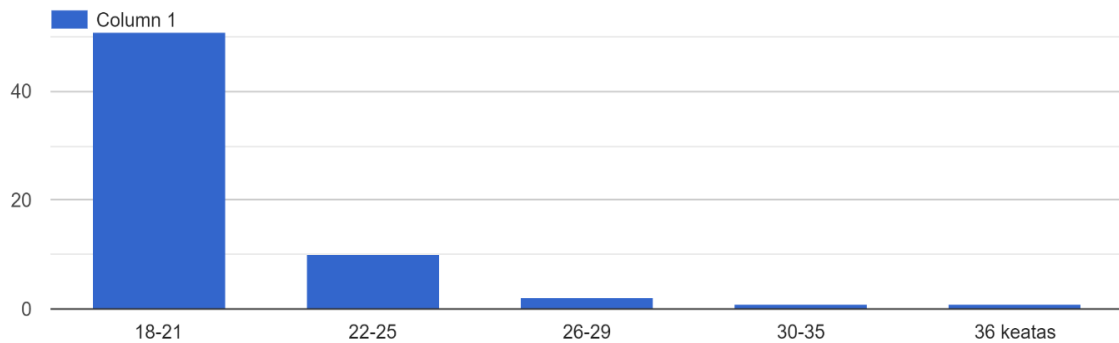
Bahagian A (Maklumat Responden)

1. Jantina

**Rajah 1: Jantina**

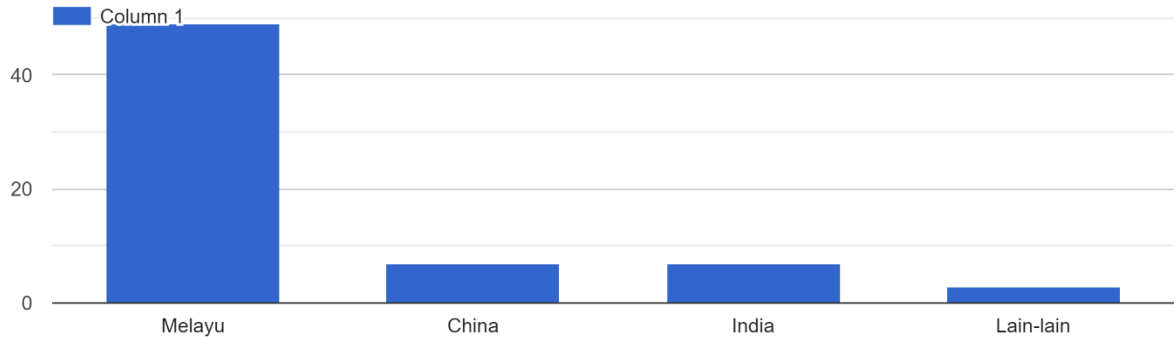
Seramai 31 responden lelaki terlibat dalam kajian ini merangkumi peratusan sebanyak 48%. Manakala responden perempuan sebanyak 34 responden iaitu peratusan sebanyak 52%.

2. Umur

**Rajah 2: Umur**

Responden paling ramai yang terlibat dalam kajian ini merangkumi usia dalam lingkungan umur 18 hingga 21 tahun iaitu seramai 51 orang responden (78%), responden dalam lingkungan umur 22 hingga 25 tahun seramai 10 orang (15.4%). Seterusnya, 2 orang responden dalam lingkungan umur 26-29 tahun (3.1%).

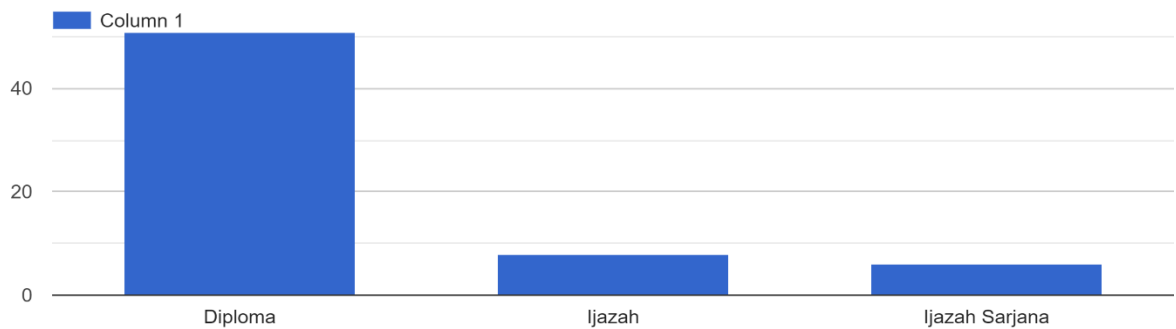
3. Bangsa



Rajah 3: Bangsa

Responden berbangsa Melayu paling ramai terlibat dalam kajian ini iaitu seramai 49 orang (75.4%). Manakala responden China seramai 7 (10.8%). Begitu juga responden India seramai 7 orang (10.8 %) dan lain-lain bangsa terdiri daripada 3 orang (4.7%).

4. Peringkat Pengajian

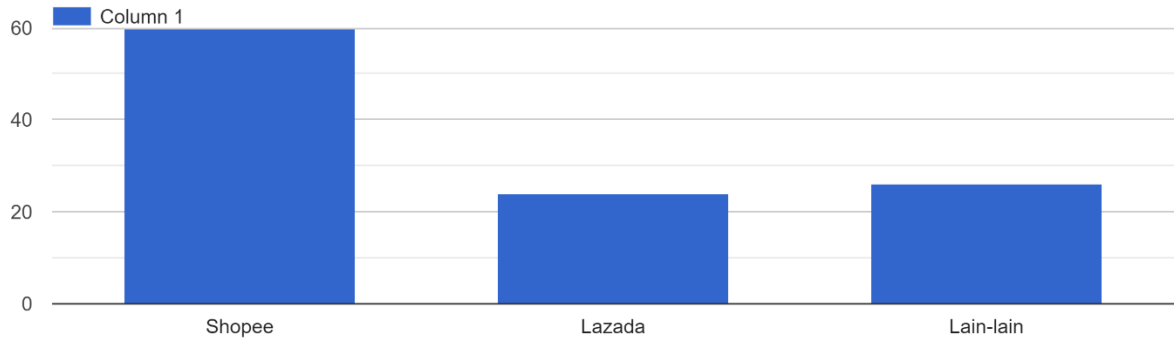


Rajah 4: Peringkat Pengajian

Seramai 51 responden mendapat pendidikan pada peringkat Diploma (78%). Seterusnya seramai 8 responden (12.3%) menerima pendidikan pada peringkat Ijazah dan 6 orang responden (9.2%) mendapat pendidikan pada peringkat ijazah sarjana.

Bahagian B (Platform E-Dagang)

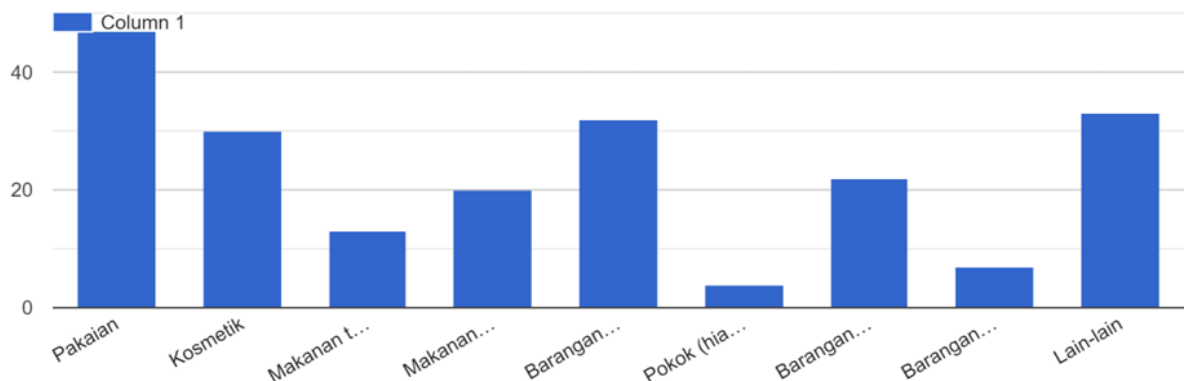
1. Apakah Platform e-dagang yang anda gunakan dalam urusan jual beli secara Dalam Talian



Rajah 5: Apakah Platform E-Dagang Yang Digunakan Dalam Urusan Jual Beli Dalam Talian

Analisis menunjukkan bahawa sebanyak 60% responden menggunakan Platform Shopee untuk urusan jual beli dalam talian. Seterusnya platform Lazada sebanyak 24% dan lain-lain platform sebanyak 26%.

2. Apakah jenis produk barangan yang anda beli secara dalam talian melalui platform e-dagang.

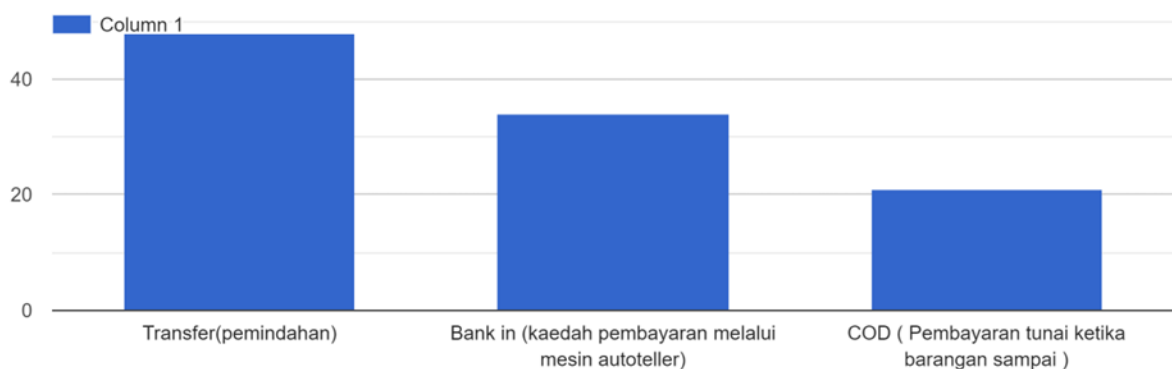


Rajah 6: Apakah Jenis Produk Barangan Yang Dibeli Secara Dalam Talian Melalui Platform E-Dagang?

Jenis produk barangan yang menjadi pilihan pengguna dalam pembelian secara dalam talian ialah pakaian, kosmetik, makanan tambahan untuk kesihatan, makanan dan minuman ringan, barangan elektrik, pokok hiasan dan tanaman, barangan kelengkapan rumah, barangan

kelengkapan bayi dan lain-lain produk. Analisis menunjukkan 47 responden memilih pakaian sebagai produk pilihan pembelian utama secara dalam talian. Manakala, produk kedua tertinggi yang menjadi pilihan ialah lain-lain produk seramai 34 responden. Dikuti oleh barangan elektrik iaitu seramai 32 orang responden dan 30 orang responden memilih produk kosmetik. Pilihan produk seterusnya ialah produk barangan kelengkapan rumah seramai 22 orang responden. Manakala 20 orang responden memilih produk makanan dan minuman ringan untuk pembelian secara dalam talian. Manakala seramai 13 responden pula memilih produk makanan tambahan untuk kesihatan. Analisis juga menunjukkan, hanya 7 orang responden memilih barangan kelengkapan bayi untuk pembelian dalam talian. Produk yang paling sedikit dalam penilaian untuk pembelian dalam talian iaitu hanya 4 orang responden menyatakan pembelian pokok hiasan dan tanaman.

3. Cara pembayaran pembelian secara Dalam Talian

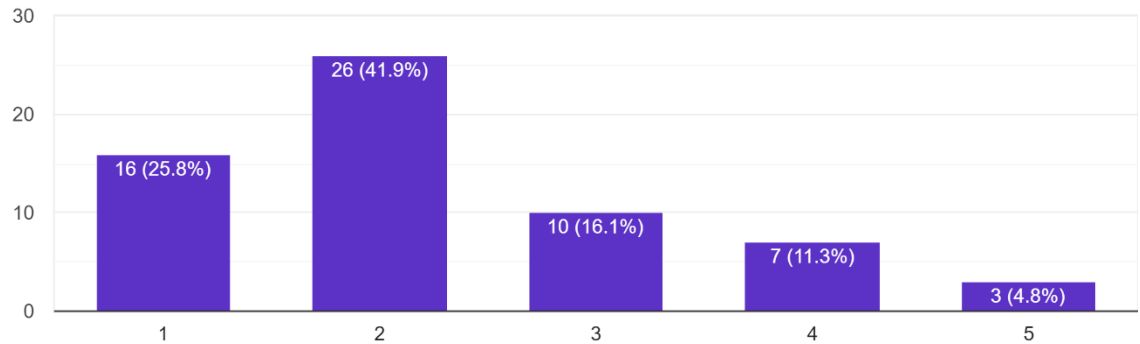


Rajah 7: Cara Pembayaran Pembelian Secara Dalam Talian

Analisis menunjukkan kaedah utama yang digunakan oleh responden dalam urusan pembayaran bagi pembelian secara dalam talian ialah melalui pemindahan wang iaitu peratusan pemilihan sebanyak 48%. Diikuti kaedah pembayaran melalui mesin deposit sebanyak 34% dan pembayaran tunai ketika barangan sampai sebanyak 21%.

Bahagian C**Perbincangan Analisis Tahap Kepuasan Responden Dalam Pembelian Secara Dalam Talian**

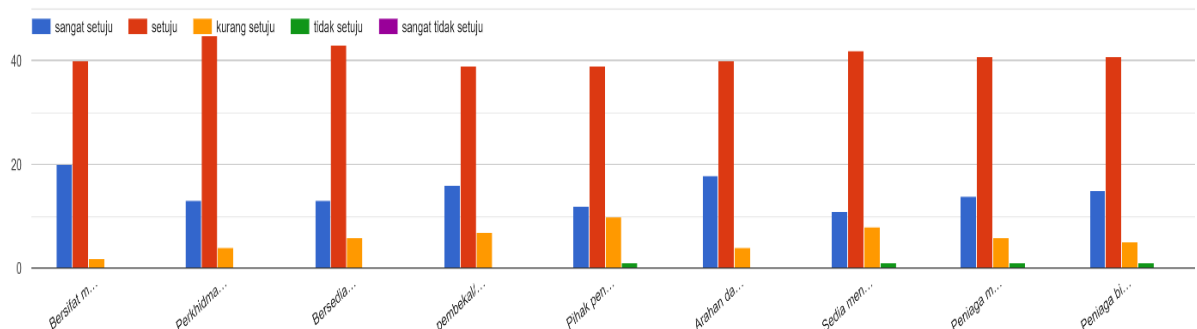
Tahap kepuasan pelanggan terhadap pembelian secara dalam talian melalui platform e-dagang
62 responses



Rajah 8: Tahap Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Secara Dalam Talian Melalui Platfom E-Dagang

Analisis menunjukkan bahawa seramai 26 responden iaitu 41.9% berpuas hati terhadap pembelian secara dalam talian, 16 responden iaitu 25.8% sangat berpuas hati, 10 responden iaitu 16.1% kurang berpuas hati. Manakala 7 responden yang menyumbang sebanyak 11.3% tidak berpuas hati dan 3 responden iaitu 4.8% sangat tidak berpuas hati terhadap pembelian secara dalam talian melalui platform e-dagang.

1. PROSEDUR PENGURUSAN PEMBEKAL/ PENIAGA & KHIDMAT PELANGGAN



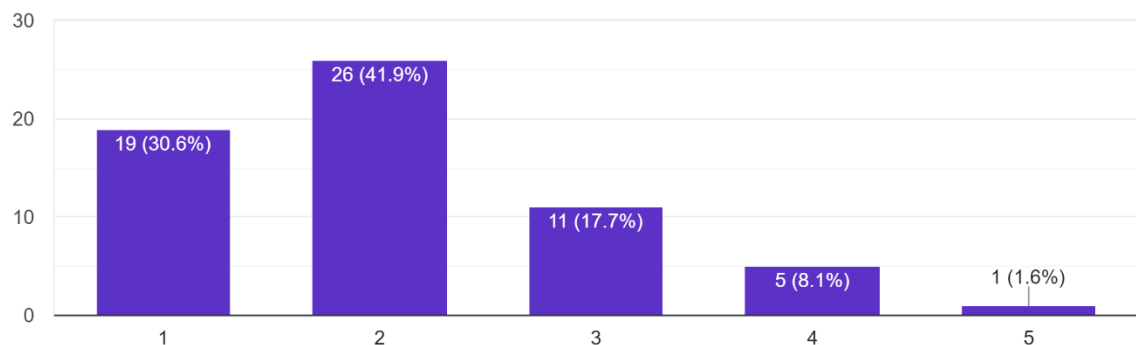
Rajah 9: Prosedur Pengurusan Pembekal/ Peniaga & Khidmat Pelanggan

Analisis prosedur pembekal atau peniaga terhadap khidmat pelanggan merangkumi pertamanya, bersifat mesra dan menghormati pelanggan. Keduanya, perkhidmatan menepati

piagam pelanggan. Ketiganya, bersedia mendengar. Keempat, pembekal iaitu penjual memberi penjelasan yang tepat. Kelimanya, Pihak pengurusan platform e-dagang memberi maklumat yang tepat dan betul. Keenam, Arahan dan panduan mudah difahami. Ketujuh, Sedia menerima pandangan atau kritikan pelanggan. Kelapan, Peniaga menjaga kredibiliti. Kesembilan, Peniaga bijak mengawal emosi ketika berurusan dengan pelanggan. Analisis pertama iaitu bersifat mesra dan menghormati pelanggan menunjukkan 20 responden sangat bersetuju, 40 responden bersetuju dan 2 responden kurang bersetuju. Analisis kedua iaitu perkhidmatan menepati piagam pelanggan menunjukkan seramai 13 responden sangat bersetuju, 45 responden bersetuju dan 4 responden kurang bersetuju. Analisis ketiga iaitu bersedia mendengar menunjukkan 13 responden sangat bersetuju, 43 responden bersetuju dan 6 responden kurang bersetuju. Analisis keempat iaitu pembekal/penjual memberi penjelasan yang tepat menunjukkan 16 responden sangat bersetuju, 39 responden bersetuju dan 7 responden kurang bersetuju. Analisis kelima iaitu pihak pengurusan platform e-dagang memberi maklumat yang tepat dan betul menunjukkan seramai 12 responden sangat bersetuju, 39 responden bersetuju, 10 responden kurang bersetuju dan seorang tidak bersetuju. Analisis keenam iaitu arahan dan panduan mudah difahami menunjukkan seramai 18 responden sangat bersetuju, 40 responden bersetuju dan 4 responden kurang bersetuju. Analisis ketujuh iaitu sedia menerima pandangan atau kritikan pelanggan menunjukkan 11 responden sangat bersetuju, 42 responden bersetuju, 8 responden kurang bersetuju dan seorang responden tidak bersetuju. Analisis kelapan iaitu peniaga menjaga kredibiliti menunjukkan bahawa seramai 14 responden sangat bersetuju, 41 responden bersetuju, 6 responden kurang bersetuju dan seorang responden tidak bersetuju. Analisis kesembilan iaitu peniaga bijak mengawal emosi ketika berurusan dengan pelanggan menunjukkan bahawa 15 responden sangat bersetuju, 41 responden bersetuju, 5 responden kurang bersetuju dan seorang tidak bersetuju.

Peniaga bijak mengawal emosi ketika berurusan dengan pelanggan

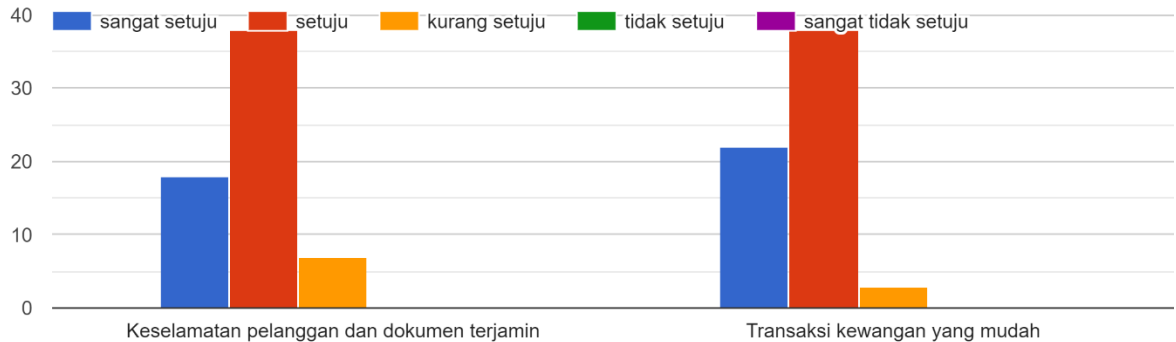
62 responses



Rajah 10: Peniaga Bijak Mengawal Emosi Ketika Berurusan Dengan Pelanggan

Analisis dari sudut emosi menunjukkan bahawa 19 responden (30.6%) sangat bersetuju, 26 responden (41.9%) bersetuju, peniaga bijak mengawal emosi ketika berurusan bersama pelanggan. Seterusnya 11 respondent (17.7%) kurang bersetuju, 4 responden (8.1%) tidak bersetuju dan seorang (1.6%) sangat tidak bersetuju peniaga bijak mengawal emosi ketika berurusan dengan pelanggan.

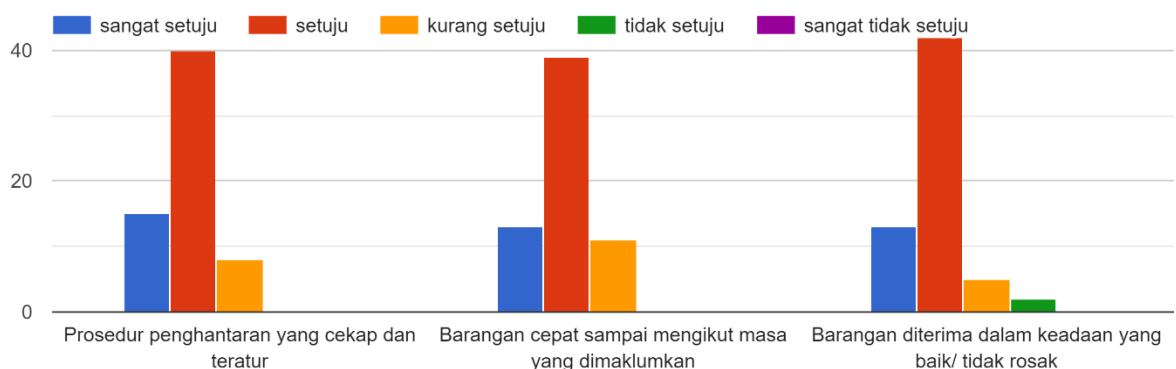
2. PROSEDUR KESELAMATAN PELANGGAN DAN DOKUMEN TERJAMIN



Rajah 11: Prosedur Keselamatan Pelanggan Dan Dokumen Terjamin

Analisis prosedur keselamatan pelanggan dan dokumen terjamin menunjukkan bahawa seramai 18 responden sangat bersetuju, 38 responden bersetuju dan 7 responden kurang bersetuju prosedur keselamatan pelanggan dan dokumen terjamin dalam urusan jual beli secara dalam talian. Seterusnya, 22 responden sangat bersetuju, 38 responden bersetuju dan 3 orang responden kurang bersetuju dalam transaksi kewangan bagi urusan jual beli yang mudah.

3. PROSEDUR PENGHANTARAN



Rajah 12: Prosedur Penghantaran

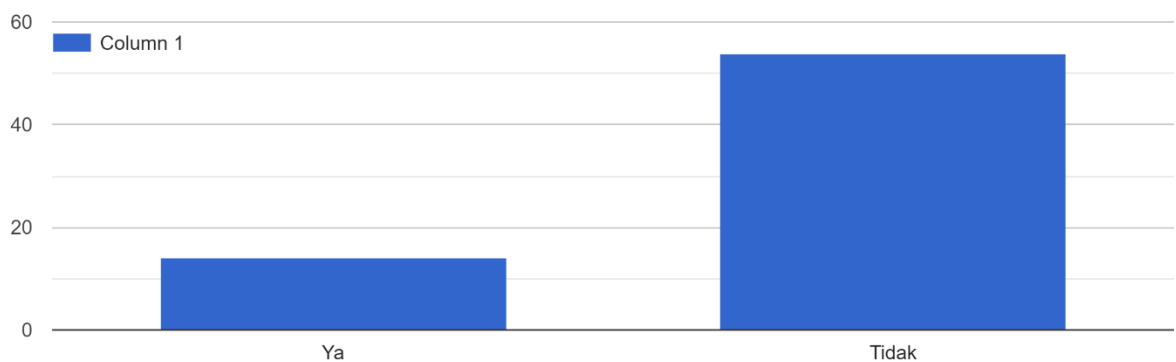
Analisis prosedur penghantaran menunjukkan bahawa seramai 15 responden sangat bersetuju, 40 responden bersetuju dan 8 responden kurang bersetuju bagi prosedur penghantaran yang cekap dan teratur dalam urusan jual beli secara dalam talian. Seterusnya, 13 responden sangat bersetuju, 39 responden bersetuju dan 11 responden kurang bersetuju yang menyatakan bahawa

barangan yang dibeli melalui platform e-dagang adalah cepat sampai mengikut masa yang dimaklumkan. Manakala, 13 responden sangar bersetuju, 42 responden bersetuju, 5 responden kurang bersetuju dan 2 orang responden tidak bersetuju dengan pernyataan bahawa barangan yang diterima dalam keadaan yang baik atau tidak rosak.

Bahagian D

Perbincangan Pengalaman Responden Dalam Urusan Jual Beli Secara Dalam Talian

Adakah anda pernah mengalami situasi penipuan ketika berurusan jual beli secara dalam talian melalui platform e-dagang?

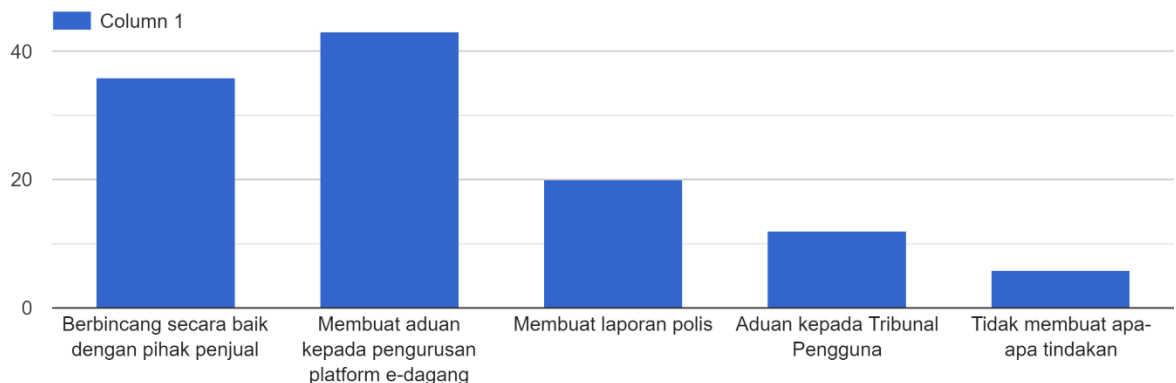


Rajah 13: Adakah Anda Pernah Mengalami Situasi Penipuan Ketika Berurusan Jual Beli Secara Dalam Talian Melaui Platform E-Dagang?

Analisis menunjukkan bahawa seramai 14 responden pernah mengalami situasi penipuan ketika berurusan jual beli secara dalam talian melalui platform e-dagang. Manakala 54 responden tidak pernah mengalami situasi penipuan ketika berurusan jual beli secara dalam talian melalui platform e-dagang. Responden menjelaskan bahawa situasi yang dialami semasa urusan jual beli seperti silap penghantaran barang sebagaimana yang ditempah, barang tidak serupa seperti yang ditunjukkan dalam iklan, penipuan dalam pembelian air minuman kesihatan, penipuan daripada pihak penjual iaitu akaun penjual tidak dapat dikesan setelah transaksi pembayaran berjaya dilaksanakan, saiz baju juga lebih kecil daripada jangkaan dan saranan serta saiz yang tidak sama.

Bahagian E***Perbincangan Analisis Pandangan Responden Terhadap Urusan Jual Beli Secara Dalam Talian***

Apakah tindakan yang anda lakukan setelah anda mengalami kes penipuan dalam urusan jual beli secara dalam talian melalui platform e-dagang.



Rajah 14: Apakah Tindakan Yang Anda Lakukan Setelah Anda Mengalami Kes Penipuan Dalam Urusan Jual Beli Secara Dalam Talian Melalui Platform E-Dagang?

Kes penipuan juga berlaku dalam urusan jual beli secara dalam talian melalui platform e-dagang. Analisis menunjukkan bahawa seramai 36 responden mengambil tindakan berbincang secara baik dengan pihak penjual, 43 responden membuat aduan kepada pengurusan platform e-dagang, 20 responden membuat laporan polis, 12 responden membuat aduan kepada tribunal pengguna dan 6 responden tidak membuat apa-apa tindakan.

Bahagian F***Perbincangan Analisis Penyelesaian Masalah Dan Cadangan Responden Dalam Urusan Jual Beli Secara Dalam Talian.***

Analisis menunjukkan terdapat banyak kaedah yang dicadangkan oleh responden dalam menangani masalah dalam kes penipuan dalam urusan jual beli secara dalam talian. Responden menjelaskan bahawa tindakan yang perlu diambil ialah membuat laporan penipuan tersebut kepada pihak polis dan pihak berkuasa, kedua-dua pihak iaitu pihak pembeli dan pihak penjual cuba menyelesaikan segala masalah dengan cara yang harmoni. Terdapat juga pihak pembeli yang memberi penilaian yang kurang memuaskan kepada penjual. Bagi mencapai kata sepakat yang melegakan kedua-dua pihak maka pilihan secara rundingan adalah pilihan yang terbaik bagi mencapai kata sepakat bagi menyelesaikan masalah yang berlaku. Pihak pembeli juga disaran untuk mengkaji dahulu latar belakang pihak penjual. Terdapat juga responden yang nekad berusaha mencari penjual tersebut untuk mengembalikan semula wang yang telah dibayar. Nasihat juga disarankan agar pihak pembeli sentiasa berwaspada dan tidak mudah percaya dengan iklan yang ditawarkan dan berfikir dahulu sejenak sebelum membuat transaksi pembayaran. Responden juga telah memboikot produk dan penjual yang gagal mematuhi urusan jual beli yang mematuhi hukum syarak. Responden juga mengambil inisiatif dengan mengumpulkan bukti penipuan serta aduan kepada pihak berkuasa dan bertanggungjawab.

Responden akan melaporkan kepada pihak polis seandainya berlaku penipuan terhadap barangan yang dibeli melebihi RM150 dan membuat kaji selidik terhadap penjual lain yang menjual produk yang sama. Pelaksanaan undang-undang juga perlu diperketat bagi menangani isu penipuan tersebut dan memberikan hukuman yang berat kepada penipu dalam talian (*scammer*). Penjual juga di minta untuk memulangkan semula wang yang telah dikreditkan, melaporkan penipuan tersebut kepada syarikat, bersabar, menggunakan platform yang dipercayai, membaca *review* sebelum membeli, mengambil keputusan yang boleh dibuat daripada pihak diri sendiri.

Cadangan Dan Pandangan Untuk Menambah Baik Perkhidmatan Dalam Urusan Jual Beli Melalui Platform E-Dagang Di Malaysia

Analisis responden menunjukkan terdapat beberapa cadangan dan pandangan untuk menambah baik perkhidmatan dalam urusan jual beli melalui platform e-dagang di Malaysia. Responden mencadangkan untuk membuat pemilihan terlebih dahulu sebelum mana-mana penjual ingin berniaga di platform e-dagang. Pihak kerajaan disaran untuk memberi diskaun barangan yang banyak dan mengurangkan kos baucer penghantaran. Bagi menambah baik sistem perkhidmatan, penjual perlu meletakkan gambar yang sebenar dan pihak penjual sepatutnya menunjukkan bukti kepada pembeli iaitu barang yang sudah dibeli sudah siap untuk dihantar atau sedang dihantar.

Kesimpulan

Kesimpulannya, melalui kajian ini jelas bahawa Shopee merupakan platform yang paling popular di Malaysia dan diikuti oleh Lazada. Dari segi jenis produk yang popular pula pakaian didapati paling popular dalam jual beli E-dagang, diikuti barangan elektrik serta kosmetik. Seterusnya kajian mendapati, kaedah pembayaran paling popular adalah melalui pemindahan akaun diikuti oleh kaedah pembayaran melalui mesin teller automatik. Melalui kajian ini juga mendapati bahawa tahap kepuasan pelanggan menunjukkan peratusan sebanyak 67.7% sangat bersetuju dan berpuas hati dengan transaksi pembelian melalui platform e-dagang. Ini menunjukkan bahawa tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan dalam talian adalah baik. Pemahaman yang baik serta pengharapan pelanggan juga dapat dipupuk melalui pengalaman mereka semasa berurusan jual beli dengan menggunakan platform e-dagang. Implikasi praktikal bagi kepuasan pelanggan dalam perniagaan secara dalam talian turut dibincangkan. Oleh itu, pembeli secara maya boleh memanfaatkan hasil kajian ini sebagai panduan dalam urusan pembelian secara dalam talian melalui platform e-dagang.

Penghargaan

Penulis merakamkan ucapan terima kasih kepada penganjur The 3rd International Conference of Sciences of Sciences, Ethics, and Civilizations (KonSEP) 2024, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Perlis, Kampus Arau 02600 Arau , Perlis . Ucapan penghargaan juga ditujukan kepada semua pihak yang terlibat dalam menjayakan penulisan ini.

Rujukan

- Arsad, S, Rosli, M. A. A., Ahmad, R., Zulkifli, N.R. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Secara Atas Talian Oleh Penduduk Di Sekitar Ayer Hitam Kedah, *International Journal of Muamalat*, December 2021, Vol. 5, No. 1
- Azri, A.F dan Ahmad, W.N.K.W, (2020) ,Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-Peruncitan di Selangor *Research In Management Of Technology And Business* Vol. 1 No. 1 (2020) 128–138

- Cheng, S.Y., Hussain, I. A., Apparavu, K., Rosli, N. T., (2022). Factors Influencing Online Shopping Intention Among Malaysians: A Quantitative-Based Study, *Electronic Journal of Business and Management*, Vol.7 Issue 3, pp. 66-81
- Fauzi, FD, (2021) *Tingkah Laku Penggunaan E-Dagang Dalam Kalangan B40 Di Kedah Tesis Ijazah Sarjana Muda Sains Ekonomi (Kepujian)*, UUM February 2021
- Nuzulan, A.N.I.A, (2023), *Factors Influencing Online Purchasing : intention among entrepreneurship (commerce) students of University Malaysia Kelantan*, Thesis Bach of Entrepreneurship, UMK
- Perkara Haram Dalam Perniagaan. (2018). E-Muamalat. <https://e-muamalat.islam.gov.my/ms/bahan-ilmiah/artikel/154-perkara-haram-dalam-perniagaan>
- Pejabat Mufti Wilayah Persekutuan - IRSYAD AL-FATWA SIRI KE-563: HUKUM MENJUAL BARANG SECARA PRE-ORDER DI PLATFORM ONLINE. (2021). muftiwp.gov.my. Retrieved June 9, 2024, from <https://muftiwp.gov.my/en/artikel/irsyad-fatwa/irsyad-fatwa-umum-cat/4734-irsyad-al>
- Saragih, H., dan Ramdhany, R. (2012). Pengaruh intensi pelanggan dalam berbelanja online kembali melalui media teknologi informasi forum jual beli (FJB) Kaskus. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(2), 100-112.
- Subri, N. I. B., Bistamam, I. N. B. M., Shahabuddin, M. Z. B., WM, W. M. D. H., & Jamil, R. B. M. (2020). Pendekatan Khiyar Dalam Pembelian Atas Talian (Online Shopping): Analisa Kritikal. *Proceedings of the 7th International Prophetic Conference (SWAN) 2020*.
- Suharyati, S., Sustiyatik, E., Ruhamak, M. D., Susilo, U., & Gustiawan, W. D. (2021). Pengaruh Harga, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Ud. Tri Jaya Rizki Abadi Di Kabupaten Kediri. *RISK : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 2(1), 181–191.
- Suhaimi, R., Mahaiyadin, M. H., & Sulong, J. (2022). Pengharmonian Aplikasi Prinsip Khiyar Bagi Jual Beli Dalam Talian.. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 7(47), 416 - 426
- Veybitha, Y., Alfansi, L., Salim, M., Darta, E., (2021) Critical Review: Factors Affecting Online Purchase Intention Generation Z, *Journal of International Conference Proceedings (JICP)* Vol. 4 No. 1
- Wibowo, R. A. (2015). Kesuksesan e-commerce (onlineShopping) melalui trust dan customer loyalty. *Ekonomi Bisnis*, 20(1), 8-15.
- Yam, B. L., Wolf M. dan Dale L. Lunsford, (2011). Consumers' Perceptions Of Online Ethics And Its Effects On Satisfaction And Loyalty. *Journal of Research In Interactive Marketing*. 5(1): 71 -89
- Yee, L. W. and Chandrashekar, R. (2022), Faktor-faktor kepercayaan pengguna dalam pembelian atas talian, *Research in Management of Technology and Business* Vol. 3 No.1 (2022) p. 177-190.