

INTERNET DAN USAHAWAN B40: SATU TINJAUAN AWAL

FARADILLAH IQMAR OMAR

Fakulti Pengurusan dan Muamalah
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
International Islamic University College Selangor
email faradillah@kuis.edu.my

NUR HAFIDHZAH NOR HASIM

Fakulti Pengurusan dan Muamalah
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
International Islamic University College Selangor
email hafidhzahhasim01@gmail.com

ABSTRAK

Kemudahan Internet telah mewujudkan fenomena perniagaan dalam talian. Ramai usahawan mula cakna dan melihat perkara berkenaan sebagai masa depan kepada dunia perniagaan. Dengan wujudnya pelbagai jenis platform e-dagang dan perkhidmatan jual beli secara dalam talian, secara tidak langsung menggalakkan kelahiran usahawan daripada pelbagai latar belakang. Usahawan B40 merupakan golongan yang diberikan perhatian bagi membantu mereka memperkasakan perniagaan melalui capaian internet. Ini merangkumi kelompok belia, wanita, ibu tunggal serta suri rumah. Pihak kerajaan telah menyediakan dan melaksanakan pelbagai inisiatif dalam usaha membantu usahawan B40 agar terus berkembang maju. Terdapat juga pelbagai pihak seperti SME Corp., dan Agrobank yang turut sama menyokong dari aspek bantuan kewangan. Namun begitu, usahawan B40 itu sendiri perlu diberi pendedahan dan pengetahuan serta kemudahan untuk mengakses capaian internet yang stabil bagi menjalankan perniagaan. Justeru, kertas kerja ini akan meninjau kajian-kajian lepas berkaitan kepentingan dan penggunaan internet dalam kalangan usahawan B40 khususnya. Ini meliputi perbincangan terhadap konsep dan teori yang berkaitan. Persoalan yang ditinjau adalah tentang pengetahuan, pola penggunaan internet, kekangan yang dihadapi serta pengaruhnya terhadap perniagaan usahawan B40.

Keywords: *Penggunaan internet, usahawan B40, pengetahuan, tinjauan awal*

PENGENALAN

Internet berkembang dengan sangat pesat seiring kemajuan teknologi. Pelbagai sektor seperti sosial, ekonomi dan politik turut terkesan dengan perkembangan ini. Bidang perniagaan juga tidak terkecuali. Kewujudan platform niaga secara dalam talian telah mencetuskan fenomena perniagaan berasaskan teknologi. Justeru, para usahawan perlu menjadi lebih optimis dengan perubahan ini sejajar dengan hasrat kerajaan dalam memperkasakan ekonomi digital. Sehubungan itu, Internet sebagai alat komunikasi dilihat sebagai pemangkin kepada sistem perniagaan baharu dengan komunikasi yang lebih terkehadapan dan berpaksikan teknologi digital. Secara ringkasnya, kertas kerja ini meninjau sorotan kajian berkaitan penggunaan Internet dalam kalangan usahawan B40. Terdapat kira-kira 700 ribu golongan usahawan B40

di Malaysia dan mereka harus mendepani perubahan landskap perniagaan yang berteraskan teknologi digital. Ini seiring dengan Dasar Keusahawanan Negara yang menjelaskan bahawa pembentukan masyarakat Malaysia yang berpemikiran keusahawanan merupakan asas dalam menjadikan Malaysia sebagai sebuah negara keusahawanan unggul menjelang 2030.

SOROTAN LITERATUR

Dalam meniti arus kemodenan ini serta fenomena pandemik yang melanda dunia, ekonomi negara berada dalam keadaan yang tidak stabil sehingga memberi impak negatif kepada negara dan masyarakat khususnya terhadap usahawan dan golongan B40. Hal ini kerana, kebelakangan ini, terdapat pelbagai bencana dan penyakit berjangkit telah melanda Malaysia seperti penularan virus COVID-19, banjir kilat dan sebagainya. Menurut Pelan Pelaksanaan Dasar Rancangan Malaysia Ke-Sebelas yang diterbitkan oleh Kementerian Hal Ehwal Ekonomi (2018), kadar kemiskinan di Malaysia adalah terdiri daripada isi rumah yang mempunyai pendapatan bulanan sebanyak RM 3,860 bagi golongan Bawah 40 (B40). Walau bagaimanapun, pada tahun 2019, Jabatan Perangkaan Malaysia telah mengelaskan golongan B40 mempunyai pendapatan isi rumah di bawah RM 4,850. Pendapatan isi rumah dinilai berdasarkan nilai penengah dan purata (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2020).

Ibrahim Mamat et al. (2016) menyatakan bahawa golongan miskin terdiri daripada latar belakang kehidupan yang berbeza, kepelbagaian peringkat umur dan tahap kesihatan yang berbeza. Tambahan pula, golongan ini juga dikenali sebagai golongan yang mempunyai pendapatan yang rendah. Hal ini disebabkan oleh tahap pendidikan yang dimiliki adalah rendah sehingga tidak berpeluang untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik. Oleh itu, mereka berusaha untuk menaik taraf jumlah pendapatan mereka dengan melakukan pelbagai kaedah seperti menjalankan perniagaan secara kecil-kecilan bersama keluarga. Ironinya, kelompok isi rumah B40 adalah tergolong dalam kumpulan mudah terancam, apatah lagi dalam mendepani situasi genting dan kritikal seperti pandemik.

Sementara itu, Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) telah menjalankan sebuah tinjauan berkenaan dengan penggunaan Internet pada tahun 2017 dan menunjukkan sebanyak 24.5 juta orang menggunakan telefon pintar sebagai peranti utama untuk mengakses internet. Tambahan pula, terdapat peningkatan sebanyak 48.8 peratus dalam perdagangan elektronik dengan menggunakan pembayaran secara dalam talian sebagai satu kaedah pembayaran dalam urusan jual beli secara dalam talian.

Pada Januari 2021, terdapat beberapa peningkatan yang berlaku seperti peningkatan jumlah peratus pengguna internet iaitu sebanyak 7.3 peratus berbanding 7.0 peratus sewaktu Januari 2020 (Hootsuite & We Are Social, 2020). Kenyataan ini disokong melalui sebuah tinjauan yang dijalankan oleh SKMM (2020) iaitu Internet Users Survey (IUS) 2020 dengan menyatakan kebanyakan pengguna internet menghabiskan banyak masa dalam talian pada tahun 2020 berbanding tahun 2018. Selain itu, jumlah peratus pengguna yang aktif menggunakan media sosial juga turut meningkat dari 9.2 peratus sewaktu Januari 2020 kepada 13.2 peratus sewaktu Januari 2021 (Hootsuite & We Are Social, 2021). Sebanyak 81.5 peratus pengguna menggunakan internet untuk mencari produk ataupun kemudahan yang disediakan secara dalam talian. Tambahan pula, sebanyak 90.4 peratus pengguna menggunakan internet mengunjungi laman web perniagaan secara dalam talian dan sebanyak 69.4 peratus pengguna internet menggunakan aplikasi untuk membeli-belah secara dalam talian. Selain itu, pengguna internet juga turut membeli-belah secara dalam talian dengan kadar peratus sebanyak 76.8 peratus dengan menggunakan peranti lain dan 55.4 peratus dengan menggunakan telefon pintar.

Kerajaan Malaysia komited untuk memastikan peluang yang saksama untuk semua komuniti masyarakat, khususnya golongan isi rumah B40 yang akan mendapat manfaat daripada akses yang lebih baik kepada pendidikan dan latihan yang berkualiti, infrastruktur yang cekap dan kemudahan sosial yang lebih baik, peluang pekerjaan dan keusahawanan, serta pemilikan aset. Kebanyakan dasar dan kajian memfokuskan tentang isu penjana pendapatan, peluang pekerjaan, kos sara hidup dan kualiti hidup yang dihadapi oleh kumpulan B40.

Penggunaan Internet dan Pembelian Dalam Talian

Internet kini telah menjadi suatu amalan dalam kehidupan seharian. Kewujudan pelbagai media baru yang mudah diakses dengan Internet seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Tik Tok* dan sebagainya adalah disebabkan oleh kepesatan perkembangan ICT. Menurut Nur Yuhainis dan Shuhymee (2017), penggunaan ICT merujuk kepada aktiviti mengumpul, memproses, mengguna dan menghantar maklumat secara elektronik melalui penggunaan teknologi yang membenarkan proses komunikasi. Terdahulu, menurut *National Telecommunications and Information Administration* (2011), Internet merupakan satu medium yang hebat untuk inovasi, perkembangan ekonomi dan komunikasi. Ia menjadi tulang belakang kepada infrastruktur digital yang global.

Penggunaan internet semakin meningkat di seluruh dunia kerana jumlah pengguna internet dan pengguna media sosial terus meningkat dan semakin dekat dengan teknologi. Penggunaan sumber e-dagang dan platform media sosial tidak lagi menjadi pilihan PKS di India dan di seluruh dunia. PKS adalah tulang belakang ekonomi dan kerajaan berusaha untuk meningkatkan potensi mereka. Dengan peningkatan potensi PKS dapat menyumbang ke arah ekonomi dari segi eksport, menjana lebih banyak pekerjaan dan mengembangkan kemahiran keusahawanan individu. Sudah ada berita dan beberapa laporan telah menyokong kenyataan ini bahawa penggunaan alat e-dagang dan platform media sosial telah meningkatkan margin keuntungan, pendapatan dan jangkauan global (Anuj Kumar, Asif Ali Syed & Anoop Pandey, 2020).

Kehidupan seharian masyarakat hampir didominasi oleh penggunaan internet khususnya dalam bidang keusahawanan dan perkhidmatan lebih-lebih lagi dengan berlakunya pandemik COVID-19 yang telah merebak di seluruh negara. Oleh itu, maka berlaku sebuah revolusi dalam penggunaan internet. Bagi mewujudkan negara yang memiliki masyarakat yang bermaklumat, sumber digital telah diperkenalkan oleh Warschauer pada tahun 2003 sebagai salah sebuah sumber yang perlu dimiliki bagi setiap pengguna. Ia bertujuan supaya pengguna dapat memahami kandungan internet dalam penyertaan digital serta memperoleh manfaat daripada penyertaan digital ini. Antara kemudahan digital adalah media massa. Media massa adalah salah sebuah bentuk teknologi yang maju dalam bidang komunikasi dan informasi. Walau bagaimanapun, terdapat perubahan sosial yang terjadi terhadap masyarakat dengan kewujudan dan kehadiran teknologi digital ini sama ada perubahan positif ataupun negatif. Hal ini disebabkan oleh perbezaan budaya, perbezaan sifat, perbezaan pola pemikiran dan sebagainya yang terdapat dalam diri setiap individu (Sohana Abdul Hamid, 2016). Sekiranya masyarakat mempunyai pengetahuan yang tinggi sewaktu menggunakan internet, secara tidak langsung mereka cenderung untuk melakukan pembelian secara dalam talian.

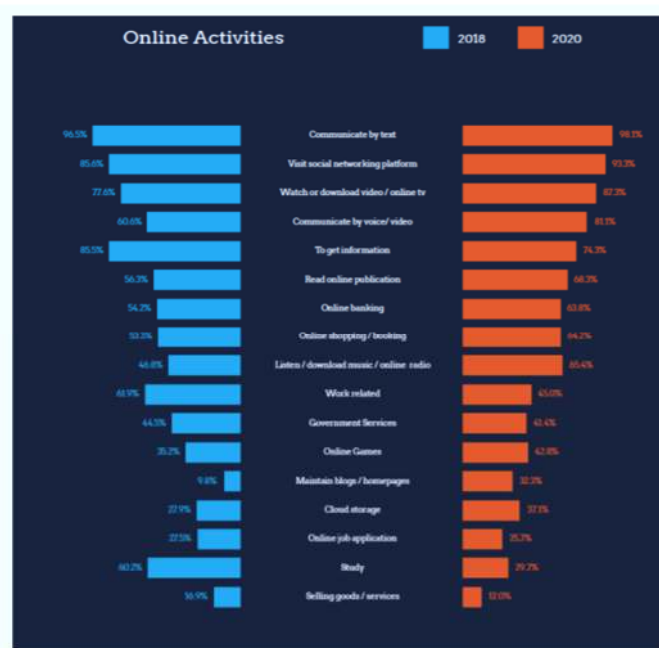
Kaedah jual beli barang dan penggunaan transaksi secara dalam talian merupakan kaedah yang menjadi pilihan masyarakat kini kerana ia merupakan sebuah kaedah yang mudah, menjimatkan masa dan tenaga serta melibatkan penggunaan modal yang rendah. Perniagaan dalam talian atau e-dagang merupakan salah satu medium perniagaan terkini yang banyak diaplikasikan pada masa kini (Siti Haniah, 2015). Di Malaysia, perkara ini merupakan hasil daripada pembangunan pesat Teknologi Maklumat dan Komunikasi (ICT) dan Internet dalam pelbagai aspek, peningkatan dalam penggunaan Internet serta bilangan mereka yang berbakat dan berkemahiran dalam teknologi adalah semakin tinggi (Kim Ling Geraldine Chan et al.,

2015). Pembelian secara dalam talian dilancarkan supaya pembeli boleh melakukan perbandingan barangan yang ingin dibeli dari segi harga, kualiti dan jenama sebelum melakukan pembayaran secara dalam talian (Farhan Mat Arisah et al., 2016).

Walau bagaimanapun, kemajuan teknologi sebegini akan menjadikan masyarakat luar bandar berasa terasing kerana kemudahan yang disediakan adalah terhad. Oleh itu, masyarakat luar bandar perlu memantapkan ilmu digital dan kemahiran khususnya dalam kalangan usahawan (Siti Masayu Rosliah et al., 2020). Aplikasi penyertaan digital dalam urusan perniagaan memainkan peranan penting sewaktu pandemik ini. Hal ini kerana kemudahan ini berupaya untuk membolehkan dan memudahkan masyarakat luar bandar untuk melakukan pembelian secara dalam talian sekaligus melakukan transaksi kewangan secara dalam talian (Hayter, 2020; Lotha, 2020; Siti Masayu Rosliah et al.; 2020).

Selain itu, dari sudut teori dan kerangka konseptual, kajian oleh Mohd. Amin Mohamad dan Othman Chin (2018) menjelaskan tentang hubungkait antara penggunaan internet dengan kestabilan perniagaan dalam kalangan usahawan di luar bandar yang mana majoriti adalah kelompok usahawan B40. Fokus kajian tersebut berasaskan kepada teori *Resource-Based View* (RBV) untuk menerangkan bagaimana perniagaan luar bandar berasaskan teknologi memanfaatkan sumber ketara dan tidak ketara untuk mencapai kelebihan daya saing. RBV mencadangkan agar perniagaan dengan ketara dan sumber tidak ketara yang berharga, jarang, tidak dapat ditiru dan tidak boleh diganti akan memperoleh kelebihan daya saing yang mampan (Barney, 1991). Penggunaan internet dianggap sebagai kemampuan teknologi yang dapat dilihat sebagai sumber syarikat dibentuk keupayaan yang boleh memberi kesan terhadap kelangsungan perniagaan luar bandar berasaskan teknologi. Sementara itu, Radzi, Nazri dan Nor (2017) melaporkan bahawa kecekapan teknologi seperti internet adalah salah satu faktor kejayaan penting untuk perniagaan luar bandar berasaskan teknologi. Mereka yang mempunyai kecekapan penggunaan internet yang lebih baik dapat mengembangkan perniagaan mereka dengan lebih baik daripada mereka yang tidak mempunyai kemahiran yang diperlukan dalam penggunaan internet.

Trend perniagaan dalam talian menunjukkan perkembangan yang memberangsangkan. Ini dapat dilihat dalam Rajah 1 berkaitan peratusan aktiviti dalam talian bagi tahun 2018 dan 2020 secara keseluruhan. Dapat dilihat bahawa aktiviti pembelian dalam talian semakin meningkat dari 53.3% (2018) kepada 64.2% (2020). Perkara ini menjelaskan terdapat peningkatan terhadap aktiviti pembelian dalam talian, seiring dengan keperluan dan situasi semasa negara.



Rajah 1: Aktiviti Dalam Talian (2018 & 2020)

Sumber: Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM), 2020
<https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/IUS-2020-Report.pdf>

ICT dan Usahawan B40

Kumpulan pendapatan isi rumah 40 peratus terbawah (B40) diberi keutamaan untuk mencapai kemiskinan sifar dalam aspek multidimensi di bawah agenda 2030 (United Nation, 2016). Malaysia juga memandang serius perkara ini dengan mewujudkan pelbagai agenda serta peruntukan dalam memperkasakan kelompok B40 ini. Kajian Mohd. Amin Mohamad dan Othman Chin (2018) mendapati penggunaan internet mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap kelestarian perniagaan luar bandar. Apatah lagi dengan situasi pandemik COVID-19 yang menyebabkan ramai individu memilih untuk menjalankan perniagaan, mereka perlu menjual dan mempromosikan produk yang ditawarkan dengan idea yang kreatif dan inovatif disebabkan wujudnya persaingan. Hal ini disokong oleh Dr Rahmah Mokhtar, pensyarah Fakulti Pengkomputeran di Universiti Malaysia Pahang. Beliau menggesa usahawan untuk melaksanakan strategi pemasaran secara kreatif bagi menarik lebih ramai pelanggan kerana terdapat persaingan yang sengit dalam dunia e-dagang (Harian Metro, 2021).

Pihak Kerajaan juga telah menyediakan beberapa jenis bantuan sewaktu musim pandemik ini khusus kepada golongan B40. Antara bantuan kerajaan yang diberikan kepada golongan ini adalah Skim Usahawan Permulaan Bumiputera (SUPERB), Geran Khas Prihatin (GKP), Skim Pendaftaran Perniagaan Prihatin (SPPP), Program Jaringan Prihatin dan sebagainya. Pakej bantuan yang diberikan oleh kerajaan kepada rakyat dapat menyumbang kepada pertumbuhan KDNK negara sebanyak 2.8 peratus. Tanpa pakej bantuan yang disediakan oleh kerajaan, unjuran pertumbuhan KDNK negara akan menjadi lebih rendah daripada yang diumumkan oleh Bank Negara Malaysia. Tanpa kemudahan internet yang disediakan oleh pihak kerajaan, negara akan mempunyai rakyat yang mundur dari segi kemudahan yang boleh diperolehi dengan menggunakan teknologi. Tambahan pula, kawasan pembangunan yang berbeza dan berkaitan dengan *Information and Communication Technology* (ICT) dikenali sebagai jurang digital. Siti Masayu Rosliah (2016) menjelaskan bahawa jurang digital adalah sebuah jurang yang wujud antara individu yang tidak

menggunakan ataupun jarang menggunakan kemudahan teknologi digital dengan individu yang sering menggunakan kemudahan teknologi digital. Kemudahan teknologi memudahkan manusia untuk melakukan pelbagai perkara dalam masa yang cepat dan mudah. Ironinya, individu yang kehilangan pekerjaan sewaktu musim pandemik telah menggunakan kemudahan teknologi digital ini dengan sebaik mungkin dengan menjalankan perniagaan secara kecil-kecilan.

Kemudahan ICT boleh dilihat melalui kewujudan dan penglibatan usahawan baru. Kebanyakan usahawan baru adalah dari golongan B40. Ia berikutan dengan kenyataan yang telah dikeluarkan oleh Ketua Pengawai Eksekutif SSM, Nor Azimah Abdul Aziz iaitu “SSM menjangkakan seramai 180,000 usahawan kumpulan B40 akan memanfaatkan Skim Pendaftaran Perniagaan Prihatin (SPPP) untuk menceburi bidang perniagaan” di dalam Sinar Harian Online (2021). Situasi negara kini adalah bersesuaian dengan perkembangan dunia perniagaan kerana kebanyakan perniagaan kini menggunakan kemudahan internet.

Penerapan pemasaran internet juga telah disebut dalam kajian lalu sebagai faktor kejayaan perniagaan untuk memasarkan produk mereka, walaupun mereka berada di kawasan terpencil (Mokhtar, 2015; Canavan, O., Henchion, M., & O'Reilly, 2007). Walau bagaimanapun, banyak

perniagaan luar bandar memilih untuk tetap menggunakan kaedah pemasaran tradisional daripada menggunakan internet sebagai proses perniagaan dan alat pemasaran (Mokhtar, 2015). Justeru, perkara ini harus diperhalusi dalam membantu usahawan B40 daripada terhimpit oleh kekangan, ketakutan dan keterpinggiran mendepani arus teknologi.

Shubungan itu, setiap masyarakat perlu memainkan peranan mereka dalam membantu kerajaan untuk menguruskan ekonomi. Saari (2020) dalam kajian Siti Masayu Rosliah et al. (2020) menjelaskan bahawa peranan yang perlu masyarakat laksanakan sewaktu pandemik ini adalah dengan menggunakan kelebihan teknologi digital dengan cara mempelbagaikan sumber pendapatan demi kelangsungan hidup. Para usahawan kecil perlu berani untuk keluar dari kepompong ketakutan dengan melakukan sebuah transformasi dalam perniagaan (Saari, 2020; Siti Masayu Rosliah, 2020). Usahawan kecil digalakkan untuk memberi kemudahan kepada para pengguna untuk melakukan pesanan dan pembelian melalui aplikasi digital. Manakala, Zhou et al. (2019) dalam kajian Siti Masayu Rosliah et al. (2020) menjelaskan bahawa pemerksaan peranan komuniti luar bandar dalam menjadikan komuniti ini sebahagian daripada pemacu ekonomi digital merupakan salah sebuah strategi bagi mengaktifkan peranan ICT untuk meningkatkan kadar pertumbuhan perniagaan lebih-lebih lagi dalam kalangan peniaga luar bandar. Hal ini kerana ICT memiliki keupayaan yang besar terhadap masyarakat dan ia sesuai menjadi sebuah platform dalam proses mentransformasikan masyarakat dengan menjadikan ICT sebagai pemangkin dalam menjana pendapatan peniaga. Kemudahan ICT diyakini sebagai sebuah platform terbaik bagi masyarakat luar bandar menurut Siti Masayu Rosliah (2016). Masyarakat luar bandar dan golongan B40 sering dikaitkan dengan kehidupan yang serba kekurangan. Golongan ini perlu memanfaatkan kemudahan ICT dengan sebaik mungkin dalam perniagaan mereka supaya mereka dapat menerima impak ekonomi yang terbaik terhadap diri mereka, masyarakat dan negara.

KESIMPULAN

Secara kesimpulan, hasil sorotan mendapati bahawa penggunaan internet seharusnya diperluaskan dalam kalangan usahawan B40 kerana banyak kajian telah menjelaskan hubungan yang signifikan serta faktor kejayaan perniagaan yang berasaskan teknologi. Antaranya, penemuan oleh Radzi, Nazri dan Nor (2017) yang menyebut bahawa kecekapan teknologi dalam penggunaan internet adalah salah satu faktor kejayaan penting bagi perniagaan luar bandar yang berasaskan teknologi. Secara tidak langsung, ia juga dapat mencapai wawasan

negara dalam pemeraksanaan usahawan kelompok B40. Kecekapan penggunaan internet membolehkan pengusaha kecil berasaskan teknologi untuk memasarkan produk dan perkhidmatan mereka secara dalam talian untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan dan dengan itu, meningkatkan kejayaan dan kelestarian perniagaan.

RUJUKAN

Abdul Hamid, S. (2016). Pengaruh Media Massa terhadap Perubahan Sosial Masyarakat. *Journal of Social Sciences and Humanities*, Special Issue 1, 214-226.

Abdul Rashid, S. M. R. (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.

Abdul Rashid, S. M. R. & Hassan, F. (2020). *Amalan dan Penglibatan Peniaga Kecil melalui Perniagaan Digital Semasa Pandemik COVID-19 di Malaysia*. GEOGRAFI, 8(2), 1-20.

Bernama – Dr Rahmah Mokhtar. (2021, Januari 15). Perniagaan Dalam Talian Tumbuh Pesat. *Harian Metro Online*. <https://www.hmetro.com.my/bisnes/2021/01/664332/perniagaan-dalam-talian-tumbuh-pesat>

Canavan, O., Henchion, M., & O'Reilly, S. (2007). The use of the internet as a marketing channel for Irish specialty food. *Inter-national Journal of Retail & Distribution Management*, 35 (2), 178-195.

Hayter, S. (27 May 2020). Business as unusual: How COVID-19 could change the future of work. *UN News: Economi Development*.

Hootsuite & We Are Social (2020), "Digital 2020 Global Digital Overview," retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>

Hootsuite & We Are Social (2021), "Digital 2021 Global Digital Overview," retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-digital-overview>

Ibrahim Mamat, Aslina Nasir & Wan Mohd Zaifurin Wan Nawang. (2016). Projek Keusahawanan Sosial Dapat Memenuhi Keperluan Penduduk Miskin dan Miskin Tegar. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 6(10), 147-165.

Jabatan Perangkaan. (2021, April 12). Kenyataan Media Penggunaan dan Capaian ICT oleh Individu dan Isi Rumah 2020, dari https://www.dosm.gov.my/v1/uploads/files/5_Gallery/2_Media/4_Stats%40media/4-Press_Statement/2021/20210412-Kenyataan_Media-enggunaan_dan_Capaian_ICT_oleh_Individu_dan_Isi_Rumah_2020.pdf

Jabatan Perangkaan. (2020). *Laporan Survei Pendapatan Isi Rumah dan Kemudahan Asas*. Putrajaya: Jabatan Perangkaan Malaysia.

Kementerian Hal Ehwal Ekonomi. (2018). *Pelan Pelaksanaan Dasar Kajian Separuh Penggal Rancangan Malaysia Kesebelas 2016-2020*. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.

Kim Ling Geraldine Chan, Sivapalan Selvadurai, Bahiyah Dato' Hj. Abdul Hamid, & Gusniar

Nurdin. 2015. Women online entrepreneurship and social environment in Malaysia: some preliminary findings. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 2, 010-021.

Kumar, Mr. Anuj and Syed, Dr. Asif Ali and Pandey, Anoop, Impact of Online Resources/Technology Adoption on SMEs Performance (December 20, 2020). *PIMT Journal of Research*, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3775467>

Lotha, L. (22 May 2020). In Myanmar, women work to protect small businesses during COVID-19 pandemic. *UN Women*.

Mat Arisah, F., Zainal Badari, S. A. & Hashim, A. H. (2016). Amalan Pembelian Secara Atas Talian dan Faktor-Faktor Mempengaruhi. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 1(3), 111-123.

Mohd. Amin Mohamad & Othman Chin (2018). The effects of internet usage on business sustainability of small technology-based rural business in Malaysia. *International Journal of Engineering & Technology*, 7 (4.35), 635-638.

Mokhtar, N. F. (2015). Internet Marketing Adoption by Small Business Enterprises in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 6(1), 59–65. Retrieved from http://ijbssnet.com/journals/Vol_6_No_1_Januaryr_2015/7.pdf

National Telecommunications and Information Administration. (2011). *Digital Nation Expanding Internet Usage* [Research Preview].

Norshahzura Mat Zuki – Nor Azimah Abdul Aziz. (2021, April 21). SSM Perkenal Skim Pendaftaran Perniagaan Prihatin (SPPP). Sinar Harian Online. [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 Yuhainis Ab Wahab, & Shuhymee Ahmad. (2017). Hubungan antara penggunaan ICT dan prestasi perniagaan PKS di Malaysia. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 1(3), 218-226.

Osman, S. (2018). *Impak Insentif Ekonomi terhadap Golongan Berpendapatan Rendah Program Perumahan Rakyat, Kuala Lumpur*. GEOGRAFIA OnlineTM Malaysian Journal of Society and Space, 14(1), 55- 71.

Perniagaan Dalam Talian Tumbuh Pesat. (2021, Januari 15). *Harian Metro Online*. Diperoleh daripada <http://www.hmetro.com.my>

Radzi, K. M., Nazri, M., & Nor, M. (2017). The impact of internal factors on small business success : a case of small enterprises under the felda scheme. *Asian Academy of Management*, 22(1), 27–55.

Rokis, R., Basir, N., Syed Hussein Al Attas, S. F. A., Muhammad Fauzi, F. N. (2018). *Poverty, Women's Empowerment and Social Entrepreneurship among B40 Urban Women in Malaysia*. Opción, Año, 34(16), 968-984.

Serlah Kepentingan Usahawan Teknologi. (2020, April 16). COVID-19. *Berita Harian Online*, pp.10.

Siti Haniah Rohmad. (2015). *Garis panduan dan etika e-dagang bagi produk fizikal menurut perspektif Syariah* (Doctoral dissertation, Universiti Teknologi Malaysia).

Siti Masayu Rosliah Abdul Rashid. (2016). Keupayaan ICT dalam meningkatkan pencapaian usahawan wanita: Satu kajian kes usahawan luar bandar di Malaysia. *eBangi*, 11(2), 078-103.

SSM Perkenal Skim Pendaftaran Perniagaan Prihatin (SPPP). (2021, April 21). *Sinar Harian Online*. Diperoleh daripada <https://www.sinarharian.com.my/>

Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia. (2020). Internet Users Survey 2020. Cyberjaya: Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia. <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/IUS-2020-Report.pdf>

Suruhanjaya Komunikasi Multimedia Malaysia - maklumat diperolehi dari <https://iamk.com.my/articles/2017/11/25/statistik-penggunaan-internet-di-malaysia-2017/>

United Nations. (2016). *Sustainable development GOALS - 17 goals to transform our world*. Retrieved from <http://un.org/sustainabledevelopment>