



INTERNATIONAL JOURNAL OF  
ENTREPRENEURSHIP AND  
MANAGEMENT PRACTICES  
(IJEMP)

[www.ijemp.com](http://www.ijemp.com)



**CABARAN E-DAGANG DALAM KALANGAN PELAJAR  
KEUSAHAWANAN DIGITAL JABATAN PERDAGANGAN**

*E-COMMERCE CHALLENGES AMONG DIGITAL ENTREPRENEURSHIP  
STUDENTS, DEPARTMENT OF COMMERCE*

Rosfashihah Roslan<sup>1\*</sup>, Nisrina Abd Ghafar<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup> Department of Commerce, Polytechnic Merlimau, Malaysia  
Email: rosfashihah@gmail.com

<sup>2</sup> Department of Commerce, Polytechnic Merlimau, Malaysia  
Email: nisrina@pmm.edu.my

\* Corresponding Author

**Article Info:**

**Article history:**

Received date: 27.10.2020

Revised date: 25.11.2020

Accepted date: 24.01.2021

Published date: 01.03.2021

**To cite this document:**

Roslan, R., & Abd Ghafar, N. (2021). Cabaran E-Dagang Dalam Kalangan Pelajar Keusahawanan Digital Jabatan Perdagangan. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 4 (13), 41-52.

DOI: 10.35631/IJEMP.413004.

This work is licensed under [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



**Abstrak:**

Kursus Keusahawanan Digital (Digital Enterprenurship) adalah kursus teras umum (common core) yang perlu diambil oleh pelajar peringkat Diploma di Jabatan Perdagangan, Politeknik Malaysia. Penawaran kursus bertujuan melahirkan usahawan yang berupaya menjalankan perniagaan secara atas talian selari dengan perkembangan IR4.0. Kajian ini dijalankan untuk mengenalpasti cabaran yang dihadapi oleh pelajar Keusahawanan Digital Politeknik Merlimau dan perbezaan cabaran yang dihadapi pelajar terhadap tempoh pengalaman berniaga dan program pengajian. Kajian tinjauan menggunakan pendekatan kuantitatif dijalankan ke atas 113 pelajar di Jabatan Perdagangan yang merupakan sampel kajian untuk menjawab soalselidik. Soal selidik mempunyai 15 item soalan merangkumi tiga aspek kajian iaitu pengetahuan, keselamatan dan kewangan. Data kajian dikumpulkan dan dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensi. Hasil kajian mendapati cabaran e-dagang dalam kalangan pelajar Keusahawanan Digital berada pada tahap yang sederhana antara 2.93 hingga 3.29. Dapatan kajian juga mendapati tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara cabaran e-dagang terhadap tempoh pengalaman berniaga  $p(113) = 0.466$  dan program pengajian  $p(113) = 0.594$ . Kesan daripada penawaran kursus dapat menggilap kemahiran pelajar menjadi usahawan dan memberikan pengalaman menghadapi cabaran berniaga secara dalam talian. Ianya juga dapat dijadikan sebagai panduan kepada pensyarah dan kurikulum dalam menghasilkan kandungan pengajaran sejajar dalam objektif organisasi untuk membangunkan graduan TVET yang holistik, bercirikan keusahawanan dan seimbang melalui pendidikan yang dinamik seiring dengan revolusi perindustrian (IR4.0).

**Kata Kunci:**

E-Dagang, Keusahawanan Digital, Cabaran, Usahawan Digital

**Abstract:**

Digital Entrepreneurship Course (Digital Entrepreneurship) is a common core course that must be taken by Diploma level students at the Department of Commerce, Malaysian Polytechnic. The course offering aims to produce entrepreneurs who are able to conduct business online in line with the development of IR4.0. This study was conducted to identify the challenges faced by Merlimau Polytechnic Digital Entrepreneurship's students and the differences faced by students based on the duration of business experiences and programme studies. This survey research using a quantitative approach was conducted on 113 students in the Commerce Department, as a sample to answer the questionnaire. The questionnaire has 15 items questions covering three aspects of the study namely technical and knowledge, security, and finance. Research data were collected and analyzed using descriptive statistics and inferential statistics. The results of the study found that the challenge of e-commerce among Digital Entrepreneurship students is at a moderate level between 2.93 to 3.29. The findings of the study also found that there was no significant difference between e-commerce challenges on the duration of business experience  $p(113) = 0.466$  and programme studies with the value of  $p(113) = 0.594$ . The effect of offering these courses can polish students' skills to become entrepreneurs and provide experience in facing the challenges of doing business online. It can also be used as a guide to lecturers and curriculum in producing teaching content aligned to the organization's objectives to develop holistic, entrepreneurial, and balanced TVET graduates through dynamic education comply with the industrial revolution (IR4.0).

**Keywords:**

E-Commerce, Entrepreneurship Digital, Challenges, Digital Entrepreneurs

**Pengenalan**

Perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) di Malaysia telah memberikan banyak kelebihan dalam urusan sosial, pekerjaan, ekonomi, pendidikan, politik masyarakat dan sebagainya. Penggunaan ICT dalam perniagaan turut merancakkan sektor ekonomi dunia ke arah penjana pendapatan negara yang lebih baik dan positif. Kespesatan teknologi maklumat dalam kehidupan membentuk masyarakat yang berpengetahuan atas faktor mudah mencari maklumat dan menyebarkan sebarang maklumat. Dengan menggunakan pengetahuan tersebut, masyarakat kini bijak memanfaatkan peluang dan menggunakan kemahiran yang dimiliki untuk menjana pendapatan melalui urusan perniagaan secara elektronik.

Terdapat pelbagai definisi e-dagang yang dibincangkan dalam kalangan sarjana. Namun, definisi tersebut meliputi empat (4) perspektif asas iaitu perspektif dalam proses perniagaan, perspektif komunikasi, perspektif perkhidmatan dan perspektif secara atas talian (Ahmad Syahrul Hanif, Siti Zobidah, & Muhamad Sham, 2012). Dalam kajian ini, e-dagang dilihat sebagai sistem pengantaraan antara peniaga dan pengguna dalam urusan jualbeli barang atau perkhidmatan dengan menggunakan medium internet. Perkembangan ICT dalam perniagaan ini memberikan manfaat kepada peniaga dan usahawan dalam mengaplikasikan teknologi dalam perniagaan mereka. Kesan dalam penggunaan e-dagang, pihak berkenaan dapat

mengembangkan pasaran perniagaan mereka dengan lebih luas melangkaui sempadan geografi.

Keusahawanan Digital dijadikan sebagai salah satu daripada modul pengajian yang ditawarkan kepada pelajar di Jabatan Perdagangan, Politeknik Malaysia. Penggunaan e-dagang dalam konteks pengajian kursus ini merangkumi penyampaian dari segi pengetahuan dan kemahiran dalam menguruskan transaksi perniagaan secara atas talian. Antara kemahiran yang perlu dikuasai oleh pelajar adalah kemahiran memasarkan produk atau perkhidmatan jualan, kemahiran komunikasi secara atas talian dan menguruskan transaksi elektronik, bagi memenuhi ciri-ciri salah satu model e-dagang iaitu perniagaan kepada pengguna (B2C) (Kurikulum Jabatan Pengajian Politeknik & Kolej Komuniti, 2017).

Faktor kepesatan dalam perkembangan ICT di Malaysia menjadikan keusahawanan atas talian sebagai tren terkenal dalam kalangan usahawan di Malaysia (Mohd Raduan, 2019). Keusahawanan atas talian bermaksud usahawan mengadaptasi ICT dalam menguruskan perniagaan mereka. Usahawan perlulah berani dalam mengambil risiko dan peluang dalam perniagaan yang dijalankan. Risiko merujuk kepada cabaran-cabaran yang dihadapi oleh usahawan dalam tempoh mereka menguruskan perniagaan secara atas talian. Para usahawan perlulah berupaya mendepani sebarang cabaran yang mendatang sama ada dalam lokus kawalan mahupun di luar kawalan mereka.

### **Pernyataan Masalah**

Institusi pendidikan berperanan menyediakan graduan berkualiti bagi memenuhi pasaran kerja pada peringkat negara mahupun global. Jabatan Pengajian Politeknik & Kolej Komuniti (JPPKK) telah menggariskan enam (6) teras strategik dalam Pelan Strategik JPPKK tahun 2018-2025, bertujuan mencapai salah satu misi JPPKK untuk melahirkan graduan holistik, berciri keusahawanan dan seimbang. Justeru, Politeknik Merlimau mensasarkan 4% daripada jumlah graduan pada tahun semasa menceburi bidang keusahawanan selepas tamat pengajian sebagai petunjuk prestasi bagi mencapai aspirasi jabatan pendidikan ini.

Berdasarkan Laporan Kajian Semula Pengurusan Politeknik Merlimau tahun 2018 dan 2019, bilangan graduan menceburi bidang keusahawanan selepas menamatkan pengajian meningkat daripada 1.9% (27/1368) pada tahun 2018, kepada 2.7% (40/1473) untuk tahun 2019, namun pencapaian tersebut tidak mencapai peratusan sasaran petunjuk prestasi yang disasarkan. Statistik tersebut menunjukkan para graduan ini kurang berminat meneruskan kerjaya dalam bidang keusahawanan, sungguhpun telah menerima pendedahan dari segi kemahiran, pengetahuan dan pengalaman dalam menguruskan perniagaan berorientasikan perniagaan kepada pengguna (B2C) dalam tempoh pengajian semasa mengambil kursus Keusahawanan dan Keusahawanan Digital.

Perniagaan atas talian menggunakan elemen ICT dalam urusan transaksi jual beli yang dijalankan tanpa memerlukan kedua-dua pihak bersemuka. Kajian Ayo, Adewoye & Oni (2011) membincangkan kepentingan elemen percaya (Trust Model) semasa urusan e-dagang yang berorientasikan perniagaan kepada pengguna (B2C). Antara cabaran yang dihadapi oleh pengguna *online* yang boleh menjejaskan perniagaan e-dagang adalah pengguna percaya kebarangkalian tinggi berlaku penyelewengan data (internet fraud), ketidakpercayaan kaedah pembayaran, maklumat yang tidak mencukupi dalam laman e-dagang dan kos yang tinggi dalam mendapatkan kemudahan internet. Oleh demikian, kajian ini dilakukan bagi

mengenal pasti cabaran yang dihadapi oleh para pelajar Keusahawanan Digital semasa melaksanakan perniagaan secara atas talian.

### **Objektif Kajian**

Antara objektif kajian yang disasarkan oleh pengkaji dalam kajian ini adalah:

1. Mengenal pasti tahap cabaran yang dihadapi oleh pelajar Keusahawanan Digital dari aspek pengetahuan dan teknikal, keselamatan dan kewangan
2. Menilai perbezaan antara tempoh pengalaman berniaga terhadap cabaran e-dagang
3. Menilai perbezaan antara program pengajian terhadap cabaran e-dagang

### **Dapatan Kajian Lepas dan Hipotesis Kajian**

Dalam kajian (Norfadhilah & Halimah, 2010) mendapati personaliti usahawan yang dikenalpasti dalam kalangan pelajar universiti pengajian tinggi awam (IPTA) di Malaysia, berada pada tahap tinggi untuk kesemua personaliti sebagai usahawan kecuali berani mengambil risiko yang hanya memperolehi min sederhana. Cabaran dalam e-dagang merujuk kepada risiko yang dihadapi oleh pelajar selaku pengguna semasa menjalankan perniagaan secara talian.

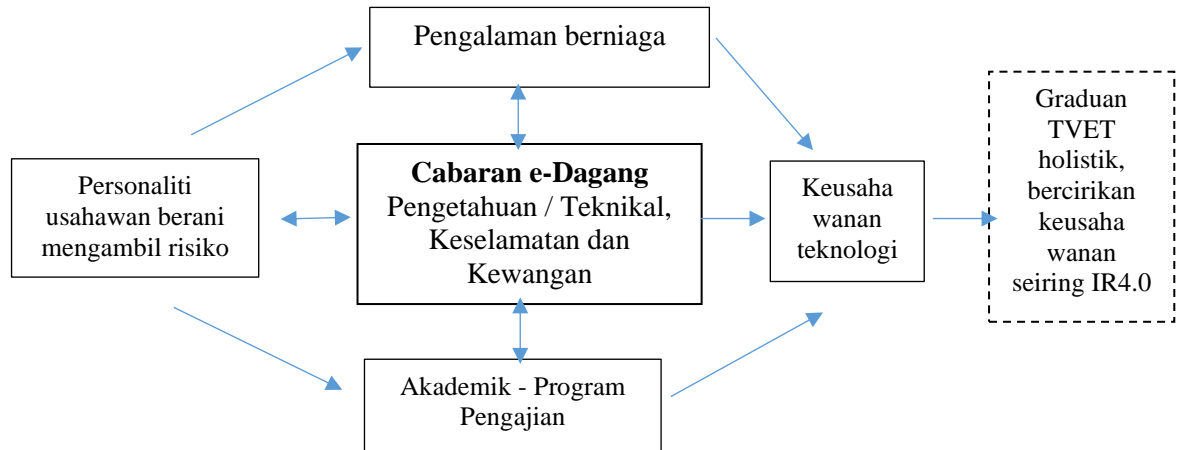
Dalam kajian lepas, tiada perbezaan yang signifikan antara ciri orientasi sikap keusahawanan terhadap faktor pengalaman perniagaan, namun, terdapat perbezaan orientasi sikap keusahawanan yang signifikan terhadap faktor tahap pendidikan formal dalam kalangan usahawan belia bumiputera Muslim (Buerah & Zoolhilmi, 2015). Dalam kajian tersebut merumuskan faktor pendidikan mempengaruhi sikap keusahawanan pelajar turut bertepatan dengan Norfadhilah & Halimah (2010) yang menyatakan wujud perbezaan minat keusahawanan yang signifikan antara pelajar yang berlainan jurusan. Dapatan daripada kajian lepas, hipotesis nul telah dibentuk dalam kajian ini iaitu:

$H_o^1$  : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan tempoh pengalaman berniaga terhadap skor min cabaran e-dagang

$H_o^2$  : Terdapat perbezaan yang signifikan program pengajian terhadap skor min cabaran e-dagang

## Sorotan Literatur

### Kerangka Konseptual

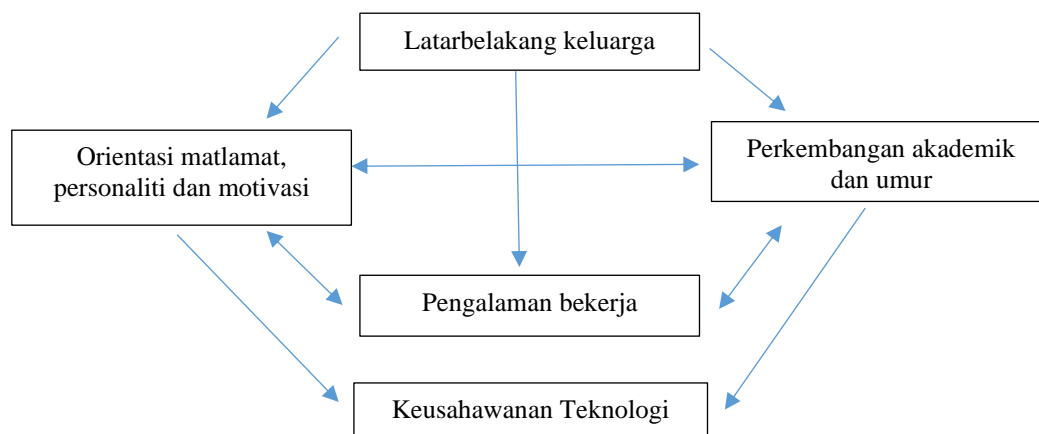


**Rajah 1: Cadangan Kerangka Teori kajian diubahsuai daripada Model Pembangunan Usahawan**

Sumber : Model Pembangunan Usahawan (Edward, 1991)

### Model Kajian

Model kajian yang dirujuk dalam kajian ini adalah Model Pembangunan Usahawan. Edward (1991) dalam kajian Puspawati (2013) telah membangunkan model usahawan teknikal. Model ini menerangkan faktor utama yang mempengaruhi individu menceburi bidang keusahawanan teknologi (digital) adalah latarbelakang keluarga. Diikuti dengan faktor orientasi matlamat, personaliti dan motivasi. Seterusnya merupakan faktor perkembangan akademik dan umur disamping pengalaman perniagaan atau bekerja dengan majikan terdahulu.



**Rajah 2: Model Pembangunan Usahawan**

Sumber : Edward (1991) dalam Puspawati (2013)

## Dapatan Kajian Lepas

Beberapa kajian lepas turut membincangkan cabaran-cabaran yang dihadapi oleh pengguna perniagaan atas talian. Faktor asas kepada kejayaan e-dagang adalah rangkaian internet. Revolusi internet dalam kehidupan masyarakat pada masa kini menjadi elemen terpenting dalam setiap aktiviti manusia, khususnya kepada perkembangan ekonomi yang lebih pesat dan supaya kekal konsisten dalam persaingan. Kemudahan dan fasiliti yang mencukupi termasuklah kemudahan internet berkelajuan tinggi menjadi tunjang kepada pelaksanaan transaksi elektronik (Ahmad Syahrul Hanif, Siti Zobidah, & Muhamad Sham, 2012). Kelancaran rangkaian ini memberi impak positif kepada pembeli untuk meneruskan proses pembelian selain peniaga dapat memberikan maklumat dengan segera kepada pembeli.

Rasa kurang percaya terbentuk melalui anggapan hasil yang akan diperolehi tidak selari dengan jangkaannya. Tiada rasa percaya menjadi faktor utama kepada kegagalan e-dagang dan rasa percaya ini penting untuk membolehkan transaksi elektronik berlaku. Menurut kajian Ayo, Adewoye & Oni (2011) antara kegusaran pengguna *online* antaranya kesanggupan dan kemampuan penjual bertindak mengikut kehendak pelanggan, jujur dalam urusaniaga, tidak menyebarkan maklumat peribadi kepada penjual lain dan berupaya menghantar barangan jualan sepertimana yang dipersetujui. Menjadi cabaran kepada pembeli untuk meneruskan pembelian secara atas talian apabila barang yang dipesan tidak memenuhi sepertimana yang diiklankan akibat pengiklanan yang menggelirukan pengguna (Ibrahim, 2016). Tambahan, kaedah perniagaan atas talian yang memerlukan pembayaran dibuat terlebih dahulu menjadi halangan apabila pengguna beranggapan wujud risiko pesanan tidak diterima.

Kajian Norazila, Nurmaizura, Jamsari & Nur Atiqah (2016) mendapati kebanyakan peniaga e-dagang tidak menyatakan dengan jelas bagaimana data peribadi pengguna akan dilindungi, mewujudkan masalah ketidakpastian sekuriti transaksi elektronik ini. Akses internet yang mahal memberikan cabaran kepada pengguna e-dagang khususnya semasa mencari maklumat berkaitan produk baru (Ahmad Syahrul Hanif, Siti Zobidah, & Muhamad Sham, 2012). Menjadi halangan kepada pengguna untuk percaya kepada pembelian secara atas talian dapat menjimatkan kos sekiranya terpaksa membayar kos akses yang mahal untuk penggunaan internet.

## Metodologi Kajian

Rekabentuk kajian menggunakan pendekatan kuantitatif dalam tatacara pemprosesan data dan menggunakan instrumen soalselidik sebagai alat pengumpulan data. Manakala, kaedah yang dipilih berdasarkan kaedah tinjauan ke atas para pelajar Jabatan Perdagangan yang mengambil kursus Keusahawanan Digital. Data kuantitatif yang diperolehi melalui kajian ini dikumpulkan dan dianalisis secara deskriptif dan inferensi dengan menggunakan *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) versi 25.

## Populasi dan Sampel Kajian

Populasi kajian adalah pelajar Jabatan Perdagangan yang merangkumi semua program pengajian yang menawarkan kursus Keusahawanan Digital sebagai subjek teras umum (common core). Pemilihan sampel dalam kajian ini berdasarkan teknik pensampelan bertujuan. Menurut Azizi & Mohd Isha (2007), teknik pensampelan ini mengkehendaki pengkaji menetapkan maklumat atau ciri tertentu yang perlu ada ada sampel. Oleh demikian, pengkaji akan membuat pertimbangan berdasarkan pengetahuan dan tujuan kajian dalam pemilihan sampel ini. Pengkaji menggunakan data sebenar bagi bilangan pelajar yang mengambil kursus Keusahawanan Digital ini pada sesi Disember 2019.



**Jadual 1: Bilangan pelajar mengambil kursus Keusahawanan Digital sesi Jun 2020**

JABATAN PERDAGANGAN, PMM	Jumlah pelajar
Diploma Akauntansi	40
Diploma Pengajian Perniagaan	40
Diploma Pemasaran	33
<b>Jumlah</b>	<b>113</b>

Sumber : Sistem Pengurusan Maklumat Politeknik (SPMP, 2020)

### ***Instrumen Kajian***

Borang soal selidik digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dalam kajian ini. Soal selidik tertumpu kepada persoalan kajian untuk mengenal pasti cabaran e-dagang yang dihadapi oleh pelajar Keusahawanan Digital. Borang soalselidik dibina dan digunakan bagi menjawab permasalahan kajian yang dikaji. Instrumen kajian dibahagikan kepada dua (2) bahagian iaitu bahagian I mengenai demografi responden yang dipilih iaitu tempoh pengalaman berniaga dan program pengajian dan bahagian II cabaran e-dagang dalam tiga (3) aspek kajian yang dicadangkan dalam kerangka konseptual kajian. Item soalan diadaptasi daripada dapatan kajian-kajian lepas dan disesuaikan mengikut responden kajian.

**Jadual 2: Pembahagian item instrumen mengikut aspek kajian**

Bahagian	Aspek/Dimensi kajian	Jumlah item
I	Maklumat Demografi	2
II (a)	Cabaran e-dagang aspek pengetahuan/teknikal	5
II (b)	Cabaran e-dagang aspek keselamatan	5
II (c)	Cabaran e-dagang aspek kewangan	5
Jumlah		17

Skala likert lima (5) peringkat digunakan bagi menjawab 15 item soal selidik pada bahagian II kerana ia berupaya memberikan maklumbalas yang tepat berkaitan persoalan kajian. Skala likert mewakili 5 adalah untuk sangat setuju (SS), 4 mewakili setuju (S), 3 mewakili sederhana (SD), 2 mewakili tidak setuju (TS) dan 1 merujuk kepada sangat tidak setuju (STS). Instrumen kajian telah melalui kajian rintis dengan nilai kebolehpercayaan *Cronbach Alpha*, 0.903 untuk keseluruhan item.

### ***Tatacara Pemerolehan Data Kajian***

Pengkaji menggunakan pendekatan kuantitatif melalui teknik pensampelan bertujuan ke atas semua pelajar yang mengambil kursus Keusahawanan Digital untuk menjadi responden kajian. Borang soalselidik ditadbir sendiri oleh pengkaji dengan kerjasama Pensyarah Kursus Keusahawanan Digital, Politeknik Merlimau.

### ***Tatacara Penganalisisan Data***

Data yang diperoleh daripada kajian ini dianalisis menggunakan *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) versi 25 secara statistik deskriptif dan statistik inferensi. Analisis statistik deskriptif akan menghuraikan dapatan dalam bahagian I (demografi responden) dalam bentuk kekerapan dan peratus. Bagi mengenal pasti tahap cabaran e-dagang, pengkaji menggunakan analisis statistik deskriptif, melalui analisis kekerapan, skor min dan sisihan piawai. Analisis inferensi digunakan bagi menilai perkaitan antara pembolehubah bersandar dan bebas. Kajian

ini melihat perbezaan secara statistik skor min cabaran e-dagang sebagai pembolehubah bersandar terhadap faktor demografi responden sebagai pembolehubah bebas.

### Analisa Dapatan

Kajian ini melibatkan 113 pelajar yang mengambil kursus Keusahawanan Digital di Jabatan Perdagangan. Sebanyak 66 orang (58.4%) responden mempunyai pengalaman berniaga 0-6 bulan, 34 orang (30%) mempunyai pengalaman 6 bulan-12 bulan, 7 orang (6.1%) untuk 1 tahun-3 tahun dan 6 orang (5.5%) mempunyai pengalaman berniaga 3 tahun ke atas. Bagi demografi program pengajian, 40 orang (35.3%) responden mewakili pelajar Diploma Akauntansi, 40 orang (35.3%) juga daripada pelajar Diploma Pengajian Perniagaan dan 33 orang (29.4%) daripada pelajar dari program Diploma Pemasaran. Interpretasi tahap cabaran e-dagang diukur menggunakan julat skor kajian.

**Jadual 3: Interpretasi Tahap Berdasarkan Julat Skor**

Julat Skor	Interpretasi tahap
5-11	Rendah
12-18	Sederhana
19-25	Tinggi

Sumber : Masayu (2019)

### *Tahap Cabaran E-Dagang Dari Aspek Pengetahuan Dan Teknikal*

Jadual 4 menunjukkan julat skor cabaran aspek pengetahuan dan teknikal yang dihadapi oleh pelajar Keusahawanan Digital. Dapatan menunjukkan 12 (10.6%) responden mempunyai tahap rendah, 72 (63.7%) mempunyai tahap sederhana dan 29 (25.7%) responden mempunyai tahap cabaran e-dagang yang tinggi dari aspek pengetahuan dan teknikal.

**Jadual 4: Julat skor tahap cabaran e-dagang dari aspek pengetahuan dan teknikal**

Aspek/ Dimensi	Interpretasi Piawai Julat Skor	Frekuensi (N=113)	Peratus (%)
Cabaran pengetahuan dan teknikal	Rendah	12	10.6
	Sederhana	72	63.7
	Tinggi	29	25.7

### *Tahap Cabaran E-Dagang Dari Aspek Keselamatan*

Jadual 5 menunjukkan julat skor cabaran aspek keselamatan yang dihadapi oleh pelajar Keusahawanan Digital. Dapatan menunjukkan 12 (10.6%) responden mempunyai tahap rendah, 61 (53.9%) mempunyai tahap sederhana dan 40 (35.5%) responden mempunyai tahap cabaran e-dagang yang tinggi dari aspek keselamatan

**Jadual 5: Julat skor tahap cabaran e-dagang dari aspek keselamatan**

Aspek/ Dimensi	Interpretasi Piawai Julat Skor	Frekuensi (N=113)	Peratus (%)
Cabaran keselamatan	Rendah	12	10.6
	Sederhana	61	53.9
	Tinggi	40	35.5



**Tahap Cabaran E-Dagang Dari Aspek Kewangan**

Jadual 6 menunjukkan julat skor cabaran aspek kewangan yang dihadapi oleh pelajar Keusahawanan Digital semasa menjalankan perniagaan e-dagang. Dapatan menunjukkan 31 (27.4%) responden mempunyai tahap rendah, 60 (53.0%) mempunyai tahap sederhana dan 22 (19.6%) responden mempunyai tahap cabaran e-dagang yang tinggi dari aspek kewangan.

**Jadual 6: Julat skor tahap cabaran e-dagang dari aspek kewangan**

Aspek/ Dimensi	Interpretasi Piawai Julat Skor	Frekuensi (N=113)	Peratus (%)
Cabaran kewangan	Rendah	31	27.4
	Sederhana	60	53.0
	Tinggi	22	19.6

**Perbezaan Tempoh Pengalaman Berniaga Terhadap Cabaran-Dagang**

Analisis Varian (ANOVA) digunakan bagi mengenal pasti perbezaan tempoh pengalaman berniaga terhadap skor min cabaran e-dagang. Hasil kajian mendapati nilai  $p(113) = 0.466$ , tahap signifikan ini adalah lebih besar daripada nilai  $\alpha$  yang ditetapkan (0.05), maka hipotesis nul gagal ditolak iaitu tidak terdapat perbezaan yang signifikan tempoh pengalaman berniaga terhadap skor min cabaran e-dagang.

**Perbezaan Program Pengajian Terhadap Cabaran-Dagang**

Analisis Varian (ANOVA) digunakan bagi mengenal pasti perbezaan secara statistik nilai skor min cabaran e-dagang terhadap program pengajian. Hasil kajian mendapati nilai  $p(113) = 0.594$ , tahap signifikan ini adalah lebih besar daripada nilai  $\alpha$  yang ditetapkan (0.05), maka hipotesis nul ditolak iaitu tidak terdapat perbezaan yang signifikan program pengajian terhadap skor min cabaran e-dagang. Interpretasi tahap cabaran e-dagang diukur menggunakan skor min berikut;

**Jadual 7: Interpretasi tahap berdasarkan skor min**

Skor min	Interpretasi tahap
1.00 – 2.33	Rendah
2.34 – 3.66	Sederhana
3.67 – 5.00	Tinggi

Sumber : Dyer (2006) dalam Nur Hazwani & Jamalullail (2018)

**Analisis Cabaran E-Dagang Mengikut Kekerapan Dan Nilai Min Berdasarkan Item Soalan**

Jadual 8 menunjukkan analisis kekerapan, skor min dan interpretasi tahap bagi setiap item cabaran yang dikaji. Item 1 mencatatkan nilai min (3.96) dengan tahap cabaran tertinggi iaitu 81 responden (71.7%) setuju/sangat setuju dengan item 'Kemudahan internet yang tidak berkelajuan tinggi menyebabkan proses transaksi terganggu'. Manakala, cabaran yang dengan tahap interpretasi paling rendah adalah untuk item no 14 'Pernah diberikan resit bayaran palsu oleh pembeli' yang mana 70 responden (62%) tidak setuju/sangat tidak setuju dengan pernyataan ini (skor min 2.30).

Seterusnya, analisis dibuat berdasarkan aspek-aspek cabaran. Dalam aspek pengetahuan dan teknikal, item 1 memberikan cabaran dengan nilai min paling tinggi, namun bagi cabaran item 4, 'Mengalami kesulitan dalam menyampaikan maklumat jualan kepada pembeli secara atas talian' mencatatkan nilai min (2.96) terendah, hanya 31 responden (27.4%) setuju/sangat setuju dengan cabaran tersebut.

Cabaran dari aspek keselamatan menunjukkan semua cabaran pada interpretasi sederhana. Item dengan nilai min tertinggi (3.60) adalah item no 10, *'Mengetahui prosedur atau tindakan undang-undang sekiranya berlaku penyalahgunaan maklumat peribadi dalam urusanniaga secara atas talian'* yang mana 67 responden (59.3%) bersetuju/sangat setuju dengan item ini. Manakala, item yang mencatatkan cabaran pada tahap yang paling rendah dengan skor min 3.00 adalah item no 7, *'Barang dipesan tidak menepati seperti yang diiklankan'* hanya 34 responden mewakili 30% bersetuju/sangat bersetuju pernah mengalami cabaran ini.

Aspek cabaran dari segi kewangan, cabaran yang memperolehi nilai min terendah (2.30) adalah item 14, *'Pernah diberikan resit bayaran palsu oleh pembeli'*, manakala cabaran dengan nilai min tertinggi adalah item 11, *'Pernah mengalami kerugian atas urusanniaga yang dijalankan secara atas talian (online)'* hanya 53 responden (46.9%) setuju/sangat setuju dengan item ini.

**Jadual 8: Analisis kekerapan dan min berdasarkan item soalan**

Aspek/Dimensi	Item	Sangat Tidak Setuju (%)	Tidak setuju (%)	Sederhana (%)	Setuju (%)	Sangat Setuju (%)	Min	Interpretasi Piawai Min
Cabaran Pengetahuan dan teknikal	1	1(0.9)	7 (6.2)	24 (21.2)	45 (39.8)	36 (31.9)	3.96	Tinggi
	2	6(5.3)	18 (15.9)	51 (45.1)	29 (25.7)	9 (8.0)	3.15	Sederhana
	3	5(4.4)	23 (20.4)	53 (46.9)	25 (22.1)	7 (6.2)	3.05	Sederhana
	4	7(6.2)	31 (27.4)	44 (38.9)	21 (18.6)	10 (8.8)	2.96	Sederhana
	5	5(4.4)	17 (15)	47 (41.6)	27(23.9)	17(15)	3.30	Sederhana
Cabaran Keselamatan	6	6 (5.3)	26 (23)	39 (34.5)	33 (29.2)	9 (8.0)	3.12	Sederhana
	7	7 (6.2)	30 (26.5)	42 (37.2)	24 (21.2)	10 (8.8)	3.00	Sederhana
	8	4 (3.5)	12 (10.6)	45 (39.8)	42 (37.2)	10 (8.8)	3.37	Sederhana
	9	3 (2.7)	15 (13.3)	44 (38.9)	36 (31.9)	15 (13.3)	3.40	Sederhana
	10	3 (2.7)	12 (10.6)	31 (27.4)	48 (42.5)	19 (16.8)	3.60	Sederhana
Cabaran Kewangan	11	9 (8.0)	20 (17.7)	31 (27.4)	42 (37.2)	11 (9.7)	3.23	Sederhana
	12	5 (4.4)	28 (24.8)	31 (27.4)	37 (32.7)	12 (10.6)	3.20	Sederhana
	13	6 (5.3)	32 (28.3)	39 (34.5)	30 (26.5)	6 (5.3)	2.98	Sederhana
	14	35 (31)	35 (31.0)	21 (18.6)	18 (15.9)	4 (3.5)	2.30	Rendah
	15	10 (8.8)	27 (23.9)	41 (36.3)	27 (23.9)	8 (7.1)	2.96	Sederhana

### Perbincangan

Kajian ini membuktikan cabaran yang paling besar dihadapi oleh pelajar Keusahawanan Digital adalah dari aspek keselamatan berbanding kewangan dan pengetahuan dan teknikal. Walaubagaimanapun, ketiga-tiga cabaran berada pada tahap yang sederhana. Dapatan ini merumuskan bahawa kebanyakan para pelajar bersetuju menghadapi bentuk cabaran tersebut semasa menjalankan perniagaan secara atas talian.

Cabaran yang paling besar dihadapi oleh pelajar adalah kemudahan internet yang tidak berkelajuan tinggi menyebabkan transaksi elektronik terganggu. Urusniaga akan gagal sekiranya kemudahan ini mengganggu proses penyampaian dan penerimaan maklumat antara penjual dan pembeli. Selari dengan kajian AlMutairi & Abdullah (2016) kelajuan internet yang tidak berkualiti dan tidak mencukupi merupakan halangan dari segi teknikal dalam penggunaan e-dagang.

E-dagang telah diterima baik di seluruh dunia. Penggunaan e-dagang yang semakin meningkat di Malaysia membuktikan masyarakat mempercayai aspek keselamatan data dan kesahihan transaksi. Tambahan pula, terdapat undang-undang e-dagang (e-commerce law) yang telah dikuatkuasakan bagi memastikan hak pengguna terjamin. Pengesahan pembayaran boleh disemak secara atas talian dengan pantas. Maka, isu menerima resit palsu dapat dielakkan.

Dalam kajian ini, tidak wujud perbezaan antara tempoh pengalaman berniaga terhadap cabaran e-dagang yang dihadapi pelajar. Kajian ini membuktikan semua usahawan menghadapi cabaran e-dagang yang sama tanpa mengambilkira pengalaman berniaga. Cabaran boleh berlaku kepada semua orang, namun cara mengatasinya mungkin berbeza bergantung kepada pengalaman yang ada. Dapatan kajian ini selari dengan kajian Buerah & Zoolhilmi (2015) yang mana tiada perbezaan pengalaman berniaga dengan orientasi keusahawanan belia bumiputera Muslim.

Selain itu, kajian ini juga membuktikan tidak wujud perbezaan antara program pengajian dengan cabaran e-dagang yang diterima pelajar. Bertepatan dengan kajian Norfadhilah & Halimah (2010), pelajar dari jurusan bukan teknikal seperti pengajian perniagaan, ekonomi dan perakaunan lebih cenderung kepada bidang yang serupa dengan bidangnya iaitu keusahawanan berbanding dengan pelajar jurusan teknikal.

Secara kesimpulannya, kerjaya sebagai usahawan berupaya merencanakan pertumbuhan ekonomi sesebuah negara. Dalam usaha melahirkan lebih ramai graduan usahawan, maka antara langkah permulaan ke arah matlamat tersebut adalah melalui penawaran kursus keusahawanan sebagai modul pengajian am di institusi pengajian tinggi (Mohd Raduan, 2019). Dalam perkembangan ICT yang menjadi nadi kepada masyarakat kini, penawaran kursus penawaran digital ini berjaya memenuhi matlamat institusi dalam melahirkan graduan bidang keusahawanan selari revolusi perindustrian 4.0 (IR4.0).

Bagi menjadikan Malaysia sebagai hub pusat perkembangan ICT dalam perniagaan menjelang negara maju 2020, kerajaan melalui peranan institusi pendidikan telah mencadangkan dan memperuntukkan sumber yang besar bertujuan memperluaskan pengetahuan dalam penguasaan ICT melalui seminar, penawaran kursus, jalinan kerjasama dengan agensi MDEC dan MARA, bengkel keusahawanan digital dan sebagainya. Program keusahawanan dirancang bermula dari fasa pembudayaan keusahawanan, pewujudan usahawan, peningkatan dan pengukuhan telah dilaksanakan di semua institusi pendidikan di Malaysia (Roslinawati, Noor Fariza, Noorizda Emellia, Maryam, & Rositah, 2017). Halatuju ini dirangka rentetan daripada pencapaian keusahawanan sebagai bidang yang penting telah menyumbang dengan sangat jelas kepada peningkatan kebolehpasaran siswazah, secara tidak langsung juga memenuhi hasrat kerajaan dalam melahirkan masyarakat yang progresif dan berpendapatan tinggi.

## Rujukan

- Ahmad Syahrul Hanif, M., Siti Zobidah, O., & Muhamad Sham, S. (2012). E-dagang di Malaysia: Perkembangan, Pelaksanaan dan Cabaran. *Jurnal Teknologi*, 105-127.
- AlMutairi, J., & Abdullah, A. (2016). *The Impact of Electronic Commerce on Small and Medium Sized Enterprises in Saudi Arabia*. Diperolehi daripada <https://www.eurosolar.de/en/index.php/events/ires-conference-eurosolar/856-proceedings-of-the-ires-conferences> pada 10 Mei 2020.
- Ayo, C., Adewoye, J., & Oni, A. (2011). Business-to-consumer e-commerce in Nigeria: Prospects and Challenges. *Journal of Business Management Vol.5(13)*, 5109-5117.

- Azizi, A., & Mohd Isha, A. (2007). *Pengukuran dan Penialian Pendidikan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Buerah, T., & Zoolhilmi, A. (2015). Pengaruh Faktor Latar Belakang Terhadap Orientasi Sikap Keusahawanan dalam Kalangan Usahawan Belia Bumiputera Muslim. *Jurnal Akademika* 85(2), 29-43.
- Harris, M., & Gibson, S. (2008). Examining the Entrepreneurial Attitudes of US Business Students. *Journal of Education & Training* 50(7), 568-581.
- Ibrahim, A. (2016). *Penggunaan E-Dagang oleh Usahawan-usahawan Industri Kecil dan Sederhana di Malaysia*. Diperolehi daripada <http://ivytayblog.wordpress.com> pada 20 Mei 2020
- Kurikulum Jabatan Pengajian Politeknik & Kolej Komuniti*. (2017). Diperolehi daripada MyLMS: Kurikulum Jabatan Pengajian Politeknik & Kolej Komuniti: <http://MyLMS.cidos.edu.my> pada 01 Mei 2020.
- Masayu, I. (2019). Amalan Latihan Dalam Perkhidmatan di Politeknik Merlimau. *Politeknik & Kolej Komuniti Journal of Life Long Learning Vol. 3 No. 1*, 39-51.
- Mohd Raduan, A. b. (2019). Revolusi Industri Keusahawanan Dalam Pendidikan Teknologi Senibina Satu Kajian. *Journal of Technical and Vocational Education Vol 1*, 106-111.
- Norazila, M., Nurmaizura, M., Jamsari, A., & Nur Atiqah, A. (2016). Penglibatan Mahasiswa dalam E-Dagang: Kajian Kes di UKM. *Jurnal Personalia Pelajar* 19(2), 59-69.
- Norfadhilah, N., & Halimah, H. (2010). Aspirasi Kerjaya Keusahawanan Dalam Kalangan Pelajar Institusi Pengajian Tinggi Awam. *Jurnal Pendidikan Malaysia* 35(1), 11-17.
- Nur Hazwani, Z., & Jamalul Lail, A. (2018). *Tahap Kesiediaan Komuniti Sekolah Terhadap Keberkesanan Program Pendidikan Asas Vokasional di Sekolah*. Diperolehi daripada <http://share.journals.unisel.edu.my/ojs/index.php/share/article/view/104> pada 20 Mei 2020
- PMM, U. K. (2019). *Laporan Kajian Semula Pengurusan*. Melaka: Politeknik Merlimau.
- Puspawati, P. (2013). *Kecenderungan Pelajar Institut Latihan Jabatan Tenaga Manusia Dalam Menceburi Bidang Keusahawanan*. Johor Bahru, Malaysia: Univerisiti Tun Hussien Onn Malaysia.
- Roslinawati, I., Noor Fariza, M., Noorizda Emellia, M., Maryam, M., & Rositah, K. (2017). Faktor Pendorong Pemilihan Program Keusahawanan di Negeri Melaka. *Jurnal Inovasi Perniagaan Vol. 2 No. 2*, 61-82.
- Sistem Pengurusan Maklumat Politeknik (2020). *Statistik Bilangan Pelajar Mengikut Kursus*. Diperolehi daripada <http://spmp.pmm.edu.my> pada 01 Mei 2020.