

## POLA PENGGUNAAN INTERNET DALAM KALANGAN USAHAWAN WANITA MODEN

**Faradillah Iqmar Omar**

*faradillah@kuis.edu.my*

Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor

**Samsudin A.Rahim**

*samsudinukm@gmail.com*

### ABSTRAK

Kemajuan Internet telah membawa peluang-peluang baru untuk perkongsian pengetahuan dan pengumpulan pengetahuan terhadap masyarakat lelaki dan wanita. Internet boleh menyediakan peluang tanpa batasan untuk pembangunan ekonomi dan penglibatan sosial melalui alat dan pemikiran inovatif baru. Kajian ini bertujuan untuk meninjau pola penggunaan Internet dalam kalangan usahawan wanita moden, sesuai dengan fenomena perniagaan dalam talian yang memuncak masa kini. Kaedah kuantitatif secara tinjauan telah dilakukan terhadap 402 orang usahawan wanita yang menjalankan perniagaan secara dalam talian (*online*). Dua kaedah tinjauan digunakan iaitu secara temu bual bersemuka dan secara pengisian dalam talian dengan pelbagai aplikasi Internet. Kajian ini juga mentakrifkan penggunaan internet sebagai keupayaan dan pengalaman responden menggunakan internet dengan pengukuran merangkumi aspek kekerapan mengakses aplikasi internet, kemahiran menggunakan internet dan motivasi responden dalam menggunakan internet juga turut dikenal pasti dalam kajian ini. Hasil dapatan memperlihatkan bahawa aplikasi yang sering diakses dan digunakan adalah aplikasi yang menjadi perhatian ramai seperti *WhatsApp*, *Facebook* dan *Instagram*. Responden juga mempunyai kemahiran dan bermotivasi menggunakan Internet dalam kadar yang tinggi. Jelas, ini menunjukkan bahawa usahawan wanita moden sangat bergantung kepada penggunaan Internet dalam urusan perniagaan mereka dengan tahap kemahiran dan motivasi yang tinggi.

**Kata kunci:** *Penggunaan internet, kemahiran, motivasi, usahawan wanita moden*

### 1. PENGENALAN

Masyarakat hari ini telah didedahkan dengan teknologi maklumat terkini yang pantas dan menjadi satu bahagian yang diperlukan dalam masyarakat moden dan kehidupan seharian. Kemajuan dalam informasi global menyumbang terhadap permintaan media baru dan penggunaan gabungan media di setiap rumah. Terdahulu, menurut Melody (2007) perkembangan dan perkhidmatan ICT seperti internet, telefon bimbit, perbankan internet dan sebagainya telah mengubah bagaimana ilmu itu diperolehi dan digunakan. Menurut Khan (2002), maklumat adalah pusat, konstitusi dan keutamaan dari kehidupan manusia yang wujud semula jadi dalam hubungan antara peribadi, pengeluaran ekonomi, budaya dan masyarakat. Justeru, teknologi maklumat membolehkan manusia untuk melakukan lebih banyak perkara dengan maklumat yang boleh mereka nyatakan, iaitu seperti untuk

menyimpan, menghantar, mengeluarkan semula, dan mengubahnya. Semua teknologi dikatakan dapat menyajikan maklumat kepada pemerhati yang berpengetahuan.

Dewasa ini, perniagaan secara dalam talian telah mencetuskan fenomena yang luar biasa apabila lambakan dan kewujudan jenama-jenama fesyen yang popular menerusi laman-laman sesawang dan media sosial. Perniagaan seumpama ini juga rata-ratanya dimonopoli oleh kaum wanita. Justeru, mereka ini adalah layak dikenali sebagai usahawan wanita moden yang sangat aktif dan produktif mempromosikan produk menerusi Internet. Golongan usahawan adalah pemangkin dalam proses pembangunan ekonomi sesebuah negara. Mereka dianggap sebagai golongan yang sanggup menanggung risiko dan sentiasa berusaha untuk melakukan inovasi (Nor Aini 2003). Justeru, usahawan dalam kajian ini memfokuskan kepada usahawan wanita yang dilihat mampu berdaya saing seiring dengan perkembangan teknologi. Hal ini kerana wanita juga memainkan peranan yang besar apabila mereka menceburkan diri dalam bidang pekerjaan yang profesional mahupun sebagai seorang suri. Wanita tidak terlepas daripada berdepan dengan pendedahan teknologi baru dan ini sememangnya memberi peluang kepada golongan wanita untuk lebih maju di masa hadapan dalam pelbagai bidang khususnya keusahawanan.

Justeru, penggunaan internet boleh dijadikan pemangkin dalam memperkasakan usahawan wanita biar apa pun bidang pekerjaan mereka. Jelas, keusahawanan atas talian di Malaysia kini semakin terkenal dalam kalangan usahawan wanita di Malaysia, khususnya dalam perniagaan yang berbentuk secara kecil-kecilan. Justeru, penggunaan Internet merupakan salah satu perkara asas bagi usahawan wanita untuk mencipta, memula dan meneruskan aktiviti keusahawanan mereka secara atas talian. Artikel ini secara khusus akan meninjau pola penggunaan Internet dalam kalangan usahawan wanita moden bagi mengenal pasti bagaimanakah corak penggunaan Internet mereka membantu perniagaan dalam talian yang dijalankan?

Secara spesifik, kajian ini bertujuan untuk mencapai objektif berikut:

- 1) Mengetahui pola penggunaan internet dalam kalangan usahawan wanita moden.

Persoalan kajian:

- 1) Apakah pola penggunaan Internet usahawan wanita moden?

## **2. SOROTAN LITERATUR**

### **2.1.1 Penggunaan Internet**

Penggunaan Internet dewasa ini memberikan impak yang besar terhadap kehidupan masyarakat. Kepesatan perkembangan aplikasi Internet menerusi telefon pintar serta media sosial yang baru mempengaruhi sistem komunikasi hari ini. Penggunaan teknologi ini mempercepat dan memudahkan urusan komunikasi serta pelbagai aspek yang merangkumi sosial, ekonomi dan politik amnya.

Pada dasarnya, penggunaan Internet bergantung kepada beberapa faktor seperti yang dijelaskan oleh van Dijk (2005) iaitu bergantung kepada keupayaan untuk mengakses. Terdahulu, faktor akses telah menjadi punca kepada berlakunya jurang digital. Namun begitu, dengan kepantasan perkembangan Internet ia membolehkan pengguna mengakses jaringan Internet dengan mudah namun bergantung juga dengan motivasi dan kemahiran menggunakannya. Membincangkan penggunaan Internet dalam kalangan masyarakat maklumat, Warschauer (2003) telah memperkenalkan sumber digital sebagai salah satu sumber yang perlu ada dalam kalangan pengguna bagi mewujudkan masyarakat maklumat. Sumber digital ini penting bagi melihat sejauh mana penyertaan digital pengguna dalam

memahami kandungan Internet itu sendiri serta memperoleh manfaat daripadanya. Penyertaan digital yang merangkumi pelbagai aspek seperti sumber dan komunikasi telah mencetuskan fenomena keusahawanan Internet. Perniagaan atas talian ini dilihat mampu memperkasakan usahawan khususnya golongan wanita. Ini bersesuaian dengan kaum wanita pada hari ini yang lebih celik IT dan tergolong lam kelompok masyarakat maklumat. Malah, menurut Rahmah dan Nor Aini (2006), perusahaan yang kurang fokus dan ketinggalan dalam penyediaan kemudahan komputer dianggap tidak membangun dan jurang digital dialami oleh kebanyakan usahawan wanita sehingga menjejaskan prestasi perniagaan mereka. Oleh itu, Internet sebagai media teknologi komunikasi yang baru telah menarik perhatian pengkaji komunikasi.

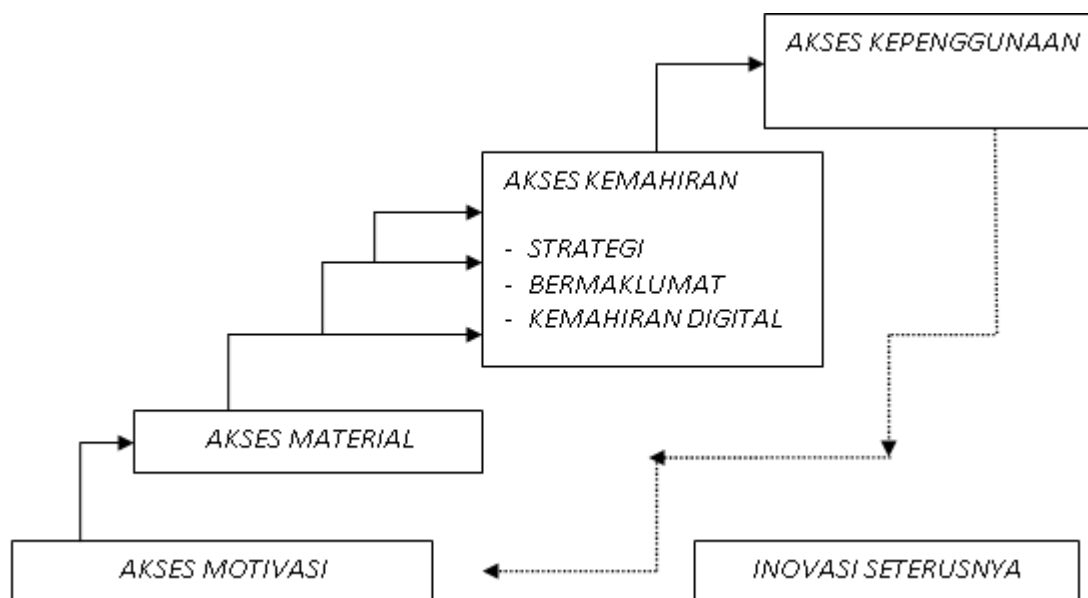
Penggunaan Internet adalah berkait rapat dengan perkembangan sosio-ekonomi dan perkara ini amat berpotensi terhadap transformasi sosial apabila menghendaki setiap individu mempunyai akses. Sehubungan itu, Wellman et.al (2001) pula menjelaskan bahawa Internet kini telah menjadi suatu praktis rutin dalam kehidupan seharian (Vergeer & Pelzer 2009). Kewujudan pelbagai media baru dalam infrastruktur Internet seperti blogs, Internet radio, forum dalam talian, berita dalam talian dan seumpamanya adalah disebabkan oleh perkembangan ICT yang pesat di mana media baru ini merubah bentuk semula jadi masyarakat serta pemahaman tentang erti sebenar manusia. Menurut Leung (2010), teknologi merupakan satu portal yang membolehkan pengguna berinteraksi mendapatkan maklumat dan hasil kajian menunjukkan bahawa literasi maklumat serta rangkaian Internet mempunyai hubungan yang signifikan dengan kualiti hidup masyarakat. Di sini, jelas menunjukkan bahawa teknologi memainkan peranan penting dalam aktiviti komunikasi masyarakat yang dilihat mampu menambah baik kualiti hidup yang merangkumi aspek sosial, ekonomi, politik, pendidikan, budaya serta proses demokrasi sama ada di peringkat dalaman atau global dari segi akses, kesamarataan dan keselamatan (Taylor & Marshall 2010). Ringkasnya, teknologi digital Internet dapat membawa perubahan terhadap institusi dan juga sikap masyarakat.

Sehubungan itu, Menurut Seo et.al (2010), faktor-faktor baru seperti kemahiran, pengurusan tempat kerja, ICT dan pengetahuan menjadi sangat penting dalam dunia ekonomi moden. Dengan perkembangan teknologi dan sistem maklumat ini, ia memberikan impak terhadap pelbagai proses perniagaan dalam organisasi. Jelasnya, penggunaan Internet telah menjadi semakin penting dalam pengurusan organisasi agar menjadi lebih efisien dan produktif. Ini selari dengan pendapat oleh Leung (2009) yang menyatakan bahawa teknologi dikatakan sebagai alat untuk penyelidikan, pengurusan dan menyampaikan maklumat. Susulan itu, Litt (2013) menyatakan terdapat pengkaji-pengkaji terdahulu yang mendapati pengalaman menggunakan Internet dan teknologi mempengaruhi tahap kemahiran dengan melihat kepada tempoh dan jangka masa yang diperuntukkan oleh individu dalam menggunakannya. Dapatan ini selari dengan pendapat oleh van Deursan dan van Dijk (2010) yang menyatakan bahawa kemahiran menggunakan Internet sebagai sesuatu yang sangat perlu dan penting dalam masyarakat kontemporari.

Menurut NITA (2011), Internet merupakan satu medium yang hebat untuk inovasi, perkembangan ekonomi dan komunikasi. Ia menjadi tulang belakang kepada infrastruktur digital yang global. Internet dianggap sebagai pemangkin utama dalam proses transformasi. Ini berpunca daripada anggapan bahawa Internet adalah penggalak kepada peningkatan dalam kecekapan, ketelusan, integriti dan kebolehpercayaan sesebuah organisasi (Lai, 2008). Sementara itu, Moy (2005) mendefinisikan penggunaan Internet sebagai masa yang digunakan melayari Internet yang secara dasarnya meletakkan fokus terhadap penggunaan Internet berdasarkan jam dan tempoh menggunakannya. Sehubungan itu, menurut Munir (2008) dalam Likhu Puspa (2014) menyatakan dari segi penggunaan, Internet dapat digunakan sebagai media pembelajaran dengan perinciannya iaitu sebagai media

pembelajaran, media untuk mencari maklumat, memotivasikan dan perkara-perkara lain yang berkaitan pembelajaran. Sementara itu, EPOSS (2008) mendefinisikan penggunaan Internet sebagai hubungan atau capaian, aplikasi, integrasi dan keupayaan untuk berkomunikasi.

Dalam kajian ini, penggunaan Internet ditinjau dengan beberapa dimensi seperti kekerapan mengakses aplikasi Internet, kemahiran menggunakan Internet dan motivasi menggunakan Internet dalam kalangan usahawan wanita.



**Rajah 1: Model kumulatif dan rekursif turutan jenis-jenis akses kepada teknologi digital.**

Sumber: Van Dijk, 2005

### 3. KAEDAH KAJIAN

Dalam kajian ini, pengkaji telah menggunakan dua kaedah tinjauan iaitu melalui tinjauan secara temu bual bersemuka dan tinjauan melalui atas talian. Menurut Babbie (2013), penggunaan kaedah tinjauan adalah satu cara pengumpulan data yang dianggap terbaik dalam sesuatu kajian sains sosial kerana kaedah ini berupaya memberikan penjelasan yang tepat untuk mewakili satu populasi yang besar. Sampel bagi kajian ini adalah terdiri daripada 402 usahawan wanita Melayu moden yang menjalankan perniagaan secara atas talian sahaja. Jumlah ini adalah bersesuaian kerana seperti yang ditekankan oleh Cohen (1969) dalam Fauzi, Jamal dan Mohd Saifoul (2014) penentuan saiz sampel yang diperlukan adalah dengan saiz populasi dengan 95 peratus aras keyakinan bagi margin ralat lima peratus. Pemilihan usahawan wanita Melayu moden ini adalah kerana mereka merupakan golongan majoriti yang menjalankan perniagaan secara kecil-kecilan dengan aktif di atas talian.

#### 3.1 Ujian Kebolehpercayaan

Jadual 1 menunjukkan indeks kebolehpercayaan ketekalan dalaman alat ukuran. Secara keseluruhannya, indeks kebolehpercayaan ketekalan dalaman bagi pemboleh ubah

menunjukkan ukuran yang baik. Kajian ini menunjukkan nilai yang diperoleh bagi indeks kebolehppercayaan ketekalan dalaman mempunyai kesahihan yang tinggi.

**Jadual 1: Indeks kebolehppercayaan Ketekalan Dalaman Alat Ukuran**

Pemboleh ubah (Ukuran)	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> ( $\alpha$ )		
	Pra Ujian	Kajian Sebenar	Bil Item
Penggunaan Internet	0.56	0.73	17

#### 4. DAPATAN KAJIAN

##### 4.1 Profil Demografi

Majoriti responden adalah terdiri daripada usahawan wanita yang berumur di antara 27 - 33 tahun iaitu sebanyak 46 peratus, diikuti dengan kategori umur 22 – 26 tahun iaitu sebanyak 30 peratus. Sebanyak 13 peratus pula adalah dari kategori umur 34 – 39 tahun dan sebanyak 7 peratus adalah dari kategori umur 40 tahun ke atas. Manakala 5 peratus lagi adalah terdiri daripada kategori umur 18 – 21 sebagai kumpulan yang minoriti.

Dari segi kelulusan akademik, didapati bahawa majoriti daripada responden merupakan mereka yang mendapat pendidikan di peringkat Ijazah dengan jumlah sebanyak 23 peratus. Manakala mereka yang berpendidikan di peringkat Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) dan Sarjana adalah sebanyak 14 peratus dan 12 peratus masing-masing. Terdapat juga sebanyak 1 peratus daripada responden yang berpendidikan setakat Penilaian Menengah Rendah (PMR) sahaja. Justeru, dapatan kajian menunjukkan bahawa mereka yang mempunyai pendidikan di tahap yang tinggi lebih cenderung menceburkan diri ke dalam dunia perniagaan.

Dari segi pendapatan, majoriti responden (27 peratus) memperoleh pendapatan kurang daripada RM1000. Ini berikutan majoriti responden juga menjalankan perniagaan secara separuh masa dan menjadikan hasil pendapatan daripada perniagaan ini sebagai sumber pendapatan sampingan. Sementara itu, terdapat sebanyak 21 peratus responden pula memperoleh pendapatan antara RM1001 hingga RM3500 dan 12 peratus pula memperoleh pendapatan antara RM3501 – RM9000. Manakala sebanyak 25 peratus responden lagi memperoleh pendapatan antara RM9001 – RM15,000 dalam tempoh satu bulan. Selebihnya sebanyak 14 peratus responden berpendapatan RM15,001 dan ke atas. Sila rujuk Jadual 2 untuk keterangan lanjut.

**Jadual 2: Profil Demografi – Akademik, Status Perkahwinan, Pekerjaan terakhir (N=402)**

Demografi	Kekerapan	Peratusan
<b>Umur</b>		
18 - 21	20	5
22 - 26	119	30
27 - 33	185	46
34 - 39	52	13
40 ke atas	26	7

<b>Kelulusan Akademik</b>		
PMR	5	1
SPM	56	14
Diploma	94	23
Ijazah	197	49
Sarjana	50	12

<b>Pendapatan (sebulan)</b>		
kurang RM1000	109	27
RM1001 – 3500	80	21
RM3501 – RM9000	50	12
RM9001 – RM15,000	100	25
lebih RM15,001	58	14

## 4.2 Pola Penggunaan Internet

Kajian ini mentakrifkan penggunaan Internet sebagai keupayaan dan pengalaman responden menggunakan Internet dengan pengukuran merangkumi aspek kekerapan mengakses aplikasi Internet, kemahiran menggunakan Internet dan motivasi responden dalam menggunakan Internet juga turut dikenal pasti dalam kajian ini.

Jadual 3 menunjukkan pola penggunaan Internet dalam kalangan usahawan wanita moden. Majoriti responden sebanyak 46 peratus telah menggunakan Internet melebihi tempoh 10 tahun. Bagi tempoh penggunaan dalam seminggu pula, majoriti responden sebanyak 32 peratus menggunakan Internet melebihi tempoh masa 29 jam. Ini jelas menunjukkan bahawa responden menggunakan Internet dengan kekerapan yang tinggi dalam masa satu minggu. Walau bagaimanapun, sebilangan responden juga iaitu sebanyak 17 peratus hanya menggunakan Internet kurang dari 7 jam dalam masa satu minggu. Selain itu, 52 peratus responden juga mengakses Internet melalui talian berbayar seperti Maxis, Celcom, Digi dan seumpamanya. Terdapat juga sebahagian yang menggunakan WiFi dan talian pra-bayar iaitu sebanyak 31 dan 17 peratus.

**Jadual 3: Pola Penggunaan Internet**

<b>Penggunaan Internet</b>	<b>Kekerapan</b>	<b>Peratusan</b>
<b>Tempoh</b>		
Kurang dari 3 tahun	42	10
4 - 5 tahun	67	17
6 - 7 tahun	61	15
8 - 9 tahun	48	12
Lebih dari 10 tahun	184	46
<b>Tempoh (seminggu)</b>		
Kurang dari 7 jam	70	17
8 - 14 jam	117	29
15 – 21 jam	57	14
22 - 28 jam	30	8
Lebih dari 29 jam	128	32
<b>Cara Akses</b>		
Wifi	124	31
Berbayar	210	52

Pra-bayar	67	17
Lain-lain	1	1

#### 4.2.1 Akses aplikasi Internet

Hasil kajian menunjukkan bahawa aplikasi *WhatsApp* merupakan aplikasi yang paling kerap digunakan oleh responden dengan skor min sebanyak 4.64 (SP = .77). Ia merupakan satu aplikasi di telefon pintar dengan menggunakan Internet yang memberi kemudahan dan kepantasan maklumat dalam berkomunikasi. Kekekapan responden juga berada di paras yang tinggi dalam mengakses aplikasi *Intagram* iaitu dengan skor min sebanyak 4.18 (SP = 1.22). *Facebook* juga kerap diakses oleh majoriti responden dengan skor min sebanyak 4.12 (SP = 1.14). Selain itu, responden juga turut mengakses e-mel bagi urusan perniagaan mereka dengan skor min sebanyak 3.67 (SP = 1.30).

Sementara itu, terdapat beberapa aplikasi Internet lain yang mempunyai kekekapan yang rendah. Ini jelas dilihat daripada data kajian iaitu aplikasi seperti *WeChat* adalah tidak kerap digunakan oleh responden dengan skor min 2.24 (SP = 1.36). Responden juga menyatakan bahawa mereka mengakses lain-lain aplikasi seperti *Twitter* dan *Telegram* namun ia berada pada tahap kekekapan yang rendah. Ini dapat dilihat dengan skor min 1.36 (SP = .90). Aplikasi *Line* juga tidak kerap diakses apabila mencatatkan skor min yang rendah iaitu sekadar 1.57 (SP = 1.02). Dapatan kajian ini memperlihatkan bahawa aplikasi yang sering diakses dan digunakan adalah aplikasi yang menjadi perhatian ramai seperti *WhatsApp*, *Facebook* dan *Instagram*. Dengan ini, dapat dinyatakan bahawa potensi untuk mempromosikan produk atau perkhidmatan perniagaan adalah lebih besar impaknya apabila menggunakan aplikasi tersebut. Sila rujuk Jadual 3 untuk butiran lanjut.

**Jadual 3: Akses aplikasi Internet (N=402)**

Item	1	2	3	4	5	Min	Sisihan Piawai
	Peratus						
<b>Akses aplikasi Internet (dalam seminggu)</b>							
Facebook	6	4	11	29	50	4.12	1.14
Instagram	8	4	9	21	58	4.18	1.22
WhatsApp	2	2	3	18	76	4.64	.77
WeChat	43	20	17	9	10	2.24	1.36
Line	70	15	9	4	3	1.57	1.02
Emel	10	9	18	29	34	3.67	1.30
Lain-lain	83	6	6	3	3	1.36	.90

1= sangat tidak kerap, 2=tidak kerap, 3=sekali sekala, 4=kerap, 5=sangat kerap

#### 4.2.2 Kemahiran menggunakan Internet

Kemahiran menggunakan Internet merupakan salah satu dimensi penggunaan Internet yang perlu dikaji hasil daripada kewujudan jurang digital. Tahap kemahiran individu menggunakan Internet dalam kajian ini perlu diukur bagi melihat pengaruhnya terhadap penyertaan digital. Jadual 4 menjelaskan tentang penggunaan Internet yang berhubung dengan kemahiran menggunakan Internet dalam kalangan responden. Hasil kajian mendapati responden mempunyai kemahiran yang tinggi dalam menggunakan e-mel (min = 4.35, SP = .74), berinteraksi dan melayari media sosial (min = 4.40, SP = .70) dan mencari maklumat melalui enjin pencarian (min = 4.40, SP = .73).

Selain itu, responden juga berkemahiran dalam aktiviti memuat naik dan memuat turun dokumen dengan aplikasi Internet (min = 4.29, SP = .79) serta memuat naik dan turun video (min = 4.24, SP = .81). Data menunjukkan bahawa responden pada hari ini telah mempunyai kemahiran menggunakan Internet, justeru tidak lagi wujud permasalahan kurang kemahiran atau tiada kemahiran yang boleh dijadikan sebagai faktor utama dalam jurang digital Internet. Dapatan kajian juga memperlihatkan skor min bagi setiap item berada di tahap yang tinggi dan ini memperjelaskan bahawa dengan kemahiran yang ada dapat merapatkan jurang digital sejurus memperhebatkan lagi penggunaan Internet dalam kalangan pengguna khususnya golongan wanita. Jadual 4 memberi penjelasan taburan dengan lebih lanjut.

**Jadual 4 Kemahiran menggunakan Internet (N=402)**

Item	1	2	3	4	5	Min	Sisihan Piawai
	Peratus						
<b>Kemahiran menggunakan Internet</b>							
E-mel	1	1	10	40	49	4.35	.74
Media sosial	0	1	9	40	51	4.40	.70
Enjin pencarian	0	2	8	38	52	4.40	.73
Muat naik/turun dokumen	1	2	12	39	46	4.29	.79
Muat naik/turun video	0	3	14	40	44	4.24	.81

1= sangat tidak mahir, 2=tidak mahir, 3=seederhana mahir, 4=mahir, 5=sangat mahir

#### 4.2.3 Motivasi menggunakan Internet

Untuk mengenal pasti tahap motivasi responden terhadap penggunaan Internet, sebanyak 5 item telah dikemukakan bagi mendapatkan persepsi responden. Soalan dibentuk dengan menggunakan skala Likert bagi mengenal pasti persepsi responden terhadap setiap item. Hasil kajian mendapati semangat untuk mendapatkan maklumat terkini merupakan faktor motivasi utama kepada responden menggunakan Internet dengan skor min sebanyak 4.39 (SP = .66).

Responden juga tidak bimbang terhadap pencurian maklumat dan data peribadi di Internet dan ini tidak menjejaskan motivasi mereka untuk menggunakan Internet. Skor min bagi item ini adalah sebanyak 1.76 (SP = .72). Walau bagaimanapun, responden tidak berasa



ketinggalan sekiranya mereka tidak melayari Internet berdasarkan catatan skor min 1.80 (SP = .87). Sementara itu, hubungan dengan rakan menjadi semakin baik melalui Internet mencatatkan skor min sebanyak 3.95 (SP = .91) dan ini memungkinkan responden semakin bermotivasi untuk menggunakan Internet. Sememangnya tidak dinafikan bahawa Internet telah menjadi salah satu alat komunikasi yang menghubungkan para pengguna terutamanya melalui alam maya (EPOSS 2008). Jadual 5 menjelaskan dengan lebih lanjut butiran motivasi menggunakan Internet oleh responden kajian.

**Jadual 5: Motivasi menggunakan Internet (N=402)**

Item	1	2	3	4	5	Min	Sisihan Piawai
	Peratus						
<b>Motivasi menggunakan Internet</b>							
Semangat untuk dapat maklumat terkini	0	1	9	43	49	4.39	.66
*Berasa ketinggalan tanpa Internet	0	0	19	43	39	1.80	.73
*Bimbang terhadap pencurian maklumat	0	0	17	42	41	1.76	.72
*Kos yang tinggi	0	0	34	47	18	2.16	.71
Hubungan rakan semakin baik	1	5	24	39	31	3.95	.91

1= sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3=sederhana setuju, 4=setuju, 5=sangat setuju

\* Skor bagi item-item negatif ini telah dikodkan semula, di mana respons “Tidak Setuju” dan “Sangat Tidak Setuju” kepada pernyataan negatif diberi skala yang tinggi.

## 5. KESIMPULAN

Kebanyakan responden telah menggunakan Internet melebihi tempoh satu dekad. Mereka juga berkemahiran tinggi dan bermotivasi menggunakan Internet. Sejarar itu, penggunaan Internet telah dijadikan asas atau penggerak kepada usahawan wanita untuk memulai dan meneruskan aktiviti keusahawanan mereka. Dapat dinyatakan di sini melalui penggunaan Internet seperti laman web, media sosial dan aplikasi Internet membolehkan usahawan wanita menjalankan perniagaan atas talian. Hasil kajian menunjukkan kekerapan responden mengakses beberapa aplikasi Internet berada di tahap yang tinggi. Daripada 402 jumlah keseluruhan responden, sebanyak 50 peratus responden mempunyai kekerapan yang tinggi dalam melayari Facebook untuk tempoh satu minggu. Namun, aplikasi WhatsApp telah menjadi satu aplikasi yang paling digemari oleh responden dengan jumlah sebanyak 76 peratus yang mengakses. Selain daripada kekerapan mengakses aplikasi ini, kemahiran dan motivasi menggunakan Internet juga turut dikaji bagi melihat fenomena penggunaan Internet pada hari ini.

Majoriti responden dalam kajian ini menyatakan bahawa mereka mempunyai kemahiran dalam menggunakan Internet seperti penggunaan e-mel, melayari media sosial, pencarian maklumat di enjin pencarian seperti Google dan Yahoo! serta memuat naik dan turun dokumen dan video. Kemahiran menggunakan internet adalah perlu bagi menjalankan aktiviti atas talian khususnya perniagaan. Dapatan ini selari dengan pendapat oleh van Deursan dan van Dijk (2010) yang menyatakan bahawa kemahiran menggunakan internet

sebagai sesuatu yang sangat perlu dan penting dalam masyarakat kontemporari. Ini berikutan dengan lambakan maklumat di Internet serta kebergantungan pengguna terhadap sumber maklumat yang semakin meningkat. Justeru, kursus-kursus pengendalian Internet dan ICT sewajarnya diadakan bagi memantapkan kemahiran menggunakan Internet. Selain itu, dengan kemahiran menggunakan Internet juga dapat mengelakkan pengguna daripada terus ketinggalan dalam arus globalisasi teknologi masa kini.

Sementara itu, faktor motivasi juga memainkan peranan penting dalam mempengaruhi pengguna untuk terus melayari Internet bagi pelbagai tujuan. Secara umumnya, kajian ini menunjukkan bahawa majoriti responden tidak berhadapan dengan masalah untuk mengakses, mempunyai kemahiran yang tinggi serta motivasi yang kuat untuk terus melibatkan diri dalam penggunaan Internet. Jelas, responden dapat menggunakan Internet sepenuhnya yang dijadikan sebagai sumber pencarian maklumat. Dapatan ini selari dengan kajian Syed Shah Alam et.al (2011) yang mendapati bahawa usahawan wanita sememangnya tidak berhadapan dengan kekangan kemahiran dalam menjalankan perniagaan mereka dan ini menunjukkan bahawa telah ramai usahawan wanita mempunyai kemahiran berniaga yang mendorong kepada kejayaan.

Cadangan kajian pada masa hadapan adalah untuk meninjau aspek hubungan penggunaan Internet dengan pemerksaan usahawan wanita dalam talian. Ini bagi mengenal pasti pengaruh Internet yang dilihat mampu memperkasakan usahawan wanita moden alaf baru dalam mendepani cabaran ekonomi semasa serta kemajuan perniagaan yang diusahakan.

## RUJUKAN

- Babbie, E. (2001). *The practice of Social Research*. United States: Wadsworth Thomson Learning.
- European Technology Platform on Smart System Integration (EPOS). (2008). *Beyond RFID – The Internet of Things*.
- Fauzi Hussin, Jamal Ali & Mohd Saifoul Zamzuri Noor. (2014). *Kaedah Penyelidikan dan Analisis Data SPSS*. Sintok: Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Khan, F. (2002). *Information Society in Global Age*. New Delhi: A.P.H. Publishing Corporation.
- Lai, K.P, Robert Jeyakumar Nathan, Tan, K.S, & Chan, B.B. (2010). Effect of innovation to the success of female entrepreneurs. *Journal of Innovation Management in Small and Medium Enterprises*: 1-14.
- Leung, L. (2010). Effects of internet connectedness and information literacy on quality of life. *Social Indicators Research*, 98: 273-290.
- Likhu Puspa Hapsari. (2014). Pengaruh Penggunaan Internet dalam Pembelajaran Jarak Jauh (E-Learning) terhadap Efektivitas Pengajaran Bahasa Indonesia kepada Penutur Asing. *Asile 2014 Conference*.
- Litt, E. (2013). Measuring users' internet skills: A review of past assessments and a look toward the future. *New Media & Society*, 15 (4): 612-630.

- Melody, W.H. (2007). Markets and policies in the new knowledge economies edited in Mansell, R, Avgerou, C, Quah, D, & Silverstone, R. 2007. *The Oxford Handbook of Information and Communication Technologies*. Oxford University Press.
- Moy, P., Manosatitch, E., Stamm, K. & Dunsmore, K. (2005). Linking dimension of internet use and civic engagement. *J&MC Quarterly*, 82 (3): 571-586.
- NTIA. (2011). *Digital Nation Expanding Internet Usage*. Research Preview.
- Nor Aini Idris. (2003). Daya saing usahawan wanita Melayu menghadapi cabaran globalisasi. *Prosiding Persidangan Kebangsaan Pusat Pembangunan Sosial dan Persekitaran*, hlm. 7 – 16.
- Seo, H.-J., Lee, Y. S., Hur, J.-J., & Kim, J. K. (2010). The impact of information and communication technology on skilled labor and organization types. *Information Systems Frontiers*, (OECD 2004). doi:10.1007/s10796-010-9276-7
- Syed Shah Alam, Mohd Fauzi Mohd Jani & Nor Asiah Omar. (2011). An empirical study of success factors of women entrepreneurs in Southern Region in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 3 (2): 166-175.
- Taylor, W.J. & Marshall, S. (2010). The e-evolution of the i-society in the delivery of e-government. *AI & Soc*, 25: 359-368. Diperoleh daripada doi: 10.1007/s00146-010-0288-0.
- Van Dijk, Jan A.G.M. (2005). *The Deepening Divide Inequality in the Information Society*. London: Sage Publication, Inc.
- Van Deursen, A. & Van Dijk, J. (2010). Internet skills and the digital divide. *New Media Society* 13 (6): 893-911. DOI: 10.1177/1461444810386774.
- Warschauer, M. (2003). *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. The MIT Press.