

MENDEPANI ARUS DIGITAL: ANALISIS CABARAN DAN KEUPAYAAN DIGITALISASI USAHAWAN DI SELANGOR

Faradillah Iqmar Omar
Universiti Islam Selangor
E-mel: faradillah@uis.edu.my

Muhamad Fazil Ahmad
Universiti Sultan Zainal Abidin
E-mel: mfazilahmad@unisza.edu.my

Nurul Masyitah Khairul Haizat
Universiti Sultan Zainal Abidin
E-mel: nurulmasyitah1112@gmail.com

ABSTRAK

Dalam era ekonomi digital yang semakin berkembang pesat, keupayaan untuk mengadaptasi teknologi digital menjadi faktor penting bagi kelangsungan dan pertumbuhan usahawan mikro. Namun, pelbagai cabaran masih membelenggu proses digitalisasi, khususnya dalam kalangan usahawan mikro di negeri Selangor. Kajian ini bertujuan untuk meneliti hubungan antara cabaran yang dihadapi dan tahap keupayaan digitalisasi dalam kalangan usahawan mikro di Selangor. Dalam konteks ekonomi digital semasa, digitalisasi merupakan aspek kritikal dalam memastikan kelangsungan dan daya saing perniagaan mikro. Walau bagaimanapun, pelbagai kekangan seperti kekurangan kemahiran teknologi, keterbatasan kewangan, dan akses kepada infrastruktur ICT masih menjadi penghalang utama. Pendekatan kuantitatif digunakan melalui edaran borang soal selidik kepada 597 orang usahawan mikro yang dipilih secara berkelompok mengikut kawasan daripada pelbagai sektor perniagaan di Selangor. Instrumen soal selidik dibina untuk mengukur dua pemboleh ubah utama iaitu tahap cabaran digital dan keupayaan digitalisasi. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensi termasuk ujian korelasi Pearson. Hasil kajian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara tahap cabaran digital dengan keupayaan digitalisasi usahawan. Kajian ini mencadangkan agar lebih banyak inisiatif bersifat inklusif dilaksanakan oleh pihak berkaitan, termasuk latihan digital yang berstruktur dan bantuan teknikal, bagi memperkasa keupayaan digital usahawan mikro secara menyeluruh. Implikasi kajian ini dijangka dapat membantu pembuat dasar dalam merangka strategi pembangunan keusahawanan yang lebih berfokus dan berkesan di peringkat akar umbi.

Kata kunci: Cabaran digitalisasi; Keupayaan digital; Usahawan Selangor

1. PENGENALAN

Perubahan landskap ekonomi global yang dipacu oleh teknologi digital telah membawa implikasi besar kepada cara perniagaan dijalankan, khususnya dalam kalangan perusahaan kecil dan sederhana (PKS). Dalam era pasca-pandemik, transformasi digital bukan sahaja menjadi pemacu daya saing, malah turut diiktiraf sebagai kunci kepada daya tahan perniagaan jangka panjang. Di Malaysia, agenda pendigitalan telah diberi penekanan melalui pelbagai dasar dan pelan strategik negara, antaranya Pelan Induk Perindustrian Baharu 2030 (NIMP 2030) dan Pelan Tindakan Ekonomi Digital Malaysia (MyDigital), yang menggariskan keperluan mempercepatkan adaptasi teknologi digital dalam kalangan usahawan tempatan untuk menyokong pertumbuhan ekonomi berteraskan inovasi dan teknologi.

Negeri Selangor, sebagai enjin pertumbuhan ekonomi negara dan pusat tumpuan pembangunan keusahawanan, menjadi medan penting dalam menilai tahap kesiapsiagaan serta keupayaan usahawan mendepani arus digitalisasi. Walaupun negeri ini mempunyai infrastruktur yang relatif maju dan pelbagai program sokongan keusahawanan digital, realitinya masih wujud pelbagai cabaran yang merencatkan proses digitalisasi dalam kalangan usahawan, terutamanya mereka yang berada di

peringkat mikro dan luar bandar. Antara cabaran utama termasuk tahap literasi digital yang rendah, kekangan akses kepada peranti dan sambungan internet yang stabil, kurangnya latihan kemahiran digital, serta limitasi sumber kewangan untuk melabur dalam teknologi.

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis cabaran-cabaran tersebut secara mendalam dan menilai keupayaan sebenar usahawan Selangor dalam menyesuaikan diri dengan persekitaran digital yang sentiasa berubah. Aspek-aspek yang diteliti merangkumi tahap literasi digital, penggunaan aplikasi teknologi dalam operasi perniagaan, sokongan ekosistem digital, serta kebolehsuaian terhadap perubahan pasaran digital. Melalui pendekatan ini, kajian ini diharap dapat memberi sumbangan bermakna kepada usaha kerajaan negeri dan persekutuan dalam merangka intervensi strategik yang lebih inklusif, adaptif dan mampan untuk memperkasa keusahawanan digital selari dengan aspirasi Ekonomi MADANI dan pembangunan negara berteraskan teknologi.

Menurut Zhai et al. (2023), dalam era globalisasi ini, populasi global sedang di ambang revolusi teknologi digital di mana pertumbuhan dan pengiktirafannya adalah secara meluas dan pantas lebih-lebih lagi sebagai pemacu utama pembangunan ekonomi dan sosial. Perubahan ini membantu kebanyakan negara terutama sekali dari segi aspek untuk mengembangkan ekonomi serta meningkatkan masyarakat mereka. Keusahawan digital juga dapat didefinisikan sebagai menjalankan perniagaan menggunakan peralatan digital di mana ia kini telah menjadi satu kebiasaan sama ada di syarikat besar atau perniagaan baru yang kecil. Oleh kerana keusahawan digital berkembang dengan cepat, ia telah mengubah cara sesebuah industri itu berfungsi termasuk cara pasarannya. Perkara ini penting dalam untuk memahami cabaran usahawan pada hari ini sehingga dapat meningkatkan keuntungan dan produktiviti mereka (Trimulyana, 2024).

Prastiani dan Subekti (2019) menyatakan bahawa digitalisasi dapat diertikan sebagai satu proses penukaran daripada media analog kepada bentuk digital ataupun pembuatan salinan dalam bentuk media lain. Satu kajian daripada Idris et al. (2023) juga mengetengahkan perkara ini di mana ketika Malaysia dilanda impak COVID-19, kebanyakan perniagaan terjejas oleh kerana pelaksanaan perintah kawalan pergerakan. Maka satu pendekatan yang strategik telah diambil peniaga bagi meningkatkan keberuntungan operasi perniagaan iaitu pembelian secara atas talian. Hal ini berfungsi dalam membantu memenuhi keperluan dan kehendak pelanggan terutama sekali dalam situasi yang menyukarkan seseorang individu itu untuk membeli barangan secara tradisional. Bahkan, ketika penularan pandemik ini juga, kewujudan aplikasi seperti MyDigital dan MySejahtera telah dibangunkan untuk memantau penularan wabak ini (Jalil et al., 2023).

Hamzah dan Othman (2020) menjelaskan di dalam kajian lepas di mana usahawan Malaysia kini sudah mahir menggunakan platform e-dagang. Malah mereka berkebolehan untuk berkomunikasi dengan pelanggan melalui media sosial bagi urusan jual beli barangan di atas talian. Perkara ini menjadi satu bukti bagi menyokong keberuntungan yang lebih besar kepada usahawan lebih-lebih lagi dalam kemajuan teknologi. Menurut Noor et al. (2022), mereka mendapati bahawa penjualan di atas talian telah memberi banyak kelebihan kepada usahawan terutama sekali dalam aspek kos yang rendah seperti pengurangan kos penyewaan premis dan penyewaan lain. Seterusnya, pemasaran di atas talian mampu memberikan kepuasan kepada pengguna melalui maklum balas yang pantas lantas membantu meningkatkan potensi produk. Usahawan yang bertindak balas dengan segera terhadap maklum balas boleh meningkatkan bilangan pengguna untuk membeli produk yang ditawarkan. Tambahan pula, penggunaan teknologi maklumat dalam talian berpotensi untuk meningkatkan pasaran produk. Sebelum ini, liputan pasaran produk adalah terhad kepada kawasan tempatan. Kini, usahawan yang pergi ke dalam talian mempunyai peluang untuk membuka perniagaan mereka kepada

pangkalan pelanggan global. Selain itu, iklan produk di internet boleh dikongsi oleh pengguna lain yang secara langsung dapat meningkatkan daya saing usahawan dan menggalakkan jualan produk yang lebih kreatif (Noor et al, 2022).

Walaupun begitu, usahawan haruslah memperoleh kemahiran serta kebolehan yang menjamin keberlangsungan mereka dalam mendepani arus era digital ini. Antaranya termasuklah di dalam karya Noor et al (2022) yang menceritakan cabaran digitalisasi apabila peniaga lain cuba merakam gambar barangan usahawan yang asal bagi mengaut keuntungan kepada mereka sekali gus menarik lebih ramai lagi pelanggan untuk membeli barangan daripada mereka iaitu hasil mencuri. Perkara ini dinyatakan di dalam kajian di mana pemilik perniagaan lain yang menggunakan gambar tersebut bagi tujuan perniagaan menggunakan tanpa mendapat persetujuan daripada peniaga asal. Akibatnya, usahawan asal akan diketepikan dari perniagaan dan keuntungan yang diperolehi akan menjadi kurang daripada sebelumnya kerana usahawan yang mencuri produk daripada asal akan menggunakannya untuk tujuan sendiri atau dengan kata lain, mengeksploitasi orang lain. Peniruan imej produk ini kebiasaannya berlaku apabila usahawan asal mempunyai kreativiti dalam menghias imej untuk menarik pelanggan secara dalam talian.

Secara ringkasnya, beberapa kajian lepas mengulas tentang transformasi digital serta cabaran dalam menghadapinya iaitu;

1.1 Transformasi Digital dalam PKS

Transformasi digital telah dikenal pasti sebagai keperluan strategik bagi perusahaan kecil dan sederhana (PKS), terutamanya dalam meningkatkan kecekapan operasi, daya saing dan capaian pasaran melalui penggunaan teknologi seperti pengkomputeran awan, automasi, data raya, dan platform digital. Kajian oleh Bhuiyan et al. (2024) menunjukkan bahawa PKS yang mengaplikasikan alat digital mengalami peningkatan ketara dalam kecekapan dan akses pasaran global. Laporan OECD (2021) turut menegaskan bahawa PKS yang menjalani transformasi digital mampu memperbaharui model perniagaan serta meningkatkan keselamatan digital.

1.2 Halangan Terhadap Pendigitalan

Walaupun manfaat digitalisasi diakui, banyak PKS menghadapi pelbagai kekangan seperti dana terhad, tahap kemahiran digital yang rendah, penolakan terhadap perubahan budaya kerja, serta isu keselamatan siber. Omowole et al. (2024) mengenal pasti bahawa kekangan sumber, jurang kemahiran dan kekakuan organisasi menjadi antara halangan utama dalam proses ini. Kerangka seperti TOE (Teknologi-Organisasi-Persekitaran) menekankan bahawa tahap kesiapsiagaan teknikal dan sokongan pengurusan memainkan peranan penting dalam kejayaan pelaksanaan teknologi.

1.3 Peranan Pengkomputeran Awan

Pengkomputeran awan (cloud computing) semakin diiktiraf sebagai pemangkin utama kepada pendigitalan kerana ia menawarkan kos rendah, skalabiliti dan pengurangan beban infrastruktur IT. Kajian menunjukkan bahawa penggunaan model hibrid seperti IaaS, PaaS dan SaaS membantu meningkatkan prestasi PKS sambil mengurangkan perbelanjaan modal.

1.4 Keupayaan Digital dan Perubahan Organisasi

Keupayaan digital bukan sekadar berkaitan teknologi, malah turut merangkumi aspek pembelajaran organisasi, sokongan kepimpinan, serta kesediaan budaya kerja. Gonzalez-Varona et al. (2024) menekankan bahawa keupayaan organisasi—seperti kebolehan untuk belajar dan berkongsi pengetahuan—merupakan kunci kepada kematangan digital yang mampan.

1.5 Inovasi dan Daya Tahan Organisasi

Daripada perspektif keupayaan dinamik, transformasi digital berpotensi mendorong inovasi bersifat eksploratif dan eksploitatif, sekali gus meningkatkan ketahanan organisasi. Proses inovasi berganda ini telah dikaitkan secara signifikan dengan keupayaan organisasi untuk menyesuaikan diri dan pulih dalam persekitaran yang mencabar.

2. KAEDAH KAJIAN

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan reka bentuk tinjauan untuk menilai cabaran dan keupayaan digitalisasi dalam kalangan usahawan di Selangor. Seramai 597 orang usahawan telah dipilih sebagai responden merangkumi enam daerah utama di negeri tersebut, iaitu Petaling Jaya, Subang, Shah Alam, Hulu Selangor, Sabak Bernam dan Kuala Selangor. Kaedah pensampelan berkelompok dan bertujuan digunakan bagi memastikan keterwakilan pelbagai sektor dan latar geografi usahawan. Instrumen kajian terdiri daripada borang soal selidik berstruktur yang mengandungi beberapa bahagian utama termasuk demografi, tahap literasi digital, penggunaan teknologi dalam perniagaan, dan cabaran digitalisasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan perisian Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 27, melibatkan analisis deskriptif dan inferensi bagi mengenal pasti pola, hubungan dan tahap kebolehlaksanaan digital dalam kalangan usahawan.

3. DAPATAN KAJIAN

3.1 Profil Demografi

Seramai 597 responden telah terlibat dalam kajian ini dengan agihan jantina yang hampir seimbang, iaitu 50.3% lelaki dan 49.7% perempuan. Dari segi umur, majoriti responden berada dalam lingkungan usia 30–39 tahun (37.9%), diikuti oleh 40–49 tahun (24.5%) dan 20–29 tahun (19.8%), menunjukkan bahawa golongan pertengahan umur paling aktif dalam sektor keusahawanan. Dari aspek etnik, sebahagian besar responden terdiri daripada kaum Melayu (86.9%), manakala selebihnya terdiri daripada kaum Cina (9.9%) dan India (3.2%), selari dengan komposisi demografi di Selangor.

Status perkahwinan responden menunjukkan bahawa 71.2% adalah berkahwin, manakala 20.6% bujang dan selebihnya terdiri daripada ibu atau bapa tunggal, menggambarkan kebanyakan usahawan berada dalam fasa kehidupan yang stabil dari segi sosial. Dari sudut pendidikan, majoriti responden mempunyai kelulusan SPM (35.5%), diikuti oleh diploma (23.3%), sijil/STPM/TVET (14.4%) dan ijazah sarjana muda (17.8%), mencerminkan kepelbagaian tahap pendidikan dalam kalangan usahawan. Bagi lokasi perniagaan, responden diagihkan secara seimbang di enam daerah utama Selangor, dengan setiap daerah mewakili kira-kira 16% responden. Dari segi jawatan, lebih separuh merupakan pemilik perniagaan (56.3%), manakala 28% berperanan sebagai pemilik dan pengurus, menunjukkan penglibatan langsung usahawan dalam operasi perniagaan mereka. Tempoh perniagaan pula menunjukkan bahawa 34.7% telah beroperasi antara 1 hingga 5 tahun, manakala 28.1% antara 6 hingga 10 tahun, menggambarkan gabungan antara usahawan baharu dan yang lebih berpengalaman.

Akhir sekali, tahap penggunaan teknologi digital dalam perniagaan menunjukkan bahawa 44.9% berada pada tahap sederhana, diikuti oleh 29.6% pada tahap tinggi dan hanya 3.2% pada tahap sangat rendah. Ini memberi gambaran bahawa sebahagian besar usahawan telah mula mengaplikasikan teknologi digital, namun masih terdapat ruang untuk peningkatan ke arah digitalisasi yang lebih menyeluruh. Jadual 1 menunjukkan taburan profil demografi responden secara menyeluruh.

Jadual 1: Profil Demografi

Item	Kekerapan	Peratusan
Jantina		
Lelaki	300	50.3
Perempuan	297	49.7
Umur		
Bawah 20 tahun	7	1.2
20-29 tahun	118	19.8
30-39 tahun	226	37.9
40-49 tahun	146	24.5
50-60 tahun	80	13.4
Lebih 60 tahun	20	3.4
Bangsa		
Melayu	519	86.9
Cina	59	9.9
India	19	3.2
Status Diri		
Bujang	123	20.6
Berkahwin	425	71.2
Ibu tunggal	34	5.7
Bapa tunggal	15	2.5
Taraf Pendidikan Tinggi		
SRP/ PMR/ PT3	22	3.7
SPM	212	35.5
Sijil/ STPM/ TVET	86	14.4
Diploma	139	23.3
Sarjana Muda	106	17.8
Sarjana	26	4.4
Doktor Falsafah (PhD)	5	.8
Lain-lain (Nyatakan)	1	.2
Kawasan Perniagaan		
Petaling Jaya	100	16.8
Shah Alam	100	16.8
Subang Jaya	100	16.8
Sabak Bernam	100	16.8
Kuala Selangor	100	16.8
Hulu Selangor	97	16.2
Jawatan		
Pemilik	336	56.3
Pemilik & Pengurus	167	28.0
Pengurus Bahagian Operasi	37	6.2
Pemasaran	11	1.8
Setiausaha	11	1.8
Lain-lain (Supervisor)	35	5.9
Tempoh Beroperasi (Perniagaan)		
Kurang dari 1 tahun	25	4.2

1-5 tahun	207	34.7
6-10 tahun	168	28.1
11-15 tahun	93	15.6
Lebih daripada 15 tahun	104	17.4
Tahap Penggunaan Teknologi Digital dalam Perniagaan		
Sangat rendah	19	3.2
Rendah	79	13.2
Sederhana	268	44.9
Tinggi	177	29.6
Sangat tinggi	54	9.0

3.2 Korelasi

Nilai pekali korelasi Pearson yang diperoleh adalah $r = .829$, yang menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara Cabaran Digital dan Keupayaan Digital. Menurut interpretasi Cohen (1988), nilai korelasi antara 0.70 hingga 0.90 dikategorikan sebagai hubungan kuat. Manakala, nilai signifikan (Sig. p) adalah < 0.000 , yang bermaksud nilai ini adalah sangat signifikan secara statistik ($p < 0.05$). Ini menunjukkan bahawa hubungan yang dijumpai bukan disebabkan oleh kebetulan, tetapi wujud secara signifikan dalam populasi kajian. Seterusnya, tahap hubungan berdasarkan nilai r yang tinggi dan signifikan, hubungan antara dua pemboleh ubah ini diklasifikasikan sebagai kuat. Dapatan ini menunjukkan bahawa semakin tinggi tahap cabaran digital yang dihadapi oleh usahawan, semakin tinggi juga keupayaan digital mereka. Hal ini mungkin disebabkan oleh keperluan untuk mengatasi cabaran yang mendorong usahawan mempertingkatkan kecekapan dan kemahiran digital mereka. Dalam konteks ini, cabaran digital dilihat bukan sebagai penghalang, tetapi sebagai pemangkin kepada pembangunan kapasiti digital yang lebih kukuh. Jadual 2 menjelaskan dapatan analisis korelasi.

Jadual 2: Hubungan antara Cabaran Digital dengan Keupayaan Digital

Cabaran Digital			
	Pearson (r)	Sig (p)	Tahap
Keupayaan Digital	.829	<0.000	Kuat

4. KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, kajian ini membuktikan bahawa walaupun usahawan di Selangor berhadapan dengan pelbagai cabaran digital seperti kekangan infrastruktur, kemahiran teknologi yang terhad dan halangan kewangan, mereka tetap menunjukkan tahap keupayaan digital yang tinggi. Hubungan yang signifikan dan kuat antara cabaran digital dan keupayaan digital mencerminkan daya tahan serta komitmen tinggi dalam kalangan usahawan untuk menyesuaikan diri dan berinovasi dalam landskap ekonomi digital yang semakin kompleks. Dapatan kajian ini juga memberikan petunjuk penting kepada pembuat dasar bahawa strategi intervensi yang bersifat menyeluruh dan bersasar perlu digerakkan dengan lebih agresif, terutama dalam memperkukuh ekosistem sokongan digital bagi golongan usahawan mikro dan luar bandar. Usaha seperti pemeraksanaan literasi digital, akses teknologi yang inklusif serta sokongan pembiayaan digital harus menjadi keutamaan dalam memastikan transformasi digital yang mampan dan saksama.

5. PENGHARGAAN

Pihak penyelidik merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada Kerajaan Negeri Selangor dan atas pembiayaan penyelidikan ini melalui Geran Penyelidikan Negeri Selangor (GPNS) yang diuruskan oleh Universiti Islam Selangor (UIS).

6. RUJUKAN

- Al-Omouh, K. S., Orero-Blat, M., & Ribeiro-Soriano, D. (2022). The role of sense of community in harnessing the wisdom of crowds and creating collaborative knowledge during the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 132, 765–774. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.056>
- Bhuiyan, A. B., Rahman, M. A., & Islam, M. R. (2024). Exploring the impact of digital transformation on SME performance: Evidence from Southeast Asia. *International Journal of Business and Society*, 25(1), 1–15.
- Gonzalez-Varona, J. M., Escudero, C. M., & García-Morales, V. J. (2024). Organizational capabilities and digital transformation: The role of absorptive capacity and knowledge sharing. *Technological Forecasting and Social Change*, 196, 122829. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122829>
- Hamzah, N. F., & Othman, N. (2020). Kemahiran keusahawanan dan kemahiran sendiri usahawan luar bandar. *Jurnal Dunia Perniagaan*, 2(4), 24–35.
- Idris, A., Bukhari, N. J., Yunus, M. M., & Abdul, S. A. (2023). Penggunaan teknologi digital dalam kalangan usahawan luar bandar dalam era pandemik Covid-19. *Jurnal Pengurusan*, 67, 143–156.
- Ismail, M. N., & Jani, M. F. M. (2020). Digital capability maturity model for SMEs: A Malaysian perspective. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(9s), 2333–2342.
- Jalil, M. R., Harun, Q. N., & Azizi, H. F. M. (2023). Impak pandemik Covid-19 terhadap pembangunan hab data & teknologi kepintaran buatan di Malaysia: The impact of the Covid-19 pandemic on the development of data hub & artificial intelligence technology in Malaysia. *International Journal of Interdisciplinary and Strategic Studies*, 4(6), 406–423.
- Liu, H., Deng, Z., Wei, W., & Huang, L. (2022). Digital transformation and firm performance: The moderating role of knowledge integration mechanisms. *Information & Management*, 59(1), 103585. <https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103585>
- MDEC (Malaysia Digital Economy Corporation). (2023). *Malaysia Digital Status 2023 Report*. <https://mdec.my/>
- Noor, H. M., Imang, U., Foo, J., Salleh, N., Rahman, R. A., & Omar, M. A. (2022). Manfaat pemasaran produk secara atas talian dalam kalangan pengusaha makanan kecil semasa pandemik Covid-19 di Kota Kinabalu, Sabah. *International Journal of Social Science Research*, 4(2), 251–263.
- OECD. (2021). The digital transformation of SMEs. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>
- Omowole, O., Ibrahim, M., & Zakaria, N. H. (2024). Barriers and drivers of digital transformation in Malaysian SMEs: An empirical analysis. *Asian Journal of Technology Innovation*, 32(1), 55–73. <https://doi.org/10.1080/19761597.2023.2258071>

- Prastiani, I., & Subekti, S. (2019). Digitalisasi manuskrip sebagai upaya pelestarian dan penyelamatan informasi (studi kasus pada Museum Radya Pustaka Surakarta). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(3), 141–150.
- Rahman, M. A., Alias, N. E., & Abu Bakar, H. (2021). Digital entrepreneurship in Malaysia: Challenges and policy implications for small and medium enterprises. *Asian Journal of Business Research*, 11(1), 14–28. <https://doi.org/10.14707/ajbr.210085>
- Trimulyana, R. A. (2024). Transformasi digital dalam perbankan syariah dan dampaknya pada masyarakat Muslim. *Persya: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 8–12.
- Zhai, Y., Yang, K., Chen, L., Lin, H., Yu, M., & Jin, R. (2023). Digital entrepreneurship: Global maps and trends of research. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 38(3), 637–655.
- Zhang, M., Guo, H., & Hu, M. (2021). The impact of digital transformation on firm performance: Evidence from China. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120635. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120635>.