

KESAN PENYERTAAN DIGITAL TERHADAP PEMERKASAAN USAHAWAN B40 SEMASA PANDEMIK COVID-19: SATU KAJIAN RINTIS

The Effect of Digital Participation on the Empowerment of B40 Entrepreneurs during the Covid-19 Pandemic: A Pilot Study

NUR HAFIDHZAH NOR HASIM
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
21mt14001@student.kuis.edu.my

LATIFA BIBI MUSAFAR HAMEED
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
latifabibi@kuis.edu.my

FARADILLAH IQMAR OMAR
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
faradillah@kuis.edu.my

Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa banyak perubahan terhadap kehidupan, merangkumi aspek sosial, ekonomi dan politik. Dari sudut komunikasi, corak perhubungan dan penyebaran maklumat turut berubah. Ini melibatkan aspek komunikasi dan penggunaan digital ICT dalam pelbagai urusan. Pandemik Covid-19 yang melanda dunia turut memperlihatkan penggunaan digital ICT yang meningkat dengan mendadak. Kajian rintis ini secara umumnya dijalankan adalah untuk pembinaan alat ukur serta meningkatkan kemahiran pengkaji. Ia juga bertujuan untuk mengkaji tahap kebolehpercayaan instrumen yang digunakan bagi mengenal pasti kesan penyertaan digital terhadap usahawan B40 semasa pandemik. Ironinya, usahawan B40 adalah kelompok yang terancam dan paling terkesan dengan situasi pandemik ini. Objektif kajian ini adalah untuk mengkaji sejauhmana penyertaan digital mempengaruhi pemerksaan usahawan B40. Kajian rintis ini telah dilaksanakan menggunakan kaedah kuantitatif dengan mengedarkan soal selidik secara dalam talian (*online survey*) melalui *Google Form* kepada 30 orang usahawan B40 di sekitar Lembah Klang. Responden terdiri daripada usahawan yang menjalankan perniagaan secara kecil-kecilan secara fizikal serta secara dalam talian. Hasil kajian mendapati majoriti responden bersetuju bahawa maklumbalas dari pelanggan dapat meningkatkan pengurusan perniagaan mereka. Secara umumnya, hasil kajian juga mendapati majoriti responden bersetuju pengurusan perniagaan yang baik dan teratur, penginovasian produk mengikut tren dan pemasaran digital boleh menarik pelanggan dan meningkatkan hasil perniagaan. Untuk mendapatkan dapatan yang lebih jitu, kajian akan dijalankan dengan analisis yang lebih mendalam serta memperluaskan sampel kajian yang boleh digeneralisasikan terhadap kelompok usahawan B40 di sekitar Lembah Klang.

Kata kunci: Usahawan, Penyertaan Digital, Pemerksaan Usahawan B40

Abstract

The development of communication technology has brought many changes to life, covering social, economic, and political aspects. In terms of communication, the pattern of communication and dissemination of information has also changed. This involves aspects of communication and the use of digital ICT in various matters. The Covid-19 pandemic that hit the world also saw a dramatic increase in the use of digital ICT. This pilot study is generally conducted for the construction of measuring instruments as well as to improve the skills of researchers. It also aims to examine the level of reliability of the instruments used to identify the impact of digital participation on B40 entrepreneurs during a pandemic. Ironically, B40 entrepreneurs are the most endangered group and most impressed by this pandemic situation. The objective of this study was to examine the extent to which digital participation influences the empowerment of B40 entrepreneurs. This pilot study was implemented using quantitative methods by distributing online questionnaires (online survey) through Google Form to 30 B40 entrepreneurs around the Klang Valley. Respondents consisted of entrepreneurs who run small businesses physically as well as online. The results of the study found that the majority of respondents agreed that feedback from customers can improve the management of their business. In general, the results of the study also found that the majority of respondents agreed that good and orderly business management, product innovation according to trends, and digital marketing can attract customers and increase business results. To obtain more accurate findings, the study will be conducted with more in-depth analysis as well as expand the sample of studies that can be generalized to the group of B40 entrepreneurs around the Klang Valley.

Keywords: Entrepreneurs, Digital Inclusion, Empowerment Entrepreneur B40

1.0 PENGENALAN

Dalam meniti arus kemodenan, terdapat banyak perubahan yang berlaku dalam aspek ekonomi, politik dan sosial sejajar dengan kepesatan yang berlaku di dalam teknologi komunikasi. Pandemik Covid-19 telah merubah corak perhubungan dalam berkomunikasi. Bagi merealisasikan hasrat kerajaan, teknologi digital perlu dikuasai oleh setiap masyarakat supaya kerajaan dapat memperkasa penyertaan digital dalam menyumbang kepada kejayaan negara dalam mempertingkatkan pertumbuhan Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) Malaysia.

Pandemik Covid-19 yang melanda negara telah memberikan impak yang semakin pesat terhadap penggunaan teknologi digital dalam masyarakat. Hal ini kerana, ramai usahawan B40 terjejas pendapatannya disebabkan Covid-19. Oleh itu, mereka menggunakan kemudahan platform perniagaan yang disediakan secara dalam talian. Tambahan pula, penggunaan internet merupakan tiang utama untuk melayari kemudahan ICT. Secara ringkasnya, kertas kerja ini dijalankan untuk meninjau kesan penyertaan teknologi digital ke arah memperkasakan usahawan B40. Ini seiring dengan Dasar Revolusi Industri ke-Empat Negara dan Dasar Keusahawanan Negara yang menjelaskan bahawa penggunaan teknologi dapat mencapai pertumbuhan negara yang seimbang dan bidang keusahawanan amat penting bagi menjadikan Malaysia sebagai sebuah negara yang memiliki kualiti keusahawanan yang unggul menjelang 2030.

Secara umumnya, kajian rintis ini dijalankan bertujuan untuk meningkatkan kemahiran pengkaji serta pembinaan alat ukur. Selain itu, kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengkaji

tahap kebolehpercayaan instrumen yang digunakan bagi mengenal pasti kesan penyertaan digital terhadap usahawan B40 semasa pandemik. Objektif kajian ini adalah untuk mengkaji sejauhmana penyertaan digital mempengaruhi pemerksaan usahawan B40. Bagi mengenal pasti kesan penyertaan digital terhadap usahawan B40, kajian rintis ini telah dilaksanakan terhadap 30 orang usahawan B40 di sekitar Lembah Klang menggunakan kaedah pensampelan bertujuan. Responden terdiri daripada usahawan yang menjalankan perniagaan secara kecil-kecilan secara fizikal serta secara dalam talian. Data telah dianalisis menggunakan perisian SPSS iaitu; jumlah min, ujian kebolehpercayaan dan analisis deskriptif. Hasil kajian ini menunjukkan bahawa Malaysia pasti akan menjadi salah sebuah negara maju dalam penggunaan teknologi digital sejajar dengan objektif kerajaan dalam Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN 2030).

1.1 Penyertaan Digital

Penyertaan adalah sebuah penyertaan yang memerlukan seseorang dalam meluangkan wang, masa serta komitmen demi mendapatkan pulangan, manfaat ataupun tujuan dalam melakukan sesuatu perkara. Di samping itu, ia juga boleh didefinisikan untuk mendapatkan pengaruh pada tahap komuniti yang memerlukan kesefahaman antara satu sama lain dan saling bekerjasama bagi memperolehi sesebuah komuniti sosial yang saling berinteraksi (Van Dijk, 2009; Faradillah Iqmar et al., 2019).

Penyertaan digital merupakan sebuah penglibatan dalam ICT yang disertai oleh individu dan juga komuniti (Faradillah Iqmar et al., 2019). Melalui penyertaan digital, ekonomi negara dapat dipertingkatkan dan akan menghasilkan rakyat yang mempunyai pengetahuan dalam teknologi digital sekaligus dapat mengurangkan jurang digital yang berlaku khususnya pada masyarakat yang tinggal di luar bandar. Menurut DOSM (2020) dalam Rangka Tindakan (*Blueprint*) Ekonomi Digital Malaysia, terdapat jurang digital yang berlaku antara bandar dan luar bandar. Sebanyak 35.3% daripada isi rumah di bandar mendapat capaian kepada jalur lebar tetap manakala sebanyak 11.7% daripada isi rumah di luar bandar mendapat capaian kepada jalur lebar tetap. Ini menunjukkan jurang digital masih berlaku di negara kita. Oleh itu, penyertaan digital merupakan sebuah elemen penting dalam meningkatkan kesedaran mengenai faedah dan manfaat teknologi digital seperti perkhidmatan perniagaan, hiburan serta kaedah membeli-belah secara dalam talian (Faradillah Iqmar et al., 2020).

1.2 Pemerksaan Usahawan B40

Menurut Kamus Dewan Edisi Ke-4 (2005), pemerksaan bermaksud menjadikan (sesuatu) dominan, hebat, terkenal, kuat, berdaulat dan sebagainya. Pemerksaan juga didefinisikan sebagai sebuah keupayaan seseorang individu atau kumpulan dalam membuat pilihan lalu menjadikan pilihan tersebut sebagai sebuah tindakan yang dikehendaki untuk mendapatkan hasil. Selain itu, pemerksaan bererti sebuah bentuk pengawalan keputusan yang akan dilakukan dengan melakukan pemilihan yang terbaik demi mendapatkan perubahan dan kesan yang akan merubah seseorang ataupun komuniti.

Perkataan ‘usahawan’ berasal daripada bahasa Perancis iaitu *entreprenre* yang bermaksud mencuba atau memikul. Istilah usahawan diperkenalkan oleh Cantillon pada kurun ke-18 (Ab Aziz Yusof et al., 2004). Usahawan merupakan seseorang yang memiliki perniagaan untuk mendapatkan sesebuah pulangan dalam bentuk nilai melalui penciptaan aktiviti ekonomi, dengan mengenal pasti dan mengeksploitasi produk dan proses. Para usahawan memulakan perniagaan mereka dengan beberapa idea yang mudah, melakukan perniagaan yang kecil serta ringkas dan mereka sentiasa berusaha dalam mendapatkan serta menggunakan sumber yang terhad di sekeliling mereka bagi merealisasikan perniagaan mereka.

Pemeriksaan usahawan B40 adalah sebuah strategi dalam membangunkan sesebuah negara kerana golongan ini terlibat penuh dalam proses melakukan keputusan dan akses kepada kuasa yang menjadi asas demi mencapai pembangunan, kesaksamaan dan juga keamanan (Hazel & Sally, 2000). Melalui pemeriksaan juga, mereka mendapat kuasa untuk membawa perubahan dengan meningkatkan sosio-ekonomi melalui peluang dalam peningkatan pendapatan serta peningkatan taraf hidup (Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi, 7 Januari 2021). Oleh itu, pemeriksaan dan keusahawanan mempunyai hubungan yang saling melengkapi antara satu sama lain (Vijayalakshmi & Prajeetha, 2008). Hal ini kerana keusahawanan merupakan sebuah medium untuk golongan B40 bagi memperkasakan diri melalui peluang dan kebebasan yang diberikan kepada mereka (Geetha & Barani, 2012). Pemeriksaan B40 melalui bidang keusahawanan mampu meningkatkan status sosial (terlibat dalam kerja komuniti, aktiviti politik serta aktiviti keusahawanan), keyakinan diri (mengambil risiko untuk mempengaruhi orang lain, lebih proaktif) serta ekonomi (menaiktaraf sosio-ekonomi, peningkatan pendapatan).

2.0 PERMASALAHAN KAJIAN

Peningkatan ekonomi negara khususnya dalam sektor perniagaan telah disumbangkan oleh usahawan. Kini, platform e-dagang telah digunakan oleh sebahagian usahawan dalam menjalankan perniagaan disebabkan oleh pandemik. Park & Ahn (2016); Dasom Lee et al. (2020) menjelaskan bahawa keusahawanan merupakan faktor penting untuk meningkatkan usaha dalam memupuk kecekapan dalam perniagaan serta meningkatkan prestasi perniagaan. Kajian ini memberi tumpuan kepada usahawan B40 kerana golongan ini adalah golongan yang mempunyai pendapatan terendah dan paling terkesan di Malaysia. Tambahan pula, kajian ini dijalankan kepada usahawan B40 disebabkan oleh kekurangan kajian yang dijalankan terhadap golongan ini di Malaysia walaupun usahawan mempunyai peranan yang penting dalam meningkatkan ekonomi negara. Hal ini kerana, kebanyakan kajian terdahulu banyak memfokuskan keusahawanan dari sudut inovasi, cabaran, sosial dan peluang (Sascha Kraus et al., 2018) tanpa menitikberatkan elemen penyertaan digital yang boleh dijadikan pencetus kepada model keusahawanan digital.

Bagi merealisasikan hala tuju kerajaan ke arah revolusi industri 4.0, penggunaan teknologi maklumat seperti internet adalah amat bermakna kerana ia mempunyai hubungan yang berkait rapat dengan perkembangan sosio-ekonomi. Dari aspek peningkatan transformasi sosial, ia amat diperlukan bagi setiap individu untuk memiliki akses kepada penggunaan internet. Suriyani Muhamad et al. (2017) menjelaskan bahawa para usahawan dapat mengembangkan strategi perniagaan mereka sekiranya diberi kemudahan untuk menggunakan teknologi internet. Tambahan pula, model dan strategi perniagaan yang betul akan berkembang 100% dalam e-perniagaan (Rangka Tindakan (*Blueprint*) Ekonomi Digital Malaysia, 2021).

Dari sudut lain, usahawan B40 mempunyai tahap pendidikan yang rendah dan agak sukar bagi mereka untuk memperolehi pekerjaan yang memberikan pulangan yang lumayan, kata Profesor Madya Dr Mohamad Fazli Sabri iaitu Pakar Kewangan Pengguna merangkap Timbalan Dekan (Pengajian Siswazah, Jaringan Industri dan Masyarakat), Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia kepada Sinar Harian Online. Oleh itu, usahawan B40 perlu memperluaskan jaringan sosial dalam perusahaan mereka dengan menggunakan kemudahan teknologi bagi meningkatkan kualiti, prestasi dan kemajuan perusahaan mereka. Pihak yang terlibat dalam pembentukan jaringan ini saling bergantung sehingga

membentuk kepercayaan sesama mereka kerana banyak maklumat penting yang dikongsikan (Nor Azlili Hassan et. al, 2018).

3.0 KAEDAH KAJIAN

Kajian ini menggunakan reka bentuk kuantitatif dan dilakukan melalui tinjauan. Oleh itu, kaedah penyelidikan kuantitatif yang digunakan adalah melalui edaran borang soal selidik melalui *Google Form*. Dalam kajian ini, kaedah pensampelan bertujuan digunakan berdasarkan kriteria responden yang dikehendaki oleh pengkaji. Kaedah penyelidikan ini dipilih agar persoalan yang diberikan dalam kajian dapat dijawab sepenuhnya oleh responden. Seterusnya, kajian ini dijalankan dengan melakukan ujian pra dalam talian kepada 30 orang usahawan B40 yang berumur dari umur 20 tahun sehingga 60 tahun ke atas yang menetap di sekitar Lembah Klang. Ujian pra dilakukan oleh penyelidik untuk menguji kebolehpercayaan instrumen yang telah digunakan dan untuk mengukur tahap ketekalan dalaman.

Pengkaji memilih untuk melakukan kajian secara dalam talian kerana terdapat banyak usahawan B40 yang menjalankan perniagaan dalam talian yang terdiri daripada latar belakang pendidikan yang berbeza, usia yang berbeza dan pendapatan isi rumah yang berbeza. Proses pengumpulan data dilakukan setelah borang soal selidik yang diedarkan telah diisi di *Google Form* oleh kesemua responden. Data yang diperolehi dari soal selidik dikumpulkan dan dianalisis menggunakan perisian SPSS. Semua instrumen dianalisis untuk mendapatkan nilai min bagi setiap instrumen dan nilai alpha Cronbach.

4.0 DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Profil Responden

Kajian rintis ini telah dijalankan ke atas 30 orang usahawan B40 yang menjalankan perniagaan di sekitar Lembah Klang yang memenuhi kriteria pemilihan sampel kajian. Taburan data di Jadual 1 menunjukkan majoriti responden adalah terdiri daripada usahawan wanita (63.3%) dan selebihnya adalah usahawan lelaki (36.7%). Sebanyak 53.3% responden adalah usahawan muda yang berumur antara 20 hingga 29 tahun, manakala hanya sebilangan kecil iaitu 6.7% adalah usahawan yang berumur antara 50 hingga 59 tahun. Sementara itu, dari aspek tahap pendidikan, majoriti responden mempunyai pendidikan pada peringkat ijazah (40%) manakala seramai 26.7% sahaja yang mempunyai pendidikan pada peringkat SPM/SPMV. Seterusnya, sejumlah 53.3% responden memiliki purata gaji di bawah RM 2,500 manakala sebilangan kecil sahaja (6.7%) yang memiliki purata gaji antara RM 3,971 hingga RM 4,850.

Jadual 1: Taburan Profil Responden

Demografi	Maklumat	Peratusan
Jantina	Lelaki	36.7
	Wanita	63.3
Umur	20 hingga 29 tahun	53.3
	30 hingga 39 tahun	30.0
	40 hingga 49 tahun	10.0
	50 hingga 59 tahun	6.7
Status Perkahwinan	Bujang	53.3
	Berkahwin	46.7

Tahap Pendidikan	SPM/SPMV	26.7
	Diploma	33.3
	Ijazah	40.0
Purata Gaji	RM 2,500 ke bawah	53.3
	RM 2,501 hingga RM 3,170	30.0
	RM 3,171 hingga RM 3,970	10.0
	RM 3,971 hingga RM 4,850	6.7

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis setiap item yang terdapat dalam setiap instrumen iaitu instrumen penyertaan digital, ciri-ciri keusahawanan dan pemeraksanaan usahawan yang telah dijawab oleh responden. Pengkaji telah memasukkan data yang diperolehi ke dalam SPSS bagi melakukan analisis deskriptif. Berdasarkan carta yang dicadangkan oleh Norasmah (2001) dan Azhar (2006) (dalam Syed Najmuddin et al., 2009), penentuan tahap kesedaran berdasarkan skor min mengenai kesemua instrumen boleh ditentukan seperti dalam Jadual 2.

Jadual 2: Penentuan Tahap Berdasarkan Skor Min

Skor Min	Interpretasi Skor Min
1.00 – 1.99	Lemah
2.00 – 2.99	Rendah
3.00 – 3.99	Sederhana
4.00 – 5.00	Tinggi

Sumber: Norasmah (2001) dan Azhar (2006)

Dapatan Kajian Instrumen Penyertaan Digital

Analisis deskriptif terhadap item dalam instrumen penyertaan digital yang terdapat pada Jadual 3 menunjukkan nilai min dari 4.20 hingga 4.60. Skor min yang paling tinggi terdapat pada item yang keempat iaitu “Saya percaya maklum balas yang diberikan oleh pelanggan dapat memperbaiki dan meningkatkan pengurusan perniagaan saya secara dalam talian” iaitu sejumlah 4.60 skor min manakala skor min yang paling rendah terdapat pada item kedua iaitu “Saya percaya para pelanggan tahu menggunakan kemudahan media sosial yang disediakan” iaitu sejumlah 4.20 skor min. Jadual 3 menunjukkan skor min untuk setiap item dalam instrumen penyertaan digital mengikut tertib menurun dari skor min tertinggi ke skor min terendah.

Jadual 3: Skor Min bagi Item-Item dalam Instrumen Penyertaan Digital

Item	Skor Min	Sisipan Piawaian
Saya percaya maklum balas yang diberikan oleh pelanggan dapat memperbaiki dan meningkatkan pengurusan perniagaan saya secara dalam talian.	4.60	0.498
Saya percaya saya boleh meningkatkan penjualan dengan menggunakan media sosial.	4.40	0.498
Saya yakin dengan menggunakan platform yang disediakan seperti Instagram, Tiktok dan sebagainya untuk menjalankan perniagaan saya.	4.37	0.808
Saya percaya pengurusan yang baik dalam menjalankan perniagaan secara dalam talian boleh memberi kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan.	4.27	0.868
Saya percaya pemasaran secara digital boleh meningkatkan pendapatan jualan perniagaan saya.	4.27	0.691
Saya percaya dengan menginovasi sesuatu produk dengan mengikut tren terkini boleh menarik perhatian pelanggan di media sosial.	4.23	0.774
Saya percaya para pelanggan tahu menggunakan kemudahan media sosial yang disediakan.	4.20	0.761

Dapatan Kajian Instrumen Ciri-Ciri Keusahawanan

Analisis deskriptif terhadap item dalam instrumen ciri-ciri keusahawanan yang terdapat pada Jadual 4 menunjukkan nilai min dari 2.23 hingga 4.60. Skor min yang paling tinggi terdapat pada item yang pertama iaitu “Saya menjalankan perniagaan kerana minat” iaitu sejumlah 4.60 skor min manakala skor min yang paling rendah terdapat pada item keempat iaitu “Saya menjalankan perniagaan ini kerana perniagaan ini merupakan perniagaan keluarga” iaitu sejumlah 2.23 skor min. Jadual 4 menunjukkan skor min untuk setiap item dalam instrumen ciri-ciri keusahawanan mengikut tertib menurun dari skor min tertinggi ke skor min terendah.

Jadual 4: Skor Min bagi Item-Item dalam Instrumen Ciri-Ciri Keusahawanan

Item	Skor Min	Sisipan Piawaian
Saya menjalankan perniagaan kerana minat.	4.60	0.621
Saya menjalankan perniagaan ini kerana saya gemar mencuba sesuatu perkara baru.	4.30	0.794
Saya boleh menghadapi cabaran dalam menjalankan perniagaan.	4.20	0.551
Saya menjalankan perniagaan ini walaupun saya tidak mempunyai pengalaman dan kemahiran.	3.87	1.224
Saya dapat menyesuaikan diri dalam menginovasi produk saya dengan mengikuti tren terkini.	3.87	0.860
Saya menjalankan perniagaan ini kerana ini adalah pilihan terakhir saya untuk meneruskan kehidupan.	3.13	1.279
Saya menjalankan perniagaan ini kerana perniagaan ini merupakan perniagaan keluarga.	2.23	1.430

Dapatan Kajian Instrumen Pemerksaan Usahawan

Analisis deskriptif terhadap item dalam instrumen ciri-ciri keusahawanan yang terdapat pada Jadual 5 menunjukkan nilai min dari 3.70 hingga 4.43. Skor min yang paling tinggi terdapat pada item yang kedua iaitu “Saya boleh mengurangkan kos perniagaan apabila menggunakan platform digital” iaitu sejumlah 4.43 skor min manakala skor min yang paling rendah terdapat pada item keempat dan ketujuh iaitu “Saya boleh mendapatkan pelanggan dengan mudah” dan “Saya mampu mendapatkan pendapatan yang lumayan dengan menjalankan perniagaan ini” iaitu sejumlah 3.70 skor min. Jadual 5 menunjukkan skor min untuk setiap item dalam instrumen pemerksaan usahawan mengikut tertib menurun dari skor min tertinggi ke skor min terendah.

Jadual 5: Skor Min bagi Item-Item dalam Instrumen Pemerksaan Usahawan

Item	Skor Min	Sisipan Piawaian
Saya boleh mengurangkan kos perniagaan apabila menggunakan platform digital.	4.43	0.728
Saya mampu meningkatkan jualan saya dengan menggunakan platform digital.	4.23	0.773
Saya sedar platform digital memudahkan saya untuk menjalankan perniagaan.	4.23	0.858
Saya boleh memiliki hubungan yang baik antara pembekal dan pelanggan.	4.10	1.061
Saya boleh mendapatkan maklum balas pelanggan dengan mudah.	3.93	0.691
Saya mampu mendapatkan pendapatan yang lumayan dengan menjalankan perniagaan.	3.70	0.952
Saya boleh mendapatkan pelanggan dengan mudah.	3.70	0.727

Dapatan Kajian Umum

Kajian kesahan dan kebolehpercayaan instrumen amat penting bagi mempertahankan kejituan soal selidik daripada terdedah kepada sebarang kesalahan. Din et al. (2009) menjelaskan bahawa semakin tinggi tahap dan nilai kesahan dan kebolehpercayaan soal selidik, maka

semakin jitu data yang diperolehi. Alpha Cronbach merupakan alat pengukur kebolehpercayaan ketekalan dalaman. Weiner (2007) menyatakan bahawa nilai Alpha Cronbach yang mempunyai kebolehpercayaan yang tinggi adalah sama dengan 0.70 atau melebihi 0.70.

Nilai Alpha Cronbach bagi instrumen penyertaan digital dan instrumen pemerkasaan usahawan adalah tinggi manakala instrumen ciri-ciri keusahawanan adalah rendah. Nilai Alpha Cronbach bagi instrumen penyertaan digital adalah 0.73 dan instrumen pemerkasaan usahawan memperoleh nilai Alpha Cronbach 0.82. Instrumen ciri-ciri keusahawanan memperoleh nilai Alpha Cronbach sejumlah 0.67. Secara ringkasnya, instrumen pemerkasaan usahawan memperoleh nilai Alpha Cronbach tertinggi dalam kajian rintis ini. Berdasarkan kajian Mohammad Rahim et al (2018) kedua-dua instrumen ini boleh dianggap sebagai alat ujian yang boleh dipercayai dalam mengukur domain tersendiri.

5.0 KESIMPULAN

Kajian rintis ini mendapati bahawa responden mengamalkan penggunaan kemudahan digital dalam perniagaan masing-masing. Kesan dari pandemik COVID-19, responden memanfaatkan penggunaan aplikasi digital bagi melakukan proses urusan jual beli walaupun perniagaan yang dijalankan secara kecil-kecilan. Tambahan pula, responden turut menyedari bahawa kemudahan digital merupakan tranformasi utama pada masa kini dan sesuai dijadikan norma baru perniagaan untuk masa hadapan.

Di samping itu, hasil kajian dapat disimpulkan bahawa responden perlu menggunakan cara yang mudah digunakan bagi mereka dalam menjadikan mereka terdiri daripada usahawan yang sentiasa komited, bersungguh-sungguh, kreatif dan inovatif dalam menjalankan perniagaan. Dunia perniagaan masa kini berhadapan dengan anjakan paradigma dengan menjalankan perniagaan secara digital bagi merealisasikan Dasar Keusahawanan Nasional 2030. Dengan kehadiran e-perniagaan kini, pelanggan dapat melakukan pilihan yang bijak sewaktu berbelanja kerana sektor perniagaan menjadi lebih sihat berbanding sebelum ini.

Bukan itu sahaja, pemasaran secara digital kini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap prestasi perniagaan. Hubungan ini merangkumi penginovasian produk mengikut tren, pengurusan perniagaan yang teratur dan tahap kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan kepada usahawan. Melalui perkembangan dunia teknologi kini, para usahawan mempunyai peluang cerah bagi memasarkan produk mereka ke peringkat yang lebih global. Cadangan kajian masa hadapan adalah dengan melakukan kajian dengan analisis yang lebih mendalam serta memperluaskan sampel kajian yang boleh digeneralisasikan terhadap kelompok usahawan B40 di sekitar Lembah Klang bagi mendapatkan dapatan yang lebih jitu.

6.0 PENGHARGAAN

Artikel ini diterbitkan dan dibiayai oleh Skim Geran Penyelidikan Fundamental (FRGS) FRGS/1/2020/SSO/KUIS/02/2 daripada Kementerian Pengajian Tinggi (KPT).

RUJUKAN

- Ab. Aziz Yusof & Zakaria Yusof. 2004. *Prinsip Keusahawanan*. (2nd ed.). Petaling Jaya: Prentice Hall.
- Dasom Lee, S.Y. Simon Wang, Lin Zhao, Hyun Cheol Kim, Kwanchul Kim & Jin-HoYoon. (2020). Long-term increase in atmospheric stagnant conditions over northeast Asia and the role of greenhouse gases-driven warming. 241, <https://doi.org/10.1016/j.atmosenv.2020.117772>
- Department Of Statistic Malaysia. (2020, 10 April). *Press Release ICT Use and Access by Individuals and Households Survey Report 2019*. Dimuat turun daripada <https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/pdfPrev&id=SFRacTRUMEVRUFo1Ulc4Y1JILzBqUT09>
- Din, R., Ahmad, M., M. Faisal K.Z, Mohamad Sidek, N., Abdul Karim, A., Johar, N.A., Jusoff, K., Zakaria, M.S., Mastor, K.A. & Siti Rahayah. (2009). Kesahan dan kebolehppercayaan soal selidik gaya e-pembelajaran (else) versi 8.1 menggunakan Model Pengukuran Rasch. *Journal of Quality Measurement and Analysis JQMA*, 5(2): 15-27.
- Faradillah Iqmar Omar, Samsudin A. Rahim & Husna Ahmad Dimiyati. (2019). Analisis Pola Penyertaan Digital ICT dan Transformasi Keusahawanan. *Jurnal Komunikasi*, 35(2): 314-330.
- Faradillah Iqmar Omar, Ummi Munirah Syuhada Mohamad Zan, Nor Azlili Hassan & Izzurazlia Ibrahim. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Prestasi Usahawan Perusahaan Kecil dan Sederhana. *E-Jurnal Penyelidikan dan Inovasi*, 7(2): 138-155.
- Geetha Sulur Nachimuthu & Barani Gunatharan. 2012. Empowering Women through Entrepreneurship: A study in Tamil Nadu, India. *International Journal of Trade, Economics and Finance* 3(2): 143-147.
- Hassan, N. A., Abdullah, A., Mohd Noor, M., Mak Din, H. A., Abdullah, N. H. & Ismail, M. M. (2018). Business Networking and Social Cohesion among Business Community in Malaysia. *International Journal of Asian Social Science*, 8(8): 669-676.
- Hazel R. & Sally B. (2000). *Gender and Development: Concepts and Definitions*. Department for International Development (DFID): Institute of Development Studies.
- Kamus Dewan. *Edisi Keempat*, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2007.
- Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi. (2019). *Dasar Keusahawanan Nasional 2030*. Putrajaya: Kementerian Pembangunan Usahawan. Dimuat turun daripada [https://www.medac.gov.my/admin/files/med/image/portal/Dasar%20Keusahawanan%20Nasional%20\(DKN\)%202030.pdf](https://www.medac.gov.my/admin/files/med/image/portal/Dasar%20Keusahawanan%20Nasional%20(DKN)%202030.pdf)
- Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi. 2021, 7 Januari. Kerjasama MEDAC-KPWKM dalam Pemerkasaan Sosio-Ekonomi Golongan Wanita, B40 dan OKU melalui Platform Francise dan Koperasi [Siaran Media] Dimuat turun daripada <https://www.medac.gov.my/admin/files/med/image/portal/PDF/Kenyataan%20media/Siaran%20Media%20@%20KERJASAMA%20MEDAC-KPWKM%20DALAM%20PEMERKASAAN%20SOSIO-EKONOMI%20GOLONGAN%20WANITA,%20B40%20DAN%20OKU%20MELALUI%20PLATFORM%20FRANCISE%20DAN%20KOPERASI.pdf>
- Liza Mokhtar. (2020, 3 April). Kenapa kerajaan perlu bantu B40?. *Sinar Harian Online*. Bahan diakses pada 25 Jun 2021, daripada https://www.sinarharian.com.my/article/77057/KHAS/Koronavirus/Kenapa-kerajaan-perlu-bantu-B40?fbclid=IwAR0tqIIsIJWoc-TXcYR9Ape-TMULH-fC8wyf7JviXvQ_Sre5Tncg-Iqkvek

- Nor Azlili Hassan, Azlina Abdullah, Mansor Mohd Noor, Hairol Anuar Mak Din, Nor Hafizah Abdullah & Mohd Mahadee Ismail. (2018). Business Networking and Social Cohesion among Business Community in Malaysia. *International Journal of Asian Social Science*, 8(8): 669-676.
- Unit Perancangan Ekonomi, Jabatan Perdana Menteri. (2021). Rangka Tindakan (Blueprint) Ekonomi Digital Malaysia. Dimuat turun daripada <https://mdec.my/wp-content/uploads/Rangka-Tindakan-Blueprint-Ekonomi-Digital-Malaysia.pdf>
- Sascha Kraus, Janina Burtscher, Christine Vallaster & Martin Angerer. (2018). Sustainable Entrepreneurship Orientation: A Reflection on Status-Quo Research on Factors Facilitating Responsible Managerial Practices. *Sustainability*, 10(2): 444.
- Suriyani Muhamad, Noraida Haji Ali, Masita Abdul Jalil, Mustafa Man & Suzilawati Kamarudin. (2018). A Sustainable E-Business Model for Rural Women: A Case Study. *Journal of Sustainability Science and Management*, 3: 130-140.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2009). One Europe, digitally divided. *The Handbook of Internet Politics*, 288-304.
- Vijayalakshmi, G & Prajeetha, B. 2008. Empowerment of Women through Entrepreneurship. Dlm. L Rathakrishnan (ed.), *Empowerment of Women through Entrepreneurship*. New Delhi: Gyan Publishing House.
- Weiner, J. (2007). *Measurement: Reliability and Validity Measures*. Johns Hopkins Bloomberg, School of Public Health.