

# IMPAK KURSUS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* KEPADA PELAJAR KOLEJ KOMUNITI WILAYAH SELANGOR

Azila Binti Baharuddin  
Nurul Hayati Binti Shamsuri  
Isrul Hasrita Binti Ismail  
*Kolej Komuniti Kuala Langat*

## ABSTRAK

*Seiring dengan lonjakan satu (1), Pelan Pembangunan Pendidikan Tinggi Negara (2015-2025) dan aspirasi Jabatan Pengajian Kolej Komuniti "Doing Business While Study", kursus Digital Entrepreneurship (DE) telah dibangunkan bertujuan merealisasikan impian tersebut dalam kalangan pelajar kolej komuniti. Kursus DE telah mula diterapkan dalam pengajaran dan pembelajaran bermula Julai 2016 kepada pelajar semester satu setiap program pengajian di Kolej Komuniti. Kandungan kursus ini bagi menyediakan pelajar dengan kemahiran menggunakan medium pemasaran digital dalam perniagaan. Kursus ini juga menawarkan pengetahuan dan kemahiran yang diperlukan untuk membangunkan usahawan digital di mana pelajar didedahkan dengan pelbagai jenis media online, media sosial dan lain-lain platform yang digunakan oleh usahawan digital masa kini. Objektif Kajian ini adalah untuk mengenalpasti tahap kemahiran yang diperolehi pelajar dalam kandungan kursus, melihat hubungan diantara kursus dengan kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan, mendapatkan maklumat pendapatan yang diperolehi semasa mereka mengikuti kursus serta mengetahui pengaruh kursus kepada kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan. Instrumen yang digunakan ialah soal selidik yang diedarkan kepada 320 pelajar yang telah mengambil kursus DE pada sesi Julai 2016 di tujuh (7) buah Kolej Komuniti Wilayah Selangor. Dapatan menemukan walaupun tahap kemahiran pelajar dalam kandungan kursus serta tahap kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan adalah sederhana, namun wujud hubungan yang signifikan di antara kedua-dua aspek yang dikaji tersebut. Malahan, hasil kajian turut mendapati kandungan kursus mempunyai pengaruh yang signifikan kepada kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan. Selain itu, walaupun pendapatan yang dijana melalui perniagaan semasa mengikuti kursus secara keseluruhannya adalah kecil, namun terdapat peningkatan peratusan pelajar sebanyak 19 peratus yang menjalankan perniagaan atas talian selepas mengikuti kursus.*

**Kata Kunci :** *Digital Entrepreneurship, usahawan digital, medium pemasaran digital, media sosial*

## 1.0 PENDAHULUAN

Di bawah Rancangan Malaysia Ke-11, pembangunan modal insan melalui aktiviti keusahawanan telah dikenalpasti sebagai agenda penting dalam menyokong peralihan

sektor-sektor ekonomi kepada aktiviti berintensif pengetahuan dan inovasi. Sehubungan itu, Institusi Pendidikan Tinggi (IPT) perlulah proaktif dalam mentransformasikan sistem penyampaian mereka agar lebih bersifat fleksibel dan bercirikan keusahawanan, serta menepati kehendak lokal namun bersifat global untuk mewujudkan sistem pendidikan tinggi yang mampu melahirkan insan yang holistik, seimbang dan mempunyai minda keusahawanan yang berupaya bertindak sebagai penjana pekerjaan (*job creator*) seperti yang dihasratkan di bawah Lonjakan 1, Pelan Pembangunan Pendidikan Malaysia 2015-2025 (Pendidikan Tinggi) atau PPPM(PT). Program keusahawanan IPT yang berstruktur dan holistik memberi peluang kepada pelajar untuk menjana pendapatan semasa dalam pengajian, di samping berupaya meningkatkan tahap employability mereka.

### **1.1 Pernyataan Masalah**

Seiring dengan pelaksanaan Pelan Pembangunan Pendidikan Malaysia 2015-2025 (Pendidikan Tinggi) atau PPPM(PT), Jabatan Pendidikan Kolej Komuniti mengambil pelbagai langkah dan inisiatif untuk menawarkan subjek-subjek baru di Kolej Komuniti untuk memberi peluang kepada masyarakat mendapatkan ilmu pendidikan dan kemahiran seluas yang boleh.

Kursus *Digital Entrepreneurship* (DE) merupakan kursus wajib kolej komuniti yang baru diperkenalkan bermula sesi Julai 2016 kepada pelajar semester satu bagi setiap program pengajian. Kursus ini menerapkan pembelajaran berasaskan pengalaman di mana pelajar dikehendaki menjalankan perniagaan atas talian sepanjang 13 minggu sesi pembelajaran dengan mengaplikasikan kandungan kursus. Tujuan Kursus DE diperkenalkan adalah bagi menyediakan pelajar dengan kemahiran menggunakan medium pemasaran digital dalam perniagaan. Kursus ini juga menawarkan pengetahuan dan kemahiran yang diperlukan untuk membangunkan usahawan digital di mana pelajar didedahkan dengan pelbagai jenis media online, media sosial dan lain-lain platform yang digunakan oleh usahawan digital masa kini.

Justeru, kajian ini dijalankan untuk mengetahui impak kursus dari aspek tahap kemahiran pelajar dalam kandungan kursus, hubungkait dan pengaruh kursus dengan kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan serta pendapatan yang dijana daripada perniagaan semasa mengikuti kursus.

### **1.2 Objektif Kajian**

Kajian ini dijalankan adalah untuk memenuhi objektif berikut.

- a) Mengenalpasti tahap kemahiran pelajar dalam kandungan kursus DE setelah mengikuti kursus.
- b) Menentukan sama ada wujud hubungan yang signifikan di antara kursus DE dengan kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan.
- c) Mengenalpasti jumlah pendapatan yang dijana daripada perniagaan pelajar semasa mengikuti kursus.
- d) Mengenalpasti sejauh mana kursus DE mempengaruhi kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan.

## **2.0 SOROTAN KAJIAN**

### **2.1 Konsep Usahawan Dan Keusahawanan**

Ahli – ahli sarjana melihat daripada pelbagai perspektif sama ada perspektif ekonomi, pegurusan ataupun kemanusiaan untuk mendefinisikan usahawan dan keusahawanan. Farid (2007), menyatakan usahawan adalah individu yang memiliki tenaga dan semangat tinggi, lebih bertoleransi daripada orang lain terhadap risiko dan ketidakpastian, mendambakan autonomi dan kecekalan mencapai matlamat disebalik pelbagai cabaran dan kekurangan sumber. Usahawan mempunyai wawasan dan mengembangkan perniagaan untuk kemakmuran masyarakat. Usahawan juga adalah seorang yang mengambil risiko memulakan atau menubuhkan sesuatu perniagaan atau perusahaan dan mengusahakannya. Kesimpulannya boleh kita nyatakan bahawa usahawan adalah seseorang yang inginkan kebebasan dalam perniagaan, membuat keputusan sendiri dan seterusnya ingin berjaya atas usaha sendiri.

Keusahawanan pula merupakan satu proses membuat keputusan dan tindakan yang berterusan daripada memulakan sehingga mengurus sesuatu perniagaan (Mahmood et al..2008).Sementara itu, *Kuratko dan Hodgetts* (2004) memfokus kepada inovasi. Mereka mentakrifkan keusahawanan sebagai satu proses inovasi dan penciptaan perniagaan baru, melalui empat dimensi iaitu individu, organisasi, persekitaran dan proses, dibantu oleh jaringan kerjasama kerajaan, pendidikan dan institusi–institusi. Semua posisi makro dan mikro pemikiran keusahawanan perlu dipertimbangkan sementara mengenalpasti dan mendapatkan peluang-pelunag yang boleh ditukar ke idea persaingan untuk perlaksanaan ekonomi sekarang. Maka, kemahiran keusahawanan bolehlah dirumuskan sebagai minat dan keupayaan untuk meneroka peluang dan membangunkan kesedaran terhadap risiko, kreativiti dan inovasi dalam aktiviti berkaitan perniagaan dan pekerjaan (Hussaini dan Ahmad, 2009).

Menurut *Barringer dan Ireland* (2006), tiga faktor utama yang mendorong seseorang individu membuat keputusan untuk menjadi usahawan ialah untuk menjadi bos, untuk meneruskan idea mereka dan untuk mencapai imbuhan kewangan. Bagi usahawan yang baru memulakan perniagaan, tuntutan daya kreatif dan inovatif diperlukan bagi membolehkan perniagaan berkembang dengan baik, mudah dikenali dan mendapat tempat dalam pasaran serta dapat bersaing dengan pesaing-pesaing yang telah lama bertapak (Kadir, 2010).

Untuk menjalankan sesebuah perniagaan dan memastikan perniagaan tersebut bergerak ke arah mencapai matlamat bukanlah satu perkara yang mudah. Pelbagai bentuk ilmu pengetahuan dan kemahiran tentang perniagaan perlu dikuasai dan dipelajari oleh usahawan. Selain pengetahuan pengurusan perniagaan seperti pengurusan pemasaran dan pengurusan organisasi, usahawan juga perlu menguasai pelbagai kemahiran bagi memastikan perniagaannya maju, berdaya saing, berkembang dan bertahan lama. Antara kemahiran yang perlu dikuasai oleh usahawan ialah kemahiran berkomunikasi, kemahiran kepimpinan, kemahiran menyelesaikan masalah dan kemahiran kerja berpasukan.

### **2.2 Keusahawanan Digital**

Kemunculan internet di seluruh dunia telah menyumbang kepada pelbagai alat perantaraan untuk melakukan perniagaan. Sebenarnya, Internet adalah prasyarat kepada kewujudan keusahawanan digital yang telah memberi impak yang besar dalam kaedah pemasaran masa kini. Ia dilihat lebih banyak mendatangkan kebaikan berbanding kekurangan

(Noornizam bin Ramli, 2006). Kalau dahulu masalah kos dan masa membataskan aktiviti perdagangan. Kos seperti pengangkutan, penyelenggaraan dan pengiklanan dapat dikurangkan apabila keusahawanan digital mula digunakan. Faktor masa yang berbeza zon waktu tidak lagi membawa masalah untuk berurusan keusahawanan digital merupakan kaedah atau mekanisme yang membantu aktiviti perdagangan dengan lebih pesat. Justeru, dengan perkembangan ini maka timbul satu konsep perniagaan baru yang telah meluas digunakan iaitu keusahawanan digital (*e-commerce*). Selain keusahawanan digital, istilah lain yang digunakan untuk menggambarkan urusanniaga melalui Internet ialah *iCommerce*, *Internet Commerce* dan *Digital Commerce* (Lawrence et al., 1998).

Dengan pelbagai aplikasi yang dapat diakses melalui internet, ia menjadikan sesebuah perniagaan itu berkembang secara global. Melalui keusahawanan digital ini ramai peniaga atau usahawan menggunakan aplikasi atas talian seperti blog, facebook, instagram dan juga aplikasi e-perniagaan untuk meningkatkan capaian urusan perniagaan dan juga memudahkan urusan jual beli barangan. Mostafa Wheeler dan Jones (2006) mendapati usahawan yang mempunyai orientasi internet yang tinggi juga menunjukkan peningkatan dalam memperluaskan hasil perniagaan mereka. Justeru perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi dilihat sebagai pemangkin kepada perluasan perniagaan terutamanya dalam perniagaan atas talian.

Musbri Mohamed (2011), mengatakan bahawa perdagangan elektronik atau keusahawanan digital adalah merujuk kepada sektor yang merangkumi bidang perniagaan atau perdagangan yang menggunakan peralatan serta infrastruktur teknologi komunikasi dan maklumat sebagai medium untuk tujuan komunikasi dan juga transaksi. Menurut beliau lagi, *Deklarasi World Trade Organization (WTO)* mendefinisikan *e-commerce* sebagai “*the production, distribution, marketing, sale or delivery of goods and services by electronic means*”.

Dari perspektif perniagaan pula, Dewire (1998) menyatakan bahawa keusahawanan digital merupakan satu bentuk perniagaan yang dijalankan di antara rakan kongsi perniagaan melalui internet dan rangkaian persendirian yang lain. Perniagaan ini akan melibatkan jualan maklumat, produk dan perkhidmatan melalui rangkaian komputer masa kini. Menurut Lawrence (1998), komunikasi sangat penting urusanniaga keusahawanan digital dan internet menjadi medium utamanya.

Menurut Mustafa Omar (2004), keusahawanan digital dari sudut pandangan islam, mempunyai definisi yang hampir sama dengan pandangan konvensional. Beliau mengatakan, apa yang membezakannya ialah sesetengah peraturan dan prinsipnya mestilah mengikut landasan islam. Hal ini, termasuklah kesahihan kawalan maklumat data, kesahihan keselamatan urusanniaga, kesahihan dalam mempromosikan barangan dan kejujuran di dalam menerima bayaran dan penghantaran barangan. Keadaan ini adalah menyamai peraturan di dalam islam, pengguna mestilah mengikut beberapa peraturan yang ditetapkan oleh syariah.

### **2.3 Perniagaan Atas Talian**

Perniagaan atas talian bermaksud mengeksploitasi teknologi dan aplikasi untuk menghubungkan sistem perniagaan yang kritikal secara terus kepada pelanggan, pekerja, dan pembekal melalui *intranet*, *extranet* dan *world website*, tak kira saiz, lokasi dan jenis

perniagaan. Antara syarat e-dagang memerlukan pengemaskinian maklumat dalam proses pentadbiran dan perniagaan. Maka wujudlah perniagaan yang dijalankan secara atas talian pada hari ini dikenali dengan pelbagai nama seperti *e-business*, *internet marketing*, *e-dagang*, perniagaan internet dan *digital entrepreneurship*.

Perniagaan atas talian merupakan satu pendekatan medium atau lokasi perniagaan yang merupakan aplikasi teknologi kearah pengautomasian transaksi dan aliran kerja perniagaan. Menurut Abdul Jalil (2011) kemudahan teknologi dalam aspek elektronik pembelajaran, secara amnya terdiri daripada tiga komponen utama iaitu perkakasan komputer termasuklah sistem 'server', sistem rangkaian dan komputer pengguna, perisian serta aplikasi e-pembelajaran dan pelbagai kategori pengguna.

Mengikuti kajian yang dijalankan oleh *Internet World Sat*, kebanyakan pengguna internet menggunakan internet sebagai sumber maklumat dan hiburan sahaja. Namun selain itu, internet juga menawarkan peluang dan nilai tambah kepada perniagaan yang boleh memberi pulangan yang lumayan jika diuruskan dengan baik.

#### **2.4 Media Sosial Sebagai Medium Pemasaran Digital Dalam Perniagaan**

Media sosial dianggap sebagai satu nilai penggerak perniagaan di seluruh dunia. Malaysia juga sebagai negara yang menekankan perniagaan digital menggalakkan usahawan menggunakan kaedah media sosial sebagai pemangkin perniagaan. Menurut tinjauan *socialmediaexaminer.com*, ramai usahawan setuju bahawa media sosial memainkan peranan penting dalam memasarkan produk mereka kepada pelanggan yang dikenali dan tidak dikenali. Internet merupakan salah satu aspek penting dalam berhubung dalam aplikasi sosial media, internet telah merangkul dunia yang memegang peranan manusia dalam kehidupan manusia. Internet juga boleh dikatakan menjadi rakan manusia untuk berkomunikasi dalam sosial media, melalui internet manusia mendapat berbagai maklumat dan panduan untuk melakukan sesuatu yang baru. Melalui internet manusia melakukan aktiviti perniagaan dan perusahaan tanpa mengira di mana berada dan berapa jauh jarak antara peniaga dan pelanggan. Selain itu, melalui media masa atau sosial manusia dapat menjalinkan hubungan sosial antara satu sama lain tanpa mengira tempat, asal, dan keturunan. Kebergantungan manusia terhadap media sosial menyebabkan mereka mencipta berbagai – bagai laman sosial seperti *facebook*, *myspace*, *instagram* blog dan seumpama dengannya. Melalui teknologi ini semua golongan dapat menjalankan aktiviti perniagaan atau perusahaan samada di pejabat ataupun di rumah khususnya untuk suri rumah yang mencari pendapatan tambahan dan mengisi masa lapang mereka

### **3.0 METODOLOGI KAJIAN**

Kajian ini adalah berbentuk deskriptif dan rekabentuk kajian yang dipilih adalah bagi mencapai objektif kajian yang telah ditetapkan. Analisa data dijalankan dengan menggunakan perisian *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 22 bagi mencapai objektif kajian yang ditetapkan.

#### **3.1 Instrumen Kajian**

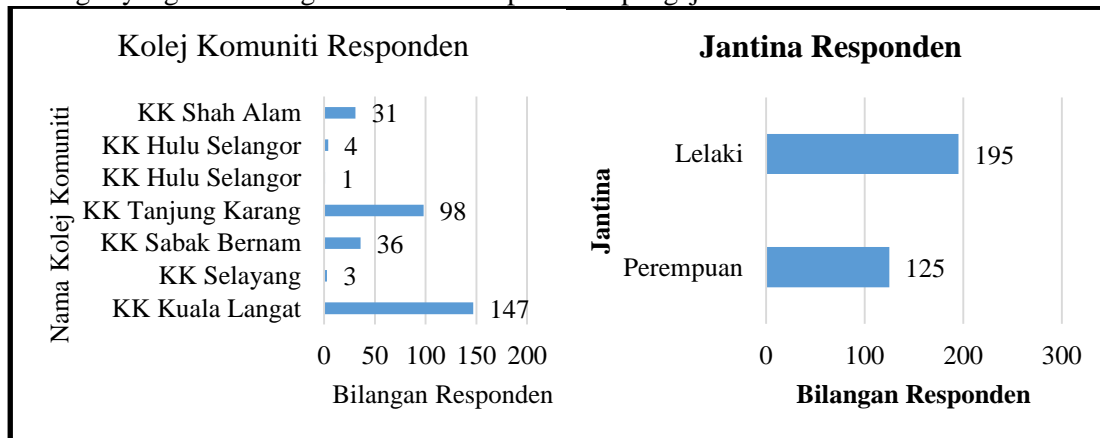
Instrumen yang digunakan di dalam kajian ini adalah soal selidik yang terdiri daripada tiga (3) Bahagian. Kajian rintis yang dijalankan menunjukkan soal selidik kajian mempunyai nilai kebolehpercayaan yang tinggi. Maklumat soal selidik dan nilai kebolehpercayaan item ditunjukkan seperti Jadual 3.1 berikut.

Kandungan	Perkara	Bilangan Item	Nilai Alpha Cronbach
Bahagian A	Maklumat diri responden	3 item	
Bahagian B	Tahap kemahiran pelajar berkaitan kandungan kursus	20 item	0.780
	Kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan	15 item	0.867
Bahagian C	Maklumat hasil pendapatan semasa kursus dan pelajar yang meneruskan perniagaan selepas mengikuti kursus	4 item	

Jadual 3.1 Maklumat Instrumen Kajian

### 3.2 Responden Kajian

Responden kajian adalah terdiri daripada 320 orang pelajar Kolej Komuniti Wilayah Selangor yang telah mengikuti kursus DE pada sesi pengajian Julai 2016.



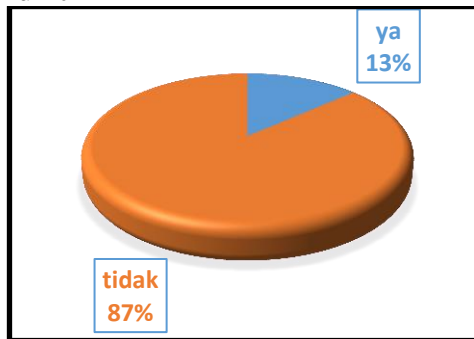
Rajah 3.1 Taburan responden mengikut kolej komuniti

Rajah 3.2 Bilangan responden mengikut jantina

Rajah 3.1 menunjukkan taburan responden mengikut kolej komuniti. Responden kajian ini adalah terdiri daripada 31 orang pelajar dari Kolej Komuniti Shah Alam, 4 orang dari Kolej Komuniti Hulu Selangor, 1 orang dari Kolej Komuniti Hulu Selangor, 98 orang dari Kolej Komuniti Tanjung Karang, 36 orang dari Kolej Komuniti Sabak Bernam, 3 orang dari Kolej Komuniti Selayang dan 147 orang dari Kolej Komuniti Kuala Langat. Maklumat jantina responden pula ditunjukkan di dalam Rajah 4.1 yang mana responden kajian terdiri daripada 195 orang pelajar lelaki dan 125 orang pelajar perempuan.

#### 4.0 DAPATAN KAJIAN

##### 4.1 Pengalaman Responden Dalam Perniagaan Atas Talian Sebelum Mengikuti Pengajian Di Kolej Komuniti



Rajah 4.1 Responden yang mempunyai pengalaman dalam perniagaan atas talian sebelum mengikuti pengajian di Kolej Komuniti.

Rajah 4.1 menunjukkan peratusan responden yang mempunyai pengalaman menjalankan perniagaan atas talian sebelum mengikuti pengajian di kolej komuniti. Dapatan menunjukkan 13% responden pernah atau sedang menjalankan perniagaan atas talian manakala 87% responden tidak pernah menjalankan perniagaan atas talian sebelum mengikuti pengajian di kolej komuniti.

##### 4.2 Tahap Kemahiran Responden Dalam Kandungan Kursus

Aspek Dikaji	N	Skor Min	Sisihan Piawai	Tafsiran Tahap
Tahap Kemahiran dalam kandungan kursus	320	2.94	0.43	Sederhana

Jadual 4.1 Skor Min Bagi Kemahiran Responden Secara Keseluruhan.

Jadual 4.1 menunjukkan analisis skor min bagi mengukur tahap kemahiran pelajar dalam kandungan kursus secara puratanya mencatatkan nilai 2.94 yang mana menunjukkan tahap kemahiran responden dalam kandungan kursus secara umumnya adalah sederhana. Walaubagaimanapun dari aspek kandungan yang melibatkan kemahiran dalam membina dan mengendalikan media sosial seperti Facebook dan Instagram, komunikasi di media sosial dan pengetahuan tentang trend digital masa kini menunjukkan skor min yang tinggi iaitu di antara nilai 3.02 sehingga 3.11. Skor min yang terendah adalah kemahiran menggunakan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) dengan nilai 2.69.

##### 4.3 Hubungkait Di Antara Kursus Digital Entrepreneurship Dengan Kecenderungan Pelajar Terhadap Keusahawanan

###### 4.3.1 Tahap Kecenderungan Responden Terhadap Keusahawanan

Aspek Dikaji	N	Skor Min	Sisihan Piawai	Tafsiran Tahap
Kecenderungan terhadap keusahawanan	320	2.85	0.49	Sederhana

#### Jadual 4.2 Skor Min Bagi Kecenderungan Responden Terhadap Keusahawanan Secara Keseluruhan

Analisis tahap kecenderungan responden terhadap keusahawanan secara keseluruhan pula mencatatkan nilai skor min 2.85 iaitu pada tahap yang sederhana seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 4.2. Kesemua skor min bagi item yang dikaji menunjukkan dapatan nilai yang sederhana iaitu di antara 2.75 sehingga 3.00. Skor min yang terendah dicatat pada item berkaitan dengan kesanggupan menghabiskan banyak masa untuk perniagaan manakala nilai skor min tertinggi adalah dari segi mempunyai hubungan komunikasi yang baik dengan orang lain.

#### 4.3.2 Dapatan Analisis Korelasi Pearson

Analisis korelasi *pearson* dijalankan pada aras keyakinan 95% di antara tahap kemahiran responden dalam kandungan kursus dengan tahap kecenderungan responden terhadap keusahawanan. Analisis dijalankan bagi menentukan sama ada wujud hubungan yang signifikan di antara kedua-duanya.

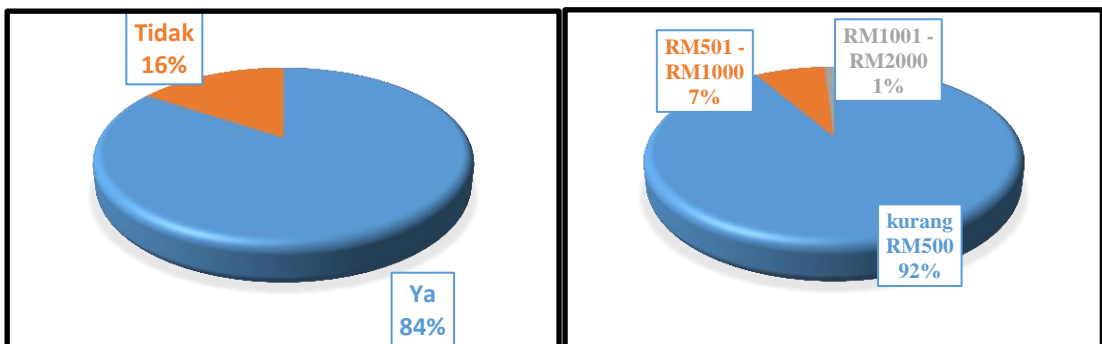
Analisis Korelasi <i>Pearson</i>		Kecenderungan Terhadap Keusahawanan
Kandungan Kursus	<i>Pearson Correlation</i>	0.791**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.000
	N	320

\*\**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Jadual 4.3 Dapatan Analisa Korelasi Pearson

Jadual 4.3 menunjukkan dapatan analisis korelasi *pearson* yang dijalankan di antara kandungan kursus dengan kecenderungan responden terhadap keusahawanan. Dapatan menunjukkan nilai *r* atau *Pearson correlation* adalah 0.791. Hasil analisis ini menggambarkan bahawa kandungan kursus DE mempunyai hubungan yang kuat dengan kecenderungan responden terhadap keusahawanan. Nilai signifikan (*2-tailed*) yang diperolehi menunjukkan bacaan kurang 0.05 yang bermaksud wujud hubungan yang signifikan di antara kandungan kursus dengan kecenderungan responden terhadap keusahawanan pada aras keyakinan 95%.

#### 4.4 Maklumat Pendapatan Respoden Daripada Perniagaan Semasa Kursus



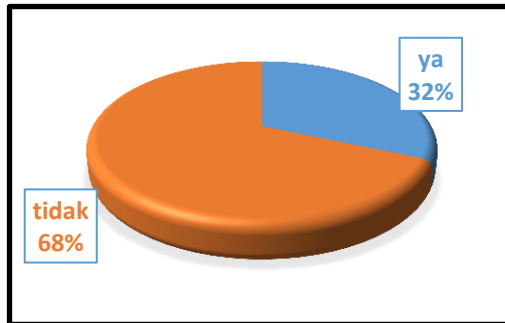
Rajah 4.2 Responden yang menjana pendapatan semasa mengikuti kursus

Rajah 4.3 Jumlah pendapatan yang dijana responden



Rajah 4.2 menunjukkan 84% responden berjaya menjana pendapatan semasa sedang mengikuti kursus manakala 16% tidak berjaya memperolehi sebarang pendapatan semasa mengikuti kursus. Rajah 4.3 pula menunjukkan jumlah pendapatan yang dijana semasa mengikuti kursus. Kajian mendapati, daripada 84 peratus yang berjaya menjana pendapatan, 92% mendapat kurang daripada RM500, 7 peratus mendapat di antara RM501 sehingga RM1000 dan 1 peratus berjaya mendapat lebih RM1000.

#### 4.5 Responden Yang Menjalankan Perniagaan Selepas Mengikuti Kursus.



Rajah 4.4 Responden menjalankan perniagaan selepas mengikuti kursus

Rajah 4.4 menunjukkan 32 peratus responden meneruskan perniagaan atas talian selepas mengikuti kursus. Dapatan pada bahagian 4.1 sebelum ini mencatatkan 13 peratus responden menjalankan perniagaan atas talian sebelum mengikuti pengajian di kolej komuniti. Ini menunjukkan terdapat peningkatan sebanyak 19 peratus dalam bilangan responden yang menjalankan perniagaan atas talian selepas mereka mengikuti kursus, berbanding sebelum mereka mengikuti pengajian di kolej komuniti.

#### 4.6 Pengaruh Kursus De Kepada Kecenderungan Pelajar Terhadap Keusahawanan

		<i>Adjusted R Square</i>	Beta	Sig
Kemahiran dalam kursus	Kecenderungan terhadap keusahawanan	0.625	0.791	0.000

Jadual 4.4 Dapatan Analisis Regresi Kemahiran dalam kursus dengan kecenderungan terhadap keusahawanan

Merujuk kepada Jadual 4.4, dapatan menunjukkan nilai *Adjusted R-Square* adalah 0.625 yang bermaksud pengaruh kursus kepada kecenderungan responden terhadap keusahawanan adalah di dalam lingkungan 62.5 peratus dengan nilai beta 0.791. ini menunjukkan kursus DE memberi pengaruh yang kuat kepada kecenderungan responden terhadap keusahawanan. Bagi nilai signifikan pula, bacaan menunjukkan nilai 0.000 yakni kurang 0.05 yang membawa maksud pengaruh tersebut adalah signifikan pada aras keyakinan 95%.

## **5.0 KESIMPULAN DAN CADANGAN**

### **5.1 Tahap Kemahiran Pelajar Dalam Kandungan Kursus *Digital Entrepreneurship***

Kandungan kursus secara umumnya adalah berkaitan dengan perancangan strategi pemasaran atas talian, pembangunan media pemasaran atas talian serta kemahiran mengendalikannya, teknik berkomunikasi dengan pelanggan melalui media atas talian serta membuat penilaian semula strategi dan kaedah yang digunakan dalam perniagaan atas talian. Shapero (1975) di dalam kajian beliau menyatakan antara kemahiran perniagaan yang diperlukan oleh seorang usahawan ialah kemahiran mengatur strategi, kemahiran merancang, kemahiran pemasaran, kemahiran menguruskan keewangan, kemahiran menguruskan projek dan kemahiran menguruskan masa.

Kajian ini mendapati tahap kemahiran pelajar dalam kandungan kursus secara keseluruhannya adalah pada tahap yang sederhana. Walau bagaimanapun, pelajar didapati mempunyai kemahiran yang tinggi bagi aspek berkaitan pembangunan dan pengendalian media sosial seperti Facebook Pages dan Instagram. Dapatan ini tidaklah menghairankan kerana kajian oleh Wearesocial.com pada 2015 menunjukkan 17 juta atau 56 peratus rakyat Malaysia merupakan pengguna media social yang aktif dengan masa yang diperuntukkan adalah secara puratanya 3 jam 30 minit setiap hari. Platform media sosial yang paling banyak digunakan pula adalah Whatsapp sebanyak 38 peratus dan Facebook sebanyak 32 peratus. Manakala Instagram menduduki tempat ketujuh dengan kadar penggunaan 15 peratus. Fenomena ini selari dengan dapatan kajian yang turut mendapati pelajar sedia maklum bahawa mereka boleh menggunakan pelbagai media sosial dalam satu masa sebagai platform menjalankan aktiviti perniagaan atas talian.

Selain itu, pendedahan dan penggunaan gajet, internet, dan media sosial yang meluas dalam kalangan rakyat Malaysia khususnya golongan muda menyebabkan hasil kajian menemukan pelajar tidak mempunyai masalah untuk memahami trend digital pada masa kini. Pelajar juga didapati tidak mempunyai masalah untuk menentukan produk yang sesuai diniagakan secara atas talian serta memahami etika sebagai usahawan digital.

Kajian ini juga mendapati pelajar tidak mempunyai masalah untuk berkomunikasi secara atas talian atau di media social. Ini tidaklah menghairankan kerana Siti Ezaleila Mustafa & Azizah Hamzah (2011) telah menemukan kumpulan pelajar atau remaja adalah antara pengguna terawal yang menerima segala bentuk media baharu terutamanya media sosial sejak media-media tersebut mula diperkenalkan. Justeru, kajian turut menemukan pelajar secara umumnya boleh menggunakan teknik *copywriting* atau membina ayat promosi untuk mempromosikan perniagaan di media social.

Di samping itu, hasil kajian menunjukkan pelajar kurang menguasai teknik *Search Engine Optimization* (SEO) iaitu satu teknik menggunakan kata kunci untuk meletakkan laman web atau media sosial perniagaan di tempat teratas pada enjin carian. Menurut laman web maxmanroe.com, teknik SEO memerlukan pengguna menguasai kandungan laman web atau media sosial perniagaan mereka, membina *link building*, kemahiran menggunakan perkataan yang sesuai serta teknik media social yang kebanyakannya memerlukan kemahiran secara teknikal. Justeru, tempoh pembelajaran 4 jam yang diperuntukkan bagi topik tersebut menyebabkan agak mustahil bagi pelajar untuk menguasai teknik SEO sepenuhnya.

Selain kurang menguasai teknik SEO, pelajar turut dilihat kurang memahami perkara berkaitan Harta Intelek (IP) yang seharusnya mereka kuasai bagi mengelakkan mereka daripada terjebak dengan kesalahan menjual produk cetak rompak atau produk tiruan atau menjadi mangsa kepada isu hakcipta.

## **5.2 Hubungkait Di Antara Kandungan Kursus Dengan Kecenderungan Pelajar Terhadap Keusahawanan**

Kajian ini mendapati kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan secara keseluruhannya adalah sederhana. Dapatan ini selari dengan Zaidatol Akmaliah Lope Pirie, Abd. Rahim Bakar & Mohd. Majid Konting (2002) yang mendapati secara keseluruhannya ciri-ciri keusahawanan pelajar sekolah menengah adalah pada tahap sederhana. Malahan, hanya 28.7% pelajar sekolah menengah di Malaysia yang berhajat untuk menjadi usahawan.

Dapatan kajian ini turut menunjukkan pelajar tidak sanggup meluangkan lebih masa untuk menjalankan perniagaan walaupun mereka mempunyai persekitaran sosial yang baik dan tidak mempunyai masalah dalam berkomunikasi. Selain itu pelajar didapati kurang mempunyai ciri-ciri kepimpinan yang mana mereka tidak gemar untuk menjadi ketua dan membuat keputusan sendiri. Ini memperlihatkan antara punca kecenderungan pelajar untuk menjadi usahawan adalah pada tahap yang sederhana. Dapatan ini selari dengan Fletcher (1999) yang mengatakan bahawa salah satu perkara yang paling penting dalam perniagaan adalah membina peribadi dan kemahiran pengurusan seperti pengurusan masa, kepimpinan dan perundingan.

Walaupun bagaimanapun, kajian ini telah menemukan bahawa wujud hubungan yang signifikan di antara kandungan kursus dengan kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan. Dapatan ini selari dengan Mohd. Salleh (1992) yang mana dalam kajiannya melaporkan kesan potensi keusahawanan semasa dalam proses pembelajaran akan mempengaruhi aspirasi keusahawanan dan pemilihan untuk bekerja sendiri. Hatten et al. (1995) juga mendapati ciri-ciri dan sikap pelajar berubah setelah terlibat dengan Program Perniagaan Kecil. Justeru, tidaklah menghairankan jika (Drucker 1991) menyarankan cara terbaik untuk mengajar ilmu keusahawanan kepada pelajar-pelajar ialah melalui penerapannya dalam bidang pendidikan vokasional.

Kajian ini juga selari dengan Shapero (1975) yang merumuskan hasil daripada kemahiran yang dimiliki melalui sesi pembelajaran kursus berkaitan keusahawanan boleh mempengaruhi kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan. Henderson dan Robertson (1999), turut mendapati bahawa kemahiran merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan seseorang terhadap bidang keusahawanan. Rahinah (1997), turut mendapati pengetahuan yang memuaskan mempengaruhi kecenderungan seseorang individu untuk menceburkan diri dalam bidang keusahawanan.

## **5.3 Penjanaan Pendapatan Semasa Mengikuti Kursus**

Kajian ini mendapati, terdapat 13 peratus pelajar yang pernah menjalankan perniagaan atas talian sebelum mengikuti pengajian di kolej komuniti yang mana membawa maksud mereka telah mempunyai pengalaman menjalankan perniagaan atas talian sebelum mengikuti kursus. Impak kursus dalam melahirkan usahawan digital dilihat sedikit berjaya

di mana selepas kursus sebanyak 32 peratus pelajar meneruskan perniagaan atas talian yang dimulakan semasa mengikuti kursus. Ini bermakna kadar usahawan digital dalam kalangan pelajar telah meningkat sebanyak 19 peratus.

Kajian ini menemukan 84 peratus pelajar berjaya menjana pendapatan sepanjang 13 minggu mengikuti kursus dengan 92 peratus daripada mereka mendapat hasil jualan di bawah RM500, 7 peratus mendapat hasil jualan RM501 sehingga RM1000 manakala 1% berjaya menjana hasil jualan melebihi RM1000. Dapatan ini menunjukkan dengan tempoh masa yang agak singkat iaitu 13 minggu, pelajar boleh menjana hasil jualan yang agak memberangsangkan walaupun baru pertama kali menjalankan perniagaan atas talian.

#### **5.4 Pengaruh Kursus Kepada Kecenderungan Pelajar Terhadap Keusahawanan.**

Hasil kajian menunjukkan kursus DE mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan. Dapatan ini selari dengan Marlow (1992) yang menyatakan latihan formal lebih membantu usahawan untuk berjaya terutamanya apabila skop pembelajaran tertumpu kepada kemahiran pemasaran, peruncitan dan membina jaringan perniagaan. Menurut Badrul Hisham Hj. Alang Osman (1995), pendidikan formal dan tidak formal menyumbang satu pertiga terhadap prestasi sebenar usahawan. Ini membuktikan betapa pentingnya pendidikan formal dan tidak formal di dalam melahirkan usahawan yang berjaya. Mohd. Amir Sharifuddin Hashim, Baijoyai Bardai, Rogayah Md. Zain dan Zulkifli Senteri (1995) mendapati pendidikan formal yang diterapkan melalui program pendidikan di sekolah seperti Program Usahawan Muda terbukti berkesan dalam meningkatkan motivasi dan minat keusahawanan di kalangan pelajar-pelajar yang mengikuti program tersebut di sekolah. Ini turut selari dengan teori oleh Widad (1995) yang menyatakan bahawa kemahiran berniaga dan pengetahuan mengenainya adalah penting dalam menjalankan perniagaan.

#### **5.5 Cadangan**

Hasil kajian ini telah menemukan bahawa kursus Digital Entrepreneurship atau keusahawanan digital yang baru diterapkan dalam sistem pendidikan di kolej komuniti menunjukkan impak yang memberangsangkan berdasarkan kepada dapatan-dapatan dari aspek yang dikaji. Ini menunjukkan pendidikan formal dapat membentuk serta mengalakkan para pelajar menyertai aktiviti berasaskan keusahawanan. Suzyanty Binti Mohd Shokory Zuraidah Binti Zainol Asmawi Bin Hashim (2008) turut mendapati untuk menjamin survival perniagaan, usahawan perlu mempunyai tahap pendidikan yang tinggi, iaitu pencapaian Diploma dan ke atas, menghadiri latihan dengan kekerapan minimum lima kali setahun dan menumpukan kepada jenis latihan yang berteraskan kewangan dan teknikal. Justeru, adalah wajar setiap pelajar didedahkan dengan kemahiran keusahawanan untuk menyuburkan lagi minat mereka dalam bidang keusahawanan dan perniagaan. Walau bagaimanapun, kajian ini terhad kepada melihat tahap kemahiran pelajar serta beberapa aspek tentang kecenderungan pelajar kepada keusahawanan. Pengkaji menyarankan supaya satu kajian lanjut dilakukan bagi melihat impak kursus kepada minat pelajar terhadap keusahawanan serta melihat factor-faktor kegagalan sebilangan pelajar yang tidak memperolehi pendapatan sepanjang mengikuti kursus walaupun mereka dikehendaki untuk menjalankan perniagaan atas talian semasa mengikuti kursus.

#### **RUJUKAN**

Akmaliah, L.P & Habibah Elias.(2000). Pengajaran-Pembelajaran Perdagangan

- Keusahawanan dan Ekonomi Asas. Serdang Penerbit UPM
- Billing,D.(2003). *Generic Cognitive Abilities in Higher Education: An International Analysis of Skills Sought By Stakeholders*. Compare, Vol. 33, No. 3, pp 335-350
- Dingsu(2008, January 17) Kerjaya dan Keusahawanan from <http://scfmps.forumotion.com/t30-maksud-keusahawanan>
- Krejeie, R.V & Morgan, D.W. (1970), *Determine Sample Size Research*. New York : Holt, Rinchartand Winston Inc.
- Mohd Noor Mohd Sharif, Mohd Zin Mamat, Ooi Yeng Keat, *Jurnal Pendidikan*. (2004). *Kecenderungan Keusahawanan : Satu kajian emperikal di kalangan tenaga pengajar politeknik- politeknik Malaysia*. *Jurnal Pendidikan*.
- Norani Mohd et. Al.. (2010) *Kecenderungan Pelajar-pelajar Institut Kemahiran Mara (IKM) Johor Bahru Terhadap Bidang Keusahawanan*. *Jurnal Pendidikan*.
- Norani Mohd et. Al.. (2010) *Apirasi kerjaya keusahawanan dalam kalangan pelajar Institut Pengajian Tinggi* . *Jurnal Pendidikan*
- Ooi Yeng Keat. ( 2002). *Kepentingan kecerdasan emosi (EQ) Dalam Organisasi Masa Kini*, *Jelapang*, 3 (1) m/s 45 – 53.
- Shahizan Ibrahim. (2006) *Sistem perniagaan internet* : *Anggunasia.com*. *Jurnal Pendidikan*.
- Syed Shah Alam ,Mohd Fauzi Mohd jani & Nor Asiah Omar. 2011. *An empirical study success factors of woman entrepreneurs in Southern Region in Malaysia*. *International Journal of Economics and Finance*, 3(2) : 166-175
- Nurdin, G, Chan, G.K.L, Selvadurai, S & Suraiya Ishak 2014. *Hubungan sosial dan perniagaan kecil-kecilan di Malaysia- tingkah laku inovatif*.
- Hazura Mohamed, Hairulliza Mohamad Judi, Siti Fadzilah M. Noor dan Zawiyah M. Yusuf  
2012. *Jurang digital dan pendidikan di luar bandar : Tahap literasi teknologi maklumat dan komunikasi pelajar : Jurnal Teknologi Maklumat dan Multimedia Asia- Pasifik* 1(2).
- Yusof Boon, Sapiah Bohari. *Kesediaan untuk menceburi bidang keusahawanan dikalangan pelajar –pelajar bumiputra tingkatan empat di tiga buah sekolah sekitar Skudai, Johor*. *Fakulti Pendidikan UTM Malaysia*.*Jurnal Pendidikan*.
- Faradillah Iqmar Omar, Samsudin A. Rahim & Ali Salman. 2015. *Penyertaan Digital dan ciri keusahawanan dalam pemerksaan usahawan wanita di Malaysia*. *Jurnal Komunikasi* Jilid 31(1).
- Zaidatol, Akmaliah Lope, Abd Rahim Bakar & Mohd Majid Ronting. (2002). *Pelaksanaan pendidikan keusahawanan di Malaysia : Kesan terhadap aspirasi keusahawanan pelajar*.*Universiti Putra Malaysia*. *Jurnal Pendidikan*.
- Eriniwati Aliza Miat. (2014). *Faktor yang mendorong kecenderungan pelajar Vokasional ke arah bidang keusahawanan*. *UTHM*. *Jurnal Pendidikan*.
- Adam, A., Abdul Razak, S. dan Abu Bakar, M. H. (2011). *Kecenderungan Pelajar-Pelajar Semester Akhir Kolej Komuniti Jasin Terhadap Keusahawanan*. *Mini Seminar Pendidikan Kolej Komuniti Jasin*.
- Chua, Y. P. (2008). *Asas Statistik Penyelidikan: Analisis Data Skala Ordinal dan Skala Nominal*, Buku 3. Malaysia. Mc Graw-Hill (Malaysia) Sdn. Bhd.
- Hashim, M. A. S. (1983). *Bumiputra Entrepreneurship A Study of MARA Loanees in the Malaysian State of Kelantan*. *Massey University: Tesis Phd*.
- Ibrahim, M. Z., Hamzah, R. dan Nazri, M. I. (2012). *Tekad Keusahawanan Tani Dalam*

*Kalangan Pelajar Sains Pertanian Sekolah Menengah. Seminar Kebangsaan  
Majlis Dekan Pendidikan IPTA 2012, Johor Bahru, Johor.*