

**PERKEMBANGAN PERDAGANGAN ELEKTRONIK
DI MALAYSIA**

**OLEH:
NAVARAJAN SUBRAMANIAM
EGC 99016**

**DISERAHKAN KEPADA
FAKULTI EKONOMI DAN PENTADBIRAN
UNIVERSITI MALAYA
SEBAGAI MEMENUHI SYARAT PENGANUGERAHAN
IJAZAH SARJANA PENTADBIRAN AWAM**

SEPTEMBER 2001

Perpustakaan Universiti Malaya



A511375103

***Sekalung Kenangan Buat:
Keluarga Yang Dikasihi***

***Ayah En.U.Subramaniam
Ibu Pn.R.Muthumah
Adik: Sumathy, Shila Devi,
Linggeshwaran dan Jaya Ganesh***

PENGHARGAAN

Saya bersyukur ke hadrat Tuhan Yang Maha Kuasa dan Maha Penyayang yang telah bersama-sama dengan saya dan memberi semangat serta kekuatan sepanjang masa sehingga laporan kajian ini selesai disediakan. Tambahan lagi, restu kedua-dua Ibu Bapa saya yang selalu memberi semangat yang berkekalan.

Pertama sekali, sekalung budi dan selaut kasih kepada penyelia yang dihormati dan merangkap pensyarah saya iaitu Profesor Madya Dr.Sharifuddin Zainuddin di atas segala bantuan, nasihat, bimbingan sepanjang laporan ini disediakan. Beliau yang begitu dedikasi dan bersungguh-sungguh dan memberikan persepsi yang baik semasa penyeliaan. Saya juga ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada tenaga pensyarah program Sarjana Pentadbiran Awam iaitu Profesor Dr. Norma Mansor, Profesor Dr.Phang Seiw Noi, Dr.Halimah Awang, Dr.Khadijah Khalid, Dr.Ali Boerhanuddin dan En.Sri Tharan yang telah mencurahkan tenaga dan ilmu sepanjang proses pengajaran dan pembelajaran di sini. Tidak lupa pertolongan Pn.Rokiah dan kakitangan lain pejabat am fakulti pada masa-masa yang diperlukan. Jasa kalian tetap dikenang selama-lamanya.

Di samping itu, sekalung budi kepada Profesor Madya Dr.R.Selvanathan, Siva Shri A.P. Muthukumara Sivachariyar, Kakitangan Siemens Sdn. Bhd, En.R.Saravanan, En.R.Selvajothi, En.C.M.Elanttamil, En.M.Thanabalan, En.B.C.Alagesh, En.R.Sri Kumaran, En.G.Gobee, En.S.Harikirushnan, En.Thamotharan dan Cik.S.Teynmoli yang telah memberi kerjasama dan bantuan untuk menyiapkan laporan penyelidikan ini.

Akhir sekali, saya ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada semua yang terlibat secara lansung dan tidak langsung dalam menyiapkan laporan kajian ini. Tanpa anda semua laporan ini mungkin tidak dapat disiapkan. Sokongan kalian memberikan kejayaan kepada saya. Terima kasih.

ABSTRAK

Kajian ini adalah berkenaan dengan perdagangan elektronik yang lebih dikenali sebagai e-dagang. Perdagangan elektronik ini telah diperkenalkan oleh kerajaan Malaysia pada awal tahun 90-an. Kajian ini akan menumpukan kepada tahap kesedaran dan potensi masa depan e-dagang di Malaysia. Kajian ini dijalankan ke atas sampel yang terpilih di sekitar Kuala Lumpur. Kajian bertujuan untuk melihat tahap kesedaran dan pemahaman rakyat amnya mengenai pelaksanaan e-dagang di Malaysia.

Perdagangan elektronik berlaku melalui talian elektronik yang melibatkan urusan berkiat dengan pengiklanan, pesanan, penjualan dan semua aktiviti pembelian serta termasuk juga penghantaran bagi perkhidmatan atau produk yang memungkinkan dihantar melalui media elektronik. Organisasi perniagaan memerlukan polisi dan strategi dalam memasuki bidang urusniaga ini bagi menakluki pelanggan, sementara pelanggan pula mempunyai banyak pilihan untuk membuat keputusan dalam mendapatkan barangan dan perkhidmatan.

Persekitaran dan perkembangan e-dagang menampakkan bahawa ianya akan berkembang dan dianggarkan akan menjadi satu trend dan diterima oleh masyarakat di dunia termasuk di Malaysia. Dengan itu, semua pihak yang terlibat harus bersedia untuk menghadapi ledakan e-dagang dalam masa terdekat. Penerimaan pada peringkat permulaan mungkin agak lembab dan kurang sambutan mengenai berpunca kepercayaan dari segi keselamatan, sukar untuk berubah dengan tabiat pembelian cara tradisional, masih merasa kepuasan urusniaga tawar-menawar dan juga masih ramai yang bersikap 'buta dan takut komputer'. Keadaan ini sama juga semasa mesin teller automatik (ATM) mula diperkenalkan yang kurang mendapat sambutan dan hanya digunakan oleh golongan elit sahaja ketika itu kini penggunaannya begitu meluas sekali. Perkara yang sama juga dijangka akan berlaku ke atas e-dagang.

Untuk itu, kajian ini mengambil seramai 100 orang responden yang terdiri daripada pelbagai jantina, peringkat umur, bangsa, taraf perkahwinan, kelayakan akademik dan pengalaman menghadiri kursus berkaitan e-dagang untuk menilai tahap pemahaman e-dagang mereka. Hasilnya, didapati tahap kesedaran dan pemahaman e-dagang masih berada pada peringkat sederhana.

KANDUNGAN

BUTIR-BUTIRAN	MUKA SURAT
Penghargaan	i
Abstrak	ii
Kandungan	iii
Senarai Jadual	viii
Senarai Rajah	x

BAB 1: PENGENALAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Wawasan 2020	1
1.3	Koridor Raya Multimedia (MSC)	2
1.4	Malaysia dan Bidang Teknologi Maklumat	3
1.5	Perkembangan E-dagang	5
1.6	Objektif Kajian	7
1.7	Kepentingan Kajian	9
1.8	Masalah	10
1.9	Skop Kajian	11
1.10	Batasan Kajian	12
1.11	Metodologi Kajian	12
	1.11.1 Borang Kaji Selidik	14
1.12	Persoalan-persoalan Kajian	15
1.13	Organisasi Bab	15
1.14	Kesimpulan	17

BAB 2: SOROTAN LITERATUR

2.1	Pengenalan	18
2.2	Apa itu Internet?	19
	2.2.1 Sejarah dan Latar Belakang	21
	2.2.2 WWW (World Wide Web)	24
	2.2.3 URL (Uniform Resource Locator)	25
	2.2.4 HTML (Hyper Text Markup Language)	25

2.2.5	HTTP (Hyper Text Transmission Protocol)	26
2.3	E-dagang	27
2.3.1	Perdagangan Tradisional dan Elektronik	30
2.3.2	Kategori Perdagangan Elektronik	32
2.3.3	Transaksi atau Urusniaga Perdagangan Elektronik	35
2.3.4	Metodologi Bayaran dalam E-dagang	35
2.4	Pendapat Tidak Tepat Mengenai E-dagang	37
2.5	Perdagangan Elektronik dan 'Dotcom'	38
2.6	Sejarah Ringkas Internet Di Malaysia	40
2.7	Perdagangan Elektronik di Malaysia	45
2.8	Masa Depan Perdagangan Elektronik	46
2.9	Sekuriti atau Hal Keselamatan Web	47
2.9.1	Isu-isu Keselamatan	47
2.10	Kesimpulan	49

BAB 3: METODOLOGI KAJIAN

3.1	Pendahuluan	50
3.2	Penilaian dan Penskalaan	50
3.3	Corak kajian	51
3.4	Borang kajiselidik	53
3.5	Data Sekunder	54
3.6	Buku, Jurnal, Majalah, Suratkhbar dan Internet	54
3.7	Pameran	55
3.8	Analisis Data	55

BAB 4: ANALISIS DATA DAN DAPATAN KAJIAN

4.1	Pendahuluan	57
4.2	Profil Umum Responden	57
4.2.1	Taburan Responden Mengikut Jantina	57
4.2.2	Taburan Responden Mengikut Umur	58

4.2.3	Taburan Responden Mengikut Taraf Perkahwinan	59
4.2.4	Taburan Responden Mengikut Bangsa	60
4.2.5	Taburan Responden Mengikut Kelayakan Akademik	61
4.2.6	Taburan Responden Mengikut Pekerjaan	62
4.3	Tahap Pengetahuan Mengenai Kewujudan Perdagangan Elektronik	63
4.4	Taburan Responden Mengikut Tahap Pengetahuan Mengenai Perdagangan Elektronik	64
4.5	Taburan Responden Mengikut Pengalaman Menghadiri Kursus Perdagangan Elektronik	65
4.6	Taburan Responden Mengikut Pengalaman Membeli Secara Talian Terus	66
4.7	Taburan Responden Mengikut Sumber Pengetahuan Perdagangan Elektronik	67
4.8	Taburan Responden Mengikut Jenis Barangan Yang Dibeli	68
4.9	Perspektif Umum (Bahagian C)	69
4.10	Taburan Responden Mengikut Tahap Keraguan Terhadap Urusniaga Perdagangan Elektronik	70
4.11	Taburan Responden Mengikut Pendapat Mengenai Kemampuan Urusniaga Perdagangan Elektronik Menggantikan Urusniaga Perniagaan Secara Tradisional	71
4.12	Taburan Responden Mengikut Pendapat Mengenai Pembayaran Elektronik Sangat Mudah dan Selesa Berbanding Dengan Pembayaran Secara Tradisional	72
4.13	Taburan responden mengikut tahap persetujuan terhadap keefektifan kaedah pengiklanan secara talian terus	74
4.14	Taburan Responden Mengikut Persepsi Terhadap Potensi Pasaran Perdagangan Elektronik di Malaysia	75
4.15	Pendapat Responden Mengenai Faedah Perdagangan Elektronik Kepada Keluarga, Masyarakat dan Negara	76
4.15.1	Kos Rendah	76

4.15.2	Hubungan Terus Di Antara Penjual dan Pembeli	77
4.15.3	Memudahkan Melakukan Perubahan	77
4.15.4	Kawasan Pemasaran Yang Luas	78
4.15.5	Banyak Pilihan	78
4.15.6	Menjimatkan Masa	78
4.15.7	Membuat Perbandingan Lebih Tepat	79
4.16	Pendapat Responden Mengenai Kelemahan Perdagangan Elektronik Dalam Proses Pelaksanaannya Di Malaysia	79
4.16.1	Tidak upaya mempamerkan barangan sebenar	80
4.16.2	Kesulitan Dalam Memberi Penerangan dan Maklum-balas	80
4.16.3	Pesanan Tidak Diterima	81
4.16.4	Barang yang dipesan tidak menepati seperti dalam iklan	81
4.16.5	Isu Keselamatan	81
4.16.6	Pencukaian	82
4.16.7	Penipuan	82
4.17.8	Syarikat Tidak Mempunyai Kemudahan Perdagangan Elektronik	83
4.17	Komen atau persepsi responden mengenai kemudahan Perdagangan elektronik yang disediakan di negara ini	83
4.18	Perbincangan Secara Umum Dapatan Kajian	85
4.18.1	Pelanggan Elektronik	85
4.18.2	Hal-hal berkaitan dengan pelanggan elektronik	86
4.18.3	Gelagat Pengguna dan Internet	88
4.18.4	Pergantungan Perdagangan Elektronik Kepada Pengguna	88
4.19	Isu Keselamatan Perdagangan Elektronik	89
4.20	Pengaruh Perdagangan Elektronik dan Perkembangan Masa Kini di Malaysia	90
4.21	Kesimpulan	90

BAB 5: CADANGAN DAN KESIMPULAN

5.1	Pendahuluan	92
5.2	Kesimpulan	92
5.3	Desakan Perdagangan Elektronik	97
5.4	Alaf Baru: Adakah Malaysia Sudah Bersedia?	98
5.5	Cadangan	99
5.5.1	Kelompok R&D Yang Efektif	100
5.5.2	Kempen, Seminar Latihan Berkenaan Perdagangan Elektronik	101
5.5.3	Sistem Mesra Pengguna	102
5.6	Saranan Polisi dan Strategi E-dagang di Malaysia	103
5.6.1	Pihak Kerajaan	103
5.6.2	Pihak Swasta	104
5.6.3	Pihak Pelanggan	105
5.7	Penutup	105
	BIBLIOGRAFI	108
	LAMPIRAN	

SENARAI JADUAL

Bil.	Jadual	Muka Surat
1	Taburan Soalan Dalam Borang Kajiselidik	53
2	Taburan Responden Mengikut Jantina	58
3	Taburan Responden Mengikut Umur	58
4	Taburan Responden Mengikut Taraf Perkahwinan	59
5	Taburan Responden Mengikut Bangsa	60
6	Taburan Responden Mengikut Kelayakan Akademik	61
7	Taburan Responden Mengikut Pekerjaan	62
8	Taburan Responden Mengikut Tahap Pengetahuan Mengenai Perdagangan Elektronik	63
9	Taburan Responden Mengikut Pengalaman Menghadiri Kursus Perdagangan Elektronik	64
10	Taburan Responden Mengikut Penggunaan Teknologi Berkaitan Perdagangan Elektronik	65
11	Taburan Responden Lelaki Mengikut Pengalaman Terlibat Dalam Belian Talian Terus	66
12	Taburan Responden Lelaki Mengikut Sumber Pengetahuan Perdagangan Elektronik	67
13	Taburan Responden Perempuan Mengikut Sumber Pengetahuan Perdagangan Elektronik	67
14	Taburan Responden Mengikut Jenis Barang Yang Dibeli	68
15	Taburan Responden Lelaki Mengikut Pendapat Masing-Masing Terhadap Kepentingan Perdagangan Elektronik Kepada Pembangunan Negara	69
16	Taburan Responden Perempuan Mengikut Pendapat Masing-Masing Terhadap Kepentingan Perdagangan Elektronik Kepada Pembangunan Negara	70
17	Taburan Responden Mengikut Tahap Keraguan Dan Kebimbangan Terhadap Urusniaga Perdagangan Elektronik	71

18	Taburan Responden Mengikut Tahap Kepastian Mengenai Urusniaga Perdagangan Elektronik Menggantikan Urusniaga Perdagangan Secara Tradisional	72
19	Taburan Responden Mengikut Tahap Kepastian Mengenai Pembayaran Elektronik Sangat Mudah Dan Selesa Berbanding Dengan Pembayaran Secara Tradisional	73
20	Taburan Responden Mengikut Tahap Kepastian Mengenai Pembayaran Elektronik Sangat Mudah Dan Selesa Berbanding Dengan Pembayaran Secara Tradisional	73
21	Taburan Responden Lelaki Berdasarkan Pendapat Masing-Masing Mengenai Keselesaian Dan Kemudahan Pembayaran Secara Elektronik Berbanding Dengan Pembayaran Secara Tradisional	74
22	Taburan Responden Perempuan Berdasarkan Pendapat Masing-Masing Mengenai Keselesaian Dan Kemudahan Pembayaran Secara Elektronik Berbanding Dengan Pembayaran Secara Tradisional	74
23	Taburan Responden Berdasarkan Persepsi Mengenai Potensi Perdagangan Elektronik Di Malaysia	75

SENARAI RAJAH

Bil.	Gambarajah	Muka Surat
1	Jangkamasa Evolusi Internet	23
2	Persekitaran Perniagaan E-dagang	34
3	Laman Web Amazon.com	39
4	Laman Web Barnes & Noble	40