

Gelagat Pengguna Dan Penjanaaan Kekayaan Sewaktu Pandemik Covid-19: Satu Analisis Konseptual

[Consumer Behavior and Wealth Creation During the COVID-19 Pandemic: A Conceptual Analysis]

Nuradli Ridzwan Shah Mohd Dali*¹, Wan Rasyidah Wan Nawang¹, Wan Nur Fazni Wan Mohamad Nazarie¹, Hanifah Abdul Hamid², Umi Hamidaton Mohd Soffian Lee¹

¹Faculty of Economics and Muamalat, Universiti Sains Islam Malaysia, Bandar Baru Nilai, 71800 Nilai, Negeri Sembilan, Malaysia

²Faculty of Science and Technology, Universiti Sains Islam Malaysia, Bandar Baru Nilai, 71800 Nilai, Negeri Sembilan, Malaysia

* Corresponding author: nuradli@usim.edu.my

Abstrak

Teori perubahan gelagat manusia dibangunkan dari kajian psikologi seterusnya diaplikasikan kepada gelagat pengguna. Pakar psikologi percaya bahawa gelagat manusia boleh berubah melalui rangsangan dan tindak balas berdasarkan teori-teori yang dibangunkan oleh ahli psikologi dan behaviorisme. Ancaman pandemik COVID-19 telah menyebabkan beberapa negara mengambil tindakan drastik seperti melaksanakan perintah kawalan pergerakan (PKP) bagi mengekang penularan pandemik dan menyediakan pakej rangsangan ekonomi untuk memulihkan keadaan ekonomi semasa. Dalam konteks negara Malaysia, kajian ini mencadangkan bahawa tindakan yang diambil oleh pihak kerajaan mampu mewujudkan tindak balas positif dan negatif melalui teori pembelajaran pengguna. Kajian ini didasari oleh teori pelaziman operan (operant conditioning theory) yang mencadangkan empat kategori gelagat pengguna semasa berlakunya pandemik COVID-19. Tujuan kertas kajian ini adalah untuk mencadangkan rangka kajian konseptual

Manuscript Received Date: 08/10/21

Manuscript Acceptance Date: 5/12/21

Manuscript Published Date: 25/12/21

©The Author(s) (2020). Published by USIM Press on behalf of the Universiti Sains Islam Malaysia. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. For commercial re-use, please contact: usimpress@usim.edu.my

DOI: 10.33102/uj.vol33noS4.427

berkaitan segmen pengguna yang wujud akibat COVID-19 dan cadangan jenis penjanaaan kekayaan yang baharu pasca COVID-19. Jangkaan hasil kajian akan membuktikan terdapat empat segmen pengguna berdasarkan reaksi melalui gelagat yang ditonjolkan semasa pandemik. Ia melibatkan gelagat kembali ke tabiat asal, norma baharu, norma baharu yang sederhana, dan kitar semula. Dasar-dasar tertentu boleh dibangunkan bertujuan untuk menyetengahkan gelagat norma baharu dalam kalangan pengguna bagi mengatasi impak COVID-19, malahan untuk memastikan Malaysia berdaya saing dalam mengharungi pemulihan ekonomi. Kajian di masa akan datang perlu dijalankan secara berterusan untuk memastikan rangka kerja yang dicadangkan dapat diadaptasi dalam konteks dan industri yang berbeza.

Kata kunci: Teori pelaziman operan, COVID-19, Norma Baharu, Norma Lama, Transformasi Digital, Penjanaaan Kekayaan

Abstract

The theory of human behavior change is developed from psychological studies and then applied to consumer behavior. Psychologists believe that human behavior can change through stimuli and responses based on theories developed by psychologists and behaviorists. The threat of the COVID-19 pandemic has led some countries to take drastic actions such as implementing movement control orders (MCO) to curb the spread of the pandemic and provide economic stimulus packages to restore the current economic situation. In the context of Malaysia, this study suggests that the actions taken by the government can create positive and negative responses through consumer learning theory. This study is based on operant conditioning theory and the study suggests four categories of consumer behavior after the COVID-19 pandemic. The purpose of this article is to propose a conceptual research framework related to consumer segments that exist as a result of COVID-19 and propose new types of wealth creation post-COVID-19. It is expected that the results of the study will prove that there are four segments of consumers based on reactions through behaviors that are highlighted during a pandemic. It involves the behavior of returning to the old norms, adjusting and adapting to new norms, going back to square one, and recycling the previous behaviours. Certain policies can be developed to highlight the new normative behavior among consumers to overcome the impact of COVID-19, and even to ensure that Malaysia is competitive in the face of economic recovery. Future studies need to be conducted on an ongoing basis to ensure that the proposed framework can be adapted in different contexts and industries.

Keywords: Operant conditioning theory, COVID-19, New Norms, Old Norms, Digital Transformation, Wealth Creation

1.0 Pengenalan

Gelagat manusia dipengaruhi oleh faktor dalaman dan luaran yang berubah dengan pantas dan drastik akhirnya mendorong kepada transisi gelagat manusia yang pelbagai. Faktor dalaman melibatkan aspek ilmu pengetahuan, pengalaman lepas, dan psikologi individu.

Manakala faktor luaran meliputi aspek sosial dan budaya, teknikal dan teknologi, ekonomi, politik dan undang-undang serta persekitaran seperti bencana alam dan wabak penyakit. Berbanding faktor dalaman, faktor luaran adalah di luar kawalan individu. Wabak COVID-19 merupakan faktor luaran yang bukan sahaja mengancam tahap kesihatan dan nyawa, tetapi mengubah cara dan gaya hidup manusia di seluruh dunia secara total.

Wabak COVID-19 yang juga dikenali sebagai wabak koronavirus, adalah penyakit yang berpunca dari koronavirus sindrom pernafasan akut teruk 2 (SARS-CoV-2) yang boleh mengakibatkan kematian (Bavel et al., 2020). Wabak pembunuh ini mula dikesan pada pertengahan Disember 2019 di bandar raya Wuhan, Hubei, China (Md Shah et al., 2020). Oleh kerana wabak ini tersebar meluas di seluruh wilayah, negara, dan dunia, maka Pertubuhan Kesihatan Dunia (WHO) mengisytiharkan COVID-19 sebagai pandemik. Sehingga 31 Ogos 2021, lebih 216 juta kes positif dan lebih 4.498 juta kes kematian dilaporkan pada skala global berdasarkan data yang dikeluarkan oleh WHO.

Di Malaysia, kes pertama jangkitan pandemik COVID-19 dilaporkan pada 25 Januari 2020 dan sehingga 16 Februari 2020 jumlah kes meningkat kepada 22 kes yang mewakili gelombang pertama penularan pandemik tersebut. Gelombang kedua jangkitan pandemik pula bermula pada 27 Februari 2020 dan jumlah individu yang dijangkiti telah meningkat kepada lebih dari satu ribu orang. Kematian pertama akibat pandemik ini direkodkan pada 17 Mac 2020. Gelombang pertama dan kedua pandemik berjaya ditangani oleh pihak kerajaan Malaysia. Namun, malangnya pada 20 September 2021, Malaysia terpaksa berdepan gelombang ketiga kesan kelonggaran Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) dan kemunculan varian-varian baharu. Statistik terkini yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) pada 31 Ogos 2021 merekodkan sebanyak 20,897 kes baharu dan 282 kes kematian, menjadikan jumlah keseluruhan kes di negara ini sebanyak 1,746,254 kes dengan 16,664 jumlah kes kematian .

Jangkitan COVID-19 yang berleluasa memaksa negara seluruh dunia melaksanakan sekatan pergerakan (*lockdown*) atau PKP. Malaysia juga mengambil langkah yang sama bagi membendung penularan COVID-19. Sehingga Ogos 2021, negara Malaysia telah melaksanakan tiga kali PKP. PKP 1.0 melibatkan seluruh negara bermula pada 18 Mac hingga 30 Mei 2020 dan dikuatkuasa dalam enam fasa. Seterusnya PKP 2.0 dilaksanakan pada 13 Januari hingga 26 Januari 2021 melibatkan beberapa buah negeri yang mencatatkan kes aktif jangkitan COVID-19 tertinggi. Terkini PKP 3.0 telah dikuatkuasakan pada 1 Jun 2021 di seluruh negara dan masih dilaksanakan setakat Ogos 2021.

Dalam tempoh pelaksanaan PKP, kaedah penguatkuasaan dan pelaksanaan prosedur operasi standard (SOP) antaranya seperti larangan pergerakan besar-besaran melibatkan perhimpunan berskala besar, sekatan perjalanan antarabangsa, dan penutupan premis-premis perniagaan dan perkhidmatan kerajaan dan swasta yang tidak berkepentingan, pemakaian pelitup muka, penjarakan sosial, dan kuarantin sendiri dilaksanakan. Walaupun pelaksanaan PKP sedikit sebanyak dapat membendung dan mengurangkan kes jangkitan COVID-19, sebaliknya ia telah menjejaskan pembangunan sosio-ekonomi rakyat Malaysia dengan begitu ketara. Premis perniagaan terutama melibatkan usahawan mikro dan perusahaan kecil, dan sederhana (PKS) mengalami kerugian teruk malahan ada antara

usahawan dan pengusaha yang terpaksa gulung tikar di samping bergelut untuk meneruskan kehidupan akibat kehilangan punca pendapatan.

Bagi meringankan beban ekonomi rakyat dan peniaga, terutamanya usahawan mikro dan pengusaha PKS, kerajaan Malaysia mengumumkan pelbagai pakej rangsangan ekonomi COVID-19, bermula PKP 1.0 sehingga PKP 3.0. Antara pakej rangsangan ekonomi yang diperkenalkan membabitkan suntikan fiskal sebanyak MYR260 bilion (atau hampir 18 peratus dari keluaran dalam negara kasar (KDNK)), bantuan tunai sekali bayar (*one-off*), pemberian moratorium, kemudahan pengeluaran caruman Kumpulan Wang Simpanan Pekerja (KWSP), pembiayaan pinjaman lembut (*soft loan*) kepada PKS, subsidi gaji pekerja, baucar kredit e-dompet RM150, dan lain-lain insentif. Insentif ini disalurkan menerusi pakej PRIHATIN (Pakej Rangsangan Ekonomi Prihatin Rakyat), PENJANA (Pelan Jana Semula Ekonomi Negara), dan PEMERKASA (Program Strategik Memperkasa Rakyat dan Ekonomi).

Di samping pelbagai insentif diberikan, penguatkuasaan undang-undang dalam menangani COVID-19 diperketatkan oleh pihak berkuasa. Kepatuhan kepada peraturan sepanjang tempoh PKP adalah kunci utama menentukan kejayaan negara dalam memerangi pandemik COVID-19. Oleh yang demikian, individu dan premis perniagaan yang ingkar dan melanggar arahan PKP dikenakan denda dan hukuman. Sejumlah 14,992 tangkapan terhadap individu yang mengingkari arahan PKP sepanjang PKP 1.0 dan PKP 2.0 telah dilaksanakan oleh pihak berkuasa (Melati, 2020). Antara hukuman yang dikenakan terhadap individu yang melanggar arahan PKP adalah kompaun sebanyak MYR1,000 atau penjara tidak lebih 6 bulan atau kedua-duanya sekali. Manakala sepanjang PKP 3.0 sahaja sejumlah 388 kompaun ke atas premis perniagaan dikeluarkan (Media Baharu, 2021). Premis perniagaan dikenakan kompaun sebanyak RM10,000.

Pandemik COVID-19, pelaksanaan PKP, dan pemberian pakej insentif telah memberi kesan negatif dan positif kepada gelagat pengguna secara khususnya dan ekonomi Malaysia secara amnya. Kesan negatif seperti kehilangan pekerjaan dan pendapatan, peningkatan kadar pengangguran, dan tekanan emosi individu. Manakala kesan positif pula seperti kemunculan aktiviti ekonomi baharu melalui platform online melibatkan aktiviti e-perniagaan dan revolusi pendidikan. Sebagaimana dinyatakan oleh Kodama (2020), pandemik dan pelaksanaan sekatan oleh sesebuah negara boleh membawa kepada perubahan kepada gelagat manusia dan cara perniagaan beroperasi pada masa akan datang.

Objektif utama kajian ini adalah untuk merangka model baharu gelagat pengguna yang berubah kesan pandemik COVID-19. Kajian ini juga ingin mengkaji cara penjaan kekayaan dalam kalangan pengguna di era pandemik COVID-19. Kertas kajian ini distrukturkan kepada beberapa bahagian seperti berikut. Bahagian pertama menerangkan pengenalan kajian dan objektif kajian. Seterusnya, kajian ini membincang dan mengulas sorotan literatur di bahagian kedua diikuti oleh perbincangan metodologi kajian di bahagian ketiga. Hasil kajian dibincangkan di bahagian keempat. Manakala kesimpulan dibincangkan di bahagian kelima.

2.0 Sorotan Literatur

2.1 Pandemi dan Gelagat Manusia

Pandemik atau wabak penyakit bukan perkara baharu dalam tamadun manusia. Sebelum tercetusnya pandemik COVID-19, pandemik seperti Antonine (*Antonine Plague*), Bubonik (*Bubonic*) atau Maut Hitam (*The Black Death*), selsema Sepanyol (*Spanish flu*), selsema influenza (H1N1), *severe acute respiratory syndrome* (SARS), *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS), Polio, dan Ebola telah melanda dunia dan mengakibatkan berjuta rakyat dunia jatuh sakit dan berjuta yang lain meninggal dunia dalam tempoh singkat. Pandemi selsema Sepanyol (*Spanish flu*) misalnya telah membunuh lebih 20 juta orang pada tahun 1918 dan 1919 (Reid et al., 1999). Manakala wabak Bubonik (*Bubonic*) telah melenyapkan sebanyak 25 peratus warga Eropah (Scott et al., 2001).

Penyelidik lepas menyimpulkan bahawa pandemik mengubah gelagat manusia (Leung et al., 2005; Sheth, 2020). Antara penyebab kepada perubahan gelagat manusia sewaktu dan selepas pandemik adalah disebabkan oleh ketakutan serta emosi dan persepsi individu terhadap risiko dari pandemik (Chen et al., 2017; Lau et al., 2007; Leung et al., 2005; Seto et al., 2003; Wong & Sam, 2011). Individu berkemungkinan besar mengubah corak kehidupan dan hubungan sosial mereka apabila persepsi risiko (seperti kematian) adalah tinggi dan meneruskan kehidupan normal apabila persepsi terhadap risiko menurun (Ferguson, 2007; Hatchett et al., 2007). Wu et al (2009) misalnya mengkaji mengenai gelagat manusia dan virus SARS. Mereka mendapati bahawa imbauan mengenai virus SARS masih menimbulkan ketakutan dalam kalangan individu dan masyarakat walaupun selepas beberapa tahun, terutama dalam kalangan mereka yang telah dijangkiti. Rasa takut dan persepsi risiko terhadap pandemik bukan sahaja mengubah cara individu berfikir tentang diri mereka, tetapi juga bagaimana mereka melihat dan bertindak balas kepada orang lain (Poletti et al., 2011).

Perubahan gelagat individu dan masyarakat semasa dan selepas pandemik memberi kesan mendalam seperti menjejaskan hubungan kekeluargaan, rangkaian sosial, organisasi di mana mereka mengambil bahagian, komuniti yang mereka sertai, dan maklumat yang mereka perolehi. Oleh yang demikian, dengan ketiadaan ubatan dan vaksin yang sesuai, kaedah utama dalam mengawal pandemik adalah dengan mengubah gelagat manusia (Chen et al., 2017).

Dalam kajian yang dijalankan oleh Sheth (2020), tabiat dan gelagat manusia berbentuk kontekstual iaitu mengikut keadaan, situasi, dan kejadian. Bencana alam yang berlaku tiba-tiba (*ad hoc*) (seperti gempa bumi, taufan, banjir besar, konflik serantau, perang saudara) dan pandemik (seperti COVID-19) dilihat sebagai mengganggu dan/atau mengubah tabiat dan gelagat manusia. Walaupun tabiat dan gelagat manusia dijangkakan akan kembali normal, beberapa tabiat dan gelagat terdahulu akan terhenti, lenyap, berubah atau dijana baharu kerana manusia telah menemui gelagat alternatif yang lebih mudah dan lebih bersesuaian semasa bencana alam dan pandemik tersebut berlaku (Sheth, 2020). Sebagai contoh, penggunaan internet dan teknologi digital. Sebelum pandemik bermula penggunaan internet dan penerimaan teknologi digital di kalangan pengguna adalah perlahan. Namun, semasa pandemik, penggunaan internet di seluruh dunia mencatat peningkatan yang ketara (El-Junusi, 2020; Hakim et al., 2021; Pandey & Pal, 2020). Rizzo dan Click (2020) dari *The*

Wall Street Journal melaporkan penggunaan internet meningkat 25 peratus dalam tempoh beberapa hari pada pertengahan Mac 2020 dan dijangka akan terus meningkat berbanding sebelum pandemik. Di Malaysia sendiri, penggunaan internet juga menunjukkan peningkatan yang tinggi semasa pandemik berbanding sebelum pandemik, terutama bagi aktiviti seperti e-kerajaan, e-pembelajaran, e-perniagaan, e-kesihatan, dan hiburan (Mohd Noor, 2021).

Sebagaimana diketahui umum, gelagat manusia sememangnya sangat kompleks dan sukar untuk diramal. Pandemik COVID-19 telah mengubah banyak perkara dalam sekelip mata termasuk gelagat manusia. Oleh yang demikian, pemahaman mengenai gelagat manusia semasa pandemik adalah penting untuk dibincangkan dan diketengahkan bagi membantu pihak berkepentingan memahami perubahan gelagat manusia, seterusnya merancang cara dan kaedah yang bersesuaian untuk berdepan dengan kemungkinan penularan pandemik pada masa depan.

Banyak kajian terdahulu telah dijalankan untuk memahami dengan lebih mendalam mengenai gelagat manusia. Kajian berkaitan gelagat manusia memerlukan penyelidikan yang terperinci dan komprehensif kerana melibatkan individu, masyarakat, dan persekitaran yang rumit dan berbeza. Teori behaviorisme (iaitu teori pelaziman operan) dan isu berkaitan gelagat manusia dibincangkan dengan lebih terperinci di bahagian seterusnya.

2.2 Teori Pelaziman Operan (*Operant Conditioning Theory*)

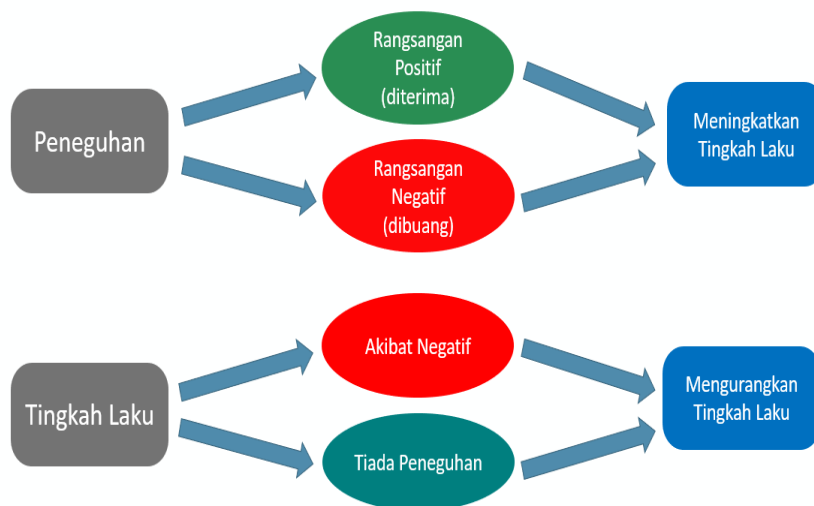
Antara penyelidik dan ahli psikologi terkenal yang mengkaji gelagat manusia ialah Burrhus Frederick Skinner. Skinner (1930) membangunkan pelbagai teori behaviorisme untuk mendalami dan mengkaji tentang gelagat manusia (McLeod, 2015). Salah satu teori Skinner yang popular adalah teori pelaziman operan (*operant conditioning theory*). Menurut teori ini seseorang boleh mengawal tingkah laku berdasarkan motivasi tersendiri dan kesan dari tingkah laku sebelumnya (Mohd Amin et al., 2020).

Secara spesifik, teori pelaziman operan memfokus kepada tingkah laku berdasarkan kesan/akibat yang telah diterima (Zainal, 2008). Skinner mengategorikan tingkah laku manusia kepada dua kategori, iaitu tingkah laku responden dan tingkah laku operan (atau dipanggil juga sebagai peneguhan). Tingkah laku responden adalah tingkah laku hasil gerakbalas terhadap alam sekitar, manakala tingkah laku operan adalah tingkah laku hasil gerakbalas yang dihasilkan oleh diri sendiri. Tingkah laku operan atau peneguhan adalah tindak balas atau akibat yang menyebabkan tingkah laku berlaku dengan lebih kerap. Peneguhan mengandungi dua elemen penting iaitu peneguhan positif dan peneguhan negatif (Sang, 2008; Zhou & Brown, 2017).

Peneguhan positif merupakan rangsangan yang boleh menambahkan kebarangkalian berulangnya sesuatu tingkah laku. Peneguhan ini berfungsi sebagai ganjaran yang menggalakkan individu mengulangi tingkah laku tertentu (McLeod, 2015). Peneguhan positif dibahagikan kepada peneguhan yang diberikan secara berterusan dan secara berskala (Sang, 2008; Zhou & Brown, 2017). Misalnya, pengguna dibenarkan memasuki premis (ganjaran) setiap kali memakai pelitup muka (tingkah laku positif). Manakala peneguhan negatif adalah rangsangan yang dipindahkan atau dihapuskan bertujuan untuk menguatkan

tingkah laku positif. Peneguhan negatif berkaitan dengan memberi sesuatu yang tidak baik tetapi kesannya menghasilkan sesuatu yang baik (Zainal, 2008). Contohnya, pengguna dimestikan membeli pelitup muka dengan harga lebih mahal (tingkah laku negatif) setiap kali mereka tidak memakai pelitup muka untuk memasuki premis (ganjaran). Sama ada peneguhan positif ataupun negatif, kedua-duanya akan memberikan kesan membentuk tingkah laku dalam jangka masa yang panjang.

Satu lagi pembentuk tingkah laku berdasarkan teori Skinner ialah dengan menggunakan dendaan. Dendaan adalah satu kaedah mengenakan sesuatu yang tidak menyenangkan kepada individu agar individu dipaksa untuk mengubah tingkah laku yang tidak baik kepada tingkah laku yang boleh diterima. Dengan kata lain, dendaan adalah satu kaedah untuk mengurangkan kebarangkalian pengulangan tingkah laku tertentu yang tidak diingini. Dendaan dibahagi kepada dua jenis iaitu dendaan positif dan dendaan negatif. Dendaan positif adalah tindak balas atau akibat yang tidak mendatangkan sebarang manfaat berikutan perubahan yang berlaku terhadap sesuatu tingkah laku. Misalnya, setiap kali pengguna tidak memakai pelitup muka (tingkah laku), dia dihalang dari memasuki premis (dendaan). Manakala dendaan negatif melibatkan hukuman penyingkiran berlaku apabila peristiwa atau hasil yang baik dikeluarkan selepas tingkah laku berlaku. Sebagai contoh, pengguna yang gagal memakai pelitup muka (tingkah laku) sebelum memasuki sesebuah premis dikenakan denda sebanyak MYR1,000 dan dalam masa yang sama pengguna tersebut perlu membeli pelitup muka dengan harga yang mahal serta merta (dendaan). Justeru itu, dendaan bayaran MYR1,000 yang dikenakan berserta dengan keterpaksaan untuk membeli pelitup muka mahal dengan serta merta adalah tingkah laku yang tidak diingini dan mengakibatkan penurunan kepada tingkah laku tersebut pada masa akan datang. Walau bagaimanapun, menurut Skinner, dendaan merupakan kaedah yang tidak berkesan untuk membentuk tingkah laku dan mengekalkan dalam suatu jangka masa yang panjang (zainal, 2008). Oleh itu, dendaan hanya menghasilkan perubahan jangka pendek sahaja. Rajah 1 menunjukkan teori Pelaziman Operan yang dibangunkan oleh Skinner.



Rajah 1: Pendekatan pelaziman operan

2.3 Norma Sosial dan Gelagat Manusia

Gelagat individu turut dipengaruhi oleh norma-norma sosial (*social norms*). Norma sosial didefinisikan sebagai kebiasaan umum atau standard atau aturan yang menjadi panduan atau pedoman di atas tingkah laku sosial tanpa adanya unsur paksaan (Cialdini & Goldstein, 2004; Burchell et al., 2013). Dengan kata lain, norma sosial adalah perlakuan yang ditonjolkan oleh individu berasaskan peraturan sosial yang dikongsi bersama. Secara tidak langsung, ia memberi panduan kepada individu untuk berkelakuan dan berfikir dalam situasi baharu atau dalam situasi yang tidak menentu. Oleh yang demikian, hal ini membolehkan individu untuk meramal dan mengandaikan gelagat orang lain dengan lebih baik (Cialdini & Goldstein, 2004; Kallgren et al., 2000). Contoh norma sosial adalah bersalaman ketika berjumpa.

Memahami fungsi norma sosial adalah penting untuk dijadikan panduan kepada masyarakat bagi membentuk kesepakatan bersama dalam mencapai kesejahteraan hidup. Secara amnya, norma sosial wujud di dalam kumpulan rujukan (*reference group*) iaitu kumpulan berbeza mempunyai peraturan hidup yang berbeza (White et al., 2009; Adnan, 2013). Setiap kumpulan rujukan mencipta set piawaiannya tersendiri mengenai gelagat dan sikap ahli kumpulan supaya ianya diterima dan disukai oleh masyarakat. Sebagai contoh, penganut agama Kristian, Yahudi, dan Islam mempunyai standard tertentu dan amalan ajaran keagamaan dan moral yang berbeza di antara satu sama lain.

Cialdini (2007, 2012) mengategorikan norma sosial kepada dua kategori iaitu norma deskriptif (*descriptive norm*) dan norma injunksi (*injunctive norm*). Menurut Cialdini et al. (1990) norma deskriptif merujuk kepada persepsi individu terhadap apa yang biasa dilakukan oleh kebanyakan individu dalam situasi tertentu tanpa memberikan penilaian. Norma deskriptif menyediakan individu untuk mengambil keputusan dengan pantas merujuk kepada kebiasaan norma. Sebagai contoh, seseorang individu (A) menganggap bahawa jika individu lain (B) berkelakuan dengan kelakuan tertentu, ia mungkin dapat diterima oleh akal untuk individu (A) tersebut berkelakuan sama. Dalam erti kata lain, terdapat kecenderungan yang kuat untuk seseorang individu berkelakuan sama dalam konteks tertentu, kerana individu tersebut menganggap kelakuan tersebut akan memberi manfaat kepada diri sendiri dan masyarakat. Norma injunksi pula merujuk persetujuan kumpulan dalam menentukan bagaimana seseorang individu semestinya berkelakuan (Cialdini, 2007; Schultz et al., 2007). Sebagai contoh, seseorang itu tidak boleh menggunakan perkataan kesat di hadapan kanak-kanak kerana perbuatan tersebut tidak dipersetujui dan diterima oleh masyarakat. Secara ringkasnya norma deskriptif adalah gelagat yang biasa atau meluas, manakala norma injuktif adalah gelagat yang diterima atau tidak diterima oleh masyarakat. Kedua-dua jenis norma ini memberi motivasi kepada individu dengan cara yang berbeza.

Perubahan mendadak dan mendesak di dalam sesuatu situasi seperti COVID-19, boleh membawa kepada perubahan yang tidak dijangka kepada norma deskriptif dan norma injunksi. Sebagai contoh, gelagat yang sebelum ini diterima seperti perhimpunan agama, berjabat tangan, dan bersosial menjadi gelagat yang perlu dielakkan semasa pandemik

COVID-19. Kajian University of Southern California melaporkan bahawa pandemik COVID-19 telah mewujudkan perubahan gelagat individu yang ketara. Antara penemuan kajian ialah majoriti responden (85 peratus) dilaporkan mencuci tangan atau menggunakan cecair pembasmi kuman (*hand sanitizer*) lebih kerap dari sebelumnya dan kebanyakan responden (61 peratus) dilaporkan mematuhi arahan penjarakan sosial.

Di Malaysia, pelaksanaan PKP telah mengajar rakyat tentang kemampuan mengadaptasi kehidupan berdasarkan keadaan. Sebagai contoh, dengan menghentikan serta merta perhimpunan sosial-agama bagi mengurangkan penularan COVID-19. Seperti sedia maklum, Malaysia adalah sebuah negara mencakupi pelbagai agama, bangsa, dan budaya. Tiga kumpulan etnik utamanya ialah Melayu, Cina, dan India, dengan latar belakang budaya yang berbeza. Aktiviti sosial-agama seperti perhimpunan keagamaan, majlis perkahwinan, pengebumian, perayaan, dan pelbagai kegiatan sosial-agama lain seperti di dalam budaya rakyat Malaysia. Dalam situasi pandemik COVID-19, perhimpunan sosial-agama yang biasa diadakan, kemudian terpaksa dihentikan serta merta menjadi cabaran terbesar kepada kerajaan dan juga rakyat. Bagi menyemarakkan hubungan sosial dalam situasi pandemik, perhimpunan norma baharu diwujudkan, seperti mengadakan perjumpaan sosial-agama melalui aplikasi teknologi terkini. Pengagihan dan pemberian makanan sebagai jamaan diedarkan secara pandu lalu dari rumah ke rumah di kejiranan masing-masing.

3.0 Metodologi Kajian

Kajian ini berbentuk konseptual yang menggunakan sumber utama dari data sekunder. Data sekunder merujuk kepada data yang telah dikumpul oleh pengkaji-pengkaji terdahulu dan bersesuaian untuk menjawab persoalan kajian tertentu (Marican, 2005, Yusof, 2004). Menurut Marican (2005), data sekunder melibatkan bentuk tulisan (seperti jurnal, buku, majalah, rekod-rekod lepas, laporan dan dokumen, laman sesawang, tesis, cerpen, dan surat khabar) dan bentuk pandang dengar (seperti ucapan, tayangan gambar, tayangan video, dan lagu). Kajian ini bertumpu kepada kelakuan pengguna dan penjanaan kekayaan sewaktu pandemik COVID-19, oleh yang demikian kajian ini menganalisis data sekunder dari jurnal akademik, laporan dan dokumen, serta surat khabar tempatan dan luar negara berkenaan kelakuan pengguna dan juga penjanaan kekayaan. Walau bagaimanapun, memandangkan pandemik COVID-19 adalah pandemik baharu, sorotan kajian yang terbatas adalah dijangkakan.

4.0 Diskusi

4.1 Transformasi Digital Semasa Pandemik

Menurut kamus Dewan Bahasa dan Pustaka (2021), transformasi bermaksud perubahan bentuk (sifat, rupa, keadaan, dan lain-lain). Pandemik COVID-19 membawa transformasi besar kepada sistem teknologi dan pendigitalan seluruh dunia. Pendigitalan berlaku dengan begitu pantas dan meluas melangkaui jangkauan kesan pandemik. Transformasi digital didefinisikan sebagai suatu proses untuk meningkatkan entiti dengan mencetuskan perubahan ketara pada sifatnya melalui kombinasi teknologi maklumat, pengkomputeran, dan komunikasi (Vial, 2019). Sejarah transformasi digital bermula pada era revolusi perindustrian keempat (IR4.0), di mana terdapat peningkatan penggunaan automasi berserta

rangkaian internet. Bagi sesetengah negara seperti Malaysia, sebelum pandemik COVID-19, penerimaan kepada IR4.0 agak perlahan disebabkan keengganan pengguna dan perniagaan beralih kepada teknologi. Walau bagaimanapun, pandemik COVID-19 memaksa peralihan tersebut, sekali gus mempercepatkan transformasi digital kepada pelanggan dan perniagaan (Soto-Ascota, 2020).

Tambahan lagi, sebelum pandemik COVID-19, transformasi digital hanya didorong oleh keperluan berpusat pelanggan dan keinginan kepada kaedah pemprosesan yang lebih cekap dan fleksibel. Namun, perjalanan transformasi digital semasa pandemik COVID-19 ternyata berbeza. Peningkatan keperluan tenaga kerja berkaitan kesihatan dan keselamatan, peningkatan komunikasi dan kerjasama individu dan institusi, dan penjarakan sosial menjadi pemangkin kepada peralihan transformasi digital. Kebanyakan negara bersetuju bahawa transformasi digital adalah salah satu agenda penting ke arah pemulihan semula keadaan ekonomi kesan pandemik. Oleh yang demikian, memperkukuhkan jaringan kerjasama antara kerajaan dan sektor swasta dari aspek infrastruktur digital akan menyokong transformasi digital yang berterusan di semua bidang dan industri.

Di Malaysia, proses pendigitalan dilihat sedang berkembang dengan pesat dalam aktiviti e-kerajaan, e-kesihatan, e-pendidikan, e-perniagaan, dan hiburan. Aktiviti e-kerajaan contohnya, sewaktu pandemik dan PKP, kesan sosio-psikologi dan peralihan dalam gaya hidup diwujudkan (Shaw et al., 2020) di mana konsep bekerja dari rumah (BDR) dimulakan dan dibudayakan. Walaupun konsep BDR ini masih baharu bagi sektor kerajaan, namun penjawat awam dapat segera menyesuaikan diri dan semua urusan penting kerajaan dan perkhidmatan awam dapat diteruskan walaupun pejabat ditutup. Pelbagai kemudahan dalam talian disediakan seperti penggunaan e-borang yang membolehkan rakyat berurusan dengan kerajaan seperti biasa. Perbincangan di dalam organisasi contohnya mesyuarat, persidangan, bengkel, dan webinar dilaksanakan secara maya menerusi platform seperti MS Team, Zoom, dan Webex.

Bagi aktiviti e-pendidikan, walaupun institut pengajian tinggi (IPT) dan sekolah ditutup, pembelajaran dan pengajaran (PnP) tetap diteruskan secara maya. Bagi mahasiswa IPT, perubahan PnP tidak ketara berbanding pelajar sekolah. Kuliah, nota, dan tugas secara atas talian telah dibiasakan sebelum bermula pandemik dan diteruskan tanpa sebarang masalah besar semasa pandemik. Namun, bagi pelajar sekolah terdapat masalah pada peringkat awal PnP atas talian. Seiring waktu, masalah tersebut dapat diterima dan diatasi dengan sebaik mungkin oleh guru-guru dan pelajar. Sesi PnP diteruskan menggunakan aplikasi digital dan aplikasi atas talian seperti *Google Classroom* dan *Google Meet*.

Transformasi digital dalam aktiviti perniagaan adalah usaha untuk mempercepatkan urusan perniagaan dengan menggunakan alat teknologi dan mencari peluang yang dapat membantu proses perniagaan, agar pasaran perniagaan lebih luas. Sebagaimana dibincangkan, pandemik COVID-19 telah mempercepatkan pertumbuhan ekonomi digital melalui pewujudan perniagaan digital serta mendorong perniagaan konvensional berasaskan bata dan mortar beralih kepada perniagaan dalam talian. Sewaktu pandemik, kecenderungan pelanggan kepada pembelian di atas talian meningkat dengan mendadak (Ali Taha et al., 2021). *Organization for Economics Co-Operation and Development*

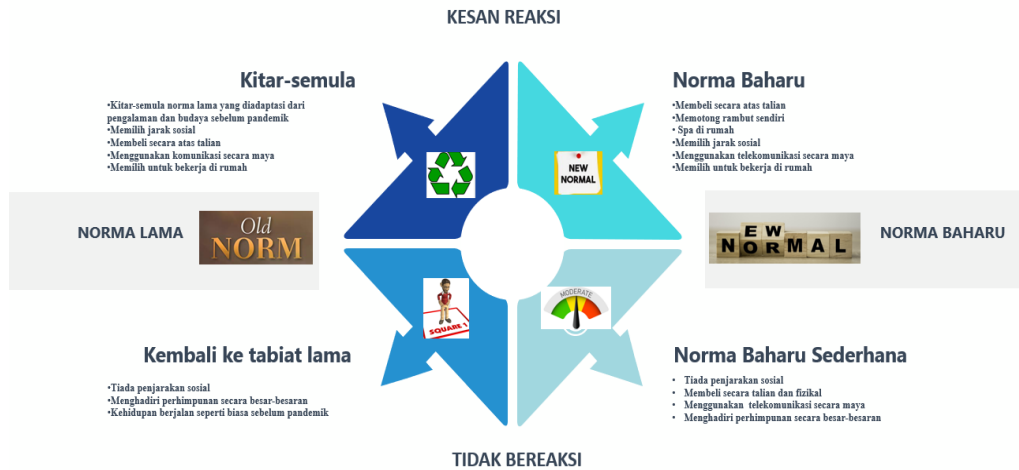
(OECD) melaporkan terdapat peningkatan mendadak jualan dalam talian di Amerika Syarikat sehingga 16 peratus dan di United Kingdom sebanyak 31.3 peratus di antara suku pertama dan suku kedua 2020 kesan pandemik. Keadaan sama juga dilaporkan di Malaysia. Menurut Bank Negara Malaysia (BNM), jualan dalam talian meningkat dua kali ganda ketika pandemik (Idris, 2021). Justeru itu, banyak peniaga bazar mengambil peluang ini untuk mengembangkan perniagaan dan beralih ke platform dalam talian dan platform digital seperti media sosial dan perkhidmatan pesanan mudah alih. Oleh yang demikian pelbagai kumpulan bazar dalam talian tumbuh bagai cendawan selepas hujan di Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, dan Telegram.

Walau bagaimanapun, perlu ditekankan bahawa transformasi digital mungkin menjadi satu cabaran besar kepada mereka yang mempunyai capaian internet yang lemah (Iivari et al., 2020), menyebabkan berlakunya jurang digital yang lebih besar. Oleh yang demikian, transformasi digital perlukan sokongan daripada kerajaan dan pemegang taruh. Sehubungan dengan itu, di Malaysia, kerajaan Malaysia melancarkan MyDigital pada 19 Februari 2021 dengan objektif untuk memperkasakan rakyat Malaysia dalam meningkatkan literasi digital, yang berpacuan pendigitalan dan sebagai peneraju serantau dalam ekonomi digital (Bernama, 2021).

4.2 Kategori Pengguna

Berdasarkan kajian literatur dan laporan kajian industri, penyelidik dan pengamal industri bersetuju bahawa pandemik COVID-19 telah mengubah gelagat pengguna di seluruh dunia. Sheth (2020) misalnya, menyatakan berdasarkan kajian beliau mengenai gelagat pengguna sewaktu pandemik terdahulu dan pandemik COVID-19, gelagat pengguna boleh dihentikan, dikekalkan, diubahsuai atau dijana baharu. Selain pandemik COVID-19, pelaksanaan PKP dan pemberian pakej insentif oleh kerajaan sewaktu pandemik juga menjadi faktor perubahan gelagat pengguna. Maka dapat disimpulkan gelagat pengguna sewaktu pandemik COVID-19 berkemungkinan dihentikan, dikekalkan, diubahsuai atau dijana baharu. Sebagai contoh, sewaktu pandemik ada pengguna yang telah biasa dan selesai dengan aktiviti e-perniagaan, ada yang enggan menggunakan e-perniagaan tetapi terpaksa, dan ada yang baharu pertama kali menggunakan e-perniagaan.

Berdasarkan perbincangan di atas, penyelidik mencadangkan rangka kerja konsep pasca pandemik dalam menjelaskan gelagat pengguna pasca pandemik (Mohd Dali et al., 2020) Rangka kerja ini terdiri dari empat kuadran gelagat pengguna iaitu gelagat kembali ke tabiat lama (atau norma lama), gelagat norma baharu, gelagat norma baharu sederhana, dan gelagat kitar semula. Kami juga mencadangkan bahawa reaksi gelagat pasca pandemik boleh dikategorikan sebagai kesan reaksi dan tidak bereaksi. Kesan reaksi digambarkan sebagai perubahan gelagat manakala kesan tidak bereaksi merupakan tiada perubahan dalam gelagat. Kesan reaksi menghasilkan dua kategori gelagat iaitu kitar semula dan norma baharu, manakala kesan tidak bereaksi menghasilkan gelagat norma baharu sederhana dan kembali ke tabiat lama. Rangka kerja konsep yang dicadangkan dibentangkan dalam Rajah 2.



Rajah 2: Rangka kerja konsep gelagat pengguna pasca pandemik

4.2.1 Kategori Kembali ke Tabiat Lama

Menurut Sheth (2020), pengguna akan kembali ke tabiat dan gelagat lama (iaitu gelagat sebelum pandemik) melainkan pandemik ini membawa perubahan ketara kepada kehidupan mereka. Kajian yang dijalankan oleh Wu et al. (2013) mengenai penerimaan vaksin influenza sebelum dan selepas pandemik selsema influenza 2009 di Beijing, China mendapati ada golongan yang menolak suntikan vaksin dan terus menjalani kehidupan seperti sebelum pandemik. Faktor utama mendorong kepada gelagat ini adalah mereka mendakwa bahawa mereka tidak mungkin dijangkiti virus influenza. Oleh kerana virus influenza tidak memberi perubahan yang ketara bagi mereka, maka mereka kembali ke tabiat dan gelagat lama, seperti yang dilaporkan oleh Sheth (2020). *Numerator Insight Data* (2021) menjalankan kajian berkenaan persepsi pelanggan mengenai pesanan makanan atau bungkus (*take away*) di restoran selepas pandemik COVID-19. 19 peratus daripada responden menyatakan mereka akan kembali mengunjungi restoran seperti sebelum pandemik COVID-19. Oleh itu, penyelidik mengandaikan bahawa salah satu kategori pengguna pasca COVID-19 adalah kategori kembali ke tabiat lama. Pengguna dalam kategori ini melihat pandemik COVID-19 tidak mengancam nyawa serta tidak menjejaskan kehidupan mereka dan masyarakat. Mereka merasakan bahawa COVID-19 hanya selsema biasa yang tidak membawa maut. Oleh yang demikian, golongan ini akan berkelakuan dan meneruskan gelagat lama seperti sebelum pandemik COVID-19. Sebagai contohnya menghadiri perhimpunan sosial-agama, konsert, dan tidak memakai pelitup muka di tempat awam.

4.2.2 Kategori Norma Baharu

Kajian awal menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan di antara pandemik yang membawa maut dengan perubahan gelagat individu (Del Valle et al., 2005; Donthu & Gustafsson, 2020; Kirk & Rifkin, 2020; Pang et al., 2003; Sheth, 2020). Bagi mencegah

dan mengelak diri dari dijangkiti dan menjangkiti pandemik pembawa maut, individu mengamalkan dan menyesuaikan diri dengan gelagat baharu atau norma baharu. Dapatan dari kajian *Numerator Insight Data* (2021) berkenaan persepsi pelanggan mengenai gelagat mengunjungi restoran selepas pandemik COVID-19 mendapati 23 peratus daripada responden melaporkan akan mengekalkan gelagat mereka yang telah dibentuk semasa pandemik COVID-19, iaitu mengunjungi restoran dengan kadar yang minimal. Berdasarkan dapatan kajian lepas, penyelidik mengandaikan pengguna kategori norma baharu antara kategori pengguna yang akan muncul pasca pandemik. Pengguna dalam kategori ini adalah mereka yang perihatin dan peka terhadap kesan pandemik ke atas mereka. Mereka dengan cepat dan pantas menyesuaikan diri dengan situasi semasa disebabkan ketakutan dan kebimbangan melampau terhadap pandemik. Pendukung norma baharu tidak mempunyai masalah untuk mematuhi arahan kerajaan dan dengan pantas menyesuaikan diri dengan norma baharu. Contohnya, memakai pelitup muka sepanjang masa di tempat awam.

4.2.3 Kategori Norma Baharu Sederhana

Penyelidik mengandaikan pengguna kategori norma baru sederhana juga akan muncul pasca pandemik COVID-19. Berbanding dengan pengguna kategori norma baharu, kategori norma baharu sederhana hanya akan mengubah sebahagian dari gelagat mereka. Sebagai perbandingan, kategori norma baharu akan mengubah gelagat mereka secara total. Tetapi bagi kategori norma baharu sederhana, mereka akan mengubahsuai gelagat mereka bersesuaian dengan keadaan. Sebagai contoh, pengguna kategori ini masih berpegang kepada tabiat lama mereka seperti membeli-belah di pasaraya dan mengunjungi dan makan di restoran. Namun, pada kali ini mereka sanggup mengambil langkah berjaga-jaga dan memastikan keselamatan tambahan dengan mematuhi peraturan dan tatacara yang telah ditetapkan oleh pihak berkuasa.

4.2.4 Kategori Kitar Semula

Penyelidik juga mengandaikan pengguna kategori kitar semula akan wujud pasca pandemik. Pengguna kategori ini disifatkan sebagai golongan yang pernah merasai hidup semasa pandemik. Kami mengandaikan pengguna kategori ini tidak gemar bersosial, oleh yang demikian mereka sudah biasa dengan aktiviti di dalam talian sebelum COVID-19. Ini bermakna COVID-19 tidak memberi impak besar yang boleh mengubah gelagat mereka. Oleh kerana kehidupan mereka yang kurang bergaul, Al-Hawari (2014) melabel golongan ini sebagai seorang yang introvert.

4.3 Penjanaan Kekayaan

Bahagian ini membincangkan dengan terperinci cara dan kaedah penjanaan kekayaan sewaktu pandemik. Sebagaimana diketahui, pandemik COVID-19 membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia. Berjuta individu hilang pekerjaan di seluruh dunia termasuk mereka dalam profesion profesional seperti juruterbang. Di Malaysia sahaja lebih 800 ribu individu dilaporkan kehilangan pekerjaan pada tahun 2020 (Parzi & Abu Karim, 2020).

Pada tahun 2020, Gallup, badan kaji selidik berpusat di Amerika Syarikat, menjalankan soal selidik kepada 300 ribu pekerja di 117 negara dan wilayah seluruh dunia kesan dari pandemik COVID-19 (Ray, 2021). Dapatan kajian menunjukkan 53 peratus pekerja diberhentikan kerja buat sementara waktu, 32 peratus hilang pekerjaan dan perniagaan, dan 50 peratus mengalami pengurangan gaji. Statistik ini menunjukkan pandemik COVID-19 sememangnya telah menjejaskan aktiviti ekonomi global yang menyebabkan ekonomi global jatuh merudum. Kesan COVID-19 ke atas ekonomi boleh dilihat melalui peningkatan kadar pengangguran. Pertubuhan Buruh Antarabangsa (ILO) menjangkakan kadar pengangguran akan terus meningkat di seluruh dunia. Berdasarkan laporan *Congressional Research Service 2021*, kadar pengangguran di Amerika Syarikat sehingga Julai 2021 meningkat sehingga 5.4 peratus berbanding 3.5 peratus pada bulan Februari 2020. Di Malaysia, kadar pengangguran pada bulan Mei 2021 adalah sebanyak 4.5 peratus dan meningkat sebanyak 0.3 peratus pada bulan Jun 2021, menjadikan kadar pengangguran kepada 4.8 peratus (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2021). Oleh kerana ramai yang kehilangan punca pendapatan disebabkan oleh pandemik COVID-19 (Posel et al., 2021), maka individu perlu menjadi kreatif dalam meneroka bidang pekerjaan baharu dan mempunyai permintaan semasa pandemik bagi menjana pendapatan sendiri.

Sebagaimana dibincangkan di dalam kertas kajian ini, pandemik COVID-19 telah menyebabkan peningkatan penggunaan teknologi digital dengan lebih pantas. Digitalisasi adalah dilihat sebagai trend terkini dan ianya wujudkan lebih banyak peluang pekerjaan. Lonjakan e-perniagaan, media sosial, dan webinar perlu digunakan sepenuhnya dalam perniagaan. Oleh yang demikian, individu disaran untuk mempelajari satu set kemahiran baharu yang melibatkan *Internet of Things* (IoT), kecerdasan buatan, dan data besar (*big data*). Kemahiran insaniah (*soft skill*) dalam bidang teknologi juga adalah kelebihan dalam pasaran kerja pada masa sekarang.

Usahawan juga digesa untuk meningkatkan pengetahuan dan kemahiran digital dan menukar gaya perniagaan lama dan konvensional kepada model digital, kerana model lama tidak lagi sesuai dengan keadaan semasa. Ini bagi membantu usahawan dan perniagaan mereka supaya lebih berdaya saing dan lebih bersedia untuk meneroka potensi baharu pada masa akan datang. Sewaktu pandemik dan PKP, pengguna telah beralih kepada platform dalam talian untuk membeli belah (Grashuis et al., 2020). Lazada dan Shopee adalah platform jual-beli dalam talian yang popular di Malaysia. Pada tahun 2020, Lazada berjaya memecahkan rekod jualan tertinggi bagi tempoh 12 jam pada jualan Lazada 12.12 (Zainuddin, 2020). Shopee juga mencatatkan keuntungan besar iaitu lebih 825 ribu jualan dalam tempoh satu jam pada jualan 12.12 (Ku Fozi, 2020). Jumlah jualan Lazada dan Shopee menunjukkan transformasi digital perniagaan di Malaysia kukuh dan lestari. Oleh itu, usahawan tempatan digesa untuk memanfaatkan platform ini dalam memasarkan produk masing-masing.

Perkembangan perniagaan disebabkan transformasi digital juga menyumbang kepada perubahan pesat dalam industri pengangkutan, terutamanya penghantaran. Peningkatan jualan di dalam platform atas talian menyebabkan permintaan kepada sistem penghantaran meningkat. Contohnya, syarikat global seperti *Amazon* melaporkan bahawa ia perlu mengupah lebih ramai pekerja dan menyewa ruang gudang yang lebih besar bagi

mempercepatkan proses penghantaran pesanan semasa pandemik COVID-19 (Hamilton, 2020). Keadaan yang sama juga dilaporkan oleh GD Express Sdn Bhd (GDEX). Pada April 2020, jumlah penghantaran barangan GDEX telah meningkat tujuh kali ganda apabila GDEX beralih kepada pendigitalan dalam menghadapi iklim perniagaan semasa (Mykmu.net, 2020). Situasi ini membuka peluang kerjaya kepada rakyat untuk menerokai kerjajaya dalam bidang logistik.

Pandemik COVID-19 juga mendorong kepada peningkatan jumlah penyertaan ekonomi gig (*gig economy*). Mereka yang bekerja dalam sektor ini dipanggil *gigger* atau pekerja separuh masa (*freelancer*). Ekonomi gig bermaksud ekosistem bebas di mana seseorang menawarkan perkhidmatan pekerjaan secara bebas, fleksibel, atau sambilan. Selain dari didorong oleh fleksibiliti dari segi waktu dan lokasi kerja serta kebebasan memilih jenis pekerjaan yang ingin dilakukan, bayaran yang diperolehi juga lumayan. Perniagaan dalam talian, grab, dan uber adalah contoh ekonomi gig. Ekonomi gig mula terkenal di Malaysia pada tahun 2017. Pada awalnya tidak ramai yang mahu berkecimpung sebagai *gigger*. Namun, pandemik memaksa rakyat untuk mencuba apa sahaja pekerjaan yang boleh menjana pendapatan. Ternyata ekonomi gig membantu rakyat untuk kekal bertahan dalam tempoh pandemik. Trend sebagai *gigger* memberi peluang bukan sahaja kepada anak muda tetapi juga kepada golongan profesional, suri rumah, pesara, golongan kurang upaya, dan mereka yang mencari pendapatan tambahan. Walau bagaimanapun perkhidmatan ekonomi gig sekarang lebih tertumpu kepada pengiriman makanan atau bungkusan. Menurut Ketua Ekonomi Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB), Mohd Afzanizam Abdul Rashid, agar lebih berdaya saing, tumpuan ekonomi gig perlu beralih dan diperluaskan kepada pekerjaan berkaitan penyelidikan, pembangunan, periklanan, pembangunan perisian atau apa sahaja berkaitan teknologi digital dan pekerjaan berkemahiran tinggi (Wilayahku, 2020).

Berdasarkan laporan Muller (2021), dapatan dari kajian Statista, pengguna media sosial aktif di Malaysia sehingga Januari 2021 adalah seramai 28 juta pengguna iaitu sebanyak 86 peratus dari jumlah populasi rakyat Malaysia seramai 32 juta penduduk. Platform media sosial yang paling popular di kalangan pengguna di Malaysia pada tahun 2020 ialah Facebook, Instagram, Facebook Messenger, dan LinkedIn. Sejak dilancarkan pada tahun 2004, Facebook telah menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan di kalangan pengguna media sosial di Malaysia. Diramalkan bahawa kadar penembusan Facebook di Malaysia akan mencapai 70 hingga 71 peratus pada tahun-tahun akan datang. Memandangkan kepada populariti Facebook di kalangan pengguna media sosial, dianggarkan bahawa jumlah pengguna Facebook di Malaysia akan meningkat kepada 24 juta pada tahun 2023. Oleh yang demikian, individu perlu pelajari dan kuasai cara bagaimana untuk menggunakan kekuatan media sosial dalam menjana pendapatan sewaktu pandemik COVID-19. Antara kerja yang boleh diceburi seperti pempengaruh media sosial (*social media influencer*).

Selain itu, penutupan sesi persekolahan secara tidak langsung menyebabkan permintaan terhadap kelas tuisyen persendirian meningkat secara mendadak dan memberi peluang keemasan kepada individu untuk menjana pendapatan. Ibubapa menyuarakan kebimbangan terhadap kelas dalam talian dan dirasakan tidak memberi kesan terbaik dalam sesi PnP anak-anak mereka, terutama melibatkan fokus dan perkembangan emosi yang terganggu kerana

terlalu lama menghadap komputer. Kebiasaannya bilangan pelajar bagi tuisyen persendirian adalah kecil dan PnP secara *hands on*, oleh yang demikian pelajar dapat memberikan tumpuan kepada pelajaran dengan lebih baik.

Berdasarkan perbincangan di atas, dapat dirumuskan bahawa pandemik COVID-19 juga membawa rahmat tersembunyi. Walaupun ramai kehilangan pekerjaan dan sumber pendapatan, namun ramai juga yang mencipta pekerjaan dan kemahiran insaniah baharu serta memperolehi pendapatan lumayan. Terkini, berdasarkan kajian dan data dalam Jobstreet, terdapat enam jenis pekerjaan yang mempunyai permintaan tinggi pada tahun 2021 iaitu pemasaran digital, strategi media sosial, pereka UI (*user interface*) dan UX (*user experience*), logistik, penulis dan penulis iklan, dan eksekutif jualan (mstar, 2021).

Secara rumusnya, kerjaya melibatkan teknologi digital dan berasaskan kemahiran insaniah adalah perlu semasa dan selepas pandemik. Jadual 1 menunjukkan senarai penjanaaan kekayaan yang baharu pasca pandemik COVID-19.

Senarai Kerjaya	
Data saintis	Atlet e-sukan
Penganalisa data perniagaan	Pereka dan pembangun aplikasi
Penganalisa kredit atas talian	Pereka bentuk laman web
Pedagang saham atas talian	Pengedit video
Ejen insuran atas talian	Jurutera pencetak 3D
Perkhidmatan penilai hartanah atas talian	Pembangun sistem e-dagang
Penghantar makanan dan bungkusan	Pembangun pengkomputeran awan
Penulis buku elektronik (<i>e-book</i>)	Stokis, agen, dan <i>dropshipper</i> atas talian
Tutor dan guru tuisyen atas talian	Affiliate atas talian
Kaunselor atas talian	Pempengaruh media sosial (<i>social media influencer</i>)
Jurulatih kecergasan atas talian	<i>Youtuber</i>
Pemandu perkhidmatan kereta persendirian	Pereka kecerdasan buatan (<i>artificial intelligence designer</i>)
Dietitian dan ahli farmasi atas talian	Pereka kandungan (<i>content designer</i>)
<i>Gigger</i>	Pengaturcara atas talian

5.0 Kesimpulan

COVID-19 diisytiharkan oleh WHO sebagai pandemik berbahaya, mudah berjangkit, dan boleh membawa maut pada 11 Mac 2020. Bagi mengekang penularan pandemik COVID-19, sekatan pergerakan atau PKP dilaksanakan di seluruh dunia. Di Malaysia pula, PKP dimulakan pada 18 Mac 2020 secara berperingkat sehingga kini, Ogos 2021. Pandemik COVID-19 dan pelaksanaan PKP mengakibatkan ramai kehilangan pendapatan. Bagi membantu rakyat yang terkesan dan meringankan beban ekonomi rakyat, pelbagai insentif ekonomi telah disalurkan dalam pelbagai bentuk dan mekanisme bantuan. Pandemik COVID-19, pelaksanaan PKP, dan insentif ekonomi mendapat reaksi positif dan negatif daripada rakyat Malaysia keseluruhannya. Kajian ini membincangkan perubahan gelagat manusia ekoran dari pandemik COVID-19, pelaksanaan PKP, dan pemberian insentif. Kajian ini juga

membincangkan cara dan kaedah penjana kekayaan dalam kalangan rakyat Malaysia semasa mengharungi pandemik COVID-19 untuk meneruskan kehidupan.

Teori pelaziman operan adalah relevan untuk diaplikasikan dalam masyarakat moden dalam membincangkan tingkah laku serta kesan dan akibat pandemik COVID-19, khususnya dalam konteks rakyat Malaysia. Walau bagaimanapun, teori tersebut mungkin tidak berfungsi dengan baik di Amerika Syarikat, United Kingdom, negara-negara Eropah, dan negara-negara lain kerana tahap penerimaan dan kerjasama rakyat negara mereka mungkin berlainan.

Sebagai strategi pengukuhan dan pakej rangsangan untuk meningkat penggunaan internet, teknologi, dan digital di kalangan rakyat Malaysia, kerajaan Malaysia menyalurkan pemberian baucar kredit e-dompet RM150 kepada golongan belia menerusi pakej rangsangan bantuan PEMERKASA. Oleh yang demikian, trend penggunaan internet yang semakin meningkat dapat dilihat di kalangan rakyat Malaysia semasa pandemik. Peningkatan penggunaan internet juga banyak menyumbang dalam penerimaan dan perubahan gelagat pengguna di Malaysia. Walau bagaimanapun, strategi pengukuhan yang digunakan bagi negara-negara maju seperti Amerika Syarikat, United Kingdom, dan banyak negara Eropah mungkin berbeza. Oleh itu, strategi yang diguna pakai di Malaysia mungkin tidak sesuai diadaptasi di negara-negara lain.

Sebagaimana dibincangkan di dalam kertas kajian ini, pandemik COVID-19, pelaksanaan PKP, dan pemberian insentif ekonomi oleh kerajaan Malaysia telah mengubah gelagat pengguna di Malaysia. Kajian literatur lepas juga mengesahkan bahawa pandemik mengakibatkan gelagat pengguna sama ada terhenti, diubahsuai atau dijana baharu (Sheth, 2020). Maka penyelidik mencadangkan empat kategori gelagat pengguna yang mungkin muncul semasa pandemik dan mungkin kekal selepas pandemik iaitu kategori kembali ke tabiat lama, norma baharu, norma baharu yang sederhana, dan kitar semula, mengkhusus kepada pengguna di Malaysia. Kategori pengguna yang dicadangkan ini mempunyai implikasi terutamanya kepada kerajaan dan pengamal industri. Mengenal pasti dan memahami empat kategori pengguna yang berbeza ini adalah penting bagi mengetahui dan memenuhi keperluan dan kehendak mereka.

Segmen pengguna yang dicadangkan ini boleh memberi kesan positif kepada ekonomi. Sebagai contohnya, sekiranya kebanyakan rakyat Malaysia adalah dalam kategori norma baharu bermaksud mereka akan mengadaptasikan transformasi digital sepenuhnya dalam kehidupan dan urusan seharian. Penggunaan teknologi dan digital akan meningkatkan produktiviti dan mampu memulihkan dan mempercepatkan pertumbuhan ekonomi sesebuah negara (rujuk model pertumbuhan ekonomi *Solow Swan*). Sebagai contoh, di bawah pakej rangsangan ekonomi Malaysia PENJANA, program ePENJANA diperkenalkan. Program ini adalah satu inisiatif yang bertujuan untuk menggalakkan perbelanjaan pengguna melalui pendigitalan. Di bawah program ini juga kerajaan Malaysia menyediakan geran padanan berjumlah RM600 juta sebagai salah satu usaha menarik para pelabur asing untuk melabur dalam syarikat teknologi perintis (*startup tech*) di negara ini. Ia secara langsung membuktikan bahawa kerajaan bersedia melangkah ke hadapan melihat kepada perubahan normabaharu iaitu memperkasakan penggunaan teknologi dan digital

kesan dari pandemik COVID-19.

Tidak dapat disangkal bahawa pandemik COVID-19 menyebabkan ramai kehilangan pekerjaan dan pendapatan. Banyak kerjaya tidak lagi dilihat sesuai dan perniagaan konvensional berasaskan bata dan mortar juga berkubur sewaktu pandemik. Transformasi ekonomi tidak dapat dielakkan disebabkan kemunculan IR4.0. Walau bagaimanapun, pandemik COVID-19 menyebabkan muncul kerjaya dan perniagaan baharu. Jika sebelum pandemik COVID-19 muncul, kebanyakan pengguna dan peniaga enggan dan skeptikal terhadap penggunaan teknologi dan digital, menyebabkan teknologi di negara ini berkembang dengan perlahan. Contohnya transaksi jual beli menggunakan kad debit adalah perlahan berbanding tunai, walaupun penggunaan kad debit diperkenalkan sebelum pandemik. Sejajar dengan perkembangan dan penerimaan teknologi dan digital, negara Malaysia juga menyaksikan perubahan kepada kerjaya sedia ada (seperti tutor dan guru tuisyen dalam talian) dan kemunculan kerjaya baharu (seperti pereka UI dan UX).

Dapatan dari kajian konseptual ini diharap dapat dimanfaatkan oleh ahli akademik dan pengamal industri. Dari segi teori, walaupun literatur dalam bidang gelagat pengguna adalah ekstensif dan komprehensif, tetapi perbincangan berkenaan gelagat pengguna sewaktu pandemik masih baharu. Oleh yang demikian, kajian ini menyumbang kepada perbincangan literatur dalam bidang gelagat pengguna sewaktu pandemik. Gelagat pengguna boleh berhenti, lenyap, berubah, atau dijana baharu mengikut keadaan semasa dan situasi. Memahami perubahan gelagat pengguna sangat penting bagi penyelidik untuk mengkaji cara mereka membuat sesuatu keputusan. Dari segi praktikal, kajian ini memberi maklumat yang berguna kepada kerajaan, penggubal polisi, pemegang taruh, pengamal industri, serta pihak-pihak berkepentingan lain. Penyelidik mencadangkan gelagat pengguna semasa pandemik dikategorikan kepada empat kumpulan. Setiap kumpulan menonjolkan gelagat yang berbeza dengan keperluan dan kehendak yang berbeza. Bagi pemasar contohnya, pengetahuan mengenai gelagat pengguna penting untuk mereka mengetahui keperluan dan kehendak pengguna dan boleh menggunakan strategi pemasaran yang sesuai dan tepat bagi setiap kategori pengguna. Mengategorikan pelanggan mengikut latar belakang masing-masing boleh meningkatkan kepuasan mereka sebagai pelanggan kerana produk dan perkhidmatan yang diberikan memenuhi keperluan dan kehendak pelanggan. Ini terbukti dengan kajian oleh Naim et al. (2019) yang menunjukkan bahawa gaya hidup pelanggan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap tahap kepuasan yang diperolehi. Apabila memprofil latar belakang pelanggan seperti melalui sikap dan keutamaan, syarikat boleh menaik taraf perkhidmatan mereka dengan lebih berkesan. Gagal untuk memahami kategori pelanggan yang berbeza akan membawa kepada hasil yang tidak menguntungkan dari segi kos dan margin keuntungan. Kategori gelagat pengguna yang dicadangkan ini boleh digunakan sebagai segmen pasaran baharu berbanding demografi, psikografi atau gaya hidup dalam kajian pemasaran terutamanya dalam memahami gelagat, keperluan, dan kehendak tertentu mereka.

6.0 Kajian Masa Depan

Ini adalah kajian konseptual awal melibatkan gelagat pengguna semasa pandemik COVID-19 yang menyumbang kepada pengetahuantentang perubahan gelagat. Perbincangan hanya

menjurus kepada bagaimana pandemik COVID-10, pelaksanaan PKP, dan insentif ekonomi boleh merubah gelagat pengguna. Perbincangan juga dipanjangkan mengenai penjanaan kekayaan sewaktu pandemik COVID-19. Kajian berbentuk empirikal perlu dijalankan untuk menguji teori konseptual yang dibincangkan. Walau bagaimanapun, pengkaji menjangkakan apabila perubahan transformasi penjanaan kekayaan telah benar-benar berlaku, ianya akan juga merubah landskap pengembangan, perlindungan, dan pengagihan kekayaan yang boleh di bincang dengan lebih menyeluruh dan komprehensif pada masa akan datang.

Rujukan

- Adnan, A.A., (2009). Pandangan pakar terhadap penentu ekstrinsik dalam pemilihan bank menurut tuntutan syarak. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*. 6(1). 147-176.
- Al-Hawari, M. A. A. (2014). Does customer sociability matter? Differences in e-quality, e-satisfaction, and e-loyalty between introvert and extravert online banking users. *Journal of Services Marketing*. 28(7), 538-546.
- Ali Taha, V., Pencarelli, T., Škerháková, V., Fedorko, R., & Košíková, M. (2021). The use of social media and its impact on shopping behavior of slovak and italian consumers during COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 13(4), 1710.
- Bernama (2021, 19 Februari). MyDIGITAL buka 500,000 peluang kerja dalam ekonomi digital. *The Malaysian Communications and Multimedia Commission*. Diakses melalui <https://www.mcmc.gov.my/ms/media/press-clippings/mydigital-buka-500-000-peluang-kerja-dalam-ekonomi>.
- Burchell, K., Rettie, R., & Patel, K. (2013). Marketing social norms: Social marketing and the 'social norm approach'. *Journal of Consumer Behaviour*, 12(1), 1-9.
- Chen, J., Lewis, B., Marathe, A., Marathe, M., Swarup, S., & Vullikanti, A. K. (2017). Individual and collective behavior in public health epidemiology. In *Handbook of statistics* (Vol. 36, pp. 329-365). Elsevier.
- Cialdini, R. B. (2007). Descriptive social norms as underappreciated sources of social control. *Psychometrika*, 72(2), 263–268.
- Cialdini, R. B. (2012). The focus theory of normative conduct. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of Theories of Social Psychology*. Vol. 2. pp. 295-312). London: Sage.
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology*, 55, 591-621.
- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of personality and social psychology*, 58(6), 1015.
- Del Valle, S., Hethcote, H., Hyman, J. M., & Castillo-Chavez, C. (2005). Effects of behavioral changes in a smallpox attack model. *Mathematical Biosciences*, 195(2),

228-251.

- Dewan Bahasa dan Pustaka. (2021). Diakses melalui <https://prpm.dbp.gov.my/cari1?keyword=TRANSFORMASI>.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117, 284.
- El Junusi, R. (2020). Digital marketing during the pandemic period; A study of Islamic perspective. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(1), 15-28.
- Ferguson, N. (2007). Capturing human behaviour. *Nature*, 446(7137), 733-733.
- Grashuis, J., Skevas, T., & Segovia, M. S. (2020). Grocery shopping preferences during the COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 12(13), 5369.
- Hakim, N. A. M. L., Junaidun, N. A., Fadzil, N. S. M., & Ishar, M. I. M. (2021). Persepsi pengguna internet di Malaysia semasa pandemik COVID-19. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(4), 117-125.
- Hamilton. I. A. (2020, 15 April). Jeff Bezos is wealthier by \$24 billion in 2020, as Amazon reports at least 74 COVID-19 US warehouse cases and its first death. *Business Insider*. Diakses melalui <https://www.businessinsider.my/jeff-bezos-net-worth-jumps-23-billion-during-onavirus-crisis-2020-4?r=US&IR=T>.
- Hatchett, R. J., Mecher, C. E., & Lipsitch, M. (2007). Public health interventions and epidemic intensity during the 1918 influenza pandemic. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 104(18), 7582-7587.
- Idris, A. N. (2021, 31 March). Online retail sales almost doubled during pandemic, says BNM. *The Edge Markets*. Diakses melalui <https://www.theedgemarkets.com/article/online-retail-sales-almost-doubled-during-pandemic-says-bnm>.
- Iivari, N., Sharma, S., & Ventä-Olkkonen, L. (2020). Digital transformation of everyday life—How COVID-19 pandemic transformed the basic education of the young generation and why information management research should care?. *International Journal of Information Management*, 55, 102183.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2021). Statistik utama tenaga buruh di Malaysia, Mei 2021. Diakses melalui https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/cthemByCat&cat=124&bul_id=a09WTHNBQVpVcHFiZkNTaEZnTHF3UT09&menu_id=Tm8zcnRjdVRNW WlpWjRlbmtlaDk1UT09.
- Kallgren, C. A., Reno, R. R., & Cialdini, R. B. (2000). A focus theory of normative conduct: When norms do and do not affect behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 1002-1012.
- Kirk, C. P., & Rifkin, L. S. (2020). I'll Trade You Diamonds for Toilet Paper: Consumer Reacting, Coping and Adapting Behaviors in the COVID-19 Pandemic. *Journal of Business Research*. 117, 124-131.
- Kementerian Kesihatan Malaysia. (2021) Diakses melalui <https://covid-19.moh.gov.my/terkini>.

- Ku Fozi, K. S. (2020, 15 Disember). 825,000 jualan Shopee 12.12 dalam sejam. *Utusan Malaysia*. Diakses melalui <https://www.utusan.com.my/ekonomi/2020/12/825000-jualan-shopee-12-12-dalam-sejam/>.
- Kodama, M. (2020). Digitally transforming work styles in an era of infectious disease. *International Journal of Information Management*, (June), 102172.
- Lau, J. T., Kim, J. H., Tsui, H., & Griffiths, S. (2007). Perceptions related to human avian influenza and their associations with anticipated psychological and behavioral responses at the onset of outbreak in the Hong Kong Chinese general population. *American Journal of Infection Control*, 35, 38-49.
- Leung, G. M., Ho, L. M., Chan, S. K., Ho, S. Y., Bacon-Shone, J., Choy, R. Y., Hedley, A.J., & Fielding, R. (2005). Longitudinal assessment of community psychobehavioral responses during and after the 2003 outbreak of severe acute respiratory syndrome in Hong Kong. *Clinical Infectious Diseases*, 40(12), 1713-1720.
- Marican, S. (2005). *Kaedah penyelidikan sains sosial*. Prentice Hall/Pearson Malaysia.
- McLeod, S. (2015). Skinner - Operant conditioning. *Academia*. Diakses melalui https://www.academia.edu/23759303/Skinner_-_Operant_Conditioning.
- Melati, M. A. (2020, 16 April). COVID-19: Degil akan membawa padah. *Berita Harian*. Diakses melalui <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2020/04/677758/COVID-19-degil-akan-membawa-padah>.
- Media Baharu, (2021, 21 Jun). Kompaun RM2.1 juta dikenakan ke atas 388 premis perniagaan ingkar SOP PKP 3.0. *Berita RTM*. Diakses melalui <http://berita.rtm.gov.my/index.php/covid19/28627-kompaun-rm2-1-juta-dikenakan-ke-atas-388-premis-perniagaan-ingkar-sop-pkpk-3-0>.
- Md Shah, A. U., Safri, S. N. A., Thevadas, R., Noordin, N. K., Abd Rahman, A., Sekawi, Z., ... & Sultan, M. T. H. (2020). COVID-19 outbreak in Malaysia: Actions taken by the Malaysian government. *International Journal of Infectious Diseases*. 1-9.
- Mohd Amin, S. F., Sharif, S., Madjapuni, M. N., & Mariappan, M. (2020). Implementation of skinner's operation operating theory in the building of the m-solah robot module. *International Journal of Education, Psychology and Counselling (IJEPC)*, 5(35), 38-48.
- Mohd Dali, N. R. S., Abdul Hamid, H., Wan Nawang, W. R., & Wan Mohamad Nazarie, W. N. F. (2020). Post pandemic consumer behavior: Conceptual framework. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 17(3), 13-24.
- Mohd Noor, M. H. (2021, 13 April). Covid: Penggunaan internet meningkat. *Utusan Malaysia*. Diakses melalui <https://www.utusan.com.my/ekonomi/2021/04/covid-penggunaan-internet-meningkat>.
- N/A. (2020, 16 Julai). COVID-19 dorong pendigitalan industri logistik bagi memenuhi permintaan. *Mykmu.net*. Diakses melalui <https://mykmu.net/2020/07/16/covid-19-dorong-pendigitalan-industri-logistik-bagi-memenuhi-permintaan/>.
- N/A. (2021, 18 Jun). Mengikut kajian Jobstreet, ini senarai pekerjaan paling dicari-cari pada

tahun pandemik 2021. *M Star*. Diakses melalui <https://www.mstar.com.my/xpose/isuke/2021/06/18/mengikut-kajian-jobstreet-ini-senarai-pekerjaan-paling-dicari-cari-pada-tahun-pandemik-2021>.

- Naim, A. M., Hamid, M. L. A., & Wahab, M. Z. H. (2019). The roles of lifestyle, future need and customer preferences in customer's satisfaction on Islamic banks products and services. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 16(2), 60-76.
- Numerator Insight Data. (2021, 28 Januari). Impact of coronavirus (COVID-19) on consumer behavior in 2020. *Numerator*. Diakses melalui <https://www.numerator.com/resources/blog/impact-covid-19-consumer-behavior>.
- Pandey, N., & Pal, A. (2020). Impact of digital surge during Covid-19 pandemic: A viewpoint on research and practice. *International Journal of Information Management*, 55, 102171.
- Pang, X., Zhu, Z., Xu, F., Guo, J., Gong, X., Liu, D., & Feikin, D. R. (2003). Evaluation of control measures implemented in the severe acute respiratory syndrome outbreak in Beijing, 2003. *Jama*, 290(24), 3215-3221.
- Parzi, M. N., & Abd Karim, L. A. (2020, 31 Oktober). 800,000 hilang kerja sejak COVID-19 melanda. *Berita Harian Online*. Diakses melalui <https://www.berita.com.my/berita/nasional/2020/10/748412/800000-hilang-kerja-sejak-coid-19-melanda>.
- Posel, D., Oyenubi, A., & Kollamparambil, U. (2021). Job loss and mental health during the COVID-19 lockdown: Evidence from South Africa. *PloS one*, 16(3), e0249352.
- Poletti, P., Ajelli, M., & Merler, S. (2011). The effect of risk perception on the 2009 H1N1 pandemic influenza dynamics. *PloS one*, 6(2), e16460.
- Ray, J. (2021, 3 May). COVID-19 put more than 1 billion out of work. *Gallup*. Diakses melalui <https://news.gallup.com/poll/348722/covid-put-billion-work.aspx>.
- Sang, M. S. (2008). *Psikologi pendidikan*. Ipoh: Penerbitan Multimedia Sdn. Bhd.
- Scott, S., & Duncan, C. J. (2001). *Biology of plagues: Evidence from historical populations*. Cambridge University Press.
- Schultz, P. W., Nolan, J. M., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., & Griskevicius, V. (2007). The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms. *Psychological science*, 18(5), 429-434.
- Shaw, R., Kim, Y. K., & Hua, J. (2020). Governance, technology and citizen behavior in pandemic: Lessons from COVID-19 in East Asia. *Progress in Disaster Science*, 100090.
- Seto, W. H., Tsang, D., Yung, R. W. H., Ching, T. Y., Ng, T. K., Ho, M. & Advisors of Expert SARS group of Hospital Authority. (2003). Effectiveness of precautions against droplets and contact in prevention of nosocomial transmission of severe acute respiratory syndrome (SARS). *The lancet*, 361(9368), 1519-1520.
- Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on consumer behaviour: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research*, 117, 280-283.

- Soto-Acosta, P. (2020). COVID-19 pandemic: Shifting digital transformation to a high-speed gear. *Information Systems Management*, 37(4), 260-266.
- Muller, J. (2021, 7 April). Social media users as a percentage of the total population Malaysia 2021. Statista. Diakses melalui <https://www.statista.com/statistics/883712/malaysia-social-media-penetration/>.
- Reid, A. H., Fanning, T. G., Hultin, J. V., & Taubenberger, J. K. (1999). Origin and evolution of the 1918 “Spanish” influenza virus hemagglutinin gene. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 96(4), 1651-1656.
- Rizzo, L. & Click, S. (2020, 15 August 15). How Covid-19 changed American’s internet habits. *The Wall Street Journal*. Diakses melalui <https://www.wsj.com/articles/coronavirus-lockdown-tested-internets-backbone-11597503600>.
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118-144.
- White, K. M., Smith, J. R., Terry, D. J., Greenslade, J. H., & McKimmie, B. M. (2009). Social influence in the theory of planned behaviour: The role of descriptive, injunctive, and in-group norms. *British Journal of Social Psychology*, 48(1), 135-158.
- Wilayahku. (2020, 4 November). Peluang kerja baharu semasa pandemik. *Wilayahku*. Diakses melalui [https://www.wilayahku.com.my/Peluang kerja baharu semasa pandemik – Wilayahku](https://www.wilayahku.com.my/Peluang%20kerja%20baharu%20semasa%20pandemik%20-%20Wilayahku).
- Wong, L. P., & Sam, I. C. (2011). Behavioral responses to the influenza A (H1N1) outbreak in Malaysia. *Journal of Behavioral Medicine*, 34(1), 23-31.
- Wu, P., Fang, Y., Guan, Z., Fan, B., Kong, J., Yao, Z., ... & Hoven, C. W. Liu, X., Fuller, C.J., Susser, E., Lu, J. and Hoven, C.W., (2009). The psychological impact of the SARS epidemic on hospital employees in China: exposure, risk perception, and altruistic acceptance of risk. *The Canadian Journal of Psychiatry*, 54(5), 302-311.
- Wu, S., Yang, P., Li, H., Ma, C., Zhang, Y., & Wang, Q. (2013). Influenza vaccination coverage rates among adults before and after the 2009 influenza pandemic and the reasons for non-vaccination in Beijing, China: a cross-sectional study. *BMC public health*, 13(1), 636.
- Yusof, R. (2004). *Penyelidikan sains sosial*. Bentong, Pahang: PTS Publications & Distributors.
- Zainal, K. (2008). Memahami tingkah laku remaja bermasalah dari Perspektif Teori Tingkah Laku, Humanistik, Psikoanalitik & Tret Personaliti. *Jurnal Pengajian Umum*, 9, 43-56.
- Zainuddin, Z. (2020, 17 Disember). Lazada: Jualan 12.12 catat rekod tertinggi. *Berita Harian*. Diakses melalui [Lazada: Jualan 12.12 catat rekod tertinggi \(bharian.com.my\)](https://www.bharian.com.my).
- Zhou, M., & Brown, D. (2017). Educational learning theories: 2nd Edition. In *Education Open Textbooks*. Diakses melalui <https://oer.galileo.usg.edu/education-textbooks/1>.