

KETERANGKUMAN DIGITAL DAN USAHAWAN B40: ANALISIS SOROTAN LITERATUR

Digital Inclusion and B40 Entrepreneurs: An Analysis on Literature Reviews

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

UMMI MUNIRAH SYUHADA MOHAMAD ZAN
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
ummi@kuis.edu.my

MAWAR MURNI YUNUS
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
mawarmurni@kuis.edu.my

NOR AZLILI HASSAN
Universiti Tunku Abdul Rahman
azlili@utar.edu.my

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

Abstrak

Keterangkuman digital merujuk kepada aktiviti yang diperlukan untuk memastikan semua individu dan masyarakat, termasuk mereka yang kurang bernasib baik dan terpinggir, mempunyai akses dan menggunakan Teknologi Maklumat dan Komunikasi (ICT). Penyelidikan mengenai hubungan antara penyebaran ICT dan pembangunan sosial dan ekonomi telah dilaksanakan beberapa dekad. Hubungan antara penglibatan sosial dan digital telah menjadi tumpuan banyak kajian yang dijalankan oleh ahli akademik serta institusi kerajaan. Kajian-kajian tersebut telah menunjukkan secara konsisten tentang individu yang mempunyai akses kepada ICT cenderung mempunyai lebih banyak peluang pendidikan, pendapatan yang tinggi, dan status pekerjaan yang lebih baik daripada mereka yang tidak mempunyai akses. Walau bagaimanapun, masih lagi terdapat perdebatan di antara kewujudan, sifat dan sebab-sebab hubungan ini. Kelemahan ekonomi, sosial, politik dan budaya yang timbul daripada ketidakupayaan menggunakan teknologi secara berkesan telah menjadi sesuatu yang penting untuk diperhalusi. Perkara ini turut memberi tempas kepada golongan usahawan B40 dari sudut ekonomi dan kesinambungan perniagaan. Ironinya, kertas kerja ini bertujuan untuk menganalisis kajian-kajian terdahulu yang menyentuh aspek keterangkuman digital dan kaitannya dengan usahawan B40. Pengumpulan bahan-bahan berasaskan kajian perpustakaan melalui data sekunder yang diperolehi daripada penyelidikan lepas, artikel jurnal dan sebagainya. Antara konstruk yang menjadi tunjang utama dalam kertas kerja ini adalah seperti kekangan digital (literasi digital, kemahiran teknikal dan kompleksiti maklumat), tahap keperluan dan jenis keterangkuman digital serta perkaitannya dalam membantu pemerkasaan dan meningkatkan penyertaan kumpulan berpendapatan rendah (B40) dalam bidang keusahawanan digital.

Kata kunci: Keterangkuman Digital, Kekangan Digital, Literasi Digital, Usahawan B40, Sorotan Literatur

Abstract

Digital inclusion refers to the required activities in ensuring that all individuals and communities, including those disabled and marginalized individuals, have access to and use of Information and Communication Technology (ICT). Studies on the relationship between the spread of ICT and social and economic development have been implemented for decades. The relationship between social and digital engagement has been the focus of many studies conducted by academics as well as government institutions. Such studies have consistently indicated that individuals with access to ICT tend to have more educational opportunities, higher incomes, and better employment status than those without access to ICT. However, there is still debate between the existence, nature and reasons for this relationship. The economic, social, political and cultural weaknesses which arose from the inability to use technology effectively have become an important issue to pay attention to. This situation also gives a boost to the B40 entrepreneurs in terms of economy and business continuity. Thus, this paper aims to analyze previous studies concerned with digital inclusion aspects and their relevance to the B40 entrepreneurs. The findings were based on the secondary data materials gathered from library research, which is obtained from past research, journal articles and so forth. Among the main constructs used such as digital constraints (digital literacy, technical skills and information complexity), level of needs as well as the type of digital inclusion and its relevance in helping the empowerment and increasing the participation of low-income groups (B40) in digital entrepreneurship.

Keywords: Digital Inclusiveness, Digital Constraints, Digital Literacy, B40 Entrepreneurs, Literature Reviews

1.0 PENGENALAN

Kajian ini bertujuan untuk melakukan tinjauan awal berkaitan keterangkuman digital dalam kalangan usahawan B40. Walaupun terdapat teori psikologi, sosiologi, ekonomi dan budaya dalam aspek keusahawanan, namun dengan perkembangan teknologi pada hari ini, kelompok usahawan B40 seharusnya diketengahkan. Komunikasi digital adalah sesuatu yang perlu diperhalusi dalam pembangunan keusahawanan 600 usahawan yang berdaftar di bawah Kementerian Pembangunan Luar Bandar (KPLB) dan mereka digalakkan untuk melebar luaskan jaringan antara usahawan dengan para pembekal mesin, peralatan atau teknologi/ inovasi terkini bagi meningkatkan produktiviti serta kualiti produk atau perkhidmatan. Sehubungan itu, usahawan menggunakan teknologi digital dengan intensiti yang lebih tinggi untuk menambah baik operasi perniagaan serta berhubung dengan pelanggan dan pemegang taruh melalui pelantar digital. Dunia digital sememangnya telah merubah landskap perniagaan hari ini. Oleh itu, terdapat keperluan untuk memahami corak komunikasi digital dan penyertaan digital, supaya platform sedemikian dapat digunakan dengan berkesan untuk mencapai hasil positif, untuk usahawan luar bandar secara keseluruhan. Memahami konsep keterangkuman digital dan kekangan digital ini akan menyumbang kepada pemahaman yang lebih baik dan penyertaan digital yang lebih optimum. Ini juga meningkatkan pelan komunikasi serta strategi pemasaran sehingga ke peringkat antarabangsa. Hasil kajian ini akan berguna dalam bidang gaya hidup, kesejahteraan ekonomi, dan tingkah laku inovasi dalam kalangan usahawan PKS di era revolusi industri 4.0.

1.1 Keterangkuman Digital

Bidang perniagaan tidak asing bagi masyarakat dunia dan hakikatnya ekonomi negara dapat berkembang pesat melalui perniagaan. Perniagaan berasaskan perusahaan kecil dan sederhana (PKS) adalah penyumbang ekonomi di Malaysia. Bermula dengan perniagaan kecil, PKS di Malaysia telah dalam proses mengembangkan pasaran ke peringkat antarabangsa. Menurut ketua pegawai eksekutif Perbadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE), Datuk Dzulkifli Mahmud, syarikat itu berusaha untuk membantu pengusaha PKS terutamanya bumiputera, wanita dan belia untuk secara aktif mengambil bahagian dalam aktiviti eksport ke pasaran luar negara (Berita RTM, 2016). Revolusi penggunaan internet telah membawa kesan besar dalam kehidupan seharian terutamanya dalam bidang keusahawanan di seluruh dunia (Gusniar et al., 2014). Pengenalan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) dalam bidang perniagaan masa kini juga membawa pengusaha ke tahap yang lebih tinggi dalam perniagaan. Berbanding dengan amalan perdagangan tradisional, penglibatan ICT dalam perniagaan dilihat dapat menarik lebih banyak pengguna untuk mendapatkan perkhidmatan atau produk yang dipasarkan secara hampir. Ini kerana pembelian dalam talian lebih mudah dan menjimatkan masa, di mana semua transaksi perniagaan dilakukan dalam talian (Zaleha et al., 2016). Seajar dengan gaya hidup yang sentiasa berubah, kaedah pembelian dalam talian semakin mendapat tempat di kalangan pengguna (Farhan et al., 2015). Ini kerana pengguna tidak perlu lagi bergegas ke lokasi semata-mata untuk membeli barang atau perkhidmatan yang diperlukan.

Selain itu, pengenalan perkhidmatan e-dagang telah memberi kemudahan lain kepada pengguna perkhidmatan jual beli dalam talian. Ini kerana perkhidmatan e-dagang mampu melakukan transaksi perniagaan yang melibatkan barang dan perkhidmatan antara dua pihak atau lebih, menggunakan peralatan elektronik dan internet (Anandia & Farah, 2016). Di samping itu, perniagaan berasaskan e-dagang berpotensi membantu usahawan menjana pendapatan tinggi sekiranya mereka dapat memanfaatkan peluang pasaran dan teknik pemasaran yang lebih baru (Ahmad Firdause & Mohd Rafi, 2017). Walaupun dengan perkhidmatan tersebut, secara tidak langsung dapat membantu usahawan meneroka pasaran antarabangsa. Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Trend Micro, fenomena pembelian dalam talian dilihat hangat dan dapat diramalkan bahawa Malaysia mengumpulkan lebih daripada 8 daripada 10 pengguna internet untuk menggunakan kelajuan internet untuk aktiviti membeli-belah (Shahar, 2013). Keadaan ini bukanlah sesuatu yang mustahil, kecuali dengan kecanggihan teknologi terkini ditambah dengan perkhidmatan internet yang semakin baik setiap hari membolehkan semua aktiviti perdagangan dalam talian berjalan dengan lancar. Revolusi perniagaan ini memang telah dijangkakan oleh kemunculan dan penciptaan aplikasi media baru yang memudahkan perniagaan berjalan.

1.2 Kekangan Digital

Kekangan adalah suatu batasan yang dikenakan kepada seseorang individu dalam sesuatu perkara (Kamus Pelajar Edisi Kedua). Manakala maksud digital pula merujuk kepada sebuah signal atau data yang dinyatakan dalam nombor 0 dan 1 serta diwakili oleh nilai-nilai fizik seperti voltan atau polarisasi magnet (M. Prawiro, 2020). Digital juga didefinisikan sebagai sebuah gambaran teknologi elektronik yang boleh menghasilkan, menyimpan dan memproses data dalam dua keadaan iaitu positif dan negatif. Keadaan positif diwakili oleh nombor 1 manakala keadaan negatif pula diwakili oleh nombor 0. Di samping itu, digital juga bermaksud suatu pembaharuan dari penggunaan teknologi yang sering dikaitkan dengan kemunculan internet dan komputer. Ia diciptakan bertujuan untuk memudahkan urusan seseorang. Secara tidak langsung, kehadiran revolusi digital dapat mengubah seseorang dalam menjalani kehidupan yang semakin canggih.

Kekangan digital merujuk kepada kekurangan peluang dan kebolehan dalam mengakses Teknologi Maklumat dan Komunikasi (TMK) (Faradillah Iqmar Omar et al., 2020) di antara kawasan luar bandar dan kawasan bandar (Hazura Mohamed et al., 2012). Kekangan digital juga merujuk kepada perbezaan besar dalam mendapatkan capaian internet yang cukup serta kemudahan ICT pada setiap masyarakat dan perbezaan pembangunan kawasan berkaitan ICT (Siti Masayu Rosliah Abdul Rashid, 2016). Bagi masyarakat yang tidak mempunyai kemudahan untuk mengakses internet dan mendapatkan kemudahan ICT, mereka sewajarnya perlu dibantu seiring dengan objektif utama kerajaan dalam Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN 2030) iaitu membentuk masyarakat Malaysia yang berbudaya dan berpemikiran keusahawanan (Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi, 2019).

Pada masa kini, golongan B40 merupakan antara golongan yang terjejas pendapatan kerana terpaksa dibuang kerja ataupun diberhentikan kerja disebabkan oleh pandemik COVID-19 yang melanda negara. Kesan daripada itu, Datuk Seri Rosli Sulaiman selaku Presiden Persatuan Peniaga dan Penjaja Bumiputera Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur menjelaskan pada Bernama bahawa jumlah penjaja jalanan kian meningkat disebabkan mereka kehilangan pekerjaan tetap berikutan pandemik. Oleh itu, Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) telah memperkenalkan Skim Pendaftaran Perniagaan Prihatin (SPPP) pada 23 Disember 2020 dan telah ditambah baik pada 15 Februari 2021 (Suruhanjaya Syarikat Malaysia, 2021) bagi membantu usahawan B40, pelajar IPTA/S, perniagaan milikan tunggal dan perkongsian yang terkesan dengan pandemik ini. SPPP merupakan antara langkah yang diambil oleh kerajaan ke arah masyarakat yang mempunyai pengetahuan mengenai teknologi digital (Sinar Harian Online).

1.3 Pemerksaan Usahawan B40

Pemerksaan adalah suatu keupayaan yang dimiliki seseorang individu atau kumpulan untuk membuat pilihan dan mentransformasikan pilihan tersebut menjadi tindakan yang dikehendaki untuk mendapatkan hasilnya. Pemerksaan juga merupakan satu proses untuk mencapai sesuatu (Maholtra et al., 2002) termasuklah keupayaan untuk berhubung dengan bank, membantu orang lain, membuat keputusan dalam keluarga dan membuat perancangan secara efektif (Solava & Sabina, 2007). Pemerksaan juga dikatakan sebagai satu bentuk kawalan (bagaimana untuk mengawal keputusan yang individu lakukan), pilihan (mengawal autonomi dan juga membuat keputusan dalam rumah tangga), komuniti (berubah untuk diri individu sendiri) dan juga peluang (berubah untuk komuniti).

Perkataan 'usahawan' adalah berasal daripada bahasa Perancis iaitu *entrepreneur* yang bermaksud memikul atau mencuba. Istilah tersebut diperkenalkan oleh Cantillon pada kurun ke-18 (Ab Aziz Yusof et al., 2004). Usahawan adalah individu (pemilik perniagaan) yang ingin menjana nilai, melalui penciptaan atau pengembangan aktiviti ekonomi, dengan mengenal pasti dan mengeksploitasi produk dan proses. Manakala tindakan manusia yang berdaya saing dalam usaha penjana nilai, melalui penciptaan atau pengembangan aktiviti ekonomi dengan mengenal pasti dan mengeksploitasi produk dan proses adalah dirujuk sebagai aktiviti keusahawanan. Usahawan memulakan perniagaan dengan idea yang mudah, perniagaan yang kecil, ringkas dan mereka akan cuba mendapatkan dan menggunakan sumber yang terhad di sekeliling mereka untuk merealisasikan perniagaan mereka.

Pemerksaan usahawan B40 adalah strategi kepada pembangunan sesebuah negara kerana melibatkan penglibatan penuh golongan ini terhadap kesaksamaan dalam masyarakat termasuklah penyertaan dalam proses membuat keputusan dan akses kepada kuasa yang menjadi asas untuk mencapai pembangunan, kesaksamaan dan juga keamanan (Hazel &

Sally, 2000). Melalui pemerksasaan juga, mereka mendapat kuasa untuk membawa perubahan kepada sosio-ekonomi dan pembangunan sesebuah negara. Oleh itu, pemerksasaan dan keusahawanan saling melengkapi antara satu sama lain (Vijayalakshmi & Prajeetha, 2008). Hal ini kerana keusahawanan adalah satu medium untuk golongan B40 memperkasakan diri melalui peluang dan kebebasan yang diberikan kepada mereka (Geetha & Barani, 2012). Pemerksasaan B40 melalui bidang keusahawanan mampu meningkatkan ekonomi (meningkatkan pendapatan), kebaikan diri (bekerja dalam kumpulan, menyelesaikan konflik, bebas bergerak), keyakinan diri (lebih proaktif, mengambil risiko dan mempengaruhi orang lain) serta status sosial (imej positif, kesaksamaan gender, terlibat dalam kerja komuniti, terlibat dalam aktiviti politik dan terlibat dengan kumpulan yang terlibat dalam bidang keusahawanan).

2.0 PERMASALAHAN KAJIAN

Usahawan telah menyumbangkan peranan penting dalam sektor perniagaan dan perkembangan ekonomi negara. Pada masa kini, sebahagian usahawan adalah terlibat dengan perniagaan secara dalam talian dengan menggunakan pelbagai platform e-dagang. Keusahawanan adalah faktor penting dalam meningkatkan prestasi perniagaan dan meningkatkan usaha untuk memupuk kecekapan perniagaan (Park & Ahn 2016). Walaupun usahawan diketengahkan sebagai mempunyai sumbangan yang penting ke arah negara, bagaimanapun, kajian mengenai penyertaan digital usahawan masih kurang. Penggunaan teknologi maklumat khususnya internet adalah berkait rapat dengan perkembangan sosioekonomi dan perkara ini amat berpotensi terhadap transformasi sosial apabila memerlukan setiap individu untuk mempunyai akses. Penggunaan teknologi internet memberikan peluang yang lebih baik kepada para usahawan untuk mengembangkan strategi perniagaan mereka dan dengan itu mencipta reputasi perniagaan yang baik (Suriyani Muhamad et al., 2017). E-perniagaan boleh berkembang lebih daripada 100% jika strategi dan model perniagaan yang betul digunakan. Usahawan yang ingin meneroka e-perniagaan perlu mengkaji model perniagaan mereka untuk meletakkan keperluan dalam protokol e-perniagaan. Walau bagaimanapun, kebanyakan kajian terdahulu memfokuskan keusahawanan dari sudut sosial, cabaran, peluang dan inovasi (O'Connor & Ramos, 2006; Kraus et al., 2019) tanpa menitikberatkan elemen penyertaan digital yang boleh menjadi pemangkin kepada model keusahawanan digital. Justeru, artikel ini secara ringkasnya akan membuat tinjauan kajian lepas bagi mengenal pasti konsep berkaitan keterangkuman digital serta perkaitannya dengan usahawan B40.

3.0 METODOLOGI

Kajian ini menggunakan strategi 'tinjauan cepat' atau dikenali sebagai *rapid reviews*. Ulasan cepat adalah sejenis sintesis penyelidikan yang digunakan apabila gambaran keseluruhan bukti diperlukan dalam jangka masa yang singkat (Wright & Bragge, 2018). Ulasan cepat menumpukan pada hasil penyelidikan yang disintesis sebelumnya dan jika tidak dipenuhi, maka penyelidikan utama berkualiti tinggi atau terkini akan dipilih (Khangura, Konnyu, Cushman, Grimshaw, & Moher, 2012). Terdapat tiga sebab untuk tinjauan cepat digunakan bagi fokus kertas kerja ini.

Sebagai permulaan, ulasan dilihat sebagai unit terbaik untuk terjemahan pengetahuan kerana ia adalah jenis bukti terbitan yang dinilai tertinggi. Hasilnya, penemuan kajian lebih dipercayai dan boleh dipindahkan secara praktikal daripada kajian utama (Khangura, Konnyu, Cushman, Grimshaw, & Moher, 2012). Kedua, teknik tinjauan pantas memberikan

penyelidikan yang paling terkini dalam jangka masa yang singkat. Tinjauan pantas membolehkan perniagaan, amalan dan badan polisi diberitahu oleh bukti penyelidikan lebih awal, sedangkan tinjauan sistematik yang komprehensif lebih terperinci. Memandangkan kemajuan pesat dalam ICT dan penerapannya, ini sangat penting dalam bidang keterangkuman digital. Ketiga, walaupun deskripsi bukan menyeluruh dengan ruang yang terbatas, kaedah meninjau ulasan dan bukannya tertumpu kepada kajian utama akan memberikan penjelasan yang pelbagai dalam bentuk tingkah laku. Walaupun ini sangat luas, pembuat dasar dan pengamal sering menyatakan hasrat untuk menggambarkan keseluruhan bidang tertentu ketika mempertimbangkan pelbagai pilihan yang sedia ada.

3.1 Strategi pencarian

Strategi pencarian adalah sekumpulan istilah atau kata kunci utama yang digunakan untuk mencari pangkalan data. Bagi mendapatkan hasil yang tepat, strategi pencarian perlu menggabungkan komponen penting dalam persoalan carian. Pelantar Google Scholar, Mendeley, akhbar digital dan buku digunakan dalam melakukan pencarian komprehensif melalui pelbagai penerbitan daripada tahun 2012 sehingga 2021.

Pencarian untuk artikel yang berkaitan dimulakan dengan pengenalan kata kunci dan rentetan carian kata kunci (Tranfield et al. 2003). Kata kunci melalui rujukan silang, pembacaan artikel jurnal dan mencari tajuk dan abstrak dalam ABI / Inform menggunakan asas rentetan carian digital *incl * AND entrepre **. Rentetan carian kata kunci asas ini diambil dari "aspek" utama persoalan kajian iaitu keterangkuman digital dan usahawan. Kemudiannya, persoalan ini dibahagikan kepada beberapa aspek lain dan mengenal pasti kata kunci yang berkaitan dengan setiap aspek. Aspek-aspek tersebut merangkumi kekangan digital, B40, usahawan B40, usahawan luar bandar, pemerkasaan usahawan B40, bantuan usahawan digital, pembangunan PKS dan dasar keusahawanan digital. Kata kunci ini diterokai melalui kata kunci, tajuk, abstrak dan juga teks lengkap bagi mencapai tahap ketepuan kata kunci. Ini bertujuan mengenal pasti kata kunci yang relevan dan menjadikan proses yang digunakan eksplisit dan terbuka untuk digunakan kembali (David & Han, 2004).

Setelah melalui beberapa peringkat analisis ulasan dan sintesis, sebanyak 42 artikel daripada pelbagai jurnal dan kertas persidangan dikumpulkan bagi membincangkan mengenai keterangkuman digital dan usahawan B40.

4.0 DAPATAN DAN PERBINCANGAN

4.1 Golongan Usahawan B40 dan Aktiviti Keusahawanan

Golongan usahawan dalam kalangan B40 (isi rumah yang berpendapatan 40 peratus terendah iaitu RM3800 sebulan) yang benar-benar dapat menikmati kehidupan yang lebih lestari hasil daripada penglibatan mereka dalam aktiviti keusahawanan adalah amat kecil (Pingle, 2005). Di Malaysia, prestasi keusahawanan mikro banyak menghadapi pelbagai cabaran dan masalah yang mana ini amat memberikan implikasi terhadap produktiviti perniagaan mereka dan majoriti daripada mereka adalah *survivalist* (Nurbani et.al, 2011). Walau bagaimanapun, di Malaysia, bidang keusahawanan telah berkembang maju dan semakin ramai golongan B40 yang menceburkan diri dalam bidang keusahawanan (Thuaiabah et al. 2007). Kajian-kajian lepas telah membuktikan bahawa masyarakat terutamanya golongan wanita telah lama terlibat dalam aktiviti keusahawanan sama ada secara kecil-kecilan atau besar-besaran. Kebanyakan mereka terlibat dalam sektor perikanan, sektor pertanian, sektor perdagangan dan perniagaan serta lain-lain sektor dalam bidang perusahaan. Majoriti penglibatan masyarakat dalam aktiviti keusahawanan adalah untuk menjana pendapatan sampingan bagi

membantu meningkatkan pendapatan isi rumah kerana pendapatan yang diperoleh tidak mencukupi untuk perbelanjaan seisi keluarga. Antara bentuk keusahawanan yang dilakukan oleh golongan masyarakat adalah mengusahakan perniagaan ikan kering, membuat keropok, makanan ringan seperti kerepek, menjual kuih, membuka kedai runcit, menjadi peraih ikan dan menjadi peraih beras (Wan Abdul Kadir, 1974).

Selain itu terdapat juga kelompok yang terlibat dalam bahagian pemprosesan dan pengeluaran ikan, perdagangan dan pemasaran ikan, akuakultur dan terlibat dalam aktiviti yang tidak berkaitan dengan perikanan (Jahara, 1988). Penglibatan mereka dalam aktiviti pantai paling jelas dalam sektor pemprosesan hasil laut kerana hanya berskala kecil. Dalam industri besar pula, mereka bekerja di kilang memproses udang. Kajian Jahara juga menunjukkan bahawa ada isteri-isteri nelayan yang mempunyai kedai runcit, dan kebiasaannya kedai runcit tersebut dibuka oleh suami mereka dan tugas menjaga kedai runcit tersebut diserahkan kepada isteri kerana mereka tidak perlu turun ke laut untuk menangkap ikan. Kedai runcit dibuka di luar rumah mereka sendiri dan diusahakan secara kecil-kecilan sahaja. Mereka menjual ikan, sayur-sayuran dan barang-barang lain yang menjadi keperluan penduduk kampung. Kajian oleh Nor Hafizah et al. (2010) juga mendapati bahawa ada juga wanita dalam komuniti nelayan yang tidak terlibat dalam hal berkaitan dengan perikanan tetapi lebih menjurus kepada bidang pelancongan. Mereka menyediakan penginapan kepada pelancong iaitu rumah rehat untuk membolehkan para pelancong tinggal bersama mereka. Di samping menyediakan penginapan kepada para pelancong, golongan wanita ini juga terlibat dalam industri kraf tangan seperti membuat batik, menenun songket, membuat barangan logam dan membuat tikar. Isteri-isteri nelayan juga terlibat dalam perusahaan kecil-kecilan yang berdasarkan kepada produk marin seperti bebola ikan dan keropok ikan. Bukan itu sahaja, mereka juga terlibat dalam pemprosesan pembuatan mi kuning, membuat tofu, membuat kek, menghasilkan taueh dan juga menjahit.

Umumnya, faktor kejayaan seseorang usahawan adalah tertumpu kepada aspek individu usahawan serta aspek struktur dan persekitaran perniagaan (Martinelli, 1994). Aspek individu termasuklah ciri-ciri yang boleh membentuk sifat keusahawanan individu bagi memastikan kejayaan ialah gaya hidup dan budaya pergaulan seharian. Ciri peribadi seseorang usahawan terbentuk hasil daripada kesusahan hidup yang dilalui. Kesusahan ini pula akan membentuk satu perasaan ingin maju yang perlu dimiliki oleh seorang usahawan. Ini juga merangkumi kemampuan seseorang usahawan untuk menghadapi risiko, kebolehan mengawal diri, keyakinan serta sifat ingin berdikari (Delmar 2000). Selain itu, matlamat merupakan penentu utama kepada lahirnya sikap positif dalam diri usahawan untuk berjaya dan tidak mudah berpuas hati dengan kejayaan yang dicapai. Semua aspek individu usahawan tersebut adalah amat diperlukan dan perlu dimiliki oleh usahawan B40 untuk memungkinkan mereka berjaya dalam perniagaan.

Daripada aspek struktur dan persekitaran perniagaan pula, Martinelli (1994) percaya bahawa aspek budaya dan sokongan institusi boleh menggalakkan pembentukan usahawan. Ini disokong oleh Busenitz, Gomez dan Spencer (2002) bahawa faktor pengetahuan mengenai institusi, perundangan, cara memulakan perniagaan dan cara mendapatkan pinjaman amat mempengaruhi dalam pembentukan ilmu keusahawanan. Zuraini (2000) pula mendapati bahawa faktor yang mempengaruhi kejayaan usahawan dan prestasi perniagaan bumiputera ialah pengetahuan dalam perniagaan, sikap, motivasi untuk berjaya, serta pengetahuan tentang modal dan bahan input yang diperlukan. Latar belakang keluarga yang terlibat dalam perniagaan juga berhubungan secara positif dengan kejayaan seseorang usahawan (Norashidah Hashim, Norasmah Othman & Noraisah Buang 2009). Kajian juga ada mendapati bahawa pembiayaan modal merupakan aspek yang paling rumit dalam memulakan

perniagaan (Ang, 1991). Kekurangan pembiayaan merupakan punca utama sesebuah perusahaan kecil itu mengalami kegagalan disebabkan kurang berkemampuan untuk membeli dan menyelenggarakan kemudahan, mengambil pekerja, menghasilkan dan memasarkan produk (Megginson, 2000). Norsidah (1999) pula mendapati bahawa faktor kecukupan saiz modal mempunyai hubungan yang positif dengan kejayaan sesebuah perniagaan.

5.0 KESIMPULAN

Terdapat banyak kajian telah dibuat mengenai masyarakat dalam kelompok B40 dan keusahawanan namun kajian yang melihat kepada usahawan B40 dan keterangkuman digital dalam aktiviti keusahawanan adalah masih terhad. Usahawan B40 sememangnya mempunyai keupayaan dan kapasiti dalam menyumbangkan sumber tenaga, fikiran dan material kepada pembangunan negara. Perubahan persekitaran global dalam era revolusi industri 4.0 (IR 4.0) yang berlaku dengan pantas menuntut kerjasama semua pihak bagi menghadapi situasi mendatang yang tentunya lebih mencabar. Usahawan B40 juga tidak terlepas daripada berdepan dengan perubahan persekitaran global ini. Mahu atau tidak, cabaran yang menuntut perhatian dan penyelesaian harus ditangani sebaik mungkin. Hakikatnya, cabaran inilah yang membantu mendewasakan serta menjadikan mereka lebih berdikari dan berdaya tahan.

Selain pinjaman kewangan atau modal, khidmat latihan dan nasihat juga amat perlu kepada golongan usahawan B40. Ini kerana dengan adanya latihan yang betul dan mencukupi, pengetahuan serta kemahiran, peluang untuk memajukan sesuatu perniagaan dapat ditingkatkan sekaligus menjadikan mereka lebih berdaya saing dalam pasaran perniagaan yang semakin mencabar. Pihak kerajaan contohnya melalui Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM) disarankan agar menggiatkan lagi usaha dan mencari formula terbaik untuk membantu usahawan B40 khususnya kaum bumiputera. Langkah paling penting dan utama perlu dilakukan oleh kerajaan untuk membantu usahawan B40 ialah dengan membuat bancian bilangan mereka yang benar-benar berstatus usahawan B40 dan bilangan mereka yang terlibat dalam aktiviti keusahawanan di seluruh negara. Pengumpulan data amat perlu bagi memudahkan penyaluran sumber dan mengelakkan berlakunya pembaziran.

Persatuan Usahawan B40 di peringkat kawasan pula perlu diwujudkan dan memainkan peranan aktif agar setiap bentuk bantuan yang disalurkan tidak sia-sia begitu sahaja. Sekiranya mereka bersatu, peluang untuk membina rangkaian perniagaan dan perkhidmatan yang lebih luas akan lebih terbuka dan terjamin. Ini kerana, bagi menjana pendapatan yang mempunyai kesan pengganda yang tinggi, usahawan B40 perlu lebih kreatif dan cekap untuk membina jaringan pasaran. Penyelesaian bagi setiap permasalahan mampu untuk dirungkaikan kerana majoriti usahawan B40 menghadapi permasalahan yang hampir sama. Bersifat menyendiri bukanlah satu penyelesaian yang baik, mereka harus bangkit untuk memperjuangkan hak dan keperluan mereka kepada pihak kerajaan mahupun pihak-pihak lain. Manakala, masyarakat pula perlu lebih sensitif terhadap golongan ini kerana ianya melibatkan aspek kebajikan dan tanggungjawab bersama. Tuntasnya, usahawan B40 harus bersedia untuk berdepan dengan pelbagai cabaran dalam menghadapi perubahan persekitaran global. Usahawan B40 perlu lebih peka serta tahu menggunakan kemudahan ICT. Ini kerana usahawan B40 yang mempunyai pengetahuan untuk mengakses ICT sekaligus dapat meningkatkan kualiti hidup keluarga demi meneruskan kelangsungan hidup.

6.0 PENGHARGAAN

Artikel ini diterbitkan dan dibiayai oleh Skim Geran Penyelidikan Fundamental (FRGS) FRGS/1/2020/SS0/KUIS/02/2 daripada Kementerian Pengajian Tinggi (KPT).

RUJUKAN

- Ab. Aziz Yusof & Zakaria Yusof. 2004. *Prinsip Keusahawanan*. (2nd ed.). Petaling Jaya: Prentice Hall.
- Ahmad Firdause Md Fadzil & Mohd Rafi Yaacob. (2017). Psikologi usahawan: Peranan motivasi kepada penciptaan perniagaan baharu E-Dagang. *Journal of Business and Social Development*, 5(1), 49-59.
- Anandia Nurrohmah & Farah Alfanur. (2016). Adopsi e-commerce pada usaha mikro dan kecil di Bandung (Studi kasus subsektor fesyen). *E-Proceeding of Management*, 3(2),1120-1127.
- Ang, James S. (1991). Small Business Uniqueness and the Theory of Financial Management. *Journal of Small Business Finance*, 1 (1), 11-13
- Berita RTM. (2016). MATRADE-TPPA Suntik Semangat Usahawan Tempatan Tembusi Pasaran Antarabangsa. 5 Februari 2016. Published in Ekonomi. Dicapai daripada from: <https://berita.rtm.gov.my/index.php/ekonomi/2310-matrade-tppa-suntik-semangat-usahawan-tempatan-tembusi-pasaran-antarabangsa>
- Busenitz, L. W., Gomez, C. & Spencer, J. W. (2002). Country institutional profiles: Unlocking entrepreneurial phenomena. *Academy of Management Journal*, 43 (5), 994-1003.
- David, R.J., and Han, S.K. 2004. A systematic assessment of the empirical support for transaction cost economics. *Strategic Management Journal*, 25(1), 39.
- Delmar, F. 2000. The psychology of the entrepreneur. In S. Carter and D. Jones-Evans (eds.). *Enterprise and small business: Principles, practice and policy*, Harlow: Financial Times.
- Faradillah Iqmar Omar, Mohd Azul Mohd Salleh & Norazirawati Ahmad. (2020). *Keusahawanan Digital: Penggunaan dan Impak ICT*. Malaysia: Penerbit KUIS.
- Farhan Mat Arisah, Shamsul Azahari Zainal Badari & Ahmad Hariza Hashim. (2015). Amalan Pembelian Secara Atas Talian (Online) dan Faktor-Faktor Mempengaruhi. *19th MACFEA National Seminar 2015*.
- Geetha Sular 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.
- Gusniar Nurdin, Geraldine K.L. Chan, Sivapalan Selvadurai & Suraiya Ishak. (2014). Hubungan sosial dan perniagaan kecil-kecilan di Malaysia – Tingkah laku inovatif usahawan wanita atas talian. *Malaysia Journal of Society and Space*, 10 (6), 206 – 218.
- Hazel R. & Sally B. (2000). *Gender and Development: Concepts and Definitions*. Department for International Development (DFID): Institute of Development Studies.
- Hazura Mohamed, Hairulliza Mohamad Judi, Siti Fadzilah M. Noor & Zawiyah M. Yusof. (2012). Jurang Digital dan Pendidikan Luar Bandar: Tahap Literasi Teknologi

- Maklumat dan Komunikasi Pelajar. *Asia-Pacific Journal of Information Technology and Multimedia*, 1(2), e-ISSN:2289-2192.
- Jahara, Y. (1988). Fishery management and regulation in Peninsular Malaysia: Issues and constraints. *Marine Resource Economics*, 5, 83-98.
- Kamus Pelajar Bahasa Malaysia. Edisi kedua, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 1987.
- Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi. (2019). *Dasar Keusahawanan Nasional 2030*. Putrajaya: Kementerian Pembangunan Usahawan.
- Khangura, S., Konnyu, K., Cushman, R., Grimshaw, J., & Moher, D. (2012). Evidence summaries: The evolution of a rapid review approach. *Systematic Reviews*, 1 (10). doi: 10.1186/2046-4053-1-10
- Kraus, S., Carolin, P., Kailer, N., Lukas, F., Kallinger, F.L. & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 25(2), 353-375.
- M. Prawiro. (2020, Januari). *Pengertian Digital: Definisi, Sejarah, dan Manfaat Digitalisasi Bagi Manusia*. Dicapai daripada <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-digital.html>
- Malaysia, Suruhanjaya Syarikat. (2021, 15 Februari). *Skim Pendaftaran Perniagaan Prihatin (SPPP) Diperluas kepada Semua Usahawan dalam Kumpulan B40*. Dicapai daripada <https://www.ssm.com.my/Lists/Announcement/AnnouncementDetails.aspx?ID=225>
- Malhotra, A., Schuler S. R. & Boender, C. (2002). *Measuring Women's Empowerment as a Variable in International Development*. Washington, DC: World Bank.
- Martinelli, A. (1994). *Entrepreneurs and Management*. Dlm: *Sociology*. Princeton University Press, Princeton, NJ.
- Meggison, W. L., Byrd, M. J. & Meggison, L. C. (2000). *Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook*. Third Ed. Irwan McGraw-Hill. Boston.
- Muhammad Basir bin Roslan. (2020, 22 Julai). *Berniaga Jadi Pilihan untuk Jana Pendapatan Pasca PKP*. Bernama. Dicapai daripada <https://www.bernama.com/bm/rencana/news.php?id=1862947>
- Norashidah Hashim, Norsiah Othman & Noraishah Buang. (2009). Konsep Kesediaan Keusahawanan Berdasarkan Kajian Kes Usahawan Industri Kecil Dan Sederhana (IKS) di Malaysia. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 34 (1), 187-203.
- Norshahzura Mat Zuki. (2021, 21 April). *SSM Perkenal Skim Pendaftaran Perniagaan Prihatin*. Sinar Harian Online. Dicapai daripada [https://www.sinarharian.com.my/article/134617/BERITA/Nasional/SSM-perkenal-Skim-Pendaftaran-Perniagaan-Prihatin-\(SPPP\)](https://www.sinarharian.com.my/article/134617/BERITA/Nasional/SSM-perkenal-Skim-Pendaftaran-Perniagaan-Prihatin-(SPPP))
- Nur Hafizah Yusoff & Rahimah Abdul Aziz. (2010). Kelestarian Langkawi geopark: Penglibatan komuniti Kuala Teriang. *Akademika*, 78, 95-101.
- Norsidah Ahmad. (1999). Factors Affecting Business Performance of Malay Women Entrepreneurs in the Klang Valley. *Tesis Sarjana*. Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang

- Nurbani, H., Chin, S. T. S., Yeow, J.A. & Noor Asyikin. 2011. Financial constraints and opportunities of micro enterprise entrepreneurs: A theoretical framework. *International Conference on Business and Economics Research, 1*, 165-168.
- O'Connor, A. & Ramos, J.M. (2006). Empowering entrepreneurship through foresight and innovation: developing a theoretical framework for empowerment in enterprise programs. *Journal of Developmental Entrepreneurship, 11*(03), 207-231.
- Park, J.H. & Ahn, T.U. (2016). A Study on the Influence of Young Entrepreneurs' Entrepreneurship and Entrepreneurial preparation upon the Entrepreneurial Performance: Centered on Mediated Effect of Entrepreneurial infra system using. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, 11* (1), 39-47.
- Pingle, V. (2005). Faiths, equity and development. *Background Paper World development report 2006*. Washington D.C.: The World Bank.
- Shahar, F. H. (2013). *Awas Jerat Internet*. Berita Harian. Kuala Lumpur, Malaysia: Berita Harian. 23 August 2013.
- Siti Masayu Rosliah Abdul Rashid. (2016). Keupayaan ICT dalam Meningkatkan Pencapaian Usahawan Wanita: Satu Kajian Kes Usahawan Luar Bandar di Malaysia. *Journal of Social Sciences and Humanities, 11*(2), 78-103.
- Solava & Sabina. 2007. *Agency & empowerment: A proposal for internationally comparable indicators*. Dlm. OPHI WP Series.
- Suriyani Muhamad, Noraida Ali, Masita@Masila Abdul Jalil, Mustafa Man & Suhairi Kamarudin (2017). A sustainable e-business model for rural women: a case study. *Journal of Sustainability Science and Management Special Issue Number 3*, 165-178.
- Thuaibah@Suaibah, A. B., Azlah, M. A., Rozeyta, O., Hishamuddin, M. S., & Syaharizatul Noorizwan, M. 2007. Penglibatan Kaum Wanita Dalam Aktiviti Keusahawanan Di Negeri Johor: Kajian Terhadap Faktor-Faktor Kritikal Kejayaan. *Tesis*. 183.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management, 14* (3), 207.
- Vijayalakshmi, G & Prajeetha, B. (2008). Empowerment of Women through Entrepreneurship. Dlm. L Rathakrishnan (ed.), *Empowerment of Women through Entrepreneurship*. New Delhi: Gyan Publishing House.
- Wan Abdul Kadir Wan Yusoff. (1974). *Kajian sosio-ekonomi komuniti nelayan dan petani*. Pulau Pinang: USM.
- Wright, B., & Bragge, P. (2018). Interventions to promote healthy eating choices when dining out: A systematic review of reviews. *British Journal of Health Psychology, 23*, 278-295.
- Zaleha Yazid, Che Aniza Che Wel & Nor Asiah Omar. (2016). Persepsi Mahasiswa Terhadap Urusan Pembelian Atas Talian. *Jurnal Personalia Pelajar, 19*(2),17-25.
- Zuraini Zakaria. (2000). Faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan usahawan Bumiputera di kawasan Sungai Petani Kedah dalam memajukan perniagaan mereka. *Projek Sarjana Muda*, UTM, Skudai: Universiti Teknologi Malaysia.