

TRANSFORMASI USAHAWAN WANITA: PERANAN INSTITUSI DALAM ERA KEUSAHAWANAN DIGITAL

Dr Nor Azira Ayob*

Universiti Teknologi MARA, Fakulti Sains Pentadbiran dan Pengajian Polisi, UiTM Seremban 3, Negeri Sembilan, Malaysia

Emel: norazira@uitm.edu.my,

Tel: 012-5364979

Dr Mohd Amar Aziz

Universiti Teknologi MARA, Fakulti Sains Pentadbiran dan Pengajian Polisi, UiTM Raub, Pahang, Malaysia

Emel: amaraziz@uitm.edu.my,

Dr Noor Hadzlida Ayob

Department of Malaysia Studies, Faculty of Human Sciences, Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI), Perak, Malaysia

Emel: hadzlida@fsk.upsi.edu.my,

Dr Hanim Ismail

Universiti Teknologi MARA, Fakulti Sains Pentadbiran dan Pengajian Polisi, UiTM Seremban 3, Negeri Sembilan, Malaysia

Emel: hanimismail@uitm.edu.my

ABSTRAK

Kajian ini mengupas transformasi usahawan wanita dalam konteks keusahawanan digital dengan memberi tumpuan kepada peranan institusi, pembangunan modal insan dan peningkatan daya saing. Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang pesat, keusahawanan digital menjadi platform strategik dalam memperkukuh penyertaan wanita dalam sektor ekonomi. Meskipun pelbagai inisiatif dan program telah digerakkan oleh pihak kerajaan untuk merencanakan pembangunan keusahawanan wanita, tahap penglibatan golongan ini masih dilihat tidak seimbang berbanding potensi yang dimiliki. Justeru, kajian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana pembangunan modal insan, peningkatan daya saing serta penggunaan teknologi digital dapat merangsang kreativiti dan inovasi usahawan wanita, di samping menilai peranan institusi sebagai pemudah cara dalam mempertingkatkan prestasi keusahawanan. Kajian ini menggunakan pendekatan kaedah campuran, melibatkan pengumpulan data kuantitatif menerusi soal selidik dan dilengkapi dengan data kualitatif melalui temu bual separa berstruktur. Dapatan kajian menunjukkan bahawa faktor modal insan dan daya saing mempunyai hubungan yang signifikan dengan keberkesanan dan kejayaan usahawan wanita, manakala institusi memainkan peranan penting dalam menyediakan sokongan dari aspek latihan, pembiayaan dan akses kepada teknologi. Penilaian terhadap kejayaan usahawan merangkumi indikator seperti peningkatan pendapatan, penciptaan peluang pekerjaan dan penambahbaikan kualiti hidup. Kesimpulannya, kajian ini menegaskan kepentingan pendekatan holistik melibatkan sinergi antara institusi, inovasi teknologi dan pembangunan kapasiti insan dalam membina ekosistem keusahawanan wanita yang mapan. Penemuan ini diharap dapat menjadi rujukan kepada penggubal dasar dan pihak berkepentingan dalam merangka strategi pembangunan keusahawanan wanita yang lebih berimpak, selaras dengan aspirasi Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN2030).

Kata Kunci: Modal insan; daya saing; institusi; usahawan wanita; keusahawanan digital

1. PENGENALAN

Kajian tentang keusahawanan kini semakin diberi perhatian dalam wacana pembangunan ekonomi, politik dan dasar awam. Keusahawanan dilihat sebagai pemacu pertumbuhan ekonomi negara, malah menjadi antara pendekatan strategik dalam merapatkan jurang sosioekonomi,

khususnya dalam kalangan golongan Bumiputera dan wanita. Sehubungan itu, pelbagai inisiatif telah dilaksanakan oleh kerajaan untuk merangsang penglibatan rakyat dalam bidang ini, khususnya untuk melonjakkan perniagaan mikro kepada skala kecil, sederhana dan akhirnya ke peringkat antarabangsa (MITI, 2023; SME Corp, 2022).

Dalam konteks keusahawanan wanita, dua faktor utama yang sering dikaitkan dengan kejayaan dan daya tahan perniagaan ialah pembangunan modal insan dan daya saing. Modal insan yang berkualiti merangkumi aspek pengetahuan, kemahiran, nilai dan sikap, manakala daya saing pula merujuk kepada kebolehan usahawan untuk memanfaatkan peluang, mengatasi cabaran dan menyesuaikan diri dalam persekitaran perniagaan yang dinamik (Abdullah, 2007; World Bank, 2020). Kekuatan kedua-dua faktor ini bukan sahaja mempengaruhi prestasi perniagaan, bahkan turut menyumbang kepada pembangunan sosioekonomi negara. Seiring dengan perubahan landskap ekonomi global, Malaysia juga telah melaksanakan pelbagai dasar seperti Dasar Ekonomi Baru (DEB), Dasar Pembangunan Nasional (DPN), Dasar Wawasan Negara (DWN), dan kini Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN2030). Kesemua dasar ini memberi penekanan terhadap pengukuhan keusahawanan sebagai alat pembangunan mampan. Menurut Dasar Keusahawanan Nasional, penekanan terhadap modal insan dan inovasi teknologi digital adalah elemen penting untuk melonjakkan prestasi perniagaan, khususnya dalam kalangan wanita (MEDAC, 2019).

Walker & Brown (2004) menyatakan bahawa prestasi usahawan boleh diukur melalui peningkatan keuntungan, impak terhadap komuniti (seperti penciptaan pekerjaan), serta keupayaan mengubah taraf hidup keluarga dan masyarakat. Kajian lain turut menunjukkan bahawa wujud hubungan signifikan antara modal insan, daya saing dan sokongan institusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan pendapatan (Fernandez & Mauro, 2000; Norain & Nooriah, 2012; Nor Azira et al., 2023). Kemunculan ekonomi digital telah membawa paradigma baharu kepada sektor keusahawanan. Pendigitalan telah mendorong penciptaan model perniagaan baharu, memperkenalkan produk dan perkhidmatan inovatif serta mempercepatkan proses perniagaan. Melalui Pelan Jana Semula Ekonomi Negara (PENJANA), kerajaan memperuntukkan RM700 juta bagi menyokong PKS dalam adaptasi teknologi digital (MOF, 2020). Ini membuktikan bahawa pemerkasaan digital bukan lagi pilihan, tetapi keperluan strategik untuk meningkatkan daya saing dan kelangsungan perniagaan.

2. PERMASALAHAN KAJIAN

Walaupun penyertaan wanita dalam sektor keusahawanan menunjukkan peningkatan, jurang gender dalam penglibatan usahawan masih ketara. Statistik Jabatan Perangkaan Malaysia (2022) menunjukkan hanya 20.6% daripada PKS dimiliki oleh wanita, manakala selebihnya dimonopoli oleh lelaki. Hal ini menunjukkan masih wujud kekangan dari segi akses kepada sumber, sokongan institusi dan pembangunan kapasiti dalam kalangan usahawan wanita. Tambahan pula, kajian berfokus yang mengkaji secara spesifik hubungan antara modal insan, daya saing, keusahawanan digital dan peranan institusi terhadap prestasi usahawan wanita masih terhad di Malaysia, berbanding kajian di negara maju seperti Amerika Syarikat dan Kanada (OECD, 2021). Ini menimbulkan keperluan untuk memahami secara mendalam bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi keberhasilan usahawan wanita tempatan, khususnya dalam sektor Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS).

Walaupun terdapat pelbagai institusi seperti MARA, AIM, TEKUN, dan SME Bank yang menyediakan pembiayaan dan latihan, peranan institusi ini masih dilihat tidak menyeluruh dalam menjurus kepada keperluan khusus wanita. Kajian Thuwaibah et al. (2007) menyatakan bahawa penglibatan wanita dalam sektor seperti makanan, kraftangan dan perkhidmatan semakin meningkat, namun keupayaan dalam mengurus teknologi dan kreativiti perniagaan masih memerlukan intervensi yang lebih strategik. Nor Azira et al. (2016) pula menegaskan bahawa tahap kreativiti dan inovasi dalam kalangan usahawan wanita masih belum optimum untuk bersaing dalam ekonomi digital. Menyedari cabaran ini, kerajaan telah melancarkan Dasar Keusahawanan Nasional 2030 yang menetapkan misi untuk membina ekosistem keusahawanan yang inklusif, holistik dan kondusif. Dasar ini menjadi platform utama dalam menjana pertumbuhan usahawan yang berdaya tahan, kompetitif dan bersifat global, khususnya dalam kalangan golongan B40, wanita dan usahawan sosial (MEDAC, 2019).

3. PERSOALAN KAJIAN

Berlandaskan latar belakang dan permasalahan di atas, kajian ini merumuskan tiga persoalan utama:

1. Adakah modal insan, daya saing dan keusahawanan digital mempengaruhi prestasi usahawan wanita?
2. Sejauh mana penggunaan teknologi dan internet memainkan peranan dalam mengurus dan mengembangkan perusahaan wanita?
3. Bagaimanakah peranan institusi memberi kesan terhadap peningkatan prestasi usahawan wanita?

4. ULASAN KARYA

4.1 Peranan Institusi dalam Ekonomi Pembangunan

Peranan institusi dalam pembangunan ekonomi telah menjadi tema utama dalam wacana ekonomi pembangunan sejak dua dekad yang lalu. Teori institusi baharu (New Institutional Economics, NIE) yang mula berkembang pada tahun 1980-an dan diperluas pada tahun 1990-an menekankan bahawa institusi—baik formal mahupun tidak formal—mempengaruhi struktur insentif ekonomi dan menentukan trajektori pembangunan sesebuah negara (North, 1990; Stein, 2008). Chang (2001) dan Chang & Evans (2005) mengemukakan bahawa institusi bukan sahaja mencorakkan rangka kerja peraturan ekonomi, malah menjadi penentu utama kepada keberkesanan dasar pembangunan.

Menurut Chang (2010), kewujudan institusi yang mantap dapat meningkatkan keberkesanan pelaksanaan dasar pasaran, melindungi hak pemilikan, dan menggalakkan pelaburan produktif, yang seterusnya menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi berdaya tahan. Peranan institusi dalam pembangunan ini merangkumi pelbagai aspek, termasuk pengawalseliaan pasaran, penyediaan insentif, serta penyampaian sokongan dalam bentuk kewangan dan bukan kewangan (Acemoglu & Robinson, 2012). Dalam konteks pembangunan keusahawanan, penyusunan institusi yang menyeluruh diperlukan bagi memastikan persekitaran keusahawanan yang kondusif dan inklusif, khususnya kepada wanita. Institusi memainkan peranan penting sebagai pemudah

cara (intermediary) dalam membina kapasiti usahawan, menyediakan prasarana perniagaan, melengkapkan latihan dan memberi akses kepada pembiayaan (World Bank, 2020). Di negara-negara membangun seperti Malaysia, institusi pembangunan usahawan berfungsi sebagai penstabil struktur ekonomi mikro dan bertindak balas terhadap ketidakseimbangan pasaran yang sering membataskan keupayaan usahawan wanita untuk berkembang maju (UNCTAD, 2022).

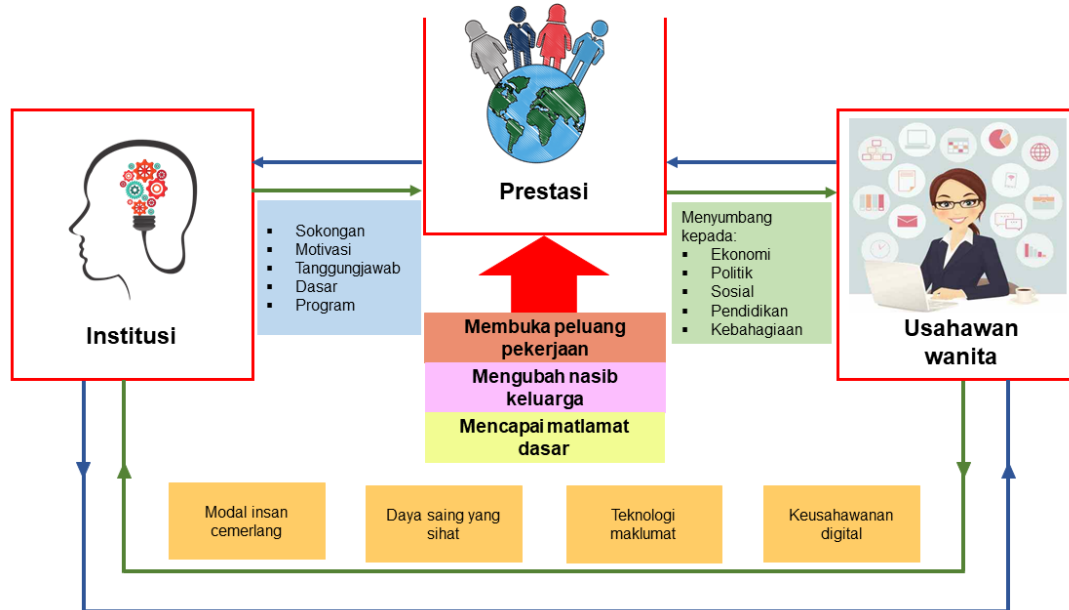
4.2 Kesungguhan Kerajaan dalam Merangka Dasar Pembangunan Keusahawanan Wanita

Pengiktirafan terhadap peranan wanita dalam pembangunan ekonomi telah mendorong kerajaan Malaysia memperkenalkan pelbagai dasar dan strategi, yang bukan sahaja menumpukan kepada pemerksaan wanita secara umum, tetapi juga pembangunan wanita sebagai usahawan. Antara kementerian yang memacu agenda ini ialah Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat (KPWKM), Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (KUSKOP), dan Kementerian Kemajuan Desa dan Wilayah (KKDW). Ketiga-tiga kementerian ini memperkenalkan pelbagai inisiatif dalam bentuk latihan, pembiayaan mikro, pembangunan kapasiti, dan pengembangan pasaran khusus bagi golongan wanita (KPWKM, 2023; KUSKOP, 2024). Sejak pelaksanaan Dasar Wanita Negara (1991) dan penubuhan KPWKM pada tahun 2004, kesamarataan gender dalam akses kepada peluang ekonomi telah menjadi matlamat utama kerajaan. Dalam Rancangan Malaysia Keenam (RMK-6), wanita mula diberi ruang lebih luas dalam pembangunan ekonomi melalui aktiviti keusahawanan. Inisiatif ini diperkukuhkan dalam pelbagai Rancangan Malaysia berikutnya seperti RMK-8 hingga RMK-12, yang menekankan pemerksaan wanita dalam sektor formal dan informal serta peningkatan penyertaan mereka dalam PKS dan ekonomi digital. Lebih terkini, Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN2030) dilihat sebagai mercu tanda kesungguhan kerajaan dalam membangunkan ekosistem keusahawanan yang inklusif dan berdaya saing. DKN2030 menyasarkan agar penyertaan wanita dalam sektor keusahawanan meningkat kepada 30% dan menyokong matlamat Wawasan Kemakmuran Bersama 2030 (SPV2030) yang berteraskan keadilan ekonomi dan keterangkuman sosial (MEDAC, 2019).

Bagi memastikan agenda ini berjaya, pelbagai institusi seperti MARA, Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM), TEKUN Nasional, dan SME Corp menyediakan pelbagai bentuk bantuan—termasuk pembiayaan mikro, latihan pengurusan, perniagaan digital dan inkubasi perusahaan. Sebagai contoh, MARA berperanan besar dalam membina kapasiti usahawan wanita Bumiputera melalui program seperti Skim Pembiayaan Usahawan Wanita dan latihan di bawah Program Inkubator Keusahawanan MARA. Menurut DeMartino dan Barbato (2003), keusahawanan merupakan laluan kerjaya alternatif yang menarik bagi wanita kerana ia menawarkan fleksibiliti, kawalan terhadap masa, dan peluang untuk mencapai keseimbangan kerja-keluarga. Kajian di Malaysia turut menunjukkan peningkatan minat dalam kalangan wanita untuk menyertai sektor ini berikutan kesedaran terhadap keupayaan ekonomi sendiri serta pengaruh positif terhadap kesejahteraan keluarga (Nor Azira et al., 2016; Ismail & Razak, 2021).

Namun begitu, sejarah menunjukkan bahawa tumpuan terhadap pembangunan usahawan wanita hanya mula diperkasakan secara sistematik sejak era 1990-an. Sebelum itu, sokongan kepada wanita dalam perniagaan adalah bersifat tidak formal dan tidak terancang (Lang & Sieh, 1994; Jamilah, 1992). Kini, perkembangan teknologi digital pula membuka ruang baharu untuk wanita meneroka pasaran global, di mana kebolehan mengadaptasi teknologi menjadi satu bentuk daya saing baharu yang kritikal (OECD, 2021; MDEC, 2023). Kerajaan turut menyasarkan peningkatan

sumbangan PKS kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) kepada 50% menjelang tahun 2030, berbanding 38% pada tahun 2020 (Berita Harian, 2020; SME Corp, 2022). Justeru, penglibatan wanita dalam ekonomi digital menjadi elemen strategik untuk mencapai sasaran ini. Dalam usaha ini, program seperti Digitalisasi PKS, eUsahawan, dan Go eCommerce telah diperkenalkan untuk memperkasakan usahawan wanita agar lebih bersedia menghadapi persaingan global dan gangguan teknologi.



Rajah 1: Hubungan Sinergi antara Modal Insan, Daya Saing dan Keusahawanan Digital dalam Meningkatkan Prestasi Usahawan Wanita

Rajah 1 memperlihatkan satu kerangka konseptual yang menekankan sinergi antara pembangunan modal insan, daya saing dan keusahawanan digital, yang didorong oleh sokongan institusi sebagai pemangkin utama dalam meningkatkan prestasi usahawan wanita di Malaysia. Dalam konteks pembangunan keusahawanan wanita, modal insan merangkumi bukan sahaja aspek pendidikan dan latihan, malah juga elemen kecekapan digital, kemahiran insaniah serta pengalaman keusahawanan yang membentuk keupayaan individu dalam menghadapi cabaran pasaran semasa (World Bank, 2024). Pembangunan modal insan merupakan satu pelaburan strategik yang berupaya meningkatkan kapasiti pengusaha wanita untuk berinovasi, beradaptasi dengan teknologi, serta menjana pertumbuhan perniagaan yang mampan (Becker, 1993; Rahmah, 2012). Menurut laporan oleh Kementerian Ekonomi Malaysia (2025), elemen modal insan berkualiti tinggi merupakan antara enabler utama dalam memacu sasaran kemakmuran bersama menerusi penglibatan aktif golongan wanita dalam sektor ekonomi digital dan perusahaan kecil dan sederhana (PKS). Ini termasuklah pendedahan kepada latihan digitalisasi perniagaan, pembangunan kemahiran ICT serta pembentukan jaringan perniagaan berasaskan teknologi.

Daya saing pula memainkan peranan pelengkap kepada modal insan dalam membentuk keupayaan usahawan wanita untuk bertahan dan berkembang dalam pasaran yang kian kompetitif. Elemen daya saing ini melibatkan kebolehan bersaing dari sudut harga, kualiti, inovasi produk, dan keupayaan penyesuaian terhadap keperluan pasaran. Kajian semasa oleh SME Corp (2024) menunjukkan bahawa usahawan wanita yang memiliki jaringan sosial yang kukuh, serta aktif menyertai program pemerkasaan daya saing yang ditawarkan oleh institusi kerajaan, mencatatkan prestasi yang lebih baik dari sudut pertumbuhan perniagaan dan kelestarian operasi. Menurut OECD (2023), daya saing perniagaan dalam kalangan usahawan wanita dipertingkatkan melalui kebijakan kerajaan yang menyediakan akses kepada infrastruktur digital, geran pembangunan teknologi, serta platform pemasaran digital. Hal ini sejajar dengan dapatan Lin et al. (2006) yang menekankan bahawa jaringan modal sosial merupakan antara pemacu kritikal kejayaan perniagaan.

Seiring dengan peralihan kepada ekonomi digital, peranan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) menjadi semakin penting dalam landskap keusahawanan wanita. Statistik daripada Laporan Digital 2024 (We Are Social & Meltwater, 2024) menunjukkan peningkatan ketara penggunaan platform e-dagang dan media sosial dalam kalangan usahawan wanita, di mana lebih 68% usahawan mikro wanita di Malaysia melaporkan peningkatan jualan melalui penggunaan aktif Instagram, Facebook Marketplace, TikTok Shop dan Shopee. Penguasaan keusahawanan digital bukan sahaja memperluas capaian pasaran, malah membolehkan usahawan wanita mengurangkan kos operasi, meningkatkan automasi dan memanfaatkan analitik data dalam membuat keputusan strategik (MDEC, 2025). Namun demikian, laporan terkini menunjukkan masih wujud jurang digital dan kekurangan celik teknologi dalam kalangan pengusaha wanita di kawasan luar bandar, yang memerlukan campur tangan institusi dalam bentuk latihan digital dan insentif kewangan (UNDP Malaysia, 2024).

Peranan institusi dalam konteks ini amat signifikan. Institusi bukan sahaja berperanan sebagai penyedia dana dan sokongan teknikal, tetapi juga sebagai penyusun dasar dan penggerak ekosistem keusahawanan yang inklusif dan responsif. Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (KUSKOP), menerusi Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN2030), telah menyasarkan untuk meningkatkan kadar penyertaan wanita dalam keusahawanan formal kepada 30% menjelang 2030 (KUSKOP, 2023). Inisiatif seperti Program Wanita Bangkit Berniaga, Program Latihan Literasi Digital MARA, dan DanaNITA oleh Tekun Nasional merupakan antara program intervensi yang telah dikenal pasti sebagai pemangkin pembangunan kapasiti wanita dalam sektor perniagaan. Lebih daripada itu, pelaksanaan Program Pendigitalan PKS di bawah Belanjawan 2025 yang memperuntukkan RM800 juta bagi memperkasa penggunaan teknologi digital dalam kalangan usahawan kecil termasuk wanita, memperlihatkan komitmen kerajaan dalam mendukung agenda transformasi keusahawanan digital. Oleh yang demikian, kajian ini melihat keperluan untuk mengarusperdanakan pendekatan bersepadu antara pembangunan modal insan, daya saing dan keusahawanan digital melalui sokongan institusi sebagai landasan utama dalam memacu prestasi dan kejayaan usahawan wanita Malaysia. Dalam jangka panjang, model ini bukan sahaja mampu menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara, tetapi juga memperkukuh kestabilan sosial dan keseimbangan gender dalam sektor keusahawanan.

5. METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan pendekatan reka bentuk bukan eksperimen, khususnya melalui kaedah tinjauan (survey), bagi meneroka hubungan antara modal insan, daya saing, dan keusahawanan digital terhadap prestasi usahawan wanita di Malaysia. Pendekatan ini dipilih kerana ia sesuai digunakan untuk menilai persepsi, pengalaman dan pandangan responden dalam konteks sosial sebenar tanpa memanipulasi pembolehubah kajian (Creswell & Creswell, 2018). Dalam konteks kajian pembangunan usahawan wanita, pendekatan tinjauan memberi ruang kepada penyelidik untuk mengumpul data kuantitatif dalam skala yang meluas serta memperoleh data empirik yang boleh dianalisis secara statistik.

Selaras dengan keperluan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif, kajian ini menggunakan pendekatan kaedah pelbagai (multi-method) yang menggabungkan kaedah kuantitatif dan kualitatif. Menurut Creswell (2012), pendekatan pelbagai kaedah dapat membantu penyelidik memahami isu kajian secara lebih mendalam, membina pemahaman yang kontekstual serta menjawab persoalan kajian melalui triangulasi data. Dalam reka bentuk ini, kaedah kuantitatif digunakan pada fasa awal untuk menguji hipotesis dan mengenal pasti corak hubungan antara pembolehubah, manakala kaedah kualitatif berfungsi sebagai pelengkap untuk mengesahkan, menjelaskan dan memperkayakan dapatan kuantitatif.

5.1 Reka Bentuk Penjelasan (Explanatory Sequential Design)

Reka bentuk kajian ini adalah berbentuk penjelasan berurutan (*explanatory sequential design*) seperti yang diperkenalkan oleh Creswell & Plano Clark (2017), di mana pengumpulan dan analisis data kuantitatif dilakukan terlebih dahulu, diikuti dengan pengumpulan data kualitatif. Data kuantitatif dianalisis menggunakan perisian Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 29, manakala data kualitatif dianalisis menggunakan kaedah analisis kandungan (content analysis). Gabungan ini membolehkan triangulasi dapatan, meningkatkan kebolehpercayaan dan kesahan hasil penyelidikan.

5.2 Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui edaran borang soal selidik kepada usahawan wanita yang terlibat dalam perusahaan mikro, kecil dan sederhana di Malaysia. Soal selidik ini direka untuk mengukur pembolehubah berkaitan modal insan (pendidikan, latihan, pengalaman dan kreativiti), daya saing (akses kepada pasaran, jaringan sosial, dan kebolehan inovatif), dan penggunaan keusahawanan digital (penggunaan platform digital, kemahiran ICT, dan aktiviti pemasaran atas talian). Pemilihan responden dibuat secara persampelan berstrata mengikut wilayah dan sektor perniagaan bagi memastikan keterwakilan populasi kajian. Data primer juga diperoleh melalui temu bual separa berstruktur dengan pegawai institusi berkaitan seperti MARA, AIM, TEKUN Nasional dan SME Corp, serta pengusaha wanita terpilih, bagi mengesahkan dan menambah konteks kepada hasil kuantitatif.

Manakala, data sekunder diperoleh melalui kajian kepustakaan yang melibatkan analisis dokumen dasar seperti Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN2030), Pelan Induk PKS 2019–2030, laporan tahunan kementerian berkaitan, laporan SME Corp, dan dokumen-dokumen ilmiah terdahulu termasuk jurnal akademik, buku, tesis, dan laporan teknikal. Sumber dalam talian seperti pangkalan data Scopus, Web of Science dan Google Scholar turut dimanfaatkan untuk mendapatkan dapatan kajian terkini. Kaedah ini selaras dengan pandangan Mohd Shaffie (1991)

dan Sulaiman (2005), bahawa kajian kepustakaan adalah penting untuk menyediakan kerangka konseptual, mengenal pasti kelompongan literatur dan menyokong pemahaman terhadap isu kajian.

5.3 Teknik Analisis Data

Data kuantitatif dianalisis menggunakan SPSS versi 29 untuk menjalankan statistik deskriptif (frekuensi, min dan sisihan piawai) dan inferensi (regresi linear, analisis korelasi Pearson, dan ujian ANOVA) bagi mengenal pasti hubungan signifikan antara modal insan, daya saing, keusahawanan digital dan prestasi usahawan wanita. Di samping itu, temu bual dan dokumen dianalisis secara analisis kandungan bertema (thematic content analysis) untuk mengenal pasti tema-tema utama yang berkaitan dengan peranan institusi, cabaran usahawan wanita, dan faktor kejayaan dalam transformasi digital. Proses ini dilakukan dengan mengekod data kualitatif dan membandingkan tema dengan dapatan kuantitatif bagi tujuan penjelasan (Creswell & Poth, 2018).

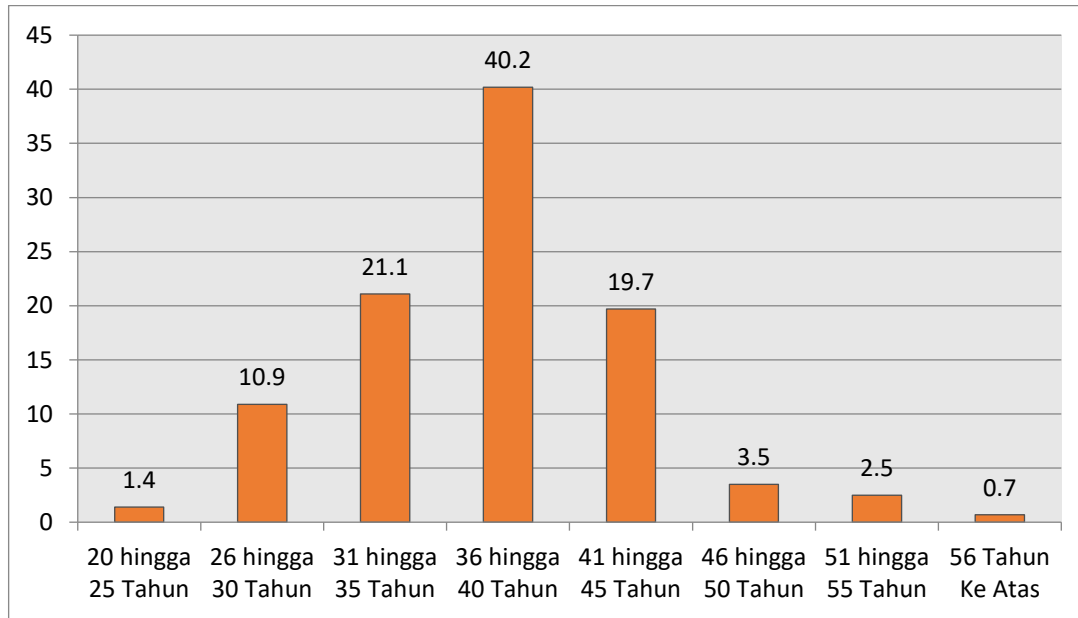
Pemilihan reka bentuk penjelasan berurutan ini adalah bertepatan dengan keperluan kajian yang bersifat praktikal dan berorientasikan dasar, memandangkan objektif kajian bertujuan untuk memahami hubungan antara pembolehubah serta memberikan cadangan yang berasaskan bukti kepada agensi pelaksana. Kaedah ini juga dapat menyumbang kepada pengetahuan baharu tentang bagaimana modal insan dan keupayaan daya saing boleh digerakkan melalui intervensi institusi dalam era digital, khususnya dalam kalangan wanita di sektor PKS yang masih ketinggalan dari sudut transformasi digital.

6. HASIL DAPATAN KAJIAN KUANTITATIF

6.1 Demografi Pengusaha Wanita

6.1.1 Umur

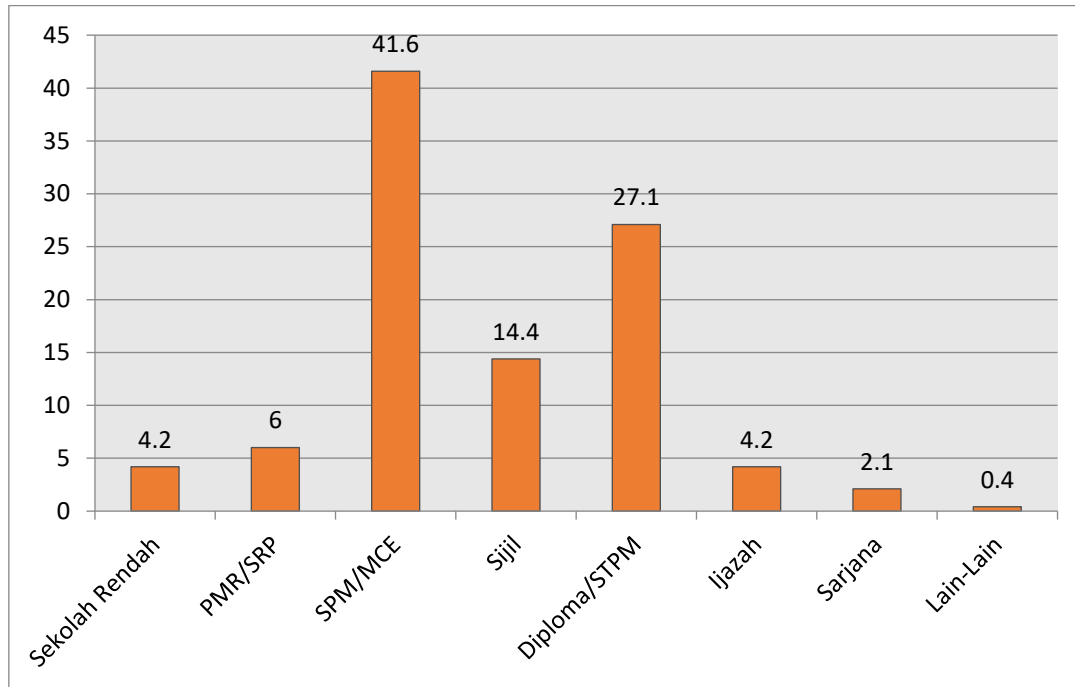
Hasil dapatan kajian, secara keseluruhannya, daripada 284 orang pengusaha wanita, bilangan pengusaha wanita yang mengusahakan perusahaan berbentuk PKS adalah dalam lingkungan umur pertengahan iaitu dalam kategori umur 31 sehingga 45 tahun iaitu lebih daripada separuh pengusaha iaitu seramai 230 orang (81 peratus) diikuti pengusaha muda yang berumur 20 hingga 30 tahun iaitu seramai 35 orang (12.3 peratus) dan bakinya adalah pengusaha yang lebih daripada 46 tahun ke atas (6.7 peratus) seperti terlihat di dalam Rajah 2.



Rajah 2: Umur dalam kalangan pengusaha wanita (%)

6.1.2 Kelulusan Akademik

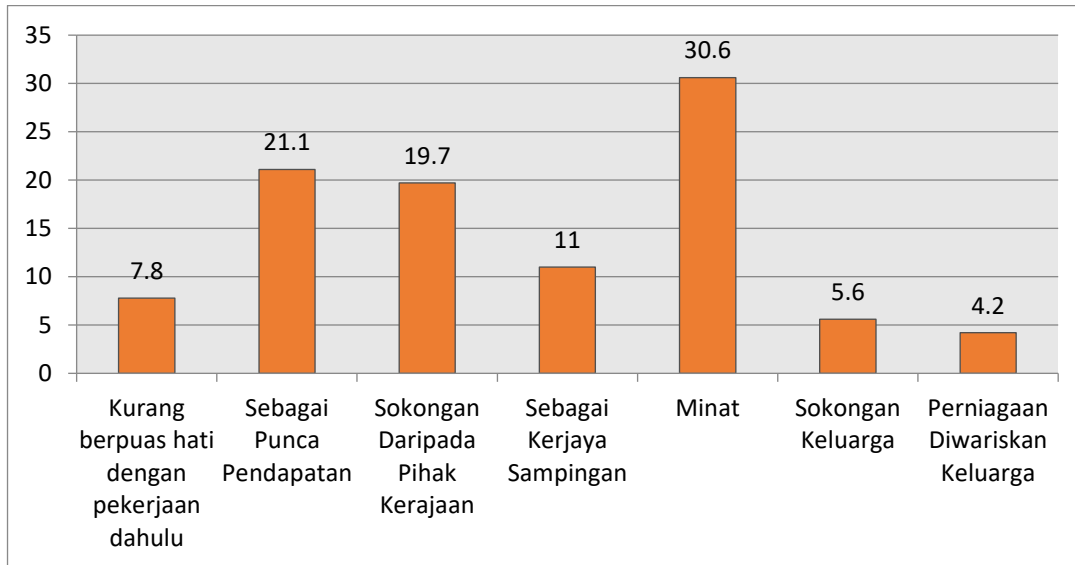
Kelulusan akademik merupakan salah satu faktor latar belakang responden yang penting dalam kajian keusahawanan memandangkan dalam aspek pembangunan modal insan, pendidikan adalah faktor yang penting. Kajian ini menetapkan lapan tahap pendidikan dalam kalangan responden. Daripada 284 pengusaha, sebanyak 118 pengusaha (41.6 peratus) adalah berkelulusan Sijil Pelajaran Malaysia (SPM), diikuti pengusaha yang memiliki Diploma atau Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia (STPM) iaitu sebanyak 77 orang pengusaha (27.1 peratus) serta 41 pengusaha yang memiliki kelulusan di peringkat Sijil (14.4 peratus). Seterusnya adalah pengusaha yang memiliki sijil Penilaian Menengah Rendah (PMR) atau Sijil Rendah Pelajaran (SRP) iaitu seramai 17 orang diikuti pengusaha yang mempunyai kelulusan di peringkat Ijazah iaitu seramai 12 orang (4.2 peratus) serta pengusaha yang hanya bersekolah rendah iaitu seramai 12 orang (4.2 peratus). Bagaimanapun, terdapat enam orang pengusaha yang berkelulusan tinggi di peringkat Sarjana iaitu seramai enam orang (2.1 peratus) seperti yang terlihat dalam Rajah 3. Justeru, adalah dapat dilihat kategori kelulusan akademik bagi kebanyakan pengusaha wanita adalah berkelulusan SPM.



Rajah 3: Kelulusan akademik dalam kalangan pengusaha wanita (%)

6.1.3 Sebab Menceburi Bidang Keusahawanan

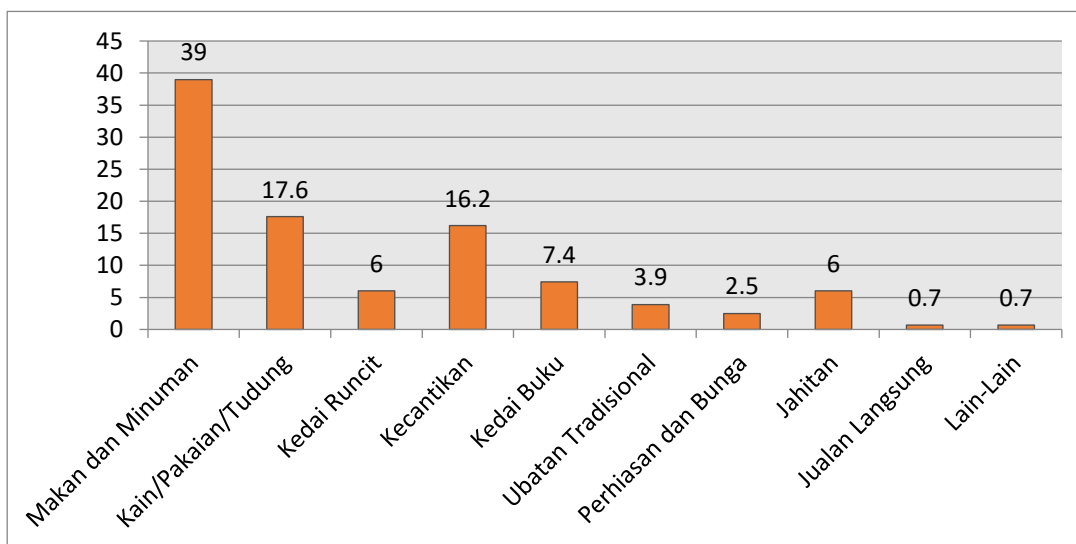
Tujuan seseorang usahawan wanita itu menceburkan diri dalam bidang perniagaan mendapati daripada 284 soal selidik yang diedarkan kepada responden, sebanyak 87 orang usahawan wanita (30.6 peratus) menceburi bidang perniagaan adalah atas dasar minat dalam bidang perniagaan, manakala seramai 60 orang usahawan wanita (21.1 peratus) menjalankan perniagaan untuk menjadikan bidang perniagaan sebagai punca utama pendapatan mereka. Seterusnya 56 orang usahawan wanita (19.7 peratus) menyatakan sebab mereka menceburkan diri dalam bidang perniagaan adalah kerana mendapat sokongan daripada pihak kerajaan. Di samping itu, seramai 31 orang usahawan wanita (11.0 peratus) menceburkan diri dalam bidang perniagaan kerana perniagaan dijadikan sebagai kerjaya sampingan mereka dan seramai 22 orang usahawan wanita (7.8 peratus) menjalankan perniagaan kerana tidak berpuas hati dengan pekerjaan terdahulu. Selain itu, terdapat juga usahawan wanita yang menceburi bidang perniagaan kerana sokongan daripada keluarga dan juga mewarisi perniagaan daripada keluarga yang masing-masing berjumlah seramai 16 orang (5.6 peratus) dan 12 orang (4.2 peratus) seperti yang terlihat dalam Rajah 4.



Rajah 4: Sebab menceburi bidang perniagaan dalam kalangan pengusaha wanita (%)

6.1.4 Jenis Perniagaan

Kebanyakan para usahawan wanita adalah menjalankan perniagaan yang berasaskan makanan dan minuman. Daripada 284, berdasarkan Rajah 5, jenis perniagaan yang melibatkan makanan dan minuman adalah paling tinggi diusahakan oleh usahawan wanita iaitu seramai 111 orang (39 peratus) manakala jumlah kedua tertinggi adalah seramai 50 orang usahawan wanita (17.6 peratus) yang menjalankan perusahaan menjual kain, pakaian dan tudung. Jenis perniagaan yang melibatkan sektor kecantikan pula menunjukkan jumlah ketiga tertinggi iaitu seramai 46 orang (16.2 peratus) dan diikuti seramai 21 orang usahawan wanita (7.4 peratus) yang mengusahakan kedai buku. Selain itu, terdapat seramai 17 orang usahawan wanita (6.0 peratus) dan 17 orang usahawan wanita (6.0 peratus) masing-masing yang mengusahakan perniagaan kedai runcit dan juga kedai jahitan.

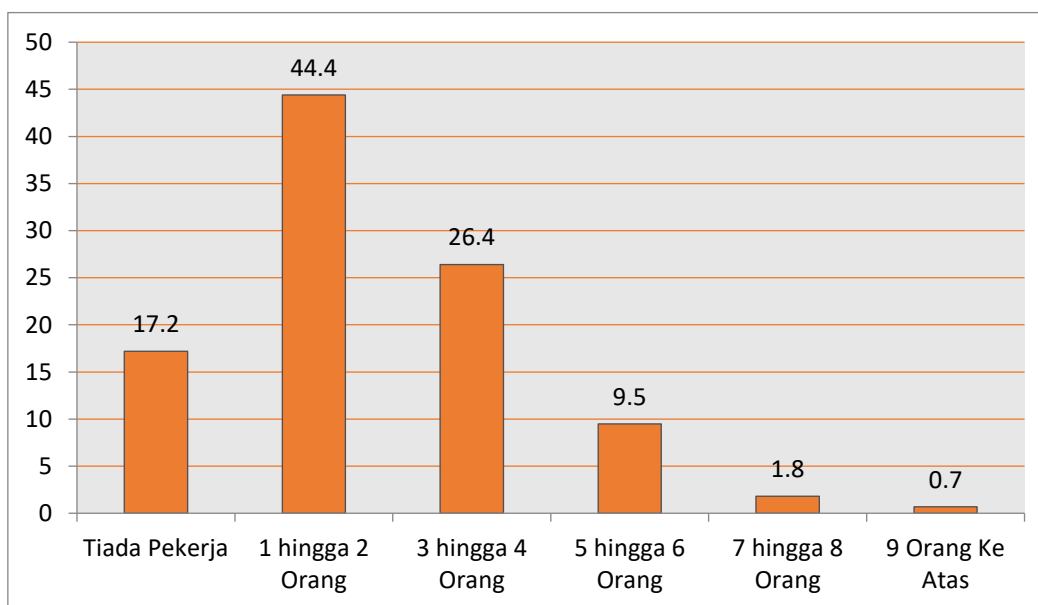


Rajah 5: Jenis perniagaan/perusahaan dalam kalangan pengusaha wanita (%)

6.1.5 Bilangan Pekerja

Maklumat berkenaan jumlah bilangan pekerja dalam sesebuah perusahaan adalah penting kerana dengan pertambahan jumlah pekerja menunjukkan berlakunya perkembangan atau peningkatan kemajuan dalam sesebuah perusahaan. Justeru, bahagian ini melihat kepada jumlah bilangan pekerja yang terdapat di dalam perusahaan yang dijalankan oleh responden kajian. Hasil dapatan menunjukkan bilangan pekerja dikategorikan kepada enam kumpulan iaitu bermula daripada tidak memiliki pekerja, sehinggalah seseorang usahawan wanita tersebut memiliki lebih dari 9 orang pekerja. Daripada 284 orang usahawan wanita, seramai 126 orang usahawan wanita (44.4 peratus) mampu memiliki seorang hingga dua orang pekerja dan diikuti seramai 75 orang usahawan wanita (26.4 peratus) yang memiliki tiga hingga empat orang pekerja.

Di samping itu, sebanyak 27 orang usahawan wanita (9.5 peratus) mampu memiliki seramai lima hingga enam orang pekerja. Daripada jumlah responden ini, hanya lima orang usahawan wanita (1.8 peratus) yang memiliki tujuh hingga lapan orang pekerja dan dua orang usahawan wanita (0.7 peratus) mampu memiliki lebih dari 9 orang pekerja. Bagaimanapun, masih terdapat 49 orang usahawan wanita (17.2 peratus) yang tidak memiliki pekerja dan menjalankan perniagaan tanpa bantuan pekerja seperti yang terdapat dalam Rajah 6. Oleh itu, berdasarkan kepada hasil dapatan dapat dinyatakan bahawa responden usahawan wanita boleh dikategorikan sebagai berjaya kerana terdapat lebih separuh daripada mereka mampu memiliki pekerja sendiri dan mampu membuka peluang pekerjaan kepada masyarakat setempat.

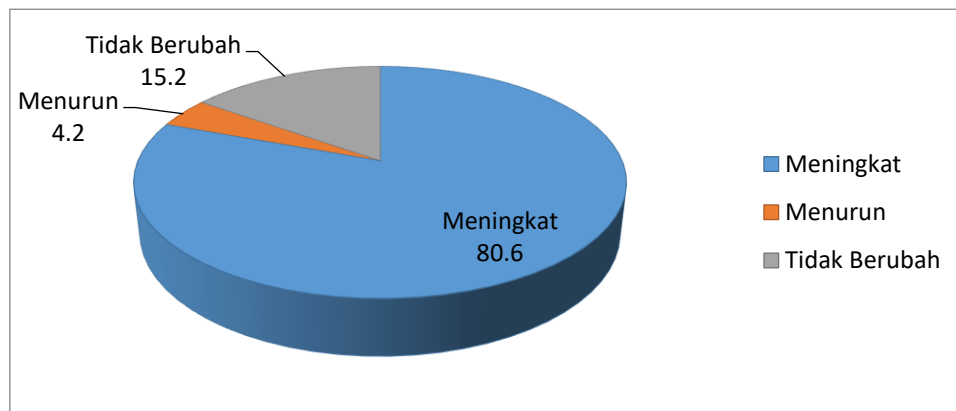


Rajah 6: Bilangan pekerja dalam kalangan pengusaha wanita (%)

6.1.6 Prestasi Perniagaan

Hasil dapatan kajian daripada 284 soal selidik yang diedarkan, seramai 229 orang pengusaha wanita (80.6 peratus) menyatakan prestasi perniagaan mereka adalah meningkat berbanding tahun sebelumnya dan seramai 43 orang pengusaha (15.2 peratus) menyatakan prestasi perniagaan mereka adalah tidak berubah. Selain itu, hanya seramai 12 orang pengusaha (4.2 peratus) menyatakan hasil perniagaan mereka adalah menurun berbanding tahun sebelumnya seperti yang terlihat dalam Rajah 7. Keadaan ini juga menunjukkan bahawa perniagaan yang

diusahakan adalah berjaya memandangkan keuntungan yang diperoleh oleh pengusaha adalah meningkat dari tahun sebelumnya.

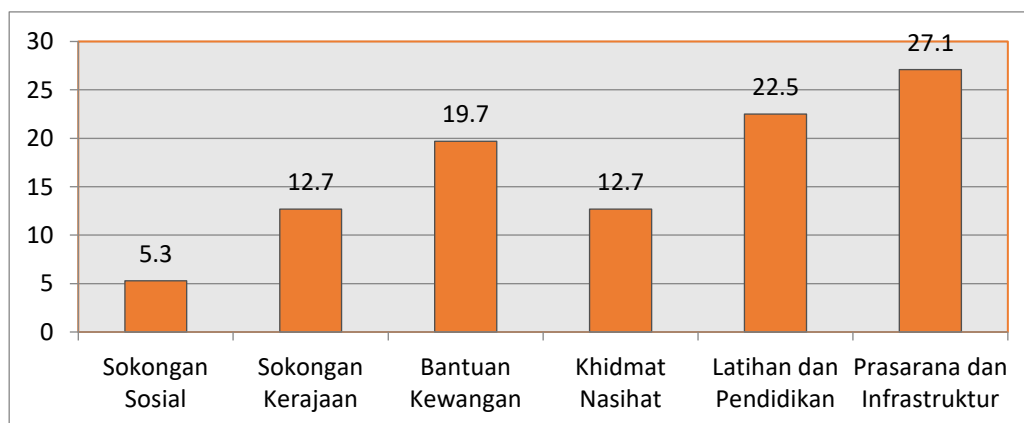


Rajah 7: Prestasi perniagaan pengusaha wanita (%)

6.1.7 Keperluan Utama Pengusaha Wanita

Keperluan utama pengusaha wanita adalah perlu diketengahkan memandangkan hasil dapatan kajian akan membolehkan pihak kerajaan dan institusi terlibat bagi pembangunan usahawan mengetahui keperluan pengusaha untuk meneruskan kelangsungan perusahaan yang diusahakan mereka. Dalam kajian ini, keperluan usahawan adalah terbahagi kepada enam faktor seperti sokongan sosial, sokongan kerajaan, bantuan kewangan, khidmat nasihat, latihan dan pendidikan serta infrastruktur dan prasarana.

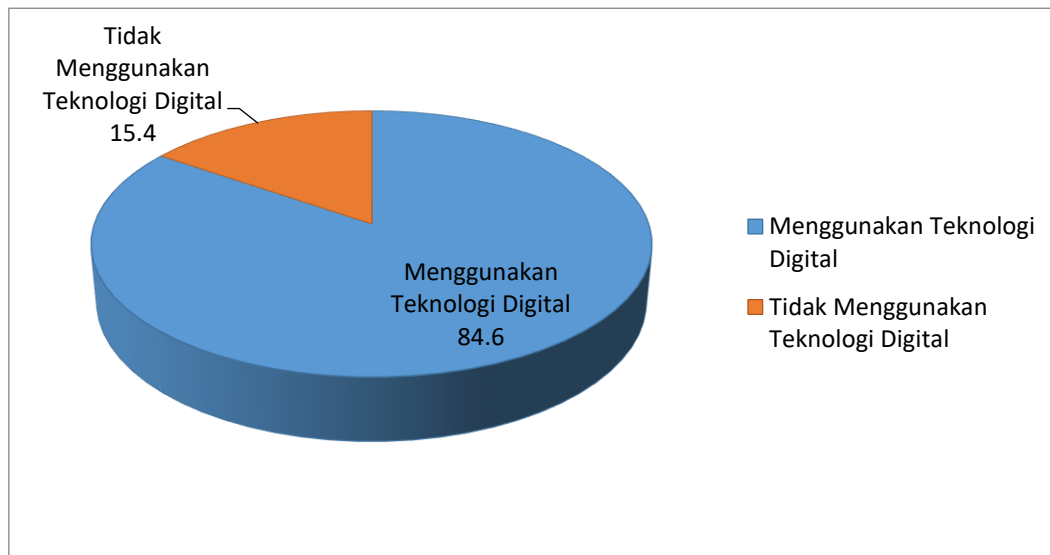
Hasil dapatan kajian terhadap 284 usahawan wanita jelas menunjukkan daripada 284 pengusaha seramai 77 orang pengusaha (27.1 peratus) adalah memerlukan kemudahan prasarana dan infrastruktur. Seterusnya, pengusaha wanita ini memerlukan kemudahan latihan dan pendidikan iaitu seramai 64 orang (22.5 peratus) diikuti pengusaha yang memerlukan kemudahan bantuan kewangan iaitu seramai 56 orang (19.7 peratus). Selain itu, pengusaha wanita ini turut memerlukan sokongan kerajaan dan khidmat nasihat untuk meningkatkan prestasi mereka dalam perusahaan iaitu seramai 36 orang masing-masing (12.7 peratus) dan daripada 284 orang pengusaha tersebut seramai 15 orang pengusaha (5.3 peratus) menyatakan mereka memerlukan sokongan sosial seperti yang terlihat dalam Rajah 8.



Rajah 8: Keperluan utama pengusaha wanita untuk berjaya (%)

6.1.8 Penggunaan Teknologi Digital Dalam Perniagaan

Tidak dinafikan, dengan perkembangan teknologi hari ni yang kian meningkat, dunia tanpa sempadan dan proses globalisasi memerlukan usahawan untuk sentiasa menggunakan teknologi terkini dalam mempromosikan dan melakukan perniagaan secara dalam talian. Hasil dapatan kajian terhadap 284 usahawan wanita jelas menunjukkan daripada 284 pengusaha seramai 240 orang pengusaha wanita (84.6 peratus) adalah menggunakan dan mengadaptasikan penggunaan teknologi digital dalam perusahaan, bagaimanapun terdapat 44 pengusaha (15.4 peratus) yang masih tidak menggunakan teknologi digital dalam perniagaan dan melakukan perniagaan di premis secara fizikal seperti yang tertera di dalam Rajah 9.

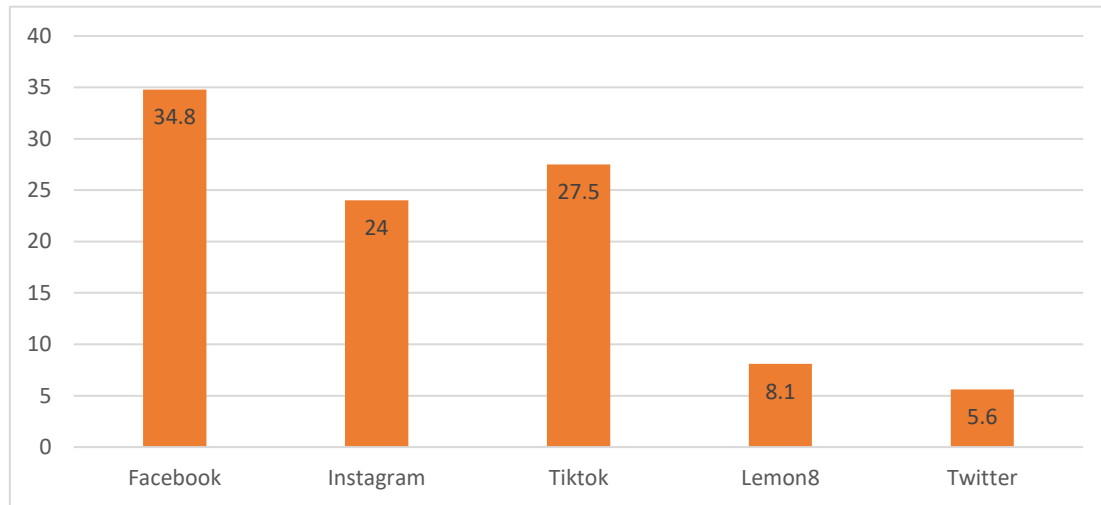


Rajah 9: Penggunaan teknologi digital dalam perniagaan (%)

6.1.9 Saluran Perniagaan Dalam Talian

Perkembangan yang pesat dalam teknologi komunikasi maklumat kini telah berjaya membawa pendekatan yang efektif untuk mendekati para pelanggan. Interaksi melalui rangkaian media sosial adalah salah satu fenomena yang menarik lebih banyak perhatian pelanggan. Pelanggan yang wujud dalam pasaran media sosial seperti Facebook dan juga Instagram telah meningkat terutamanya sejak Pandemik Covid-19 melanda. Sejak dari itu wujud peningkatan yang ketara penggunaan media sosial dan para pengusaha yang ingin berdiri teguh dalam pasaran perlu mengambil peluang ini dengan menggunakan strategi yang berkesan untuk mendekati pelanggan untuk memperkenalkan jenama kepada pasaran dan pelanggan.

Hasil dapatan daripada 284 pengusaha wanita menunjukkan bahawa seramai 99 orang usahawan wanita (34.8 peratus) menggunakan saluran Facebook, seramai 78 orang usahawan wanita (27.5 peratus) menggunakan TikTok. Di samping itu, terdapat juga usahawan wanita yang menggunakan Instagram dalam mempromosikan produk mereka seramai 68 (24 peratus) dan 23 orang usahawan wanita (8.1 peratus) menggunakan saluran Lemon8. Selain itu, hanya seramai 16 orang usahawan wanita (5.6 peratus) menggunakan saluran Twitter seperti yang terlihat dalam Rajah 10.



Rajah 10: Jenis penggunaan saluran media sosial pengusaha (%)

6.2 Faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Usahawan Wanita

Bagi menjawab persoalan kajian 1, analisis regresi pelbagai (*multiple regression*) dilaksanakan. Analisis ini adalah berdasarkan kepada hasil dapatan yang diperoleh daripada 284 orang responden dalam kalangan usahawan wanita. Sebelum melaksanakan ujian analisis regresi pelbagai, ujian normaliti terhadap dapatan data dilakukan terlebih dahulu untuk memastikan bahawa taburan data yang diperoleh adalah bertaburan secara normal. Hal ini bagi memastikan analisis berbentuk parametrik seperti analisis regresi pelbagai dapat dilaksanakan. Jadual 1 berikut menunjukkan nilai *Skewness* dan *Kurtosis* bagi setiap pemboleh ubah serta dimensi-dimensi yang membentuk kepada konstruk pemboleh ubah tersebut berdasarkan data yang diperoleh. Berdasarkan jadual tersebut, semua nilai skewness dan kurtosis menunjukkan bahawa taburan data berada di dalam lingkungan ± 1.96 . Ini menunjukkan bahawa taburan data bagi mengukur pemboleh ubah dan dimensi konstruk pemboleh ubah adalah bertaburan secara normal. Justeru itu, berdasarkan hasil ujian normaliti, membolehkan data tersebut di analisa menggunakan ujian parametrik seperti analisis regresi pelbagai.

Jadual 1: Ujian normaliti terhadap pemboleh ubah

Pembolehubah	Dimensi/faktor	Skewness	Kurtosis
Modal Insan		-.860	.398
	Pendidikan dan Latihan	-1.177	1.861
	Pengalaman Perniagaan	-1.201	1.742
	Sokongan Sosial	-.609	.328
	Kreativiti	-1.012	1.001
Daya Saing		-.603	.603
	Bantuan kewangan	-.962	1.068
	Iltizam Perniagaan	-.652	.488
	Prasarana dan Infrastruktur	-1.316	1.376
Keusahwanan Digital	Teknologi dalam talian	-.608	.329
Prestasi Usahawan Wanita		.445	-.967

6.2.1 Ujian Regresi Pelbagai (Multiple Regression)

Seterusnya ujian regresi pelbagai dilaksanakan terhadap data yang diperoleh daripada responden bagi menjawab persoalan kajian yang pertama “Adakah modal insan, daya saing dan keusahawanan digital dapat mempengaruhi prestasi usahawan wanita?”. Dalam menjawab persoalan kajian ini, satu hipotesis *null* di bentuk bagi menguji pemboleh ubah modal insan, daya saing dan keusahawanan digital dalam mempengaruhi prestasi usahawan wanita. Hipotesis bagi persoalan kajian ini melihat kepada aspek modal insan, daya saing dan keusahawanan digital secara terus dalam mempengaruhi prestasi usahawan wanita. Hipotesis *null* bagi persoalan kajian ini adalah seperti berikut:

H01: Modal insan, daya saing dan keusahawanan digital tidak mempengaruhi prestasi usahawan wanita

Dalam melaksanakan analisis regresi pelbagai untuk pengujian hipotesis di atas, kaedah *step-wise* digunakan dalam menganalisis regresi terhadap pemboleh ubah. Kaedah *step-wise* digunakan kerana ia merupakan kaedah yang lebih ekonomikal di mana model regresi hanya akan menjelaskan pemboleh ubah yang signifikan sahaja di dalam model kajian. Selain itu, kaedah ini juga mampu untuk mengatasi permasalahan dari sudut berlakunya isu *multi-collinearity* (Chua 2012). Jadual 2 berikut menunjukkan hasil ujian analisis regresi pelbagai yang diperoleh.

Jadual 2: Analisis regresi pelbagai bagi pemboleh ubah modal insan, daya saing dan keusahawanan digital terhadap prestasi usahawan wanita

Model	Pemboleh ubah	Beta	Sig	df	R ²	ΔR ²	F
1	Modal Insan	.564	.000*	1,282	.318	.318	131.409
2	Modal Insan	.407	.000*	2,281	.398	.080	92.815
	Daya Saing	.323	.000*				
	Modal Insan	.409	.000*	2,312	.412	.081	93.512
3	Keusahawanan Digital	.328	.000*				

*p ≤ .05

Hasil keputusan analisis regresi pelbagai menunjukkan bahawa terdapat tiga model yang terbentuk apabila menggunakan kaedah *step-wise* terhadap analisis regresi. Sebagaimana yang sedia maklum, kaedah *step-wise* ini hanya akan mengeluarkan model regresi yang memberikan hasil yang signifikan sahaja. Justeru, dengan terhasilnya tiga model tersebut apabila analisis dibuat terhadap tiga pemboleh ubah peramal iaitu modal insan, daya saing dan keusahawanan digital menggambarkan bahawa kombinasi atau gabungan pemboleh ubah tersebut mampu untuk meramal atau mempengaruhi prestasi usahawan wanita secara signifikan.

Secara lebih terperinci, bagi model pertama iaitu regresi di antara satu pemboleh ubah (modal insan sahaja) dalam mempengaruhi prestasi usahawan wanita, ia menunjukkan hasil dapatan yang signifikan di mana $[F(1,282) = 131.409, p < .05]$ dan hasil regresi ini menunjukkan bahawa modal insan menyumbang sebanyak 31.8 peratus kepada perubahan varians (berdasarkan kepada nilai $R^2 = .318$) terhadap prestasi usahawan wanita. Justeru, hasil dapatan ini secara jelas menunjukkan bahawa modal insan merupakan aspek utama yang menyumbang kepada peningkatan prestasi usahawan wanita.

Bagi model kedua, iaitu kombinasi di antara modal insan dan daya saing dalam mempengaruhi prestasi usahawan wanita, ia turut menunjukkan hasil dapatan yang signifikan di mana ($\beta = .323$, $p < .05$) dan $[F(2,281) = 92.815, p < .05]$. Berdasarkan kepada perubahan nilai $R^2 = .08$ menunjukkan bahawa pertambahan sebanyak 8 peratus perubahan varians berlaku dalam mempengaruhi prestasi usahawan wanita apabila terdapatnya kombinasi di antara pemboleh ubah modal insan dan daya saing. Hal ini menjadikan keseluruhan perubahan varians dalam mempengaruhi prestasi usahawan wanita daripada hanya 31.8 peratus dengan hanya berlandaskan aspek modal insan berubah kepada 39.8 peratus apabila terdapat kombinasi dengan aspek daya saing. Justeru, dapat dirumuskan bahawa kombinasi modal insan dan daya saing mampu untuk mempengaruhi hampir 40 peratus ke arah peningkatan prestasi usahawan wanita dan sekaligus menolak hipotesis *null* yang di bina, iaitu modal insan dan daya saing tidak mempengaruhi kepada peningkatan prestasi usahawan wanita.

Bagi model ketiga, iaitu kombinasi di antara modal insan dan keusahawanan digital dalam mempengaruhi prestasi usahawan wanita, ia turut menunjukkan hasil dapatan yang signifikan di mana ($\beta = .409$, $p < .05$) dan $[F(2,312) = 93.512, p < .05]$. Berdasarkan kepada perubahan nilai $R^2 = .08$ menunjukkan bahawa pertambahan sebanyak 8 peratus perubahan varians berlaku dalam mempengaruhi prestasi usahawan wanita apabila terdapatnya kombinasi di antara pemboleh ubah modal insan dan keusahawanan digital. Hal ini menjadikan keseluruhan perubahan varians dalam mempengaruhi prestasi usahawan wanita daripada hanya 39.8 peratus dengan hanya berlandaskan aspek modal insan berubah kepada 41.2 peratus apabila terdapat kombinasi dengan aspek keusahawanan digital. Justeru, dapat dirumuskan bahawa kombinasi modal insan dan keusahawanan digital mampu untuk mempengaruhi hampir 45 peratus ke arah peningkatan prestasi usahawan wanita dan sekaligus menolak hipotesis *null* yang di bina, iaitu modal insan, daya saing dan keusahawanan digital tidak mempengaruhi prestasi usahawan wanita.

Analisis regresi pelbagai dijalankan bagi mengetahui faktor yang mempengaruhi prestasi usahawan. Bukti empirikal daripada hasil dapatan mendapati modal insan, daya saing dan keusahawanan digital mempengaruhi prestasi usahawan wanita. Kepentingan aspek modal insan, daya saing dan keusahawanan dalam menentukan prestasi pengusaha dapat dikaitkan dengan teori modal insan. Norain & Nooriah (2012) dan Fernandez & Mauro (2000) bersetuju wujudnya hubungan positif di antara modal insan, daya saing dan keusahawanan digital terhadap prestasi usahawan. Kepentingan modal insan dan sokongan kerajaan terhadap prestasi pengusaha dibuktikan oleh kajian Rosman & Mohd Rosli (2011); Garcia (2005); Mastura et al. (2004) dan Fernandez et al. (1999) yang menyifatkan modal insan merupakan faktor utama dalam menentukan daya saing sesebuah perusahaan dan seterusnya meningkatkan prestasi individu bergelar usahawan. Penemuan kajian kuantitatif mengenai hubungan positif antara modal insan, daya saing dan keusahawanan digital terhadap prestasi pengusaha wanita tersebut disahkan dan dijelaskan lagi dengan maklumat kajian kualitatif.

Maklum balas yang diterima daripada informan menunjukkan faktor modal insan, daya saing dan keusahawanan digital penting dan mempengaruhi prestasi usahawan. Mereka menjelaskan menerusi penerapan aspek modal insan dan bantuan daripada pihak kerajaan, pelbagai masalah yang dihadapi dapat diatasi, memudahkan aktiviti perniagaan mereka dan dapat memberi kesan positif terhadap perusahaan yang diusahakan mereka. Dengan modal insan, daya saing dan

keusahawanan digital yang baik, mereka berpendapat prestasi pengusaha dapat ditingkatkan dari sudut keuntungan yang semakin bertambah, pusingan modal yang lebih baik, perubahan gaya hidup yang lebih baik serta dapat membuka peluang pekerjaan kepada masyarakat setempat. Begitu juga apabila perniagaan diuruskan secara dalam talian akan mampu meningkatkan prestasi mereka menjadi usahawan yang lebih berjaya. Keadaan ini adalah seiring dengan pendapat Walker & Brown (2004) yang melihat kejayaan dan prestasi usahawan dari sudut kekuatan kewangan, perubahan gaya hidup dan tanggungjawab sosial.

Berdasarkan kepada pengujian hipotesis bagi menjawab persoalan kajian pertama dalam kajian ini, menunjukkan bahawa hipotesis *null* yang dibina adalah ditolak. Hal ini bermakna aspek modal insan, daya saing dan keusahawanan digital sememangnya adalah aspek yang mampu untuk mempengaruhi prestasi usahawan wanita.

6.3 Hasil Dapatan Kajian Kualitatif

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi usahawan wanita, khususnya berkaitan perkembangan teknologi digital, penggunaan internet, dan peranan institusi. Temu bual separa berstruktur telah dilaksanakan ke atas beberapa informan yang terdiri daripada usahawan wanita serta pegawai institusi yang terlibat dalam pembangunan keusahawanan. Hasil temu bual telah membolehkan penyelidik memahami dimensi-dimensi kritikal yang menyumbang kepada peningkatan prestasi usahawan wanita dari perspektif akar umbi.

6.3.1 Pendidikan, Latihan dan Pembentukan Modal Insan

Secara konsisten, hasil dapatan kualitatif menunjukkan bahawa pendidikan dan latihan merupakan elemen teras dalam membentuk modal insan usahawan wanita. Aspek ini bukan sahaja meningkatkan pengetahuan dan kemahiran keusahawanan, malah menyumbang kepada pembangunan jaringan sosial serta kreativiti (Coulter, 2003; Nor Azira et al., 2021). Informan daripada kalangan usahawan menyatakan bahawa penyertaan dalam latihan anjuran agensi seperti MARA dan TEKUN telah memberi kesan positif terhadap daya cipta dan keyakinan diri, yang seterusnya meningkatkan prestasi perniagaan mereka.

6.3.2 Kreativiti, Inovasi dan Keusahawanan Digital

Dapatan kualitatif memperlihatkan bahawa usahawan wanita yang mengintegrasikan kreativiti dan inovasi dalam strategi perniagaan lebih berdaya saing dan cenderung untuk kekal relevan dalam pasaran. Konsep ‘creative destruction’ (Schumpeter, 1942) yang merujuk kepada keperluan pembaharuan berterusan dalam produk dan perkhidmatan, muncul sebagai tema penting. Usahawan dalam sektor pembuatan kek dan pakaian menyatakan keperluan untuk menyesuaikan produk dengan citarasa semasa serta memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Instagram sebagai platform promosi.

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Informan 1 (Tah Bakery): “...bantuan prasarana seperti barang niaga, kedai yang strategik, mesin-mesin dan peralatan yang sesuai adalah sangat diutamakan oleh saya... dengan penggunaan media sosial untuk mempromosikan barangan dan melakukan perniagaan akan lebih berkesan.”

6.3.4 Prasarana dan Lokasi Perniagaan

Kedudukan strategik premis perniagaan merupakan faktor penting yang diakui hampir semua informan sebagai penentu kejayaan. Informan 2 (Nor Tailor) menyatakan: "...kedai yang strategik ni memang penting sebab peniaga ini akan cuba untuk kekalkan perniagaan mereka, sehingga ada yang sanggup tukar lokasi kedai dari tingkat atas ke tingkat bawah..." Hal ini menunjukkan lokasi perniagaan memainkan peranan besar dalam kelangsungan dan pertumbuhan perniagaan.

6.3.5 Penunjuk Prestasi Usahawan

Prestasi usahawan wanita dinilai berdasarkan tiga dimensi iaitu: peningkatan pendapatan, pertambahan pekerja, dan pengembangan aset perniagaan. Informan 3 menyatakan: "...pengukur kejayaan pengusaha adalah dilihat dari tiga aspek: tingkat pendapatan sebelum dan selepas menerima bantuan institusi, pertambahan bilangan pekerja, dan pertambahan aset seperti premis, peralatan dan mesin." Ini selari dengan Walker & Brown (2004) yang menyatakan kejayaan usahawan merangkumi kekuatan kewangan, perubahan gaya hidup, dan tanggungjawab sosial.

6.3.6 Bantuan Kewangan dan Kestabilan Perniagaan

Bantuan kewangan daripada institusi seperti MARA dan TEKUN disifatkan sebagai pemangkin utama kepada kestabilan dan pengembangan perniagaan. Informan 4 menyatakan: "...modal yang ada itu kecil dan tidak cukup, jadi saya memang memerlukan bantuan modal dari kerajaan untuk menyokong perniagaan saya... akan saya simpan untuk keperluan masa depan." Manakala Informan 5 menambah: "...pada peringkat awal saya buat pinjaman MARA, dan bila perniagaan makin berjaya saya buat pinjaman lebih banyak untuk kembangkan perniagaan."

6.3.7 Kreativiti Produk dan Promosi

Usahawan wanita menekankan keperluan untuk sentiasa kreatif dalam mempelbagaikan produk dan meningkatkan kualiti. Nor Tailor menyatakan: "...perlu kreatif untuk hasilkan jenama atau keaslian barang kita sendiri serta sentiasa mempromosikan di media sosial..." Tah Bakery pula menyatakan: "...kalau kita kreatif dan pandai untuk mencantikkan kek kita... pelanggan akan lebih tertarik." Kreativiti memberi impak kepada persepsi kualiti produk dan jualan.

6.3.8 Kolaborasi Institusi dan Pembangunan Kemahiran

Institusi memainkan peranan signifikan dalam pembangunan modal insan usahawan wanita melalui program-program yang merangkumi aspek soft skills dan hard skills. Informan 5 menyatakan: "...soft skills seperti kemahiran promosi, pengetahuan, motivasi diri dan hard skills pula kemahiran menghasilkan produk."

Informan 6 menyatakan: "...semua program pembangunan usahawan dari A to Z disediakan... dari modal, sijil perniagaan, promosi, konsep kedai dan sebagainya." Ini merangkumi pendidikan intelek, pembangunan branding dan digitalisasi perniagaan. Tambahan pula, institusi seperti MARA, AIM dan TEKUN menyediakan khidmat nasihat, pemantauan prestasi dan kursus berasaskan keperluan.

Program seperti 'Window to the World' dan 'Mentor-Mentee' telah terbukti berkesan dalam meningkatkan hard skills dan membuka ruang kerjasama antara usahawan. Informan 7 menyatakan: "...pihak pengurusan sentiasa memberikan pengiktirafan kepada usahawan bertujuan untuk meningkatkan lagi motivasi mereka..."

Secara keseluruhan, dapatan menunjukkan bahawa peningkatan prestasi usahawan wanita dipengaruhi oleh gabungan elemen modal insan, kreativiti, penggunaan teknologi digital dan peranan aktif institusi. Institusi bukan sahaja menyediakan sumber dan latihan, malah bertindak sebagai pemangkin dalam membina daya saing dan kemampunan perniagaan wanita. Oleh itu, integrasi antara modal insan, keusahawanan digital, dan persekitaran institusi yang menyokong adalah elemen penting dalam memperkukuh prestasi usahawan wanita sejajar dengan aspirasi Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN2030).

7. PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

Kajian ini telah membuktikan bahawa dalam konteks ekonomi semasa yang semakin mencabar, wanita bukan sahaja mampu menyumbang kepada ekonomi keluarga melalui aktiviti perniagaan kecil dan sederhana, malah berupaya meningkatkan prestasi perniagaan mereka dengan penerapan elemen modal insan, daya saing, keusahawanan digital dan peranan institusi. Hasil dapatan kajian kualitatif menunjukkan bahawa pendidikan, latihan, sokongan institusi, kreativiti dan penggunaan teknologi merupakan faktor kritikal yang saling melengkapi dalam mencorak kejayaan usahawan wanita. Modal insan dalam bentuk pendidikan, latihan, kemahiran dan pengalaman adalah komponen utama yang membina kapasiti seorang usahawan wanita. Informan kajian menyatakan bahawa pelbagai bentuk latihan yang dianjurkan oleh institusi membantu meningkatkan kreativiti, kemahiran teknikal dan jaringan sosial, seterusnya memperkukuh keupayaan mereka dalam menghadapi persaingan. Keupayaan ini dipertingkatkan melalui pembinaan daya saing yang sihat, di mana usahawan tidak bergantung semata-mata kepada bantuan kerajaan, tetapi menunjukkan inisiatif dalam mengembangkan perusahaan melalui inovasi produk dan adaptasi kepada kehendak pasaran.

Daya saing dalam kalangan usahawan wanita tidak hanya ditentukan oleh produk yang ditawarkan tetapi juga oleh sikap, kesungguhan, disiplin dan keupayaan mengambil risiko. Penemuan kajian mendapati bahawa usahawan yang berdaya saing adalah mereka yang sanggup berubah, belajar perkara baharu dan merebut peluang termasuk dalam bidang teknologi digital. Penerapan teknologi seperti media sosial, e-dagang dan automasi perniagaan membolehkan mereka memperluas pasaran, meningkatkan jenama dan memperkukuh hubungan dengan pelanggan. Fenomena ini menjadi bukti pentingnya keusahawanan digital sebagai pemangkin dalam meningkatkan prestasi pengusaha wanita. Peranan institusi pula didapati sangat signifikan dalam memperkasa modal insan dan daya saing. Institusi seperti MARA, TEKUN, AIM dan agensi lain telah menyediakan bantuan dalam bentuk kewangan, latihan keusahawanan, khidmat runding, pemantauan prestasi serta pengiktirafan kepada usahawan berprestasi tinggi. Melalui pelbagai program seperti 'Mentor-Mentee', 'Window to the World', dan 'Satu Daerah Satu Industri', institusi ini bukan sahaja membina kemahiran teknikal (hard skills) malah turut menanamkan nilai dan etika keusahawanan (soft skills) dalam diri usahawan wanita. Berdasarkan dapatan kualitatif juga, aspek kreativiti menjadi faktor penentu dalam menghasilkan produk yang berkualiti, unik dan menarik perhatian pelanggan. Informan mengakui bahawa inovasi dalam persembahan produk serta promosi berkesan melalui media sosial memberi impak besar terhadap peningkatan permintaan. Hal ini sejajar dengan konsep 'creative destruction' di mana produk baharu yang inovatif menggantikan produk lama yang kurang relevan.

Dari sudut prestasi, penemuan menunjukkan bahawa kejayaan usahawan wanita dinilai bukan hanya dari aspek kewangan seperti peningkatan pendapatan, pertambahan aset dan pekerja, tetapi juga dari perubahan gaya hidup serta sumbangan sosial seperti pembukaan peluang pekerjaan dan kebajikan pekerja. Ini seiring dengan kerangka teori Walker dan Brown (2004) yang mengkategorikan prestasi keusahawanan kepada kekuatan kewangan, perubahan gaya hidup dan tanggungjawab sosial. Kesimpulannya, kajian ini mengesahkan bahawa kejayaan dan peningkatan prestasi usahawan wanita sangat dipengaruhi oleh kombinasi antara modal insan, daya saing, keusahawanan digital dan peranan institusi. Kajian ini juga mencadangkan agar institusi yang terlibat terus memperkasakan program-program sokongan yang komprehensif dan holistik bagi memperkukuh kapasiti usahawan wanita menghadapi cabaran semasa termasuk dalam mendepani Revolusi Industri 4.0. Kajian ini menyokong aspirasi Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN2030) yang menekankan pembangunan keusahawanan yang inklusif, berdaya tahan dan berdaya saing. Oleh yang demikian, penemuan kajian ini dapat dijadikan rujukan penting kepada pembuat dasar, institusi latihan dan pihak berkepentingan dalam merangka strategi dan intervensi pembangunan keusahawanan wanita secara berkesan. Kejayaan pengusaha wanita bukan sahaja akan memperkukuh kedudukan ekonomi keluarga, malah turut menyumbang kepada kemampanan ekonomi negara secara keseluruhannya.

8 RUJUKAN

- Abdullah, A. (2007). Human capital development and its impact on firm performance. *Journal of Management*.
- Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2012). *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity and Poverty*. Crown Publishing.
- Becker, G. S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*.
- Berita Harian. (2020). PKS Sumbang 38 Peratus kepada KDNK. [<https://www.bharian.com.my>]
- Chang, H. J. (2001). *Institutional Foundations for Effective Design and Implementation of Selective Trade and Industrial Policies in the Least Developed Countries*. UNCTAD.
- Chang, H. J. & Evans, P. (2005). *The Role of Institutions in Economic Development*. UN Research Institute for Social Development.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Pearson Education.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd ed.). Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Sage.
- DeMartino, R., & Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: Exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 815–832.
- Kementerian Ekonomi Malaysia. (2025). *Pelan Transformasi Ekonomi Inklusif: Laporan Tahunan 2025*.
- Fernandez, R., & Mauro, L. (2000). The role of human capital in economic growth. *World Bank Economic Review*.

- Ismail, R., & Razak, N. A. (2021). Empowering Women Entrepreneurs in Malaysia: An Analysis of the Ecosystem and Government Support. *Malaysian Journal of Society and Space*, 17(3), 15–28.
- Jamilah, A. (1992). *Women in Development: A Malaysian Perspective*. Pelanduk Publications.
- Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi. (2023). *Laporan Pelaksanaan DKN2030*. KPWKM. (2023). *Laporan Tahunan Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat*.
- Lang, T. S., & Sieh, L. (1994). Women Entrepreneurs in Malaysia. *ASEAN Economic Bulletin*, 11(3), 336–347.
- MDEC. (2025). *Digital Entrepreneurship Empowerment Blueprint*.
- MEDAC (2019). *Dasar Keusahawanan Nasional 2030*. Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi.
- MEDAC. (2019). *Dasar Keusahawanan Nasional 2030*.
- Ministry of Finance (2020). *PENJANA Economic Recovery Plan*. Putrajaya: Government of Malaysia.
- Nor Azira et al. (2023). *Institusi, Modal Insan dan Prestasi Usahawan Wanita di Malaysia: Kajian Empirikal*.
- Nor Azira, A. et al. (2016). *Keusahawanan Wanita dan Cabaran Modal Insan*. *Journal of Entrepreneurship Research*.
- Nor Azira, A. et al. (2023). Institutional roles in empowering women entrepreneurs in digital business. *Malaysian Journal of Business and Economics*.
- Norain, H., & Nooriah, M. (2012). Competitiveness and women entrepreneurship. *Asian Journal of Business Research*.
- North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press.
- OECD. (2021). *The Missing Entrepreneurs 2021: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*.
- OECD. (2023). *Women Entrepreneurship Policy Toolkit*.
- SME Corporation Malaysia. (2024). *Laporan Tahunan PKS 2023/2024*.
- Stein, H. (2008). *Beyond the World Bank Agenda: An Institutional Approach to Development*. University of Chicago Press.
- UNCTAD. (2022). *Policy Guide on Entrepreneurship for Women in Developing Countries*.
- UNDP Malaysia. (2024). *Bridging the Gender Digital Divide in Malaysia: Policy Perspectives*.
- Walker, E., & Brown, A. (2004). What success factors are important to small business owners?. *International Small Business Journal*.
- World Bank. (2020). *Doing Business and Women in Entrepreneurship: Reforming Institutions*.