

Kecenderungan Kerjaya Keusahawanan Era COVID-19

Entrepreneurial Career Trends in the COVID-19 Era

NUR HANIM HARISFATHILLAH & NOORDEYANA TAMBI*

ABSTRAK

Kajian ini membincangkan tentang kecenderungan kerjaya keusahawanan dalam era pandemik COVID-19. Bidang keusahawanan memainkan peranan penting dalam menyumbang kepada pembangunan ekonomi lokal dan juga global. Bagi negara sedang membangun seperti Malaysia, masalah berkaitan pengangguran dan kemiskinan dalam kalangan masyarakat masih menjadi isu penting dan bertambah serius akibat penularan wabak COVID-19. Untuk menangani masalah ini bidang keusahawanan dilihat sebagai satu alternatif dalam mewujudkan peluang pekerjaan dan meningkatkan sumber pendapatan masyarakat. Oleh itu, objektif kajian ini adalah untuk melihat sejauhmana tahap minat dan tahap kemahiran mempengaruhi tahap literasi keusahawanan digital yang seterusnya menyumbang kepada kecenderungan masyarakat untuk menceburi bidang kerjaya keusahawanan pada era COVID-19 ini. Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kaedah kajian tinjauan iaitu soal selidik dan Google Form sebagai instrumen utama telah digunakan. Kajian ini telah mengumpulkan data daripada 188 responden dari seluruh negara yang mempunyai perniagaan berdaftar dengan SSM. Sampel kajian ini dipilih menggunakan persampelan rawak mudah. Hasil kajian mendapati tahap kecenderungan masyarakat menceburi bidang keusahawanan dalam era COVID-19 berada pada tahap yang tinggi. Tahap minat dan tahap kemahiran juga mempunyai tahap signifikan yang tinggi terhadap tahap literasi keusahawanan digital. Justeru itu, kajian ini dapat memberi sumbangan tambahan untuk memahami bidang keusahawanan dalam kalangan masyarakat dan seterusnya mampu menjadikan Malaysia sebagai negara bebas pengangguran dan berpendapatan tinggi.

Kata kunci: Keusahawanan; pembangunan komuniti; minat; kemahiran; literasi keusahawanan digital

ABSTRACT

This research focuses on entrepreneurial career trends in the COVID-19 pandemic. Entrepreneurship plays a vital part in the global and local economy's development. For developing nations such as Malaysia, the problem of community unemployment and poverty remains a key concern, and it has become more problematic due to COVID-19. To solve this issue, the sector of entrepreneurship is viewed as an alternative for developing job opportunities and expanding the community's source of revenue. Therefore, the objective of this study is to determine the extent to which the level of interest and skill level impact the level of digital entrepreneurial literacy, which in turn contributes to society's proclivity to pursue entrepreneurial careers in the COVID-19 period. A quantitative approach was adopted, with surveys and Google Forms serving as the primary tools. This research gathered information from 188 SSM-registered company owners from around the country. Simple random selection was used to determine the sample for this study. The study's findings revealed that the community's proclivity to embark into entrepreneurship was strong during the COVID-19 era. The study's findings revealed that the community's proclivity to embark into entrepreneurship was strong during the COVID-19 era. The degree of digital entrepreneurship literacy is strongly influenced by interest and skill levels. As a result, this research can make a substantial contribution to the better understanding about community's development of entrepreneurship, allowing Malaysia to become a low-unemployment, and high-income country.

Keywords: entrepreneurship; community development; interest; skill; digital entrepreneurial literacy

PENGENALAN

Keusahawanan telah menjadi tulang belakang dalam membentuk lanskap kepada ekonomi dunia (Stephan et al. 2021). Bidang keusahawanan dipercayai mampu menangani pelbagai isu dan cabaran dalam kalangan masyarakat kerana bidang ini mampu memberikan kesan positif terhadap pembangunan ekonomi melalui produktiviti di dalam perusahaan yang tertumpu kepada aktiviti keusahawanan. Keadaan ini menjadikan aktiviti keusahawanan sebagai suatu “tenaga baru” di tempat kerja, yang seterusnya boleh menyumbang kepada prestasi perniagaan secara keseluruhan (Bjornskov & Foss 2016; Cockalo et al. 2019). Hal ini menjadikan keusahawanan sebagai suatu bidang alternatif yang patut diceburi dalam menstabilkan ekonomi.

Pandemik COVID-19 bukan sahaja telah menghentikan pelbagai aktiviti dan mengganggu kitaran ekonomi malah telah membawa satu gelombang inovasi serta cabaran inovasi baru. Hal ini, juga telah menarik penduduk dunia untuk membentuk teknik dan amalan untuk mencuba dan meneroka pilihan baharu, dan menyesuaikan diri dengan cepat kepada bukti (World Economic Forum 2022). Gelombang yang dibawa telah menekan perubahan ke atas norma kehidupan dan keadaan ini memerlukan pengadaptasian dilakukan oleh masyarakat. Para usahawan telah menghabiskan masa dan berusaha dalam mencipta masa hadapan. Oleh itu, pengambilan risiko daripada para usahawan merupakan elemen utama didalam gelombang ini dan memainkan peranan penting dalam menamatkan krisis dan membina dunia pasca COVID-19 (World Economic Forum 2022).

Menurut laporan Kajian Kesan Pandemik COVID-19 kepada Keusahawanan (2021) melaporkan bahawa perusahaan kecil dan sederhana (PKS termasuk yang bekerja sendiri) telah menyumbang 90% daripada perniagaan di seluruh dunia dan menyediakan 70% pekerjaan di seluruh dunia. Laporan ini adalah berdasarkan kepada tinjauan yang dilakukan terhadap lebih 5,000 usahawan di 23 negara yang mewakili 3/4 daripada keluaran ekonomi dunia. Hal ini menunjukkan keusahawanan merupakan penyumbang utama kepada ekonomi dunia. Akibat daripada penularan virus COVID-19, sektor keusahawanan dianggap sebagai sektor yang berisiko. Namun begitu, laporan ini juga telah menyatakan bahawa PKS dan bidang keusahawanan mempunyai banyak potensi dalam membantu membina semula ekonomi global kepada yang lebih baik, inklusif dan hijau selepas COVID-19 (Stephan et al. 2021).

Maka, objektif kajian ini adalah untuk mengkaji tahap minat dalam pemilihan kerjaya keusahawanan, menganalisis tahap kemahiran dalam pemilihan kerjaya keusahawanan, dan menganalisis tahap minat dan tahap kemahiran yang mempengaruhi tahap literasi keusahawanan digital dalam pemilihan kerjaya keusahawanan.

SOROTAN LITERATUR

KECENDERUNGAN KEUSAHAWANAN

Kecenderungan dapat ditakrifkan sebagai suatu situasi yang mengarahkan pemikiran dan minda individu untuk memberikan tumpuan kepada pencapaian matlamat dan tujuan yang ditetapkan (Azwin Darlina et al. 2021). Kecenderungan merujuk kepada kesukaan, kecondongan dan keinginan dalam mengejar sesuatu yang diminati. Anang (2018), menyatakan bahawa kata kecenderungan berasal dari kata *tendency* yang bermaksud satu set atau satu disposisi untuk bertingkah-laku dengan suatu cara tertentu. Puspawati Kecenderungan ke arah keusahawanan ini dikaji kerana keinginan seseorang terhadap bidang keusahawanan mempunyai kesan yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang individu untuk menceburkan diri mereka di dalam bidang keusahawanan dan pada masa yang sama menjadi seorang usahawan (Azwin Darlina et al. 2021). Hal ini demikian akan merujuk kepada keinginan yang akan membawa kepada minat seseorang individu dalam mencuba sesuatu perkara dan digerakkan melalui tindakan (Ravi 2015).

Istilah *usahawan* telah diambil daripada perkataan *entrepreneur* dalam bahasa Perancis yang bermaksud *between taker* atau *go-between* yang bermaksud usahawan merupakan individu yang memiliki kedudukan diantara pembekal dan pengguna (Abdul Aziz et al. 2011). Keusahawanan merupakan satu usaha perniagaan sendiri dalam memenuhi keperluan masyarakat dengan mengambilkira pelbagai aspek risiko dengan pendekatan yang kreatif dan inovatif dengan mengenalpasti peluang yang muncul (Che Roseliza & Zulnaidi 2018).

Bagi mengukur tahap kecenderungan keusahawanan dalam kalangan masyarakat kajian ini telah mengukur melalui tiga aspek iaitu tahap minat, tahap kemahiran keusahawanan dan literasi keusahawanan digital. Hal ini demikian kerana, ketiga-tiga aspek ini memiliki hubungan yang signifikan dalam menentukan tahap kecenderungan keusahawanan dalam kalangan masyarakat umumnya.

MINAT KEUSAHAWANAN

Kerjaya merupakan suatu perkara yang penting dalam pemikiran masa hadapan. Hal ini kerana bidang kerjaya yang dipilih akan berkait rapat dengan kehidupan masa depan seseorang individu. Melalui kajian Asmar (2015), minat kerjaya keusahawanan dapat diukur melalui keinginan, kecenderungan dan komitmen. Beliau telah menggunakan Teori Pemilihan Kerjaya Holland dalam merangka pengukuran minat kerjaya keusahawanan. Pemilihan kerjaya adalah suatu proses yang berterusan iaitu bermula dengan persepsi kanak-kanak terhadap dunia pekerjaan, dan akan berkembang hingga ke peringkat remaja dan awal dewasa (Tolbert 1978; Asmar 2015).

Minat dan persepsi didalam bidang kerjaya menjadi penggerak utama terhadap bidang kerjaya yang akan dipilih. Selain itu, bidang kerjaya yang diinginkan oleh individu akan menjadi faktor yang mempengaruhi tahap kemahiran individu dalam sesuatu bidang. Kajian ini mengukur tahap minat keusahawanan dengan menggabungkan aspek-aspek keinginan, kecenderungan dan komitmen. Hasil dapatan dapat mengukur tahap minat keusahawanan yang terdapat dalam kalangan masyarakat.

Kajian Asmar (2015), menggunakan tiga pecahan atau faktor bagi mengukur minat keusahawanan. Pengukuran ini juga telah dibina berdasarkan teori Dawis dan Lofquist, 1984 Holland, 1985-1997. Tiga pecahan tersebut ialah meliputi keinginan, kecenderungan dan komitmen. Manakala menurut kajian Zunaini dan Norasmah (2019), berdasarkan Teori Peristiwa Keusahawanan Shapero dan Shokol (1982) telah menjelaskan terdapat tiga elemen yang berkaitan dengan minat keusahawanan. Tiga elemen ini meliputi keinginan, kebolehlaksanaan dan kecenderungan bertindak atau tingkah laku individu. Beliau juga mengaskan bahawa minat keusahawanan bergantung kepada keupayaan dan komitmen yang dipamerkan dalam mencapai matlamat yang ditetapkan. Oleh itu, kajian ini telah menggabungkan tiga aspek seperti yang dinyatakan dalam kajian ini iaitu pengukuran meliputi aspek keinginan, kecenderungan dan komitmen bagi mengukur minat keusahawanan dalam kalangan masyarakat.

KEMAHIRAN KEUSAHAWANAN

Tahap kemahiran keusahawanan diukur dalam aspek pengurusan, pemasaran dan kewangan (Akmaliah & Habibah 2004). Hal ini disokong oleh Asmar (2015),

kemahiran pengetahuan keusahawanan merujuk kepada segala sesuatu yang diketahui yang meliputi; pengetahuan asas keusahawanan, pengetahuan tentang modal, pengetahuan tentang pengurusan, pengetahuan tentang proses dan hasil produksi dan pengetahuan tentang pemasaran (Asmar, 2015). Menurut Nadia dan Norasmah (2020), kemahiran keusahawanan dilihat dapat menyumbang kepada prestasi, daya saing dan kekuatan seorang usahawan. McClelland menyatakan bahawa usahawanan sebagai berdaya inovatif dan kehendak pencapaian tinggi (*high need of achivement*). Kemahiran keusahawanan adalah penting kerana seseorang memerlukan kemahiran keusahawanan untuk berjaya dalam apa jua bidang keusahawanan yang diceburinya (Sarebah et al. 2010).

Selain itu, kemahiran keusahawanan merujuk kepada kemampuan untuk menguruskan sumber, menggabungkan idea-idea baru dalam penghasilan produk, melakukan pemasaran dan berupaya untuk menyelesaikan masalah perniagaan. Komponen utama yang mempengaruhi kemahiran keusahawanan ialah kemahiran pengurusan sumber, kemahiran berinovasi dan pemikiran kreatif. Kemahiran pengurusan merupakan kemahiran kritikal yang perlu dikuasai bagi menjamin kejayaan keusahawanan. (Nadia & Norasmah 2020). Menurut kajian Nadia dan Norasmah (2020), dalam usaha menjadi seorang usahawan atau peniaga yang berjaya, memiliki kemahiran-kemahiran asas berkaitan keusahawanan adalah sangat penting (Azmi et al. 2012; Buerah & Hussin 2014; Hirsch et al. 2005; Nadia & Norasmah 2020). Menurut hasil kajian beliau, masyarakat umumnya memiliki kemahiran keusahawanan yang tinggi dalam diri setiap individu namun masih terdapat jumlah yang tinggi dalam kegagalan usahawan terutama dikalangan wanita. Kajian ini mengukur tahap kemahiran keusahawanan dalam kalangan masyarakat adalah melalui kemahiran daripada aspek pengurusan, pemasaran dan kewangan yang terdapat dalam kalangan masyarakat.

LITERASI KEUSAHAWANAN DIGITAL

Kewujudan teknologi digital dalam perniagaan telah membuka pelbagai peluang baharu kepada para usahawan. Menurut Livingstone dan Helsper (2007), digital merujuk kepada penyertaan akses dan kegunaan internet yang melibatkan pelbagai aktiviti yang berkait dengan pencapaian maklumat inklusif (Noor Hafizah & Rosnaimah 2015). Oleh itu, penyertaan digital boleh dianggap sebagai

individu yang berkemampuan dalam penggunaan akses dan internet. Manakala literasi merujuk kepada penguasaan ilmu dari pelbagai sudut (Koo Yew Lie et al. 2010).

Menurut Noor Hafizah dan Rosnaimah (2015), literasi keusahawanan merujuk kepada keupayaan individu dalam menguasai strategi dan kemahiran berkaitan dengan daya pemikiran kritis dan kreatif, serta memiliki kemahiran lain yang mampu membentuk individu yang berautonomi. Pendigitalan perniagaan pula ditakrifkan sebagai transformasi proses perniagaan termasuk pengurusan pelanggan, urus niaga, perkhidmatan dan maklumbalas dalam persekitaran digital yang lengkap (Eva Faridah et al. 2019). Melalui kajian terbaru, mendapati usahawan di Malaysia mempunyai kemahiran didalam keusahawanan digital seperti penggunaan platform e-dagang dan pemasaran atas talian. Hal ini disokong melalui kajian Nadia dan Norasmah (2020), yang mendapati para usahawan telah berupaya mengaplikasi ICT dalam mencari maklumat bertulis terkini dari pelbagai sumber dan berupaya mempelajari pelbagai ilmu pengetahuan dan kemahiran berkaitan perniagaan melalui pelbagai medium informasi seperti Internet, majalah dan surat khabar malah mereka juga berupaya menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan untuk pemasaran dalam talian.

Justeru itu, wujud hubungan yang signifikan antara tahap minat keusahawanan dan tahap kemahiran keusahawanan dengan tahap literasi keusahawanan digital dalam kalangan masyarakat khususnya golongan usahawan era COVID-19. Kajian ini mengukur tahap literasi keusahawanan digital merangkumi pengetahuan, aspek kemahiran informasi, penggunaan teknologi komunikasi (ICT), dan internet serta kemahiran perniagaan atas talian. Hasil dapatan dapat mengukur tahap literasi keusahawanan digital dalam kalangan masyarakat.

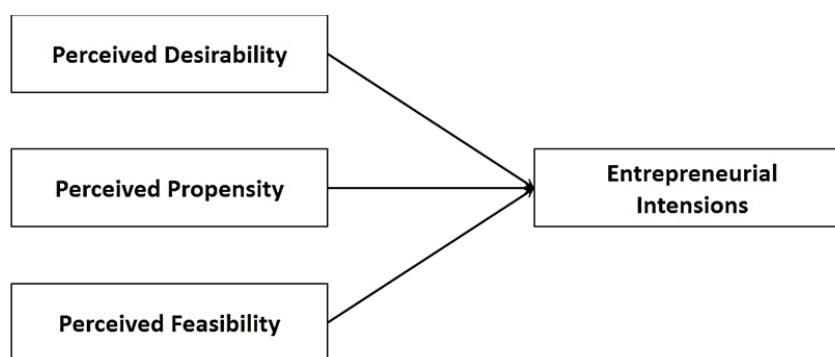
Oleh itu, masyarakat perlu memiliki elemen-elemen di dalam tahap minat dan tahap kemahiran keusahawanan bagi membolehkan mereka untuk

memiliki kemahiran literasi keusahawanan digital. Kemahiran dalam keusahawanan digital adalah amat penting kerana dimensi ini merupakan tulang belakang dalam perniagaan era COVID-19. Bagi membolehkan masyarakat menceburi bidang keusahawanan mereka perlulah memiliki kemahiran dalam keusahawanan digital. Tuntasnya, literasi keusahawanan digital boleh menjadi kayu ukur kepada menilai tahap kecenderungan masyarakat menceburi bidang kerjaya keusahawanan dalam era COVID-19.

ENTREPRENEURIAL EVENTS MODEL

Entrepreneurial Events Model telah diperkenalkan oleh Shapero dan Sokol (1982). Teori ini merumuskan kepada proposisi bahawa wujud hubungan yang kuat antara kelayakan yang dirasakan dengan keinginan yang seterusnya dipertahankan serta ditingkatkan agar menghasilkan suatu tindakan. Teori ini mempunyai tiga dimensi yang akan mempengaruhi kecenderungan keusahawanan iaitu ialah persepsi terhadap keinginan (*perceived desirability*), persepsi terhadap kemampuan (*perceived feasibility*) dan kecenderungan untuk memunculkan perilaku (*perceived propensity*) (Susetyo Darmanto 2013).

Menurut Erna Hernawati dan Yuliniar (2018), melalui model *Entrepreneurial Events* berpendapat bahawa individu mempunyai arah dan hala tuju yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sekitar seperti, keluarga, rakan, pekerjaan, status sosial, budaya dan sebagainya yang membawa kepada suatu tindakan. Pembentukan tindakan ini akan mengalami perubahan apabila wujudnya peristiwa pencetus (*trigger events*), sama ada dalam keadaan positif mahupun negatif. *Trigger events* positif akan semakin mendorong individu untuk mewujudkan dan merealisasikan usahanya dan begitu juga sebaliknya (*vice versa*). Model *Entrepreneurial Events* ini juga diterjemahkan sebagai model *Entrepreneurial Intension* (model Intensi Usahawan).



RAJAH 1. Shapiro Model Entrepreneurial Intentions

Sumber: Erna Hernawati dan Yuliniar (2018)

Kreuger et al. (2000), intensi ialah peramal atau pengukur terbaik bagi sebahagian besar perilaku terancang, termasuk dalam perilaku usahawan. Keusahawanan adalah salah satu bentuk perilaku terancang. Intensi usahawan merujuk kepada kecenderungan keinginan individu dalam melakukan sesuatu tindakan usahawan melalui kaedah menciptakan produk baru dengan hasrat mewujudkan peluang perniagaan dan pengambilan risiko (Erna Hernawati & Yuliniar 2018).

Dimensi yang pertama iaitu persepsi terhadap keinginan (Perceived Desirability) merujuk kepada sikap terhadap keusahawanan iaitu berdasarkan kepada pengalaman seseorang secara langsung atau tidak langsung. Pengalaman tersebut mungkin boleh didapati daripada pendidikan, persekitaran, pengaruh role model dan pengalaman bekerja. Dimensi kedua merujuk kepada persepsi individu terhadap kemampuan diri/ kecenderungan diri (Perceived Propensity). Dimensi ini boleh dirujuk kepada kemahiran-kemahiran yang dimiliki oleh individu yang mendorong beliau dalam menceburi bidang kerjaya keusahawanan. Dimensi ketiga, kebolehlaksanaan yang dirasakan (Perceived Feasibility) mengaitkan kedua-dua dimensi awalan dengan tindakan yang diambil oleh individu. Keinginan dan minat yang dimiliki disertakan dengan kemahiran didalam diri mendorong tindakan untuk meningkatkan tahap literasi keusahawanan digital (Susetyo Darmanto 2013).

Tahap literasi keusahawanan digital ini dikaitkan dengan keputusan pemilihan kerjaya keusahawanan dalam era COVID-19. Hal ini demikian kerana antara cabaran yang dihadapi dalam era COVID-19 ialah sekatan pergerakan yang dilakukan secara menyeluruh. Cabaran ini telah mengakibatkan peralihan norma kehidupan kebiasaan kepada norma kehidupan baharu. Kebanyakan aktiviti kehidupan seperti membeli barangan keperluan, pendidikan

dan perkhidmatan dilakukan secara atas talian. Oleh itu, kaitan tahap literasi keusahawanan digital mempunyai hubungan signifikan dalam keputusan masyarakat untuk menceburi bidang keusahawanan. Kesimpulannya, kajian ini akan menggunakan teori Entrepreneurial Events dalam mengkaji tahap minat dan tahap kemahiran keusahawanan yang akan mempengaruhi tahap literasi keusahawanan digital dalam kalangan masyarakat yang seterusnya menjadi faktor kepada kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan era COVID-19.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kaedah kajian tinjauan bagi memahami kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan dalam era COVID-19. Kajian tinjauan ialah kaedah penyelidikan bukan eksperimental yang popular digunakan terutamanya didalam bidang sains sosial (Chua 2014).

INSTRUMEN KAJIAN

Soal selidik tertutup dipilih dan diedarkan kepada masyarakat Malaysia yang memenuhi kriteria mengikut ciri-ciri yang telah ditetapkan. Soal selidik tertutup merujuk kepada soalan berstruktur dan responden hanya memilih jawapan yang telah disediakan oleh pengkaji. Soal selidik yang terbahagi kepada empat bahagian, iaitu: Bahagian A: Demografi Responden, Bahagian B: Dimensi Minat Keusahawanan, Bahagian C: Dimensi Kemahiran Keusahawanan, dan Bahagian D: Dimensi Literasi Keusahawanan Digital. Terdapat sebanyak 8 item dalam Bahagian A yang mengumpulkan maklumat demografi responden meliputi alamat email, umur, bangsa, negeri bermastautin, lokasi perniagaan,

tahun membuka perniagaan, tahun mendaftar SSM dan status responden sama-sama pernah diberhentikan kerja ataupun tidak. Manakala terdapat 10 item bagi setiap bahagian B, C dan D. Item-item di bahagian B, C dan D diukur menggunakan skala likert lima mata bagi memperoleh jawapan daripada responden.

PERSAMPELAN KAJIAN

Kajian dilakukan kepada masyarakat Malaysia yang memenuhi kriteria kajian iaitu masyarakat usahawan yang membuka perniagaan berdaftar dengan SSM pada tahun era COVID-19 iaitu 2020, 2021 dan 2022. Populasi dan sampel ialah unit-unit atau kelompok yang mempunyai ciri-ciri atau karakter tertentu yang sengaja dipilih bertujuan untuk mengumpulkan data yang dapat digunakan dalam penyelidikan yang telah dirancang (Ul'fah Hernaeny 2021). Pemilihan sampel yang baik akan memiliki sifat representatif terhadap populasi. Kajian ini menggunakan kaedah persampelan bukan kebarangkalian dengan kaedah persampelan rawak mudah. Seramai 188 orang responden telah menjawab soal selidik yang diedarkan secara atas talian dan secara fizikal ke seluruh negara. Menurut Noraini (2013), jumlah minimum bagi kajian deskriptif ialah 100 orang. Terdapat juga kajian lepas yang menggunakan jumlah 100 responden sahaja bagi kajian deskriptif seperti kajian Bujang (2015) 100 responden dan kajian Zulhafizi dan Zurinah (2021) iaitu seramai 138 responden. Justeru, Settle dan Alreck (1995) mencadangkan bahawa minimum saiz sampel yang biasanya digunakan oleh penyelidik ialah 100 unit (Bujang 2015). Responden yang dikumpulkan mempunyai demografi negeri di seluruh negara.

Analisis data, kajian ini akan menggunakan analisis kuantitatif untuk membuat generalisasi daripada sampel kepada populasi (Noraini 2013). Data mentah adalah diperolehi daripada kaedah tinjauan. Analisis data yang terlibat ialah analisis statistik deskriptif dan statistik inferensi yang merangkumi analisis korelasi dan analisis regresi. Penganalisisan data kuantitatif adalah menggunakan bantuan komputer. Kaedah ini dapat mengumpulkan data yang lebih tepat dan mampu mempercepatkan

proses pemerolehan data. Perisian yang digunakan bagi menganalisis data ialah perisian Statistical Package for The Sosial Sciences versi 26 (SPSS).

KEPUTUSAN DAN PERBINCANGAN

Kajian ini telah mengumpulkan data daripada 188 responden. Ujian Taburan Normal telah dilakukan bagi menentukan kenormalan kajian. Taburan normal akan dilihat apabila skewness kurang daripada +1 atau lebih daripada -1 ($-1 < \text{skewness} < +1$) manakala nilai kurtosis kurang daripada +3 atau lebih besar daripada -3 ($-3 < \text{kurtosis} < +3$) (Hair et al. 2003, Ummuliyana 2020). Hasil ujian taburan normal, hubungan antara tahap minat keusahawanan dan tahap kemahiran keusahawanan terhadap tahap literasi keusahawanan digital menunjukkan nilai tidak normal. Oleh itu, analisis Spearman digunakan bagi mengukur hubungan diantara tahap minat keusahawanan dan tahap kemahiran keusahawanan dengan tahap literasi keusahawanan digital.

DEMOGRAFI RESPONDEN

Secara umumnya, majoriti responden yang telah memberikan maklum balas adalah daripada kategori umur 18-25 tahun iaitu dengan bilangan 140 responden (74.5 %) diikuti dengan kategori umur 29-39 tahun iaitu dengan bilangan 39 responden atau bersamaan dengan 20.7 % dan kategori 40-49 tahun mencatat bilangan responden seramai 7 responden yang mewakili 3.7 %. Selebihnya ialah kategori umur 50 tahun ke atas iaitu dengan bilangan 2 responden iaitu bersamaan 1.1 %. Seterusnya, bangsa Melayu merupakan bangsa tertinggi dalam memberikan maklum balas iaitu dengan bilangan 174 responden atau mewakili 94.6 jumlah keseluruhan responden, bangsa India iaitu enam responden atau bersamaan 3.2 % diikuti bangsa Cina iaitu lima responden atau bersamaan dengan 2.7 %. Selebihnya adalah daripada lain-lain bangsa iaitu seramai tiga responden mewakili 1.6 %. Secara keseluruhan, bagi demografi negeri asal dan negeri berniaga sekitar 94% hingga 98 % responden adalah berasal dari Semenanjung Malaysia.

Berdasarkan Jadual 1 analisis tahap minat keusahawanan, kajian membuat kesimpulan bahawa masyarakat yang memiliki perniagaan dalam era COVID-19 mempunyai tahap minat yang tinggi dalam bidang keusahawanan. Hal ini membolehkan mereka untuk membuka perniagaan pada era COVID-19 dan berkekalan sehingga hari mereka mengisi soal selidik. Dapatan kajian ini adalah selari dengan kajian Asiah et al. (2018), minat keusahawanan mampu merangsang masyarakat untuk menceburi bidang keusahawanan sebagai alternatif dalam pembinaan kerjaya. Tuntasnya, minat dalam keusahawanan dapat membantu mereka untuk meneruskan perniagaan walaupun terpaksa berdepan dengan pelbagai dugaan dan cabaran sepanjang era COVID-19. Kajian oleh Azwin Darlina et al. (2021) juga, mendapati terdapat hubungan yang signifikan antara tahap kecenderungan dan minat keusahawanan dalam pemilihan kerjaya keusahawanan. Kajian ini mendapati faktor penyumbang minat didalam bidang keusahawanan mampu mempengaruhi tindakan individu dalam menceburi bidang keusahawanan. Hal ini, menjadikan minat keusahawanan mampu meningkatkan kecenderungan individu untuk menceburi bidang keusahawanan dan perniagaan (Nor Asiah et al. 2018).

TAHAP KEMAHIRAN KEUSAHAWANAN

Tahap kemahiran keusahawanan diukur dalam aspek pengurusan, pemasaran dan kewangan (Akmaliah & Habibah 2004). Dapatan ini disokong oleh Asmar (2015), kemahiran pengetahuan keusahawanan merujuk kepada segala sesuatu yang diketahui yang meliputi; pengetahuan asas keusahawanan, pengetahuan tentang modal, pengetahuan tentang pengurusan, pengetahuan tentang proses dan hasil produksi dan pengetahuan tentang pemasaran (Asmar 2015). Oleh itu, kajian ini akan mengukur tahap kemahiran keusahawanan dalam kalangan masyarakat merangkumi kemahiran daripada aspek pengurusan, pemasaran dan kewangan. Hasil dapatan akan dapat mengukur tahap kemahiran keusahawanan yang terdapat dalam kalangan masyarakat.

Berdasarkan jadual 2.0, min keseluruhan tahap kemahiran keusahawanan berada pada tahap signifikan yang tinggi iaitu 4.41. Pernyataan yang mempunyai min tertinggi ialah pernyataan kelima (5) 'mengira harga jualan produk' iaitu sebanyak 4.59 dan sisihan piawaian ialah 0.592. Seramai 120 responden (63.8) sangat bersetuju, 58 responden (30.9) setuju dan 10 responden (5.3) tidak pasti. Ini menunjukkan hampir kesemua responden bersetuju yang mereka memiliki kemahiran dalam aspek kewangan iaitu mengira harga jualan produk. Bagi kenyataan min yang kedua mempunyai nilai tertinggi adalah pernyataan empat (4) 'mencari peluang keuntungan baru' dengan nilai 4.58 dan sisihan piawaian ialah 0.620. Seramai 120 responden (63.8) sangat setuju, 59 responden (31.4) setuju, 7 responden (3.7) tidak pasti dan 2 responden (1.1) tidak setuju. Menurut Ahmad Raffis et al. (2020), menyatakan bahawa kemahiran mengenalpasti dan merebut peluang merupakan satu elemen asas yang penting untuk dikuasai. Menurut kajian kualitatif aspek merebut peluang dalam perniagaan merupakan kemahiran yang sering disentuh oleh responden. Hal ini demikian menunjukkan bahawa aspek ini adalah sangat penting dalam membina perniagaan.

Bagi pernyataan yang memperoleh min terendah ialah pernyataan satu (1) 'membentuk prosedur untuk menggunakan masa dengan produktif' iaitu sebanyak 4.27 dan sisihan piawaian 0.728. Seramai 80 responden (42.6) sangat setuju, 81 responden (43.1) setuju 25 responden (13.3) tidak pasti dan 2 responden (1.1). Pernyataan tujuh (7) memperoleh min kedua terendah iaitu 'mentafsir laporan kewangan' dengan skor min 4.30 dan sisihan piawaian ialah 0.778. Bagi skor sangat setuju, setuju, tidak pasti, dan tidak setuju masing-masing adalah 92 responden (48.9), 61 responden (32.4), dan 34 responden (32.4), 34 responden (18.1) dan satu responden (0.5). Hal ini, merumuskan bahawa terdapat kekurangan dari kemahiran dalam pengurusan masa dan kemahiran membina laporan secara formal bagi rekod perniagaan dalam kalangan usahawan era COVID -19.

JADUAL 2. Tahap Kemahiran Keusahawanan

Pernyataan Saya memiliki kemahiran dalam ...	Frekuensi Peratusan (%)					Sisihan piawaian	Skor min	Tahap Signifikan
	1	2	3	4	5			
1. membentuk prosedur untuk menggunakan masa dengan produktif	0 0.0	2 1.1	25 13.3	81 43.1	80 42.6	.728	4.27	Tinggi
2. mengagihkan tugas/ tanggungjawab dengan rakan sekerja	1 0.5	0 0.0	24 12.8	70 37.2	93 49.5	.742	4.35	Tinggi
3. membentuk kemahiran mengurus dengan rakan sekerja	1 0.5	0 0.0	19 10.1	78 41.5	90 47.9	.707	4.36	Tinggi
4. mencari peluang keuntungan baru	0 0.0	2 1.1	7 3.7	59 31.4	120 63.8	.620	4.58	Tinggi
5. mengira harga jualan produk	0 0.0	0 0.0	10 5.3	58 30.9	120 63.8	.592	4.59	Tinggi
6. mengira untung kasar dan bersih perniagaan	0 0.0	1 0.5	16 8.5	54 28.7	117 62.2	.674	4.53	Tinggi
7. mentafsir laporan kewangan	0 0.0	1 0.5	34 18.1	61 32.4	92 48.9	.778	4.30	Tinggi
8. menentukan keperluan pelanggan	0 0.0	1 0.5	14 7.4	72 38.3	101 53.7	.656	4.45	Tinggi
9. mengemas kini rekod kewangan	0 0.0	1 0.5	30 16.0	65 34.6	92 48.9	.756	4.32	Tinggi
10. menentukan kekuatan dan kelemahan persaingan	0 0.0	0 0.0	18 9.6	78 41.5	92 48.9	.658	4.39	Tinggi
Min Keseluruhan							4.41	Tinggi

Berdasarkan Jadual 2 analisis tahap kemahiran keusahawanan, kajian membuat kesimpulan bahawa masyarakat yang memiliki perniagaan dalam era COVID-19 mempunyai tahap kemahiran yang tinggi dalam bidang keusahawanan. Dapatan ini selari dengan kajian Zulhafizi dan Zurinah (2021), kemahiran dan pengetahuan keusahawanan menunjukkan skor min yang tinggi dalam menyumbang kepada kejayaan perniagaan. Kemahiran dalam keusahawanan adalah penting bagi memastikan kejayaan dalam perniagaan. Hal ini disokong oleh kajian Mohd Afandi et al. (2020), kemahiran dan pengetahuan akan membantu seseorang individu untuk merancang masa hadapan serta berkemahiran dalam menyelesaikan masalah yang timbul pada masa akan datang. Hal ini demikian kerana, pengetahuan dan kemahiran dapat mengurangkan kegagalan dalam perniagaan (Norasmah & Salmah 2011).

Oleh itu, kemahiran keusahawanan membolehkan mereka untuk membuka perniagaan pada era COVID-19 dan berkekalan sehingga hari mereka mengisi soal selidik. Perniagaan yang berterusan ini juga membuktikan bahawa usahawan COVID-19 mampu mengatasi cabaran dan halangan

yang muncul. Kemahiran dalam melaksanakan aktiviti keusahawanan amat bergantung kepada kebolehan dalam menghadapi cabaran perniagaan dan mengambil tanggungjawab yang bersesuaian (Ahmad Rafli et al. (2020). Tuntasnya, kemahiran dalam keusahawanan adalah penting kerana ianya dapat membantu mereka untuk menguruskan perniagaan dan beradaptasi dengan pelbagai dugaan dan cabaran sepanjang era COVID-19.

TAHAP LITERASI KEUSAHAWANAN DIGITAL

Menurut Noor Hafizah dan Rosnaimah (2015), literasi keusahawanan merujuk kepada keupayaan individu dalam menguasai strategi dan kemahiran berkaitan dengan daya pemikiran kritis dan kreatif, serta memiliki kemahiran lain yang mampu membentuk individu yang berautonomi. Pendigitalan perniagaan pula ditakrifkan sebagai transformasi proses perniagaan termasuk pengurusan pelanggan, urus niaga, perkhidmatan dan maklumbalas dalam persekitaran digital yang lengkap (Eva Faridah et al. 2019). Kajian ini akan mengukur tahap literasi keusahawanan digital merangkumi pengetahuan,

aspek kemahiran informasi, penggunaan teknologi komunikasi (ICT), dan internet serta kemahiran perniagaan atas talian. Hasil dapatan akan dapat mengukur tahap literasi keusahawanan digital dalam kalangan masyarakat.

Berdasarkan Jadual 3, min keseluruhan bagi tahap literasi keusahawanan digital mempunyai tahap signifikan yang tinggi iaitu 4.33. Pernyataan satu (1) mempunyai min tertinggi iaitu 'penggunaan internet dalam perniagaan' iaitu sebanyak 4.53 dan sisihan piawaian ialah 0.624. Seramai 110 responden (58.2) sangat bersetuju, 69 responden (36.7) setuju, 7 responden (3.7) tidak pasti dan 1 responden (0.5) tidak setuju. Ini menunjukkan hampir kesemua responden bersetuju yang mereka memiliki kemahiran dalam penggunaan internet untuk melakukan perniagaan secara atas talian. Bagi kenyataan min yang kedua mempunyai nilai tertinggi adalah pernyataan dua (2) iaitu 'penggunaan platform media sosial (facebook, instagram, youtube dan tiktok) untuk perniagaan' dengan nilai 4.49 dan sisihan piawaian ialah 0.658. Seramai 109 responden (58.0) sangat setuju, 64 responden (34.0) setuju, 14 responden (7.4) tidak pasti dan satu responden (0.5) tidak setuju. Secara keseluruhannya, usahawan era COVID-19 mempunyai tahap literasi keusahawanan digital yang tinggi dalam penggunaan internet atau penjualan atas talian dengan penggunaan pelbagai platform media sosial. Kemahiran dalam literasi keusahawanan digital adalah penting terutama dalam era COVID-19. Hal ini demikian kerana, era COVID-19 telah menukar norma kehidupan harian kepada norma baharu yang lebih mesra terhadap aktiviti atas talian dan media massa.

Kajian Nor Asiah et al. (2018), kemahiran literasi digital adalah diperlukan untuk membangunkan golongan usahawan digital, di mana masyarakat perlu didedahkan dengan pelbagai jenis media online, media sosial dan lain-lain platform yang digunakan oleh usahawan digital pada masa kini. Hal ini demikian bertujuan untuk memastikan usahawan

era COVID-19 mampu bersaing dalam dunia perniagaan. Kajian ini menunjukkan hubungan yang signifikan antara tahap kemahiran keusahawanan digital dengan kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan dalam kalangan masyarakat.

Bagi pernyataan yang memperoleh min terendah ialah pernyataan tiga (3) 'membina laman web atau gerai perniagaan dalam talian (online shopping)' iaitu sebanyak 4.10 dan sisihan piawaian 1.014. Seramai 85 responden (45.2) sangat setuju, 54 responden (28.7) setuju, 34 responden (18.1) tidak pasti, dan 12 responden (6.4) tidak setuju dan tiga responden (1.6) sangat tidak setuju. Pernyataan enam (6) memperoleh min kedua terendah iaitu 'teknik copywriting yang bersesuaian dengan produk saya' dengan skor min 4.19 dan sisihan piawaian ialah 0.844. Bagi skor sangat setuju, setuju, tidak pasti, tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing adalah 79 responden (42.0), 73 responden (38.8), 31 responden (16.5), tiga responden (1.6) dan dua responden (1.1). Hal ini, merumuskan bahawa terdapat kekurangan dari sudut kemahiran penggunaan laman sesawang dan kemahiran dalam membina serta memilih teknik *copywriting* dalam pemasaran produk secara atas talian.

Bagi soalan ke 10 dalam objektif ini adalah bertujuan untuk melihat apakah media atau platform lain yang digunakan oleh usahawan bagi melakukan perniagaan mereka selain menggunakan media seperti Facebook, Instagram, Youtube dan Tiktok. Antara media lain yang digunakan oleh usahawan ialah Twitter, Whatsapp, Shopee, Lazada, Pinterest, dan E-bay. Berdasarkan kepelbagaian jenis platform lain yang digunakan, menunjukkan bahawa usahawan era COVID-19 adalah usahawan yang mengikuti perkembangan semasa kerana mereka mampu menggunakan pelbagai platform yang boleh dikelaskan sebagai platform yang terkenal di seluruh dunia. Selain itu, hasil analisis mendapati terdapat juga platform yang dibina daripada negara luar yang bersifat meluas atau memiliki capaian yang lebih meluas ke seluruh dunia.

JADUAL 3. Tahap Literasi Keusahawanan Digital

Pernyataan	Frekuensi					Sisihan	Skor min	Tahap
	Peratusan (%)							
Saya mempunyai kemahiran dalam...	1	2	3	4	5	piawaian		Signifikan
1. penggunaan internet dalam perniagaan	0 0.0	2 1.1	7 3.7	69 36.7	110 58.2	.624	4.53	Tinggi
2. penggunaan platform media sosial (facebook, instagram, youtube dan tiktok) untuk perniagaan	0 0.0	1 0.50	14 7.4	64 34.0	109 58.0	.658	4.49	Tinggi
3. membina laman web atau gerai perniagaan dalam talian (online shopping)	3 1.6	12 6.4	34 18.1	54 28.7	85 45.2	1.014	4.10	Tinggi
4. asas fotografi menggunakan telefon pintar untuk pemasaran perniagaan	3 1.6	3 1.6	27 14.4	61 32.4	94 50.0	.882	4.28	Tinggi
5. asas pengeditan gambar dan video menggunakan telefon pintar	2 1.1	1 0.5	23 12.2	75 39.9	87 46.3	.785	4.30	Tinggi
6. teknik copywriting yang bersesuaian dengan produk saya	2 1.1	3 1.6	31 16.5	73 38.8	79 42.0	.844	4.19	Tinggi
7. menghasilkan pengiklanan sendiri atas talian	2 1.1	2 1.1	22 11.7	73 38.8	89 47.3	.800	4.30	Tinggi
8. menjana pendapatan secara atas talian	3 1.6	2 1.1	17 9.0	65 34.6	101 53.7	.821	4.38	Tinggi
9. penjualan barangan atau perkhidmatan tanpa kekangan masa dan batasan tempat (fleksibel)	3 1.6	1 0.5	19 10.1	66 35.1	99 52.7	.813	4.37	Tinggi
10. Lain-lain platfrom atas talian yang digunakan.	Soalan terbuka							
Min Keseluruhan							4.33	Tinggi

Berdasarkan Jadual 3, analisis tahap literasi keusahawanan digital, kajian membuat kesimpulan bahawa masyarakat yang memiliki perniagaan dalam era COVID-19 mempunyai tahap literasi keusahawanan digital yang tinggi. Hal ini membolehkan mereka untuk melakukan perniagaan secara atas talian yang mampu menjamin kelangsungan perniagaan mereka pada era COVID-19 dan berkekalan sehingga hari mereka mengisi soal selidik. Kajian juga menyimpulkan bahawa usahawan era COVID-19 mempunyai pelbagai pilihan dan gaya penjualan atas talian. Hal ini demikian mampu memperkukuhkan dan meluaskan lagi perniagaan mereka samaada dalam peringkat negara mahupun antarabangsa, seterusnya mampu menjamin keutuhan perniagaan mereka. Usahawan era COVID-19 di Malaysia dapat dikelaskan sebagai usahawan yang kreatif, terbuka dengan peredaran zaman dan berdaya saing. Tuntasnya, literasi keusahawanan digital dapat membantu mereka untuk meneruskan perniagaan walaupun terpaksa berdepan dengan pelbagai dugaan dan cabaran sepanjang era COVID-19.

HUBUNGAN ANTARA TAHAP MINAT DAN TAHAP KEMAHIRAN KEUSAHAWANAN TERHADAP TAHAP LITERASI KEUSAHAWANAN DIGITAL

Berdasarkan dapatan kajian, tahap minat ($r=0.536$, $p<0.01$) dan tahap kemahiran ($r=0.546$, $p<0.01$), mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan tahap literasi keusahawanan digital. Pemboleh ubah tak bersandar mempunyai tahap koefisien yang tinggi terhadap pemboleh ubah bersandar. Oleh itu, hipotesis kepada wujudnya hubungan antara tahap minat dan tahap kemahiran keusahawanan adalah diterima walaupun berada pada tahap yang sederhana. Secara keseluruhannya, hasil dapatan daripada analisis korelasi Spearman, hubungan yang wujud adalah hubungan positif yang berada pada nilai korelasi yang sederhana.

JADUAL 5. Taburan Hasil Dapatan bagi Hubungan antara Tahap Minat dan Tahap Kemahiran Keusahawanan terhadap Tahap Literasi Keusahawanan Digital

Pemboleh ubah	Tahap literasi keusahawanan digital		
	Pekali (r)	Sig.	Koefisien
Tahap minat keusahawanan	0.536	0.000	Sederhana
Tahap kemahiran keusahawanan	0.546	0.000	Sederhana

**. Korelasi adalah signifikan pada aras 0.01 (2-tailed).

ANALISIS REGRASI

Berdasarkan Jadual 6, pemboleh ubah tidak bersandar iaitu tahap minat dan tahap kemahiran keusahawanan dapat menerangkan tahap pertalian sehingga 35.4 % variasi sahaja dalam tahap literasi

keusahawanan digital yang dikaji, selebihnya baki 64.6 % adalah dipengaruhi oleh faktor-faktor penentu lain yang tidak dikaji dalam kajian ini. Secara kesimpulan, tahap minat dan tahap kemahiran keusahawanan memiliki hubungan signifikan dalam mempengaruhi tahap literasi keusahawanan digital.

JADUAL 6. Hasil Analisis Regresi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.601	0.361	0.354	0.519

a. Ramalan (pemalar), Tahap Minat Keusahawanan, Tahap Kemahiran Keusahawanan

b. Pemboleh ubah Bersandar: Tahap Literasi Keusahawanan Digital

Seterusnya, Jadual 6 menunjukkan hasil analisis bagi ujian ANOVA yang menunjukkan kesan tahap minat dan tahap kemahiran keusahawanan terhadap tahap literasi keusahawanan digital dalam kalangan usahawan era COVID-19. Keputusan mendapati

nilai F adalah 52.311 dengan nilai $P=0.000$ ($P<0.05$) dan ini menunjukkan kombinasi model ini adalah signifikan dalam menerangkan tahap literasi keusahawanan digital.

JADUAL 7. Hasil Ujian ANOVA

Model		Sum Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.257	2	14.129	52.311	.000 ^b
	Residual	49.966	185	.270		
	Jumlah	78.223	187			

a. Pemboleh Ubah Bersandar: Literasi

b. Ramalan: (Pemalar), Kemahiran, Minat

Berdasarkan hasil dapatan dalam Jadual 8, nilai kekuatan bagi tahap minat dan tahap kemahiran keusahawanan terhadap tahap literasi keusahawanan digital menunjukkan Nilai Standardized Coefficients Beta bagi tahap minat keusahawanan ialah 0.299. Hal ini menunjukkan tahap literasi keusahawanan digital ini akan berubah sebanyak 0.299 bagi setiap peningkatan untuk setiap unit dalam tahap minat keusahawanan apabila pemboleh ubah bebas lain dijadikan sebagai pembolehubah malar. Manakala nilai Standardized Coefficients Beta

bagi tahap kemahiran keusahawanan ialah 0.357 dan ini menunjukkan tahap literasi keusahawanan digital ini akan berubah sebanyak 0.357 bagi setiap peningkatan dalam tahap kemahiran keusahawanan digital apabila pemboleh ubah tahap minat keusahawanan dijadikan sebagai pemboleh ubah malar. Tuntasnya, tahap kemahiran keusahawanan mempunyai hubungan positif dan nilai signifikan yang paling tinggi terhadap tahap literasi keusahawanan digital berbanding dengan tahap minat dalam keusahawanan.

JADUAL 8. Hasil Analisis Koefisien

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.201	0.419		0.479	0.632
Tahap minat	0.454	0.122	0.299	3.728	0.000
Tahap kemahiran	0.463	0.104	0.357	4.449	0.000

a. Pemboleh ubah Bersandar: Literasi

KESIMPULAN DAN CADANGAN

Analisis deskriptif yang dijalankan dalam kajian ini juga menunjukkan bahawa tahap kecenderungan masyarakat menceburi bidang kerjaya keusahawanan berada pada tahap yang tinggi namun wujudnya beberapa kelemahan yang telah dikenalpasti dalam kajian yang perlu diberikan perhatian lebih. Hal ini berikutan dengan latar belakang responden itu sendiri yang berlainan pengalaman dan kepakaran.

Analisis dari segi hubungan, dapat disimpulkan bahawa tahap minat dan tahap kemahiran keusahawanan mempunyai hubungan positif yang signifikan terhadap tahap literasi keusahawanan digital. Namun begitu, secara purata min keseluruhan bagi ketiga-tiga pemboleh ubah, skor min bagi tahap literasi keusahawanan digital adalah yang terendah berbanding pemboleh ubah yang lain. Kajian ini menyimpulkan bahawa masih terdapat kekurangan kemahiran dalam kalangan usahawan berkaitan dengan perniagaan atas talian dan penggunaan-penggunaan alat elektronik atau penggunaan aplikasi didalam telefon pintar.

Cadangan yang boleh dilakukan bagi menggalakkan masyarakat menceburi bidang keusahawanan serta meningkatkan kemahiran keusahawanan digital ialah dengan memperbanyakkan program advokasi dan promosi, penyediaan bimbingan latihan pembangunan dan penyediaan skim bantuan pinjaman kepada usahawan. Pelaksanaan cadangan ini adalah disasarkan kepada pihak yang berkaitan seperti badan-badan kerajaan, kerajaan tempatan, NGO dan pihak swasta agar merangka dan melakukan pelbagai inisiatif seperti program-program pembangunan keusahawanan, penyediaan pelbagai perkhidmatan keusahawanan dan skim-skim pinjaman kepada pihak usahawan. Pembangunan dan penyediaan program-program ini perlulah dipantau secara berkala agar impak kejayaan usahawanan lebih tinggi dan mampu bertahan serta berdaya saing dengan pasaran perniagaan masa kini.

Sumbangan daripada kajian ini, ialah kajian ini dapat menyumbang kepada bidang keusahawanan di Malaysia. Hal ini kerana kajian memfokuskan kepada minat dan kemahiran keusahawanan yang mampu menyumbang kepada peningkatan dalam kemahiran literasi keusahawanan digital. Kajian ini juga telah menunjukkan bahawa kemahiran literasi keusahawanan digital adalah amat penting dalam memastikan kelangsungan dan daya tahap perniagaan yang dilakukan dalam era COVID-19. Akhir sekali, hasil kajian ini telah membuktikan bahawa teori Entrepreneurial Events Model yang diperkenalkan oleh Shapero dan Sokol (1982) adalah berkesan dan sesuai digunakan bagi mengukur tahap kecenderungan masyarakat dalam pemilihan kerjaya keusahawanan. Selain itu, kerangka konseptual yang dibina juga telah dibuktikan bersesuaian dan mampu menjawab objektif kajian.

RUJUKAN

- Asmar Yulastri. 2015. Pengaruh kecenderungan personaliti kerjaya, tahap pengetahuan keusahawanan dan aspirasi kerjaya terhadap minat kerjaya keusahawanan pelajar Sekolah Menengah Vokasional (SMV) Sumatera Barat. Tesis Doktor Falsafah, Universiti Kebangsaan Malaysia
- Bujang, S. 2015. Persepsi dan Penghayatan Agama. Pusat Penyelidikan Dan Pengembangan Borneo (PPIB), Universiti Teknologi MARA, Cawangan Sarawak.
- Cockalo, D., Dordevic, D., Bogetic, S., & Bakator, M. 2020. Youth entrepreneurship development: A review of literature and ten-year research results. *Journal of Engineering Management and Competitiveness* 10(2): 151-161.
- Eva Faridah Z., Ahmad Nur Fitri Bryan A., & Azizzul Aiman R. 2019. Tahap pendigitalan perniagaan dalam kalangan usahawan PKS Mara di Melaka. Politeknik & Kolej Komuniti. *Journal of Life Long Learning* 3(1): 130-141.
- Mohd Afandi, Syahrul Deen, Shofiyyah Moidinc, Izzat Amsyar, Faezy Adenane & Nurul Farhanah. 2020. Pembangunan keusahawanan asnaf luar bandar di Negeri Pahang (development of rural asnaf entrepreneurs in pahang). *Journal of Islamic Philanthropy & Social Finance (JIPSF)* 2(1): 48-61.

- Nor Asiah, Noor Hasni Juhdi, Rosilah Hassan, Radin Siti Aishah, & Radin A. Rahman. 2018. Mengalakkan kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan melalui literasi digital, penggunaan ICT dan kecekapan sendiri dalam kalangan pelajar universiti. *Jurnal Personalia Pelajar* 21(1): 43-53.
- Noor Hafizah Hassan & Rosnaimah Mohamed Yunos. 2015. *Tahap Literasi Keusahawanan Digital dalam Kalangan Pelajar yang Mengikuti Kursus DPB5063 Pembangunan Keusahawanan Digital*. Jabatan Perdagangan, Politeknik Merlimau.
- Noraini Idris. 2013. *Penyelidikan dalam pendidikan*. Edisi kedua. Kuala Lumpur: McGraw- Hill Education.
- Stephan, U., Zbierowski, P., Perez-Luno, A., & Klausen, A. 2021. Entrepreneurship during the COVID-19 Pandemic: A global study of entrepreneurs' challenges resilience and well-being. *King's Business Studies, KBS COVID-19 Research Impact Papers* 4.
- Ul'fah Hernaeny, M. P. 2021. Populasi dan sampel. Dlm. *Pengantar Statistika I*, disunting oleh Arfatin N., F. Rismaningsih, Ui'fah H., Linda, Wahyudin, A. Rukyat, F. Yati, Lusiani, D. Riaddin, J. Setiawan, 33-37. Jawa Barat: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Ummu Liyana Halim & Noordeyana Tambi. 2021. Awareness of community on the conservation of heritage buildings in George Town, Penang. *Journal of the Malaysian Institute of Planners - Planning Malaysia*. 114-126.
- World Economic Forum. 2022. How an entrepreneurial approach can help end the COVID-19 crisis. <https://www.weforum.org/agenda/2020/04/how-an-entrepreneurial-approach-can-help-end-the-covid-19-crisis/> [17 Mac 2022].
- Zulhafizi, M. & Zurinah. 2021. Faktor kejayaan usahawan muda dalam perniagaan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) di Malaysia. *Jurnal Wacana Sarjana* 5 (1): 1-13.
- Noordeyana Tambi (Corresponding author)
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan
Universiti Kebangsaan Malaysia
Malaysia
deyana@ukm.edu.my
- Nur Hanim Harisfathillah
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan
Universiti Kebangsaan Malaysia
Malaysia
nhhanim99@gmail.com