

## KERTAS KERJA UCAPTAMA SEMINAR SAIS 2020

### GELAGAT PENGGUNA, PENJANAAN DAN PENGEMBANGAN KEKAYAAN PASCA COVID-19

Nuradli Ridzwan Shah Bin Mohd Dali <sup>i</sup>, Hanifah Binti Abdul Hamid <sup>ii</sup>, Wan Rasyidah Binti Wan Nawang <sup>iii</sup>, Wan Nur Fazni Binti Wan Mohamad Nazarie <sup>iv</sup> & Umi Hamidaton Binti Mohd Soffian Lee <sup>v</sup>

<sup>i</sup> Professor Madya, Fakulti Ekonomi dan Muamalat, Universiti Sains Islam Malaysia.  
nuradli@usim.edu.my

<sup>ii</sup> Pensyarah Kanan, Fakulti Sains dan Teknologi, Universiti Sains Islam Malaysia. hanifah@usim.edu.my

<sup>iii</sup> Pensyarah Kanan, Fakulti Ekonomi dan Muamalat, Universiti Sains Islam Malaysia.  
wrasyidah@usim.edu.my

<sup>iv</sup> Pensyarah Kanan, Fakulti Ekonomi dan Muamalat, Universiti Sains Islam Malaysia.  
fazni@usim.edu.my

<sup>v</sup> Pensyarah Kanan, Fakulti Ekonomi dan Muamalat, Universiti Sains Islam Malaysia.  
umihamidaton@usim.edu.my

#### Abstrak

*Teori perubahan gelagat pengguna dibangunkan daripada 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 Pavlov, Skinner, Thorndike, dan lain-lain. Ancaman pandemik Covid-19 telah menyebabkan beberapa negara mengambil tindakan drastik seperti menyekat pergerakan rakyat, menyediakan pakej rangsangan ekonomi untuk memulihkan keadaan ekonomi semasa dan menguatkuasakan prosedur operasi standard (SOP) bertujuan untuk mengekang penularan wabak ini. Dalam konteks negara Malaysia, kajian ini mencadangkan bahawa semua tindakan yang diambil oleh pihak kerajaan mampu mewujudkan tindak balas positif dan negatif melalui teori pembelajaran pengguna. Kajian ini didasari oleh teori Pelaziman Operan (Conditioning Theory) yang mencadangkan empat kategori gelagat pengguna semasa berlakunya Covid-19. Tujuan kertas kerja ini untuk mencadangkan rangka kerja konseptual berkaitan segmen pasaran yang wujud akibat Covid-19 dan cadangan jenis penajaan dan pengembangan kekayaan yang baharu pasca Covid19. Jangkaan hasil kajian akan membuktikan terdapat empat kategori pengguna berdasarkan reaksi melalui gelagat yang ditonjolkan semasa pasca pandemik berlangsung. Ia melibatkan gelagat kembali ke tabiat asal, norma baharu norma baharu yang sederhana, dan kitar semula. Dasar-dasar tertentu boleh dibangunkan bertujuan untuk mengetengahkan gelagat norma baharu dalam kalangan pengguna bagi mengatasi impak Covid-19 malahan untuk memastikan Malaysia berdaya saing dalam mengharungi revolusi industri 4.0. 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 (Operant Conditioning), Covid-19, Norma Baharu, Norma Lama, Kesan Reaksi, Tidak Bereaksi, Rangsangan, Tindak Balas, Penajaan Kekayaan, Pengembangan Kekayaan*

## PENGENALAN

Wabak Coronavirus 2019 atau Covid-19 adalah pandemik yang telah menjangkiti berjuta manusia dan meragut lebih sejuta nyawa pada skala global. Covid-19 adalah penyakit yang disebabkan oleh virus *severe acute respiratory syndrome* (SARS-CoV-2) telah diisytiharkan sebagai pandemik oleh Pertubuhan Kesihatan Sedunia (WHO) pada 11 Mac 2020 (Bavel et al., 2020). Wabak virus ini, bermula di Wuhan, China pada awal Disember 2019 (Md Shah et al., 2020), telah merebak dengan pantas ke seluruh dunia. Sehingga akhir September 2020 lebih 1 juta kes kematian di seluruh dunia telah dilaporkan kepada WHO.

Kes pertama jangkitan Covid-19 di Malaysia dicatatkan pada 25 Januari 2020 dan sehingga 16 Februari 2020, jumlah kes meningkat kepada 22 kes yang mewakili gelombang pertama penularan wabak tersebut. Gelombang kedua kes bermula pada 27 Februari 2020 dan sejak itu jumlah individu yang terjejas telah meningkat kepada lebih daripada seribu orang. Kematian pertama akibat wabak ini direkodkan pada 17 Mac 2020. Sehingga akhir September 2020, sebanyak 44,224 kes dengan 136 kematian dilaporkan.

Pandemik yang semakin menular memaksa kebanyakan negara terlibat termasuk Malaysia melaksanakan perintah berkurung (*lockdown*) secara berperingkat yang bertujuan untuk mengawal pergerakan orang ramai bagi membendung penularan wabak Covid-19. Di Malaysia, pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) telah mula dilaksanakan pada 16 Mac 2020 dan dijangkakan berterusan hingga bulan Disember tahun ini. PKP merangkumi enam fasa dan empat fasa pertama mengambil masa 14 hari, manakala fasa ke 5 dan ke 6 mengambil masa melebihi 30 hari. PKP dilaksanakan dengan matlamat untuk mengasingkan punca wabak Covid-19.

Antara tindakan yang diambil semasa pelaksanaan PKP adalah larangan pergerakan besar-besaran melibatkan perhimpunan berskala besar, sekatan perjalanan antarabangsa, dan penutupan premis-premis perniagaan dan perkhidmatan kerajaan dan swasta yang tidak melibatkan keperluan asas seperti makanan, minuman dan perubatan. Walaupun pelaksanaan PKP dapat membendung dan mengurangkan kes jangkitan sebaliknya ia telah menjejaskan pembangunan sosio-ekonomi Malaysia dengan begitu ketara. Pelbagai premis perniagaan terutama melibatkan perusahaan mikro, kecil dan sederhana mengalami kerugian malahan terpaksa gulung tikar sambil bergelut untuk meneruskan kehidupan akibat kehilangan punca pendapatan.

Bagi meringankan beban kewangan perniagaan terutamanya melibatkan perusahaan kecil dan sederhana (PKS) dan masyarakat yang terkesan dengan wabak Covid-19 dan pelaksanaan PKP, pihak kerajaan telah mengumumkan pakej rangsangan ekonomi membabitkan suntikan fiskal sebanyak MYR260 bilion (atau hampir 18 peratus dari keluaran dalam negara kasar (KDNK)). Bantuan tunai secara *one-off*, pemberian moratorium selama 6 bulan, kemudahan pengeluaran caruman Kumpulan Wang Simpanan Pekerja (KWSP) selama satu tahun, pembiayaan pinjaman lembut (*soft loan*) kepada PKS, subsidi gaji pekerja, dan lain-lain insentif kerajaan sedikit sebanyak membantu PKS dan masyarakat.

Walaupun pelbagai insentif diberikan, pihak berkuasa sentiasa memandang serius terhadap individu yang ingkar dan melanggar arahan PKP. Hukuman dikenakan terhadap individu berkenaan melibatkan kompaun sebanyak MYR1,000 atau penjara tidak lebih 6 bulan atau kedua-duanya sekali. Sejumlah 9,090 tangkapan terhadap individu yang mengingkari PKP sepanjang tempoh 18 Mac hingga 13 April 2020 telah dilaksanakan oleh pihak penguatkuasaan.

Penularan wabak Covid-19 dan PKP telah memberi kesan mendalam kepada tabiat pengguna dan ekonomi Malaysia. Sebagai contoh, peningkatan penggunaan digital seperti pembelajaran dalam talian, membeli-belah dalam talian, dan pembayaran dalam talian secara tiba-tiba menjadi normal baharu buat negara. Sebagaimana dinyatakan oleh Kodama (2020), pandemik dan pelaksanaan perintah berkurung (*lockdown*) dan sekatan oleh sesebuah negara boleh membawa kepada perubahan gelagat pengguna dan cara perniagaan beroperasi pada masa akan datang, oleh yang demikian strategi korporat perlu diubah dengan sewajarnya.

Kertas kerja ini bertujuan untuk merangka konsep baru kepada teori sedia ada berkenaan perubahan gelagat pengguna dan memberikan peluang kepada penemuan kajian literatur baharu berkenaan penjanaan dan pengumpulan kekayaan semasa pasca Covid-19. Ini dilihat diketengahkan daripada perintah kawalan pergerakan yang dikuatkuasakan dan rangsangan serta inisiatif yang diambil oleh pihak kerajaan dalam meratakan keluk Covid-19. Akan ada reaksi *in-adverse* dan *adverse* daripada pengguna yang mungkin mewujudkan norma baru atau kembali kepada norma-norma lama. Reaksi pengguna akan menjadi sumbangan kepada teori pelaziman operan (*operant conditioning*). Cara penjanaan dan pengumpulan kekayaan juga mungkin berubah .

Kertas kerja ini akan menjelaskan bagaimana perubahan gelagat pengguna selepas pandemik dan bagaimana penjanaan dan pengumpulan kekayaan berlaku pada masa hadapan. Kertas kerja ini membincangkan kesan pandemik Covid-19 dan polisi kerajaan yang mengubah gelagat rakyat. Kemudian perbincangan mengenai reaksi pengguna

(*adverse* dan *inadverse*) akan dibincangkan. Dalam bahagian seterusnya, kerangka normal baharu dan norma lama akan dicadangkan dan disusuli dengan memberikan gambaran tentang penjanaaan dan pengembangan kekayaan generasi pasca Covid-19.

## KAJIAN LITERATUR

Kewujudan dan penyebaran wabak penyakit sebagai pandemik bukan perkara baharu dalam tamadun manusia. Sebelum tercetusnya wabak Covid-19, wabak dan pandemik seperti *Antonine Plague*, *The Black Death*, *Spanish flu*, influenza A (H1N1), Bubonic, SARS, MERS, Polio, dan Ebola telah melanda dunia dan mengakibatkan berjuta rakyat telah jatuh sakit dan berjuta yang lain meninggal dunia dalam tempoh singkat. Pandemik *Spanish flu* misalnya telah membunuh lebih 20 juta orang pada tahun 1918 dan 1919 (Reid et al., 1999) manakala wabak Bubonic telah melenyapkan 25 peratus warga Eropah (Scott et al., 2001).

Wabak dan pandemik mencetuskan ketakutan dan mengakibatkan perubahan gelagat pengguna (Lau et al., 2007; Leung et al., 2005; Seto et al., 2003; Wong & Sam, 2011). Wu et al (2009) misalnya, mendapati imbauan mengenai virus SARS masih menimbulkan ketakutan dalam kalangan masyarakat walaupun selepas beberapa tahun terutama dalam kalangan mereka yang telah dijangkiti. Rasa takut dan ancaman tentang penyakit bukan sahaja mengubah bagaimana manusia berfikir tentang diri mereka, tetapi juga bagaimana mereka melihat dan bertindak balas kepada orang lain (Poletti, Ajelli, & Merler, 2011). Dengan ketiadaan intervensi farmakologi (*pharmacological interventions*) yang sesuai, kaedah utama dalam mengawal wabak adalah dengan mengubah gelagat masyarakat (Chen et al., 2017). Emosi dan persepsi terhadap risiko juga membawa kepada perubahan gelagat terutamanya semasa wabak.

Manusia berkemungkinan besar mengubah corak hubungan mereka apabila kematian atau persepsi risiko adalah tinggi dan meneruskan kehidupan normal apabila persepsi terhadap risiko menurun (Ferguson, 2007; Hatchett, Mecher, & Lipsitch, 2007). Gelagat manusia boleh menjejaskan hubungan kekeluargaan, rangkaian sosial, organisasi di mana mereka mengambil bahagian, komuniti yang mereka sertai, maklumat yang mereka perolehi, dan memberi kesan mendalam kepada masyarakat .

Dalam kajian yang dijalankan oleh Sheth (2020), tabiat dan gelagat pengguna walaupun sebenarnya adalah biasa, ia juga berbentuk kontekstual. Bencana alam yang berbentuk sementara (*ad hoc*) seperti gempa bumi, taufan, banjir besar, konflik serantau, perang saudara, dan pandemik (seperti Covid-19) dilihat sebagai mengganggu atau mengubah tabiat dan gelagat pengguna. Walaupun dijangkakan tabiat dan gelagat akan

kembali normal, beberapa tabiat dirasakan akan berhenti dan lenyap kerana pelanggan telah menemui alternatif yang lebih mudah, berpatutan, dan boleh diperolehi secara mudah semasa bencana alam tersebut berlaku (Sheth, 2020).

Sebagai contoh, penggunaan aplikasi digital untuk pembelajaran dan pembelian dalam talian. Tambahan lagi menurut Sheth (2020) gelagat pengguna mungkin berubah dan tabiat baru akan muncul akibat sesuatu bencana alam yang berlaku. Tabiat yang diubah suai adalah apabila tabiat sedia ada telah diubah suai selari dengan peraturan atau garis panduan yang telah diperketatkan berpandukan penguatkuasaan SOP seperti pemakaian pelitup muka dan penjarakan sosial. Apabila terdapat dasar-dasar baru yang menjadi polisi kerajaan atau pihak berkuasa, teknologi dan perubahan demografi, tabiat baru akan muncul.

Wabak Covid-19 telah mencetuskan panik di seluruh dunia. Sebagaimana wabak dan pandemik terdahulu, penularan Covid-19 juga telah mengubah gelagat manusia. Oleh yang demikian, pemahaman mengenai gelagat manusia pasca pandemik adalah penting untuk dibincangkan dan diketengahkan bagi membantu memahami perubahan gelagat manusia seterusnya merancang cara dan kaedah tertentu untuk berdepan dengan kemungkinan penularan wabak pada masa depan.

### **Teori Pelaziman Operan (Operant Conditioning Theory)**

Gelagat manusia sangat kompleks dan sukar untuk diramalkan. Terdapat beberapa kajian awal telah dilakukan untuk memahami dengan lebih mendalam mengenai gelagat manusia. Kajian berkaitan gelagat manusia memerlukan satu bidang kajian yang terperinci dan komprehensif melibatkan masyarakat dan persekitaran yang berbeza. Antara penyelidik dan ahli psikologi terkenal yang mengkaji gelagat manusia ialah Burrhus Frederick Skinner. Skinner (1930) yang telah membangunkan pelbagai teori untuk mendalami dan mengkaji tentang gelagat manusia. Salah satu teori Skinner adalah pelaziman operan (*operant conditioning*) yang memfokus kepada sebab dan akibat dari satu gelagat.

Secara spesifiknya, teori pelaziman operan mencadangkan bahawa gelagat ditentukan oleh akibatnya (sama ada penguatan (*reinforcements*) atau hukuman (*punishments*), yang menyebabkan kelakuan individu sama ada meningkatkan atau mengurangkan kemungkinan gelagat untuk diulangi. Skinner memperkenalkan istilah pelaziman operan sebagai perubahan gelagat menggunakan penguatan yang diberikan selepas tindak balas yang diingini. Dalam erti kata lain, rangsangan (sama ada positif

atau negatif) berlaku selepas tindak balas. Skinner mengenengahkan tiga jenis rangsangan atau operan yang boleh mengubah gelagat.

Pertama, rangsangan neutral iaitu tindak balas dari persekitaran yang tidak meningkatkan atau mengurangkan kebarangkalian gelagat diulangi. Kedua, peneguhan adalah tindak balas atau akibat yang menyebabkan gelagat berlaku dengan lebih kerap. Skinner membahagikan peneguhan kepada dua jenis iaitu peneguhan positif dan peneguhan negatif. Peneguhan positif ialah memberikan sesuatu ganjaran setelah perlakuan itu ditonjolkan, yang menyebabkan perlakuan itu diulang atau diperkuatkan lagi.

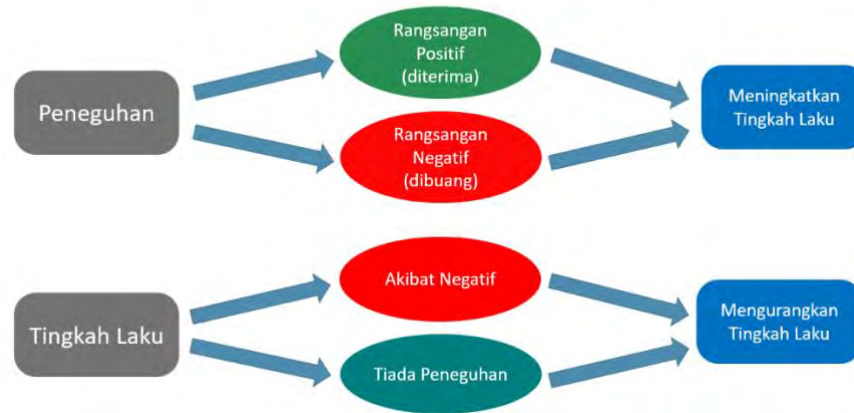
Sebagai contoh, pengguna boleh memasuki premis (ganjaran) setiap kali dia memakai pelitup muka (gelagat). Peneguhan negatif ialah rangsangan serta merta yang tidak selesa atau menyakitkan yang diberikan selepas sesuatu gelagat ditunjukkan. Sebagai contoh, pengguna diminta untuk membeli pelitup muka dengan harga MYR1.50 (hasil yang tidak menguntungkan) setiap kali mereka tidak memakai pelitup muka untuk memasuki premis. Pada hari-hari mereka memakai topeng muka mereka tidak perlu membeli topeng muka MYR1.50 (rangsangan yang tidak diinginkan). Oleh yang demikian, pengguna akan sentiasa memakai pelitup muka untuk menyelamatkan MYR1.50, sekali gus menguatkan gelagat memasuki premis.

Ketiga, hukuman adalah satu proses atau tatacara untuk melemahkan atau mengurangkan berulangnya gelagat yang tidak diinginkan. Sama seperti peneguhan, hukuman boleh dibahagikan kepada dua bentuk iaitu hukuman positif dan negatif. Hukuman positif adalah tindak balas atau akibat yang tidak menguntungkan berikutan gelagat yang membawa kepada penurunan gelagat itu. Sebagai contoh, setiap kali pengguna tidak memakai pelitup muka (gelagat), dia dihalang dari memasuki premis (akibat).

Akibat dihalang ini akan menghalang dia dari tidak memakai pelitup muka, dengan itu melemahkan gelagat. Manakala hukuman negatif, juga dikenali sebagai hukuman melalui penyingkiran, berlaku apabila peristiwa atau hasil yang baik dikeluarkan selepas gelagat berlaku. Sebagai contoh, setiap kali pengguna gagal memakai pelitup muka (gelagat) sebelum memasuki premis, dia didenda sebanyak MYR1000 dan perlu membeli pelitup muka dengan harga MYR1.50 serta merta (akibat) pada hari itu. Hukuman denda MYR1000 dan terpaksa membeli pelitup muka berharga MYR1.50 dengan serta merta adalah gelagat yang tidak diinginkan dan mengakibatkan penurunan kepada gelagat tersebut pada masa akan datang.

Rajah 1 menunjukkan teori Pelaziman Operan yang dibangunkan oleh Skinner.

### Teori Operant Conditioning oleh Skinner



Rajah 1: Pendekatan Pelaziman Operan

### Norma Sosial dan Gelagat Pengguna

Gelagat individu turut dipengaruhi oleh norma-norma sosial. Norma sosial adalah peraturan dan standard yang difahami oleh ahli kumpulan sebagai panduan dan batasan perilaku sosial tanpa adanya unsur paksaan (Cialdini, & Goldstein, 2004; Burchell, Rettie, & Patel, 2013). Norma sosial boleh dilihat sebagai kebiasaan bagi gelagat iaitu sikap dan kepercayaan yang dikongsi bersama oleh ahli kumpulan. Norma sosial mentakrifkan sempadan untuk apa yang dianggap sesuai dan dijangka dalam sesuatu keadaan dan dalam kumpulan sosial itu. Ia memberikan individu panduan untuk berkelakuan dan berfikir dalam situasi baharu atau di dalam situasi yang samar-samar. Hal ini membolehkan individu untuk meramalkan gelagat orang lain dengan lebih baik (Cialdini & Goldstein, 2004; Kallgren, Reno, & Cialdini, 2000).

Oleh itu, norma-norma sosial mentadbir hampir setiap aspek kehidupan dan berpengaruh kerana ia akan memaklumkan kepada pengguna bagaimana mereka dijangka berkelakuan. Norma sosial terpakai dalam kumpulan rujukan, iaitu kumpulan orang yang berlainan mempunyai peraturan yang berbeza (White et al., 2009; Adnan, 2013). Setiap kumpulan mencipta set kebiasaan tersendiri untuk gelagat dan sikap yang boleh diterima dan diinginkan. Sebagai contoh, Kristian, Yahudi, dan umat Islam semuanya mempunyai kebiasaan dan amalan moral yang berbeza. Cialdini (2007, 2012) mencadangkan dua jenis norma iaitu norma deskriptif dan norma injunksi.

Norma deskriptif merujuk kepada gelagat yang biasa atau meluas, manakala norma injuktif merujuk kepada gelagat yang diluluskan atau tidak diluluskan dalam kumpulan sosial. Di samping itu, kedua-dua jenis norma yang berbeza ini memberi motivasi kepada orang dengan cara yang berbeza. Norma-norma deskriptif menyediakan individu untuk mengambil keputusan dengan pantas merujuk kepada kebiasaan norma. Sebagai contoh, seseorang menganggap bahawa jika orang lain berkelakuan dengan cara tertentu, ia mungkin masuk akal untuk dia / dia berbuat demikian juga. Dalam erti kata lain, terdapat kecenderungan yang kuat semata-mata untuk berkelakuan seperti yang lain berkelakuan dalam konteks tertentu, kerana individu tersebut menganggap ia akan memberi manfaat.

Norma-norma injuksi, sebaliknya, membentuk peraturan moral sangkaan, dan mendorong dengan berjanji untuk menyediakan atau menahan penerimaan atau kelulusan sosial. Sebagai contoh, seseorang itu tidak boleh menggunakan perkataan kesat di hadapan kanak-kanak kerana ia dianggap tidak sesuai dan seseorang itu tidak boleh memainkan muzik kuat di dalam pengangkutan awam kerana ia dipandang serong oleh masyarakat. Norma-norma injuksi proskriptif, adalah mengenal pasti apa yang tidak boleh dilakukan oleh masyarakat, manakala norma injuksi preskriptif mengenal pasti apa perlu dilakukan oleh masyarakat. Cialdini (2007, 2012) menunjukkan bahawa seseorang individu dipengaruhi oleh kedua-dua jenis norma terutamanya apabila norma-norma ini dijadikan fokus untuk perhatian mereka .

Perubahan mendadak dan mendesak di dalam sesuatu situasi , seperti kecemasan semasa Covid-19, boleh membawa perubahan yang tidak dijangka kepada norma-norma injuksi, seperti gelagat yang sebelum ini positif seperti perhimpunan agama, berjabat tangan, dan bersosial boleh menjadi gelagat negatif. Kajian University of Southern California melaporkan bahawa Covid-19 telah pun mewujudkan peralihan ketara dalam gelagat rakyat. Antara penemuan teratas adalah 85 peratus orang yang dilaporkan mencuci tangan atau menggunakan sanitizer lebih kerap daripada sebelumnya, dan 61 peratus dilaporkan berikutan garis panduan penjarakan sosial.

Sementara itu di Malaysia, PKP telah membantu negara menguruskan penularan baru Covid-19 dengan menghadkan banyak perhimpunan sosial dan budaya. Malaysia adalah sebuah negara pelbagai budaya, terutamanya ditakrifkan tiga kumpulan etnik utama, Melayu, Cina, dan India, dengan latar belakang budaya yang pelbagai. Aktiviti keagamaan dan kebudayaan seperti solat berjemaah harian, solat mingguan, khutbah, majlis perkahwinan, pengebumian, perayaan, dan pelbagai acara sosial-agama lain tertanam di dalam budaya rakyat Malaysia.



Dalam situasi pandemik seperti Covid-19, perhimpunan komunal ini menjadi cabaran terbesar. Ia akan memberi kesan ketara kepada pelbagai norma agama dan budaya rakyat Malaysia, sekali gus memerlukan mereka menyesuaikan diri dengan norma baharu, sekurang-kurangnya sehingga vaksin atau penawar yang berkesan ditemui.

### **Transformasi Digital Pasca Pandemik**

Covid-19 telah mempercepatkan transformasi digital kepada pelanggan dan perniagaan. Transformasi pra-pandemik kebanyakannya didorong oleh keperluan berpusat pelanggan dan keinginan untuk pemprosesan yang lebih cekap dan fleksibel, tetapi perjalanan transformasi digital pasca pandemik adalah berbeza. Kesihatan dan keselamatan tenaga kerja, peningkatan komunikasi dan kerjasama, penjarakan sosial, dan tahap penyesuaian yang lebih tinggi semuanya kini menjadi pemangkin kepada transformasi digital. Sebelum Covid-19, ada yang enggan mengguna pakai teknologi digital, kerana mereka lebih suka menjalankan urusan niaga harian di luar talian. Walau bagaimanapun, semasa Covid-19 pengguna dan perniagaan secara umumnya telah menerima teknologi digital sebagai platform yang baik bagi menjalankan urusan niaga harian.

Kajian yang dijalankan oleh Grashuis et al. (2020) terhadap pengguna AS mendapati bahawa pandemik Covid-19 mewujudkan variasi utama dalam tabiat membeli-belah untuk barangan runcit. Pengguna kurang bersedia untuk membeli-belah di dalam kedai runcit dalam keadaan di mana Covid-19 merebak pada kadar yang semakin meningkat. Sebaliknya berlaku bila kes Covid-19 agak reda, pengguna mula mengunjungi kedai-kedai runcit.

Amazon dilaporkan perlu mengupah lebih banyak pekerja dan menyewa gudang yang lebih besar bagi mempercepatkan penghantaran pesanan semasa pandemik Covid-19 (Hamilton, 2020). Lazada juga mengalami kenaikan dalam pembelian pukal dan pesanan berkuantiti besar melalui perkhidmatan runcitnya (Abdullah, 2020). Situasi ini menunjukkan bahawa banyak lagi isi rumah telah berpindah ke membeli-belah atas talian semasa pandemik. Trend ini diramalkan sama walaupun selepas pandemik memandangkan orang ramai masih tidak berasa selamat daripada virus sehingga vaksin ditemui dan diluluskan.

Shaw et al. (2020) menekankan bahawa pandemik ini telah mewujudkan kesan sosio-psikologi dan peralihan dalam gaya hidup, yang memperkenalkan budaya kerja

baru di kebanyakan dunia. *Telework* menjadi popular, mesyuarat atas talian, persidangan atas talian, bengkel atas talian dan webinar semakin menjadi kebiasaan. Sektor pendidikan juga telah terkesan dengan COVID 19 dan kesemua universiti membenarkan pensyarah mengadakan - kelas atas talian seratus peratus, bukan hanya setakat pembelajaran teradun. Kanak-kanak sekolah juga merasai pengalaman belajar menggunakan aplikasi digital seperti *Google Classroom*. Walau bagaimanapun, budaya kerja baharu ini mungkin menjadi satu cabaran besar kepada mereka yang mempunyai capaian internet yang lemah.

Faktor psikografi atau kajian sikap merupakan elemen penting semasa menjalankan kajian krisis seperti pandemik Covid-19 untuk membolehkan kajian-kajian ini meneroka nilai, matlamat, kepentingan rakyat serta pilihan gaya hidup. Hasil penyelidikan boleh memberi gambaran lengkap kepada bahagian pemasaran untuk lebih mengenali profil pelanggan berdasarkan latar belakang mereka (Lundberg, 2020).

### **Kategori Gelagat Pengguna Yang Dicadangkan**

Berdasarkan kajian literatur, wabak dan pandemik mengubah gelagat pengguna. Menurut Sheth (2020) gelagat pengguna sedia ada boleh dikekalkan, diubahsuai, atau gelagat baharu dijana pasca pandemik. Terdapat juga rangsangan lain yang mungkin membantu mengubah gelagat pengguna. Sebagai contoh, semasa pandemik Covid-19, kerajaan Malaysia mengenakan PKP dan menyediakan banyak insentif di dalam bentuk pakej rangsangan untuk mengatasi impak penularan virus itu.

Penjarakan sosial, prosedur operasi standard baharu, peraturan yang dikenakan terhadap golongan yang melanggar PKP dan hukuman jika didapati bersalah atas kompaun RM1,000 atau penjara enam bulan menghalang orang ramai daripada mengadakan perhimpunan atau aktiviti sosial mengubah gelagat pengguna. Oleh kerana PKP, penggunaan digital di kalangan rakyat Malaysia telah meningkat dan mengubah landskap penggunaan atas talian. Membeli-belah atas talian, pendidikan atas talian, mesyuarat atas talian, dan perbankan atas talian adalah contoh aktiviti baharu akibat daripada pandemik.

Oleh itu, kami mencadangkan rangka kerja konsep pasca pandemik dalam menjelaskan gelagat pengguna pasca pandemik. Rangka kerja ini terdiri daripada empat kuadran gelagat pengguna, kembali ke tabiat lama (atau normal lama), normal baharu, normal baharu yang sederhana, dan kitar semula. Rangka kerja konsep yang dicadangkan dibentangkan dalam Rajah 2.

Kami mencadangkan bahawa reaksi gelagat pasca pandemik boleh dikategorikan sebagai kesan reaksi dan tidak bereaksi. Kesan reaksi digambarkan sebagai perubahan gelagat manakala tidak bereaksi merupakan tiada perubahan dalam gelagat. Kepercayaan dan keperluan merupakan antara faktor terkuat yang mencorak gelagat manusia. Kajian lalu menunjukkan pengalaman individu mengakibatkan pembentukan kepercayaan yang sangat menjejaskan gelagat. Kesan reaksi menghasilkan dua kategori gelagat iaitu kitar semula dan normal baharu.

## Rajah 2: Rangka Kerja Konsep Gelagat Pengguna Pasca Pandemi

Dr. Nuradli Ridzwan Shah Bin Mohd Dali, Dr. Hanifah Binti Abdul Hamid, Dr. Wan Rasyidah Wan Nawang & Dr. Wan Nur Fazni Binti Wan Mohamad Nazarie  
In Press: The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research (JMIFR)



### *Kategori Kitar Semula*

Individu yang berada di dalam kategori ini disifatkan sebagai golongan yang sudah selesai dengan gelagat mereka sebelum Covid-19. Orang-orang ini lebih suka membeli dalam talian, menggunakan komunikasi maya, lebih suka bekerja dari rumah, dan lebih

suka penjarakan sosial. Mereka tidak suka perhimpunan sosial dan lebih suka tinggal di rumah. Mereka suka melayari Internet dan melakukan hampir semuanya dalam talian kerana mereka berasa selamat dan selesa. Ini bermakna Covid-19 tidak memberi impak besar yang boleh mengubah gelagat mereka. Oleh kerana kehidupan mereka yang kurang bergaul, Al-Hawari (2014) melabelkan bahawa orang-orang ini biasanya “*introverts*” yang menghargai perkhidmatan dalam talian. Kajian beliau mendapati introvert lebih setia dan berpuas hati dengan kemudahan perbankan dalam talian berbanding ekstrovert kerana mereka lebih suka menjalankan urusan tanpa perlu bersemuka dengan pegawai perbankan.

### ***Kategori Norma Baharu***

Bukti menunjukkan bahawa dengan kehadiran penyakit maut dan kekurangan intervensi farmaseutikal, orang ramai akan mengubah gelagat mereka untuk mengelakkan jangkitan (Del Valle et al., 2005; Pang et al., 2003). Oleh itu, orang ramai perlu menyesuaikan diri dengan normal baharu, yang bermaksud cara hidup baru. Banyak kajian melaporkan dan membincangkan bagaimana Covid-19 mengubah gelagat pengguna (contohnya Donthu, & Gustafsson, 2020; Kirk, & Rifkin, 2020; Sheth, 2020). Oleh itu, kami mencadangkan kategori normal baru pengguna muncul pasca pandemik. Golongan di bawah kategori ini adalah yang paling prihatin terhadap kesan pandemik ke atas mereka. Mereka cepat menyesuaikan diri dengan keadaan semasa dengan menyesuaikan norma-norma baru kerana kebimbangan yang tercetus akibat pandemik. Pendukung normal baru mengaplikasikan teknologi lebih daripada kebiasaan, misalnya mereka kini lebih suka bekerja dari rumah dan menggunakan platform dalam talian untuk berkomunikasi dan membeli belah. Dalam dunia penjarakan sosial pasca pandemik, teknologi akan terus memainkan peranan yang sangat penting dalam kehidupan pengguna. (Barnes, 2020).

Sebaliknya, tidak bereaksi pula menjana dua lagi kategori gelagat pasca pandemik iaitu kembali ke tabiat lama dan norma baharu yang sederhana.

### ***Kategori Kembali ke Tabiat Lama***

Menurut Sheth (2020), pengguna akan kembali kepada tabiat lama mereka melainkan pandemik ini membawa perubahan ketara kepada kehidupan mereka. Kajian yang dijalankan oleh Wu et al. (2013) mengenai vaksinasi influenza sebelum dan selepas pandemik influenza 2009 di Beijing, China mendapati, ada golongan yang menolak suntikan vaksin dan terus menjalani kehidupan seperti sebelum pandemik. Sebab utama adalah bahawa orang-orang ini mendakwa bahawa mereka tidak mungkin dijangkiti virus influenza. Oleh kerana influenza tidak memberi mereka perubahan yang ketara,

mereka terus kembali ke tabiat lama mereka seperti yang dilaporkan oleh Sheth (2020). Oleh itu, kita mengandaikan bahawa mereka yang kembali ke kategori Kembali ke tabiat lama tetap tidak acuh kepada pandemik dan terus berkelakuan seperti biasa kerana mereka tidak berasa terjejas secara langsung oleh pandemik. Mereka tidak melihat pandemik ini sebagai ancaman serius kepada diri sendiri dan kepada masyarakat secara umum. Oleh itu, mereka enggan menyesuaikan diri dengan norma-norma baru.

### ***Kategori Norma Baru Sederhana***

Mereka yang berada di bawah kategori ini biasanya suka bergaul, sering keluar dan berfikiran terbuka. Mereka sentiasa suka bersemuka dengan orang lain tetapi dalam keadaan tertentu mereka juga tidak mempunyai masalah menggunakan platform mesyuarat atas talian. Semasa krisis pandemik, selain menjadi celik teknologi dengan membeli secara atas talian, mereka juga masih berpegang kepada tabiat lama mereka seperti pergi membeli-belah 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. Golongan norma baru yang sederhana masih keluar dan membeli-belah atau menjamu selera di restoran yang mereka gemari, namun pada masa yang sama masih mematuhi semua peraturan dengan baik. Pengamal-pengamal agama dilaporkan mengelakkan diri daripada perhimpunan berskala besar sekali gus menjalankan upacara mereka sendiri (Shaw et al., 2020).

## **PENJANAAN KEKAYAAN**

Tidak dinafikan pandemik ini memberi kesan yang menyeluruh kepada semua sektor termasuk sektor pekerjaan. Pertubuhan Buruh Antarabangsa (ILO) menjangkakan peningkatan kadar pengangguran di seluruh dunia. Nielson (2020) mendapati lebih 40 peratus responden yang bekerja mengalami pengurangan pendapatan ketika dalam tempoh perintah kawalan pergerakan. Manakala dari pihak majikan, cabaran yang dihadapi adalah kekurangan pelanggan (66 peratus), membayar gaji pekerja (77 peratus), membayar premis (61 peratus) dan aliran tunai (36 peratus). (Zainuddin, 2020).

Cabaran yang dialami ketika pandemik ini menyebabkan kita perlu menjadi kreatif dalam menjana pendapatan sendiri. Pendapatan boleh dibahagi kepada 3 kategori utama iaitu pendapatan aktif, pendapatan pasif dan pendapatan portfolio (Mohd Dali, NRS, Ahmad Bustamam, U.M & Abdul Hamid, H, 2019). Ada di antara kita yang hanya mempunyai satu pendapatan, ada yang mempunyai dua jenis pendapatan dan ada yang mempunyai ketiga-tiga jenis pendapatan. Pandemik Covid19 mengubah gelagat pengguna dan perubahan dan sebahagian daripada individu memilih untuk menerokai bidang-bidang pekerjaan yang semakin tinggi permintaan semasa Covid19.

Kemunculan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok dan YouTube menjadikan media sosial sebagai platform penjenamaan di era transformasi digital. Social media influencer (SMI), adalah salah satu pekerjaan yang merupakan tarikan utama dalam menyumbang kepada perkembangan ini. Menurut kajian oleh Talib et al (2019), Generasi Z lebih mudah terpengaruh dengan kandungan yang sering dikongsi melalui media sosial. Secara dasarnya, media sosial telah menukarkan gaya komunikasi di mana hubungan personal di antara SMI dan pengikut menjadikan SMI menghasilkan kandungan media yang menjadi pilihan pengikut mereka.

Sebagai contoh, Khairul Amin Kamarulzaman merupakan seorang influencer Instagram, mempunyai pengikut seramai 2.6 juta yang juga dikenali sebagai khairulaming dan selalu berkongsi video masakan 30 hari. Ketika wabak pandemik melanda negara, kebanyakan syarikat menyasarkan SMI untuk memasarkan produk mereka bagi merencanakan strategi pemasaran perniagaan mereka. Hal ini secara tidak langsung memberi jalan kepada SMI untuk menjana pendapatan mereka sendiri.

Krisis global akibat penularan wabak COVID19 menyebabkan pembelajaran dan pengajaran secara bersemuka menjadikan tugas guru semakin mencabar. Bukan sahaja kepada guru tetapi juga kepada pelajar. Akibat kesan dari perintah berkurung yang dilaksanakan telah mengakibatkan para pelajar tidak dapat fokus dalam pembelajaran. Guru tuisyen secara atas talian adalah satu pilihan yang terbaik yang bermanfaat untuk pelajar. Di samping itu, guru tuisyen dapat meningkatkan pendapatan sendiri dengan menganjurkan kelas persendirian.

Membeli-belah dalam talian adalah salah satu aktiviti yang dilakukan oleh kebanyakan orang semasa pandemik. Hal ini terjadi kerana masyarakat membeli keperluan mereka tanpa meninggalkan rumah. Peningkatan yang tinggi membabitkan pesanan perkhidmatan dan penghantaran secara tidak langsung menjadikan pekerja lapangan di sektor e-dagang sebagai salah satu keperluan untuk perniagaan. Justeru itu, individu yang menghadapi masalah kewangan akibat COVID19 boleh mencuba untuk memohon pekerjaan sebagai pekerja lapangan untuk meningkatkan pendapatan.

Misalnya, terdapat pelbagai perkhidmatan penghantaran makanan yang muncul pada musim pandemik ibarat cendawan tumbuh selepas hujan seperti BungkusIT dan QuickSent, di samping perkhidmatan sama yang sedia ada seperti DahMakan, Grabfood dan Foodpanda. Untuk perkhidmatan barangan pula pengguna boleh menggunakan khidmat LalaMove, GoGet, GrabExpress, Mr Speedy dan lain-lain lagi. Situasi COVID 19 telah meningkatkan lagi pekerjaan yang memerlukan platform digital Berikut adalah antara senarai penjana kekayaan yang baharu pasca Covid-19.

**Jadual 1: Senarai Pekerjaan Pasca Covid19**

Data Saintis	Pereka Kandungan	Cikgu tuisyen Atas Talian	Rider penghantar makanan dan barangan
Influencer	Perkhidmatan Penghantaran	Penghantaran Makanan	Dropshipper
Penjual Digital	Pengautomasi Sistem	Pekerja lapangan	Model Muslimah
Penulis Buku Elektronik	Pembangun Sistem edagang	Penjual makanan komuniti	Pengaturcara
Affiliate Atas Talian	Streamer Permainan Atas Talian	Pedagang Saham	Athlet esport
Pengedar Digital	Online telemarketing	Pencetak 3d	Perunding Psikologi Atas Talian
Kepintaran Buatan (AI)	Penganalisa Data Perniagaan	Youtuber	Kaunselor Atas Talian
Instafamous Selebriti Instagram	Tweetfamous Selebriti "Tweeter"	Vloger	Stockis Atas Talian
Podcast	TikTokers	<i>Copy writer</i>	Ejen Insurans Atas Talian
Perekabentuk Laman Web	Videographer Juru rakam video	Perkhidmatan Home car	Video Editor Pengedit Video
Agensi Pemasaran Media Sosial	Penilai Hartanah atas talian	Perekabentuk Aplikasi	Dietetik Atas Talian
Artis Pengalih Suara	Penganalisa Kredit	Jurulatih Senaman Atas Talian	Pengkomputeran Awan

## PENGEMBANGAN KEKAYAAN

Pengembangan kekayaan semasa PKP dijalankan menunjukkan beberapa trend peningkatan disebabkan oleh beberapa faktor seperti PKP, moratorium dan penurunan kadar OPR. Peningkatan di dalam volum dagangan pasaran saham melihat rekod volum dagangan tertinggi sepanjang 10 tahun. Hal ini disokong juga dengan pertambahan pembukaan akaun CDS dikalangan rakyat Malaysia. Selain pelaburan saham, pelbagai cara pengembangan kekayaan yang menjadi pilihan rakyat Malaysia. Sementara itu

pelbagai instrumen pengembangan kekayaan sedang dibangunkan dengan menggunakan teknologi *fintech* seperti di dalam pelaburan saham, pelaburan bitcoin, pelaburan P2P (Peer to Peer), sukuk yang boleh diakses oleh rakyat biasa dan lain-lain lagi.

Pertumbuhan teknologi *fintech* akan menukar tradisi pengembangan kekayaan kepada yang lebih mudah untuk diakses oleh orang awam dan tidak hanya dikuasai oleh golongan elitis sahaja. Justeru itu, walaupun *fintech* masih di dalam proses transformasi, adalah di jangkakan pengembangan kekayaan manusia akan menjadi dibahagi kepada 2 kategori penting iaitu yang mendasari kepada kekayaan fizikal dan juga kekayaan tidak fizikal.

## KESIMPULAN

Pelaksanaan PKP oleh kerajaan Malaysia bermula 18 Mac 2020 secara berperingkat telah mendapat reaksi positif daripada masyarakat keseluruhannya. Pertubuhan Kesihatan Sedunia (WHO) telah mengisytiharkan Covid-19 sebagai pandemik pada 11 Mac 2020. Walau bagaimanapun pun keadaan dan skala penyebaran dalam negara Malaysia masih dalam keadaan terkawal berbanding negara-negara di Amerika Syarikat, Brazil dan beberapa negara lain yang terlibat. Malaysia juga telah dinamakan sebagai salah satu dari 5 buah negara membangun yang berjaya menguruskan pandemik ini dengan cemerlang. Kejayaan ini berpunca dari kerja kuat dan komitmen barisan hadapan, pelan sistematik kerajaan, pelaksanaan dan penguatkuasaan PKP, pakej rangsangan ekonomi, dan sokongan yang tidak henti khususnya daripada rakyat. Kajian itu percaya perubahan gelagat pengguna Malaysia kerana sikap, kepercayaan dan kepercayaan rakyat Malaysia terhadap rancangan kerajaan untuk meratakan pandemik ini.

Teori pelaziman operan adalah relevan dalam masyarakat moden seperti yang disaksikan dalam mengatasi virus Covid-19 khususnya dalam konteks Malaysia. Teori itu mungkin tidak berfungsi dengan baik di Amerika Syarikat, Brazil, Itali, dan negara-negara lain kerana kekurangan kerjasama rakyat mereka. Walau bagaimanapun, trend penggunaan Internet yang semakin meningkat oleh rakyat Malaysia sebelum pandemik ini mungkin banyak menyumbang dalam penerimaan dan perubahan gelagat pengguna Malaysia. Walau bagaimanapun, sebab ini tidak benar bagi negara-negara maju seperti Amerika Syarikat, UK, dan banyak negara Eropah. Oleh itu, strategi yang digunakan di Malaysia mungkin tidak berfungsi di negara lain.

Memandangkan PKP dan rangsangan yang diambil oleh kerajaan Malaysia adalah mengubah gelagat pengguna Malaysia, kajian ini mencadangkan supaya pasca pandemik ini akan mempunyai 4 kategori utama yang terdiri daripada kitar semula,



normal baharu, kembali kepada kategori norma baharu yang sederhana. Kategori pengguna yang berbeza ini akan mempunyai implikasi yang berbeza untuk pemasaran dan bagaimana perniagaan tradisional akan berjalan. Banyak perniagaan mungkin berubah dari mortar tradisional dan bata ke arah perniagaan digital.

Oleh itu, adalah penting untuk mengenal pasti dan memahami empat segmen yang berbeza untuk menggunakan saluran pemasaran, promosi, dan strategi pengiklanan yang sesuai untuk segmen yang berbeza masing-masing. Tidak dapat memahami segmen yang berbeza akan membawa kepada hasil yang tidak menguntungkan dari segi kos dan margin keuntungan.

Selepas mengenal pasti, empat segmen pengguna, syarikat boleh memberi tumpuan kepada segmen pengguna tertentu atau menggunakan strategi pemasaran campuran untuk memasukkan lebih daripada satu segmen pelanggan. Segmen pelanggan mengikut latar belakang mereka boleh meningkatkan kepuasan pelanggan. Ini terbukti dengan kajian yang dilakukan Naim et al. (2019) yang menunjukkan bahawa gaya hidup pelanggan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Sebagai contoh, apabila memprofil latar belakang pelanggan mereka seperti sikap dan keutamaan, sektor perbankan boleh menaik taraf perkhidmatan dalam talian mereka dengan lebih berkesan untuk kategori kitar semula dan norma baru untuk meningkatkan kepuasan mereka,

Segmen baru ini boleh memberi kesan kepada ekonomi jika orang ramai mengubah gelagat mereka untuk mengguna pakai norma baru atau memeluk transformasi digital atau dalam talian. Ekonomi boleh pulih dengan lebih cepat kerana teknologi boleh mempercepatkan pertumbuhan ekonomi (Rujuk model pertumbuhan ekonomi Solow Swan). Sebagai contoh, dasar terbaru mengenai E-Penjana yang diumumkan oleh kerajaan menyediakan geran satu hingga satu padanan untuk RM600 juta dalam menarik pelabur asing melabur dalam syarikat teknologi permulaan, memberikan bukti bahawa kerajaan ke hadapan melihat kepada perubahan norma baharu di tengah-tengah pandemik Covid-19.

Transformasi ekonomi tidak dapat dielakkan kerana Revolusi Perindustrian Ke-4 sedang berlaku tidak lama lagi. Kajian ini menyumbang kepada pengetahuan sedia ada dengan menyediakan hasil pelaziman operan yang berlaku dalam meratakan keluk pandemik Covid-19 di mana mewujudkan 4 kategori utama gelagat pengguna iaitu kitar semula, norma baru, norma baru sederhana dan kembali ke tabiat lama. Keempat-empat jenis kategori ini boleh digunakan sebagai segmen pasaran baru berbanding demografi, psikografi atau gaya hidup dalam kajian pemasaran terutamanya dalam memahami gelagat, keperluan dan kehendak tertentu mereka. Justeru itu, kebarangkalian untuk

penjanaan dan pengembangan kekayaan juga akan mengalami transformasi seperti yang telah dibincangkan.

## KAJIAN MASA DEPAN

Ini adalah kajian gelagat awal pasca pandemik yang menyumbang kepada pengetahuan tentang perubahan gelagat. Perbincangan hanya menurus kepada bagaimana perubahan gelagat pengguna boleh merubah penjanaan dan pengembangan kekayaan. Walaubagaimanapun, pengkaji menjangkakan apabila perubahan transformasi penjanaan dan pengembangan telah benar-benar berlaku, ianya akan juga merubah landskap perlindungan dan pengagihan kekayaan yang boleh dibincang pada masa akan datang.

## RUJUKAN

- Abdullah, Z. (2020, February 19). *Delivery services see spike in business because of COVID-19*. Channel News Asia. <https://www.channelnewsasia.com/news/singapore/delivery-services-see-spike-in-business-coronavirus-covid-19-12443628>
- 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.
- Ariffin, S. K., Mohan, T., & Goh, Y. N. (2018). Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(3), 309-327.
- Baker, S. R., Farrokhnia, R. A., Meyer, S., Pagel, M., & Yannelis, C. (2020). *How does household spending respond to an epidemic? consumption during the 2020 covid-19 pandemic* (No. w26949). National Bureau of Economic Research.
- Barnes, S. J. (2020). Information management research and practice in the post-COVID-19 world. *International Journal of Information Management*, (June), 102175. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102175>
- Brug, J., Aro, A. R., & Richardus, J. H. (2009). Risk perceptions and behaviour: Towards pandemic control of emerging infectious diseases. *International Journal of Behavioral Medicine*, 16(1), 3-6
- 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 behaviour 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.
- 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.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of business research*, 117, 284.
- Ferguson, N. (2007). Capturing human behaviour. *Nature*, 446(7137), 733-733.
- Fu, H., Manogaran, G., Wu, K., Cao, M., Jiang, S., & Yang, A. (2020). Intelligent decision-making of online shopping behavior based on internet of things. *International Journal of Information Management*, 50, 515-525.
- Grashuis, J., Skevas, T., & Segovia, M. S. (2020). Grocery Shopping Preferences during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 12(13), 5369.
- Hamilton. I. A. (2020, April 15). *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. <https://www.businessinsider.my/jeff-bezos-net-worth-jumps-23-billion-during-coronavirus-crisis-2020-4?r=US&IR=T>
- Hamilton. I. A. (2020, April 15). *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. <https://www.businessinsider.my/jeff-bezos-net-worth-jumps-23-billion-during-coronavirus-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.
- Izogo, E. E., & Jayawardhena, C. (2018). Online shopping experience in an emerging e-retailing market. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(2), 193-214.
- Jones, D. S. (2020). History in a crisis: Lessons for Covid-19. *New England Journal of Medicine*, 1-3.
- 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.

- Kettunen, E., Kemppainen, T., Lievonen, M., Makkonen, M., Frank, L., & Kari, T. (2018). Ideal types of online shoppers: A qualitative analysis of online shopping behavior. In *Mediterranean Conference on Information Systems*. MCIS.
- Kim, E., Libaque-Saenz, C. F., & Park, M. C. (2019). Understanding shopping routes of offline purchasers: selection of search-channels (online vs. offline) and search-platforms (mobile vs. PC) based on product types. *Service Business*, 13(2), 305-338.
- 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.
- Kumar, S., Sharma, B., & Singh, V. (2020). Modelling the role of media induced fear conditioning in mitigating post-lockdown COVID-19 pandemic: perspectives on India.
- Kodama, M. (2020). Digitally transforming work styles in an era of infectious disease. *International Journal of Information Management*, (June), 102172. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102172>
- 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., Lam, T. H., & 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.
- Lundberg, S. (2020). *Why psychographic data is crucial in times of crisis*. <https://blog.globalwebindex.com/marketing/psychographic-data-crucial-in-crisis/>
- 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 Dali, NRS, Ahmad Bustamam, U.S. and Abdul Hamid, H. (2019). Pengajian Keusahawanan. Kementerian Pendidikan Malaysia. Aras Mega Sdn Bhd.
- Nam, C., & Srikant, M. (2017). Website design elements and online shopping behavior of Korean consumers: An exploration based on the SOR Paradigm. *Decision Support Systems*, 86, 95-108.
- 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.
- Nielsen (2020, 9 Oktober). Covid-19: Entering a New Norm in Consumer Behaviour. Insights. <https://www.nielsen.com/sg/en/insights/article/2020/covid19-new-norm-consumer-behaviour/>

- 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.
- Poletti, P., Ajelli, M., & Merler, S. (2011). The effect of risk perception on the 2009 H1N1 pandemic influenza dynamics. *PloS one*, 6(2), e16460.
- Richmond, A. (1996). Enticing online shoppers to buy: A human behavior study. *Computer Networks and ISDN Systems*, 28(7-11), 1469-1480.
- Scott, S., & Duncan, C. J. (2001). *Biology of plagues: Evidence from historical populations*. Cambridge University Press.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2000). *Consumer Behavior*. Upper Saddle River J: Prentice Hall.
- 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., Ho, L. M., Peiris, J. S. 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.
- Sherif, M. (1936). *The Psychology of Social Norms*. New York: Harper & Row, Publishers, Inc.
- Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on consumer behaviour: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research*, 117, 280-283.
- Sundström, M., Hjelm-Lidholm, S., & Radon, A. (2019). Clicking the boredom away: Exploring impulse fashion buying behavior online. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 150-156.
- Talib, N.A.H.M., Majid, L.A. and Talib, N.M., 2019. Relevansi Sifat al-Haya'dalam Pemantapan Akhlak Generasi Z. *Al-Turath Journal Of Al-quran And Al-sunnah*, 4(1), 8-14.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku online shopping: Perspektif pemasaran agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 136-146
- Van Bavel, J. J., Baicker, K., Boggio, P. S., Capraro, V., Cichocka, A., Cikara, M., Crockett, M. J., Crum, A. J., Douglas, K. M., Druckman, J. N., & Drury, J., 2020. Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. *Nature Human Behaviour*, pp.1-12.
- 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.
- 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. (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.