

Pengguna digital Malaysia tertinggi di Asia Tenggara

Oleh Mohd Zaky Zainuddin - September 26, 2021 @ 7:01pm
zaky@bh.com.my



Pengguna digital Malaysia dijangka melonjak kepada 90 peratus menjelang akhir tahun ini - Foto hiasan.

KUALA LUMPUR: Malaysia menjadi negara dengan kadar pengguna digital tertinggi di rantau Asia Tenggara, apabila krisis COVID-19 mencetuskan lonjakan ketara dalam gaya hidup digital.

Pengurus Negara Facebook bagi Malaysia, Nicole Tan, berkata Malaysia mendahului negara lain di rantau ini dengan 88 peratus atau 22 juta rakyatnya menjadi pengguna digital.

Pada masa sama, beliau berkata, ekonomi digital di negara ini dijangka terus berkembang kerana transformasi digital kekal melangkaui tempoh pandemik.

Malah, katanya berdasarkan perkembangan semasa, pengguna digital Malaysia dijangka kekal tinggi dan terus melonjak kepada 90 peratus menjelang akhir tahun ini.

"Malaysia mempunyai nisbah pengguna digital tertinggi di Asia Tenggara, iaitu 88 peratus berbanding purata enam negara lain, iaitu 78 peratus, sekali gus menunjukkan penembusan runcit digital yang tinggi di pasaran.

"Menjelang akhir tahun ini, dijangka penambahan lebih sejuta lagi pengguna digital di negara ini akan berlaku dan lonjakan ini disebabkan ramai orang mengasimilasikan gaya hidup bekerja dari rumah susulan pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) tahun lalu," katanya kepada BH.

Mengulas lanjut, Tan berkata, antara faktor mendorong kepada lonjakan pengguna digital Malaysia adalah aspek perbelanjaan, dengan pengguna beralih ke dalam talian bukan sahaja kerana sekatan COVID-19, malah sebahagiannya didorong oleh nilai dan kemudahan ditawarkan pembelian dalam talian.

"Perbelanjaan digital bagi setiap rakyat Malaysia meningkat 47 peratus berbanding tahun lalu, dengan penjualan e-dagang secara keseluruhan ditetapkan meningkat sebanyak 1.3 kali ganda menjelang 2026.

"Perbelanjaan dalam talian dijangka meningkat pasca COVID-19 di mana kajian kami terhadap pengguna Malaysia menunjukkan bahawa ramai yang menjangkakan mereka akan terus bergantung pada e-dagang selepas krisis berakhir, terutama di kebanyakan kategori penting termasuk barang runcit, penjagaan diri, penjagaan bayi dan lain-lain," katanya.

Beliau berkata, pengguna Malaysia memanfaatkan sepenuhnya pembelian 'omnichannel' dengan menghabiskan kira-kira 80 peratus masa dalam prapembelian dalam talian.

Katanya, penjualan dalam talian ketika ini hanya menyumbang 57 peratus daripada jumlah penjualan, yang jelas menunjukkan ruang pertumbuhan lebih besar pada masa hadapan.

Justeru, tegasnya perdagangan sosial akan berkembang dan terus memainkan peranan besar dalam mendorong penggunaan.

"Kaedah pembayaran tanpa tunai juga dilihat semakin popular dan menawarkan kemudahan yang digemari pelanggan. Walaupun kad debit dan kad kredit terus digunakan di Malaysia, kadar penggunaan e-dompot menyaksikan peningkatan 87 peratus berbanding tahun lalu.

"e-dompot kini siap sedia untuk melonjak pada tahun-tahun akan datang berikutan kemajuannya dalam tempoh 12 bulan terakhir, di mana peserta industri terus melakukan promosi dan pemasaran yang intensif," katanya.

Tan berkata, banyak tabiat dan tingkah laku baharu pengguna yang berlaku sejak setahun lalu dilihat akan menjadi perubahan kekal.

"Tabiat ini sudah tertanam dengan teguh dan dijangka tidak berubah. Ini akan mempengaruhi segala-galanya daripada cara mengetahui mengenai sesuatu produk, menilai produk terbabit daripada pesaing sebelum akhirnya membuat pembelian dan membina kesetiaan jenama," katanya.

Beliau menjelaskan, saluran dalam talian memainkan peranan empat kali lebih besar daripada pertimbangan jenama secara fizikal dengan media sosial menerajui dari segi penemuan, penyelidikan, penilaian serta pertimbangan jenama.

"Video di media sosial secara khusus menyaksikan peningkatan populariti sebagai saluran bagi penemuan produk. Sejumlah 22 peratus responden menyatakan video media sosial sebagai saluran teratas bagi penemuan, iaitu tiga kali ganda lebih tinggi daripada tahun sebelumnya," katanya.