



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

# **FAKTOR KRITIKAL KEJAYAAN USAHAWAN WANITA ATAS TALIAN DI DAERAH PERAK TENGAH DARI PERSPEKTIF PENDIDIKAN DAN LATIHAN KEUSAHAWANAN.**

**SOFIAH BINTI MOHAMAD**



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS  
2020**



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**FAKTOR KRITIKAL KEJAYAAN USAHAWAN WANITA ATAS  
TALIAN DI DAERAH PERAK TENGAH DARI PERSPEKTIF  
PENDIDIKAN DAN LATIHAN KEUSAHAWANAN.**

**SOFIAH BINTI MOHAMAD**



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**DISERTASI DIKEMUKAKAN BAGI MEMENUHI SYARAT UNTUK  
MEMPEROLEH IJAZAH SARJANA PENDIDIKAN PENGURUSAN  
PERNIAGAAN  
( KERJA KURSUS DAN PENYELIDIKAN)**

**FAKULTI PENGURUSAN EKONOMI  
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**

**2020**



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH /  
INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

BORANG PENGESAHAN PENYERAHAN TESIS/DISERTASI/LAPORAN KERTAS PROJEK  
DECLARATION OF THESIS/DISSERTATION/PROJECT PAPER FORM

Tajuk / Title: FAKTOR KRITIKAL KEJAYAAN USAHAWAN WANITA ATAS  
TALIAN DI DAERAH PERAK TENGAH DARI PERSEPEKTIF  
PENDIDIKAN DAN LATIHAN KEUSAHAWANAN

No. Matrik / Matric No.: M20142001667

Saya / I: SOFIAH BINTI MOHAMAD

(Nama pelajar / Student's Name)

mengaku membenarkan Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek (Kedoktoran/Sarjana)\* ini disimpan di Universiti Pendidikan Sultan Idris (Perpustakaan Tuanku Bainun) dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:-

*acknowledged that Universiti Pendidikan Sultan Idris (Tuanku Bainun Library) reserves the right as follows:-*

1. Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek ini adalah hak milik UPSI.  
*The thesis is the property of Universiti Pendidikan Sultan Idris*
2. Perpustakaan Tuanku Bainun dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan dan penyelidikan.  
*Tuanku Bainun Library has the right to make copies for the purpose of reference and research.*
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan Tesis/Disertasi ini sebagai bahan pertukaran antara Institusi Pengajian Tinggi.  
*The Library has the right to make copies of the thesis for academic exchange.*
4. Sila tandakan ( ✓ ) bagi pilihan kategori di bawah / *Please tick ( ✓ ) from the categories below:-*

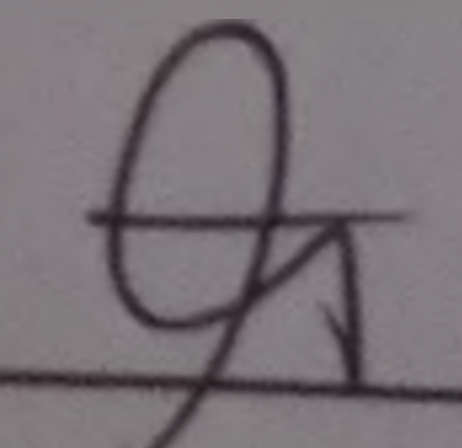
☐ **SULIT/CONFIDENTIAL**

Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub dalam Akta Rahsia Rasmi 1972. / *Contains confidential information under the Official Secret Act 1972*

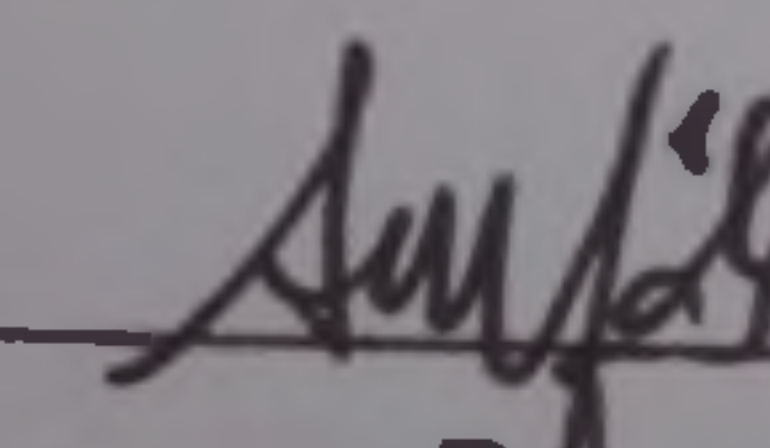
☐ **TERHAD/RESTRICTED**

Mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan ini dijalankan. / *Contains restricted information as specified by the organization where research was done.*

☐ **TIDAK TERHAD / OPEN ACCESS**

  
(Tandatangan Pelajar/ Signature)

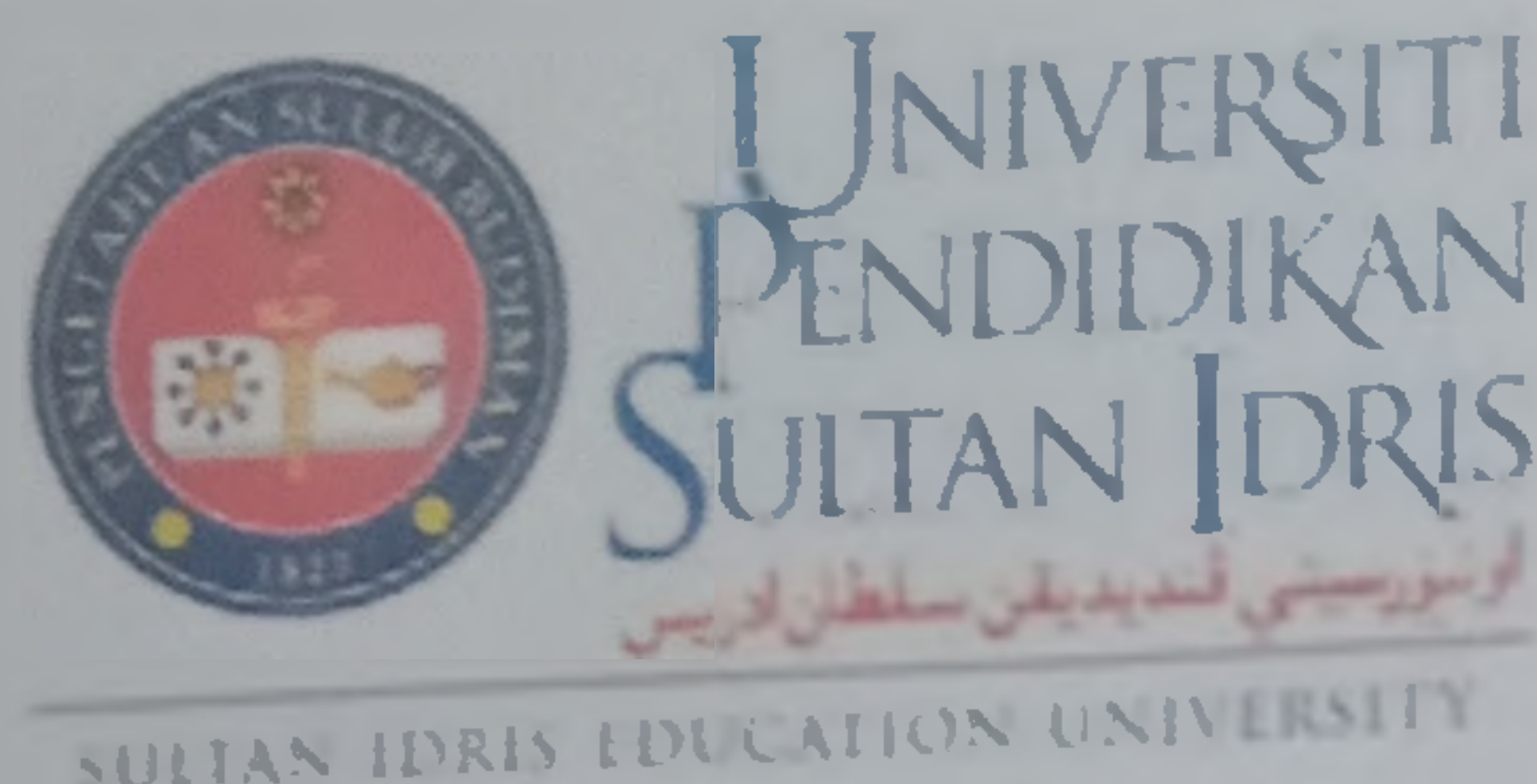
Tarikh: 10/7/2020

  
(Tandatangan Penyelia / Signature of Supervisor)  
& (Nama & Cap Rasmi / Name & Official Stamp)

**DR RAFIDURAIDA ABDUL RAHMAN**  
SENIOR LECTURER

Catatan: Jika Tesis/Disertasi ini SULIT @ TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh laporan ini perlu dikelaskan sebagai SULIT dan TERHAD.

Notes: If the thesis is CONFIDENTIAL or RESTRICTED, please attach with the letter from the related authority/organization mentioning the period of confidentiality and reasons for the said confidentiality or restriction.



Sila tanda (✓)  
Kertas Projek  
Sarjana Penyelidikan  
Sarjana Penyelidikan dan Kerja Kursus  
Doktor Falsafah

|   |
|---|
|   |
|   |
| / |
|   |

**INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH**  
**PERAKUAN KEASLIAN PENULISAN**

Perakuan ini telah dibuat pada **10 (hari bulan) 3 (bulan) 2020**

**i. Perakuan pelajar :**

Saya, **SOFIAH BINTI MOHAMAD M20142001667 FAKULTI PENGURUSAN DAN EKONOMI** dengan ini mengaku bahawa disertasi/tesis yang bertajuk **FAKTOR KRITIKAL KEJAYAAN USAHAWAN WANITA ATAS TALIAN DI DAERAH PERAK TENGAH DARI PERSEPEKTIF PENDIDIKAN DAN LATIHAN KEUSAHAWANAN** adalah hasil kerja saya sendiri. Saya tidak memplagiat dan apa-apa penggunaan mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dilakukan secara urusan yang wajar dan bagi maksud yang dibenarkan dan apa-apa petikan, ekstrak, rujukan atau pengeluaran semula daripada atau kepada mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dinyatakan dengan sejelasnya dan secukupnya

Tandatangan pelajar

**ii. Perakuan Penyelia:**

Saya, **DR. RAFIDURAIDA BINTI ABDUL RAHMAN** mengesahkan bahawa hasil kerja pelajar yang bertajuk **FAKTOR KRITIKAL KEJAYAAN USAHAWAN WANITA ATAS TALIAN DI DAERAH PERAK TENGAH DARI PERSEPEKTIF PENDIDIKAN DAN LATIHAN KEUSAHAWANAN** dihasilkan oleh pelajar seperti nama di atas, dan telah diserahkan kepada Institut Pengajian Siswazah bagi memenuhi sebahagian/sepenuhnya syarat untuk memperoleh Ijazah

**SARJANA PENDIDIKAN (PENGURUSAN PERNIAGAAN).**

10/7/2020

Tarikh

Tandatangan Penyelia



## PENGHARGAAN

Deangan Nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Penyayang

Syukur Alhamdulillah ke hadrat Allah S.W.T, kerana di atas limpah dan kurniaNya, maka dapatlah saya menyiapkan disertasi ini. Alhamdulillah. Di kesempatan ini, saya ingin mengucapkan jutaan terima kasih yang tidak terhingga kepada, Dr Rafiduraida Abdul Rahman dan Dr. Suraini binti Mohd Rhouse selaku penyelia saya di atas kesabaran, sokongan, nasihat dan bimbingan yang diberikan banyak membantu kepada kejayaan dalam penghasilan disertasi ini. Segala idea, sokongan, strategi dan kebijaksanaan mereka telah banyak mengajar saya untuk menjadi seorang penyelidik dan pendidik yang baik.

Terima kasih kepada pihak Kementerian Pengajian Tinggi (secara amnya) dan Universiti Pendidikan Sultan Idris (secara khususnya) kerana telah memberikan saya peluang untuk melanjutkan pelajaran ke peringkat ini. Ribuan terima kasih kepada ibu yang saya hormati dan kasihi, Puan Jamilah Binti Yahya yang sentiasa memberi kasih sayang, dorongan, doa, peringatan dan panduan hidup yang amat saya perlukan. Tidak dilupakan juga kepada arwah ayah saya Mohamad Bin Darus yang saya percaya sentiasa mendoakan kejayaan saya sepanjang hidup beliau.

Jutaan terima kasih juga diucapkan kepada abang dan adik saya. Abdul Aziz bin Mohamad, Abdul Rahman bin Mohamad dan Intan Solehah binti Mohamad atas kesabaran, sokongan, bantuan, toleransi, kasih sayang dan doa kalian, sehingga disertasi dan pengajian ini dapat disempurnakan dengan jayanya meskipun memakan masa yang agak lama. Sesungguhnya segala pengorbanan yang telah dicurahkan amat saya sanjungi dan akan saya kenang sepanjang hayat ini.

Akhir kata, ucapan terima kasih juga kepada semua yang terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam memberikan sumbangan cadangan dan bantuan dalam menyiapkan disertasi ini. Hanya ALLAH yang dapat membalas jasa kalian.





## ABSTRAK

Pendidikan dan latihan keusahawanan yang diterima oleh usahawan sudah semestinya menjadi pemangkin kepada kejayaan mereka. Hal ini demikian kerana golongan ini dilihat memiliki nilai tambah berbanding individu yang tidak memiliki latar belakang pendidikan dan latihan keusahawanan. Oleh itu kajian ini dilakukan untuk meneroka faktor-faktor kejayaan kritikal usahawan wanita Bumiputera di Daerah Perak Tengah yang terlibat dalam perniagaan atas talian terutamanya daripada perspektif pendidikan dan latihan keusahawanan. Kajian ini turut menelusuri cabaran-cabaran yang mereka hadapi sewaktu menjalankan perniagaan atas talian. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menemubual enam orang responden yang dipilih melalui kaedah persampelan bukan kebarangkalian dan bola salji (*snowball*). Responden yang dipilih mestilah seorang usahawan wanita, berniaga secara atas talian dan merupakan permastautin tetap di daerah tersebut. Dapatan kajian dianalisis dengan menggunakan pendekatan Analisis Tematik yang telah digunapakai oleh Braun dan Clarke (2013). Dapatan kajian ini menunjukkan pendidikan dan latihan keusahawanan bukanlah faktor utama kejayaan usahawan wanita atas talian di daerah Perak Tengah tetapi hubungan atau jaringan yang baik, produk berkualiti dan motivasi penentuan sendiri untuk menjana lebih pendapatan dilihat lebih dominan. Secara kesimpulannya, pendidikan dan latihan keusahawanan hari ini perlu diberi perhatian dan diperkasakan kerana ianya merupakan komponen penting dalam melahirkan usahawan yang kreatif dan inovatif serta berdaya saing. Oleh itu kajian ini diharapkan dapat membantu pihak yang berkaitan seperti pihak Kerajaan Malaysia, Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi serta Kementerian Pendidikan Malaysia dalam merangka strategi untuk membantu rakyat negara ini menjadi usahawan yang berfikiran global.





## **CRITICAL SUCCESS FACTORS OF ONLINE WOMEN ENTERPERNEURS IN THE DISTRICT OF PERAK TENGAH FROM THE PERSPECTIVE OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND TRAINING**

### **ABSTRACT**

Entrepreneurial education and training received by entrepreneurs can be considered as the catalyst for their success. This is because this group was often seen as having more added value than individuals with no background in entrepreneurship education and training. Therefore, this study aimed to explore the critical success factors of Bumiputera women entrepreneurs in the district of Perak Tengah who were involved in online business especially from the perspective of entrepreneurship education and training. This study also traced the challenges they faced while doing business online. This study employs a qualitative approach by interviewing six respondents who were selected through non-probability sampling and snowball method. The selected respondents should be female entrepreneurs who were conducting online business and permanent residents of the area. The obtained results were analysed using the Thematic Analysis approach adopted by Braun and Clarke (2013). The findings of this study indicate that entrepreneurship education and training were not major factors in the success of online entrepreneurs in the Perak Tengah area; rather, a good relationship or network, quality products and a motivation for self-determination to generate more income were seen as dominant factors. In conclusion, entrepreneurship education and training today should be given attention and empowerment as they appeared as important components in producing creative and innovative also competitive entrepreneurs. Therefore, this study was expected to assist relevant parties such as the Malaysian Government, the Ministry of Entrepreneur Cooperative Development and the Ministry of Education in developing strategies to help the people of the country become global-minded entrepreneurs.

.



## KANDUNGAN

### Muka Surat

|                                    |      |
|------------------------------------|------|
| <b>PENGAKUAN</b>                   | ii   |
| <b>PENGESAHAN PENYERAHAN TESIS</b> | iii  |
| <b>PENGHARGAAN</b>                 | iv   |
| <b>ABSTRAK</b>                     | v    |
| <b>ABSTRACT</b>                    | vi   |
| <b>KANDUNGAN</b>                   | vii  |
| <b>SENARAI JADUAL</b>              | xiii |
| <b>SENARAI RAJAH</b>               | xiv  |
| <b>SENARAI SINGKATAN</b>           | xv   |

## BAB 1 PENDAHULUAN

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1 Pengenalan                                                     | 1  |
| 1.2 Latar Belakang Kajian                                          | 8  |
| 1.2.1 Latar Belakang Usahawan Wanita di Malaysia                   | 10 |
| 1.2.2 Konteks Pembangunan dan Kejayaan<br>Usahawan Wanita Malaysia | 11 |
| 1.2.3 Senario Perniagaan dalam Talian di Malaysia                  | 12 |
| 1.3 Permasalahan Kajian                                            | 15 |
| 1.3.1 Jurang Digital                                               | 15 |
| 1.3.2 Kurang Pendidikan dan Latihan Keusahawanan                   | 17 |
| 1.3.3 Isu Keselamatan                                              | 19 |
| 1.3.4 Konflik Peranan                                              | 21 |
| 1.4 Kerangka Konsep Kajian                                         | 23 |

|        |                          |    |
|--------|--------------------------|----|
| 1.5    | Objektif Kajian          | 23 |
| 1.6    | Persoalan Kajian         | 24 |
| 1.7    | Skop Kajian              | 24 |
| 1.8    | Kepentingan Kajian       | 24 |
| 1.9    | Limitasi Kajian          | 25 |
| 1.10   | Definisi Operasi Kajian  |    |
| 1.10.1 | Usahawan                 | 26 |
| 1.10.2 | Keusahawanan             | 27 |
| 1.10.3 | Usahawan Wanita          | 27 |
| 1.10.4 | Faktor Kejayaan Kritikal | 28 |
| 1.10.5 | Bumiputera               | 28 |
| 1.10.6 | Internet                 | 28 |
| 1.10.7 | Media Sosial             | 29 |
| 1.11   | Rumusan                  | 29 |

## **BAB 2 KAJIAN LITERATUR**

|       |                             |    |
|-------|-----------------------------|----|
| 2.1   | Pengenalan                  | 31 |
| 2.2   | Usahawan Wanita             | 31 |
| 2.2.1 | Konteks Malaysia            | 31 |
| 2.2.2 | Konteks Luar Negara         | 34 |
| 2.3   | Usahawan atas Talian        | 36 |
| 2.3.1 | Usahawan Wanita Atas Talian | 37 |
| 2.4   | Faktor Kejayaan Kritikal    | 39 |
| 2.4.1 | Motivasi Diri               | 45 |
| 2.4.2 | Sokongan Sosial             | 48 |
| 2.4.3 | Jaringan Sosial/Networkng   | 49 |

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 2.4.4 Sokongan Kerajaan                        | 50 |
| 2.5 Cabaran yang dihadapi oleh Usahawan Wanita | 52 |
| 2.5.1 Pendidikan dan Latihan Keusahawanan      | 55 |
| 2.5.2 Kewangan                                 | 58 |
| 2.5.3 Diskriminasi Gender                      | 60 |
| 2.5.4 Kemahiran Teknologi                      | 61 |
| 2.5.5 Tanggungjawab dan Keluarga               | 64 |
| 2.6 Kerangka Teori Kajian                      | 65 |
| 2.6.1 Teori Paradigma Komunikasi Baharu        | 65 |
| 2.6.2 Teori Pengaruh Sosial                    | 66 |
| 2.7 Rumusan                                    | 67 |

### BAB 3 METODOLOGI KAJIAN

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| 3.1 Pendahuluan                               | 68 |
| 3.2 Reka Bentuk Kajian                        | 69 |
| 3.3 Populasi dan Sampel                       | 70 |
| 3.3.1 Penentuan Saiz Sampel                   | 71 |
| 3.3.2 Pensampelan                             | 72 |
| 3.3.2.1 Pensampelan Mudah dan <i>SnowBall</i> | 72 |
| 3.4 Lokasi Kajian                             | 73 |
| 3.5 Instrumen Kajian                          | 74 |
| 3.5.1 Temubual                                | 74 |
| 3.5.1.1 Temu Bual Semi-Struktur               | 75 |

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 3.5.2 Pengkaji                                             | 78 |
| 3.6 Prosedur Kajian                                        | 80 |
| 3.7 Analisis Data                                          | 81 |
| 3.7.1 Transkripsi Data                                     | 82 |
| 3.7.2 Pengekoden                                           | 83 |
| 3.7.3 Menyusun Atur Data                                   | 84 |
| 3.7.4 Analisis Tematik                                     | 84 |
| 3.8 Kesahan dan Kebolehpercayaan                           | 85 |
| 3.8.1 Kesahan                                              | 85 |
| 3.8.1.1 Diskripsi Mendalam (Thick Description)             | 86 |
| 3.8.1.2 Triangulasi Data                                   | 87 |
| 3.8.1.3 Persetujuan Peserta Kajian ( <i>Member Check</i> ) | 88 |
| 3.8.2 Kebolehpercayaan                                     | 88 |
| 3.9 Kajian Rintis                                          | 90 |
| 3.10 Kesimpulan                                            | 91 |

## **BAB 4 DAPATAN KAJIAN**

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 4.0 Pengenalan              | 92 |
| 4.1 Analisis Dapatan Kajian | 93 |
| 4.1.1 Profil Responden      | 93 |
| 4.1.2 Maklumat Perniagaan   | 95 |

|                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1.2.1 Pendidikan dan Latihan Keusahawanan                               | 96  |
| 4.1.2.2 Faktor Pemilihan Medium Online dan Aplikasi yang sering digunakan | 97  |
| 4.1.2.3 Pengendalian Lawan Web Perniagaan                                 | 100 |
| 4.1.3 Faktor Kejayaan Usahawan Wanita                                     | 101 |
| 4.1.3.1 Hubungan Atau Networking                                          | 103 |
| 4.1.3.2 Produk                                                            | 104 |
| 4.1.3.3 Menambah Pendapatan                                               | 105 |
| 4.1.3.4 Minat                                                             | 106 |
| 4.1.3.5 Sokongan Keluarga                                                 | 107 |
| 4.1.3.6 Pendidikan dan Latihan Keusahawanan                               | 107 |
| 4.1.3.7 Bantuan Kerajaan                                                  | 108 |
| 4.1.4 Cabaran yang dihadapi sewaktu menjalankan Perniagaan                | 109 |
| 4.1.4.1 Tanggungjawab                                                     | 110 |
| 4.1.4.2 Penipuan                                                          | 111 |
| 4.1.4.3 Produk Sama                                                       | 112 |
| 4.1.4.4 Kepercayaan Pelanggan                                             | 113 |
| 4.1.4.5 Modal                                                             | 115 |
| 4.1.4.6 Cukai                                                             | 116 |
| 4.1.4.7 Pengurusan Kewangan                                               | 117 |
| 4.2 Kesimpulan                                                            | 118 |

## **BAB 5 PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN**

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 5.0 Pengenalan             | 119 |
| 5.1 Ringkasan Penyelidikan | 120 |
| 5.2 Dapatan Kajian         | 121 |

|                                                                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.2.1 Pendidikan dan Latihan Keusahawanan                                                                            | 125 |
| 5.2.2 Faktor Kritikal yang mempengaruhi Kejayaan<br>Usahawan Wanita Bumiputera Atas Talian Di Daerah<br>Perak Tengah | 127 |
| 5.2.2.1 Hubungan atau Networking                                                                                     | 128 |
| 5.2.2.2 Produk                                                                                                       | 131 |
| 5.2.2.3 Menambah Pendapatan                                                                                          | 133 |
| 5.2.2.4 Minat                                                                                                        | 135 |
| 5.2.2.5 Sokongan Keluarga                                                                                            | 136 |
| 5.2.2.6 Pendidikan dan Latihan Keusahawanan                                                                          | 138 |
| 5.2.2.7 Bantuan Kerajaan                                                                                             | 139 |

|                                                                                                                                        |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.2.3 Cabaran utama yang dihadapi oleh Usahawan<br>Wanita Bumiputra dalam menjalankan Perniagaan<br>atas talian di Daerah Perak Tengah | 141 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 5.2.3.1 Tanggungjawab | 142 |
|-----------------------|-----|

|                  |     |
|------------------|-----|
| 5.2.3.2 Penipuan | 143 |
|------------------|-----|

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 5.2.3.3 Produk Sama | 144 |
|---------------------|-----|

|               |     |
|---------------|-----|
| 5.2.3.4 Modal | 145 |
|---------------|-----|

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 5.2.3.5 Kepercayaan Pelanggan | 148 |
|-------------------------------|-----|

|               |     |
|---------------|-----|
| 5.2.3.6 Cukai | 149 |
|---------------|-----|

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 5.2.3.7 Pengurusan Kewangan | 150 |
|-----------------------------|-----|

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 5.3 Implikasi Kajian dan Cadangan | 151 |
|-----------------------------------|-----|

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| 5.4 Cadangan Penyelidikan Lanjutan | 153 |
|------------------------------------|-----|

|                |     |
|----------------|-----|
| 5.5 Kesimpulan | 154 |
|----------------|-----|

|                |     |
|----------------|-----|
| <b>RUJUKAN</b> | 155 |
|----------------|-----|

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>LAMPIRAN</b> |  |
|-----------------|--|

**SENARAI JADUAL**

| <b>No. Jadual</b>                                                    | <b>Mukasurat</b> |
|----------------------------------------------------------------------|------------------|
| 3.1 Prinsip Soalan Temu Bual                                         | 82               |
| 3.2 Prosedur Kajian                                                  | 85               |
| 4.1 Profil Responden                                                 | 99               |
| 4.2 Pendidikan dan Latihan Keusahawanan                              | 102              |
| 4.3 Aplikasi yang sering digunakan dalam Perniagaan                  | 104              |
| 4.4 Kekerapan responden mengendalikan laman web                      | 105              |
| 4.5 Faktor kejayaan usahawan wanita atas talian                      | 106              |
| 4.6 Cabaran yang dihadapi sewaktu menjalankan Perniagaan atas talian | 113              |





## SENARAI RAJAH

### Senarai Rajah

### Mukasurat

|     |                                                                                 |    |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1 | Graf Bilangan Pengguna Internet untuk 10 Negara Teratas di Asia Pada Tahun 2017 | 5  |
| 1.2 | Peratus Pengguna Internet di Dunia untuk Tahun 2017                             | 5  |
| 1.3 | Kerangka Konsep Kajian                                                          | 24 |
| 2.1 | Model Pengaruh Sosial Goodwin (1987)                                            | 71 |
| 3.1 | Proses Analisis Data                                                            | 86 |





## SENARAI SINGKATAN

|          |                                                           |
|----------|-----------------------------------------------------------|
| TMK      | - Teknologi Maklumat dan Komunikasi                       |
| KKM      | - Kementerian Kesihatan Malaysia                          |
| SSM      | - Suruhan Jaya Syarikat Malaysia                          |
| RMK      | - Rancangan Malaysia Ke                                   |
| KPWKM    | - Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat |
| NKRA     | - Kementerian Peneraju Bidang Keberhasilan Utama Negara   |
| MBE      | - Model Baru Ekonomi                                      |
| SKMM     | - Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia          |
| SME corp | - Smal And Medium Cooperation                             |
| ICT      | - Information and Communication Technology                |
| IKS      | - Industri Kecil dan Sederhana                            |
| IT       | - Information Technology                                  |
| DEWANITA | - Dewan Usahawan Wanita                                   |
| UPSI     | - Universiti Pendidikan Sultan Idris                      |
| CSF      | - Faktor Kejayaan Kritikal                                |
| MKM      | - Maktab Koperasi Malaysi                                 |
| OECD     | - Organisation For Economic Co-Operation And Development  |
| PKS      | - Perusahaan Kecil dan Sederhana                          |
| KDNK     | - Keluaran dalam Negara Kasar                             |
| AS       | - Amerika Syarikat                                        |





|       |                                              |
|-------|----------------------------------------------|
| KSF   | - Faktor Kejayaan Kritikal                   |
| ODOI  | - <i>One-District-One-Industry</i>           |
| KPU   | - Kementerian Pembangunan Usahawan           |
| IKS   | - Industri Kecil Sederhana                   |
| TVET  | - Pendidikan Teknikal dan Latihan Vokasional |
| IDS   | - Intrusion Detection System                 |
| NGO   | - Non-Government Organization                |
| GST   | - Good And Services Tax                      |
| NCCC  | - Pusat Khidmat Aduan Pengguna Nasional      |
| LHDN  | - Lembaga Hasil Dalam Negeri                 |
| TEKUN | - Tabung Ekonomi Usaha Niaga                 |
| MARA  | - Majlis Amanah Rakyat                       |
| PNS   | - Perbadanan Nasional Berhad                 |
| JPK   | - Jabatan Pembangunan Koperasi               |
| MKM   | - Maktab Kerjasama Malaysia                  |
| SEDCs | - Syarikat Pembangunan Ekonomi Negeri        |





## BAB 1

### PENDAHULUAN



#### 1.1 Pengenalan

Kemajuan perkembangan dunia teknologi komunikasi dan maklumat (TMK) kini telah mempengaruhi aktiviti harian dengan amat ketara. Hakikat dunia kini, manusia seringkali berurusan dengan gajet TMK seperti komputer, internet, telefon, dan sebagainya di mana-mana sahaja mereka berada sama ada di tempat kerja atau di rumah. Menurut Siti Masayu (2016), seseorang individu sentiasa menggunakan komputer, telefon pintar dan internet dalam kehidupan harian untuk mendapatkan maklumat, menyelesaikan tugas, membeli produk atau perkhidmatan, dan sudah semestinya untuk berkomunikasi dengan individu lain.





Di Malaysia, perkembangan pesat dunia TMK, antaranya internet telah membolehkan rakyat Malaysia menggunakan aplikasi tersebut dalam aktiviti harian termasuk aktiviti perniagaan. Kewujudan TMK, terutamanya yang melibatkan bidang perniagaan telah berkembang pesat di seantero dunia. Oleh itu, wujudlah istilah Perdagangan elektronik atau E- Dagang yang digunakan untuk menggambarkan transaksi di antara organisasi perniagaan dengan pihak lain seperti pelanggan, pembekal dan pengedar yang menggunakan internet sebagai medium perniagaan.

E-dagang menyebabkan semua aktiviti perniagaan yang sebelum ini dilakukan secara konvensional bertukar menjadi aktiviti perniagaan elektronik yang melibatkan penggunaan internet, komputer dan teknologi maklumat dengan kaedah komunikasi yang sesuai, mudah, pantas dan lebih menguntungkan. E-dagang atau perniagaan elektronik juga dikenali dengan istilah *dot.com* merupakan satu alat atau mekanisme yang dapat membantu pembekal perkhidmatan atau produk mengembangkan pasaran produk atau perkhidmatan mereka kerana kaedah ini melangkaui sempadan jarak dan masa (Arkadiusz Kawa, 2017). Dalam suasana alam maya kini, syarikat dapat menubuhkan pejabat di alam maya dan dapat dikunjungi oleh pelanggan pada bila-bila masa sahaja dan di mana-mana sahaja mereka berada. Contohnya, *Amazon.com* yang merupakan syarikat penjual buku, cenderamata, alat permainan dan peralatan sukan yang hanya membina kedai di alam maya (Darrell, 2011).

E-dagang merupakan ruang perniagaan yang tersedia dimedan ruangan internet. Hanya dengan klik tetikus, transaksi dapat dilakukan di mana sahaja dan pada bila-bila masa (Zhang dan Benyoucef, 2016). Menurut Liang, David, Turban, Deborrah, Lee, Jae, Turban dan Efraim, (2012), perniagaan internet adalah satu





konsep baru yang menyatakan proses membeli dan menjual, atau bertukar-tukar produk, perkhidmatan, dan maklumat melalui rangkaian komputer termasuk internet. Perdagangan elektronik atau E-dagang merujuk kepada pelbagai aktiviti perniagaan atas talian untuk produk dan perkhidmatan. Ia juga berkaitan dengan apa-apa bentuk transaksi perniagaan di mana kedua-dua pihak berinteraksi secara elektronik dan bukannya dengan pertukaran secara fizikal. Patrick Wikstrom dan Ellonen (2012) dan Zulfamy dan Fazli (2018) pula sependapat bahawa perniagaan internet boleh ditakrifkan sebagai proses membeli, menjual, memindahkan, atau bertukar-tukar produk dan atau perkhidmatan melalui internet menggunakan laman web. Internet juga membolehkan komunikasi langsung berlaku antara peniaga dan pembeli tanpa perlu bersemuka.



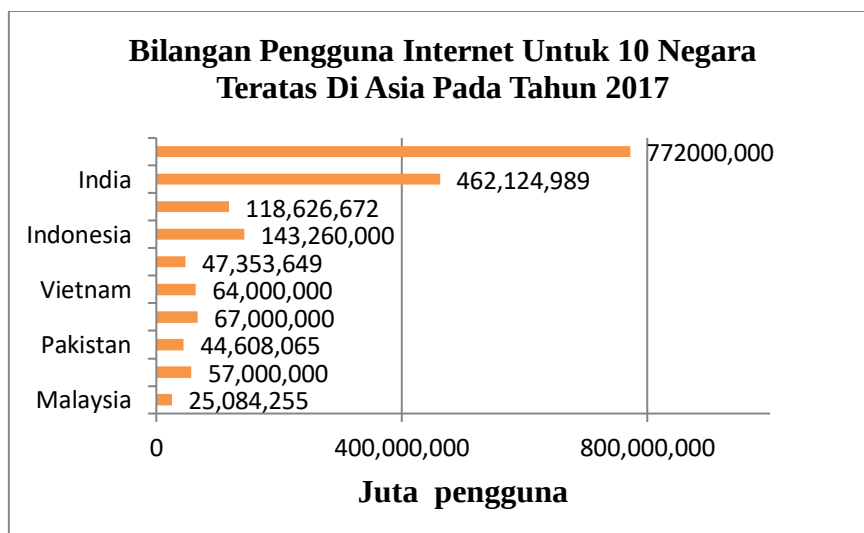
syarikat- syarikat mula bertindak proaktif dengan menjalankan pemasaran perniagaan secara inovatif dan progresif melalui persekitaran komputer sebagai pengantara. Kewujudan banyak perniagaan yang dijalankan atas talian, menyebabkan pelanggan mempunyai pilihan yang lebih pelbagai dalam mencari barangan dan perkhidmatan. Kesannya, perniagaan atas talian kini berkembang pesat di seluruh dunia. Seterusnya, berlaku peningkatan ekonomi ke arah yang lebih positif dan menjana pendapatan yang lebih menguntungkan terutama sekali bagi golongan wanita yang tidak bekerja.

Oleh itu, wujud pelbagai aplikasi dalam talian yang boleh digunakan untuk memasarkan atau menjual produk dan perkhidmatan. Antaranya aplikasi *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Whats'up* dan banyak lagi. Selain itu, terdapat juga usahawan atau syarikat yang mengeluarkan idea perniagaan elektronik yang sungguh bijak seperti

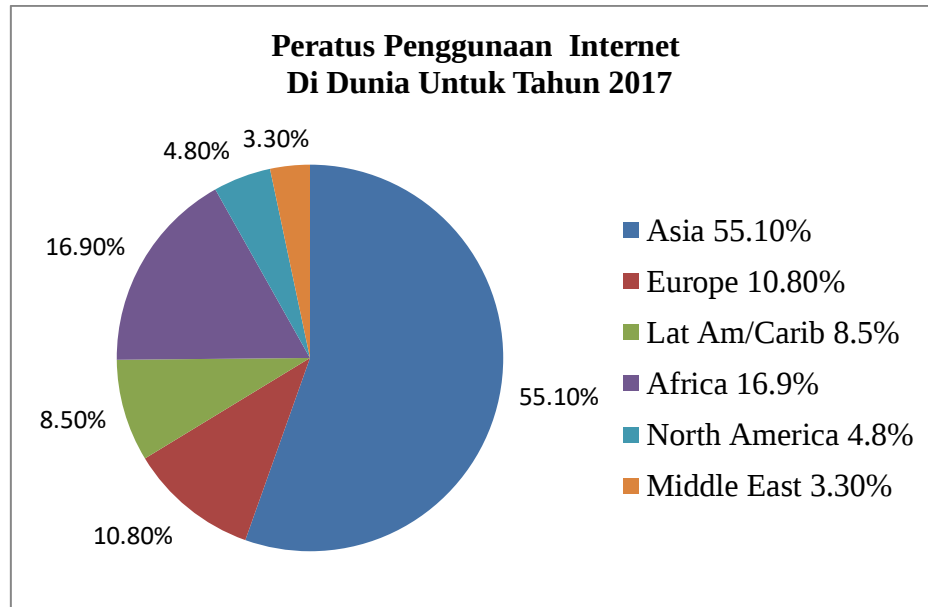


*Amazon.com*, *Zalora.com*, *Mudah.my*, *Booking.com*, *Traveloka*, *Trivago*, *Lazada*, *Shopee* dan *E-bay* yang telah berjaya memudahkan pengguna untuk hanya menggunakan hujung jari sahaja bagi membeli sesuatu produk atau perkhidmatan.

Pada tahun 1995 Malaysia telah mula merasai era gelombang internet. Kemudiannya, sekitar tahun 1996 berlaku pertambahan sedikit demi sedikit jumlah rumah yang memiliki internet di Malaysia. Namun, situasi tersebut berubah sama sekali kini, apabila penduduk Malaysia menjadi antara pengguna tertinggi yang menggunakan kemudahan internet di mana-mana sahaja mereka berada. Rajah 1.1 di bawah menunjukkan graf bilangan pengguna internet di 10 negara di Asia untuk tahun 2017 dan hampir 25 juta pengguna internet ada di Malaysia (Internet World Stats, 2017).



Rajah 1.1. Graf Bilangan Pengguna Internet untuk 10 Negara Teratas di Asia pada Tahun 2017. Sumber <https://www.internetworldstats.com/stats3.htm#asia>



Rajah 1.2. Peratus Pengguna Internet di Dunia untuk Tahun 2017. Sumber <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Manakala, Rajah 1.2-pula menunjukkan Peratus pengguna internet di dunia untuk tahun 2017. Situasi ini jelas menunjukkan bahawa berlakunya perkembangan yang amat pesat dalam dunia perniagaan atas talian di negara-negara Asia Tenggara seperti Malaysia. Oleh itu, tidak mustahil lahirnya ramai usahawan atas talian seperti Vivie Yusoff yang merupakan pengasas *fashionvalet.com* yang menggunakan internet untuk memasarkan perniagaan pakaiannya ke seluruh Asia Tenggara dan Noor Neelofa Mohd Noor yang merupakan jutawan tudung yang dijual secara atas talian melalui *naelofarhijab.com*. Impaknya, lahir lebih ramai lagi usahawan internet yang mencontohi kejayaan mereka, ibarat cendawan yang tumbuh selepas hujan terutamanya golongan wanita.

Sudah semestinya untuk menjalankan perniagaan atas talian tidak semudah yang disangka. Hal ini demikian kerana, usahawan terutamanya usahawan wanita perlu melengkapkan diri dengan bukan sahaja dengan ilmu perniagaan tetapi juga



dengan ilmu dan kemahiran menggunakan teknologi. Oleh itu, sudah semestinya wujud pelbagai faktor kritikal yang menjadi pemangkin kepada kejayaan mereka. Secara umum terdapat beberapa faktor kejayaan atau CSF, antaranya faktor yang membawa kepada kejayaan usahawan antaranya adalah motivasi diri, sokongan sosial daripada individu sekeliling, jaringan sosial serta sokongan daripada pihak kerajaan. Selain daripada itu, sudah semestinya juga wujud cabaran yang perlu mereka hadapi untuk berjaya dalam dunia perniagaan antaranya cabaran dari segi kewangan, diskriminasi gender dan cabaran dari segi kemahiran teknologi dan Pendidikan.

Penekanan dalam kajian ini adalah faktor Pendidikan dan latihan keusahawanan. Hal ini demikian kerana, Pendidikan dan latihan keusahawanan yang diterima oleh usahawan sudah semestinya menjadi pemangkin kepada kejayaan mereka (Buerah dan Zoolhilmi, 2015). Pendidikan asas keusahawanan yang diterima dibangku sekolah dapat membantu melahirkan individu yang memiliki ciri-ciri dan nilai-nilai keusahawanan kerana kurikulum pendidikan yang disediakan mampu melahirkan individu yang inovatif, kreatif, yakin diri, rajin berusaha dan cekal dalam bidang yang diceburi.

Rasionalnya, kajian ini dilakukan untuk mengenal pasti faktor kritikal kejayaan yang membantu usahawan wanita yang menjalankan perniagaan atas talian dan cabaran yang dihadapi mereka. Hal ini demikian kerana, faktor kejayaan dan cabaran yang mereka hadapi akan menjadi panduan dan inspirasi untuk usahawan wanita yang lain. Kajian ini juga dilakukan untuk melihat sama ada Pendidikan dan Latihan Keushawanan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kejayaan ushawan wanita atas talian.





Tambahan pula, kajian yang dilakukan terhadap faktor kritikal yang mempengaruhi kejayaan usahawan wanita yang menjalankan perniagaan atas talian di Malaysia masih lagi terhad. Hal ini demikian kerana, kajian yang ada lebih tertumpu kepada faktor kejayaan kritikal usahawan wanita yang menjalankan perniagaan secara konvensional dan tertumpu dalam reka bentuk kuantitatif sahaja. Contohnya, kajian yang dilakukan oleh Thuaibah @ Suaibah Binti Abu Bakar, Azlah Bin Md Ali, Rozeyta Binti Omar, Hishamuddin Md Som, Syaharizatul Noorizwan Binti Muktar pada 2007 yang bertajuk Penglibatan Kaum Wanita Dalam Aktiviti Keusahawanan di Negeri Johor: Kajian Terhadap Faktor-faktor Kritikal Kejayaan dan Kegagalan Pengendalian Perniagaan dan Faktor-faktor kejayaan dan masalah dalam pengendalian perniagaan di kalangan usahawan wanita di dua buah daerah di negeri Kelantan yang dilakukan oleh Mohamad dan Norshuhaida (2014).



Selain itu, terdapat juga tinjauan awal yang dilakukan oleh Faradillah Iqmar Omar dan Samsudin A. Rahim pada tahun 2015 yang bertajuk Faktor Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Talian: Suatu Tinjauan Awal. Jurang tersebut telah menyebabkan, pengkaji berhasrat untuk melaksanakan kajian terhadap faktor kritikal yang mempengaruhi kejayaan usahawan wanita yang menjalankan perniagaan atas talian dengan reka bentuk kajian kualitatif pula.





## 1.2 Latar Belakang Kajian

Daripada dahulu hingga kini, wanita sememangnya terlibat dengan perniagaan meskipun secara kecil-kecilan bukan sahaja di Malaysia bahkan diseluruh dunia. Situasi ini berlaku di seluruh dunia, contohnya di Asia Tenggara, perniagaan dimonopoli oleh golongan wanita sehingga mewujudkan satu pola perniagaan wanita yang kebanyakannya bermula secara kecil-kecilan seperti di pasar. Sejarah awal penglibatan wanita Kelantan seumpamanya, yang bermula dalam bentuk unit ekonomi asas yang dikenal sebagai keluarga petani yang wujud daripada pertanian subsisten. Seterusnya, apabila wujud lebih ianya akan dijual di pasar. Kesanya, peranan secara tradisi ini berterusan hingga ke hari ini. Sehingga dapat dilihat usahawan wanita kini sudah mula mendominasi kawasan-kawasan perniagaan dan juga perindustrian (Roddin et al., 2010). Seringkali juga kita mendengar nama-nama besar seperti Dato Sri Vida, Dato Maznah Hamid dan ramai lagi yang mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam dunia perniagaan.

Walaubagaimanapun, peredaran masa berlaku seiring dengan perkembangan TMK di seluruh dunia dan telah membawa perubahan agresif terhadap persaingan organisasi yang lebih kompetitif. Kewujudan dunia tanpa sempadan telah menyebabkan perkara yang mustahil untuk dilakukan dahulu dapat dilakukan dengan mudah disebabkan oleh kecanggihan teknologi. Kemunculan teknologi internet telah membawa satu perubahan yang besar terhadap gaya hidup serta pemikiran penduduk dunia amnya dan penduduk di Malaysia khasnya. Situasi ini, sememangnya memberikan impak yang amat besar kepada golongan usahawan terutamanya golongan wanita yang memiliki perniagaan. Hal ini demikian kerana, perkembangan





perniagaan mereka perlulah seiring dengan kepesatan yang berlaku dalam dunia teknologi. Jika tidak, golongan usahawan ini akan tertinggal di belakang. Maka, wujudlah variasi aktiviti perniagaan antaranya perniagaan atas talian yang menggunakan internet sebagai instrument untuk menjual barangan dan perkhidmatan.

Pendidikan dan latihan keusahawanan pula memperlihatkan, dalam Rancangan (RRJP Ke -3) kerajaan Malaysia telah memperkenalkan pendidikan Keusahawanan demi menggalakkan rakyat Malaysia terlibat dalam dunia perniagaan dan dapat menjana pendapatan sendiri seterusnya mencapai objektif untuk mewujudkan masyarakat perdagangan dan perindustrian Bumiputra menjelang tahun 2020 (Nawang dan Mamat, 2019).



rendah lagi, contohnya melalui Program Perintis Usahawan di peringkat sekolah rendah, Program Usahawan Muda peringkat sekolah menengah dan Keusahawanan Siswa bagi pelajar di peringkat universiti. Kesemua program tersebut dilihat dapat memberi pendedahan awal kepada generasi muda tentang ilmu keusahawanan (Ura Pin @ Chum, Norasmah dan Jamil, 2010). Situasi ini seterusnya, akan membawa kepada penghakisan budaya makan gaji dalam kalangan generasi muda (Nurfadhilah dan Halimah, 2010).

Alternatif yang dilakukan oleh pihak kerajaan seperti memperkenalkan subjek Kemahiran Hidup pada tahun 1991, memperkenalkan Sekolah Teknik dan Vokasional yang mengkhususkan Subjek Perniagaan dan Keusahawanan (Nur Effyza, 2013). Selain daripada itu, melalui Kementerian Pendidikan Kerajaan telah memperkenalkan





subjek elektif yang boleh dipilih oleh para pelajar tingkatan 4 dan 5, iaitu dengan memperkenalkan Subjek Perdagangan dan Keusahawanan dan juga Subjek Perniagaan. Oleh itu, kajian ini dilakukan untuk melihat sejauh mana pendidikan dan latihan tersebut dapat mempengaruhi usahawan.

### 1.2.1 Latar Belakang Usahawan Wanita di Malaysia

Sumbangan besar kaum wanita dalam pembangunan dan kemajuan negara sudah tidak dapat dinafikan lagi. Golongan ini merupakan tulang belakang dalam pembentukan generasi Malaysia yang penyayang dan progresif pada masa hadapan. Berdasarkan sumber daripada Jabatan Perangkaan Malaysia, pada tahun 2016, Malaysia memiliki jumlah rakyat seramai 31.7 juta orang. Jumlah tersebut merangkumi komposisi 16.4 juta lelaki dan 15.3 juta perempuan dan berdasarkan jumlah tersebut, 48 peratus daripada jumlah golongan wanita merupakan tenaga buruh (KKM 2017/2018). Peningkatan penyertaan wanita dalam aktiviti membangunkan negara semakin menyerlah dan kian positif. Tambahan pula, kemajuan ekonomi negara yang berlaku dengan pesat ketika ini, telah membuka banyak peluang dan ruang kepada golongan wanita untuk menceburi pelbagai sektor atau industri seperti, perniagaan, perkhidmatan dan pendidikan.

Dalam konteks negara Malaysia, tidak dapat dinafikan bahawa jumlah usahawan wanita semakin meningkat. Seramai 24,871 usahawan wanita dari Sarawak telah berdaftar dengan Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM), menurut bekas Menteri Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat Datuk Seri Rohani Abdul Karim,





Jumlah tersebut adalah daripada seramai 1.18 juta usahawan wanita yang telah berdaftar dengan SSM di seluruh negara. Jumlah tersebut menunjukkan bahawa semakin ramai wanita menceburi bidang perniagaan dan mempunyai kesedaran mengenai kepentingan untuk mendaftarkan perniagaan mereka (Berita Harian, 2016).

### **1.2.2 Konteks Pembangunan dan Kejayaan Usahawan Wanita Malaysia**

Terdapat pelbagai inisiatif yang telah dilakukan dan akan dilakukan oleh kerajaan Malaysia dalam membangun dan mengembangkan lagi daya saing usahawan wanita di Malaysia. Contohnya, dalam RMK ke-11 yang dibentangkan di Parlimen pada 12 Mei 2015 kerajaan Malaysia menyasarkan bahawa golongan wanita bakal menikmati pelbagai program bagi mencapai sasaran dasar penglibatan wanita dalam peringkat pengurusan dan membuat keputusan (Utusan, 2012). Ini seiring dengan peningkatan jumlah golongan wanita yang memiliki kelayakan professional, akademik dan pengalaman sama ada dalam sektor swasta, sektor awam mahupun dalam perniagaan.

Banyak usaha yang telah dilakukan oleh kerajaan untuk membangunkan usahawan wanita di Malaysia antaranya Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat (KPWKM) yang merupakan Kementerian Peneraju Bidang Keberhasilan Utama Negara (NKRA) dalam usaha mengetengahkan pelbagai usaha dan inisiatif bagi meningkatkan ekonomi dan taraf hidup rakyat isi rumah berpendapatan rendah (mStar, 2012). Salah satunya, inisiatif NKRA melalui Program 1AZAM, iaitu program penjanaan pendapatan melalui aktiviti ekonomi seperti perniagaan, jahitan, ternakan dan pertanian dalam skala kecil. Impaknya, Program





NKRA tersebut telah berjaya meningkatkan taraf hidup isi rumah berpendapatan rendah dengan melahirkan lebih 190.000 usahawan yang majoritinya usahawan wanita melalui Program 1AZAM (Portal Rasmi KPWKM, 2016).

### 1.2.3 Senario Perniagaan Atas Talian di Malaysia

Menurut Kementerian Penerangan Malaysia, internet telah diperkenalkan secara komersial melalui pelancaran Jarring pada tahun 1991, dengan tujuan memudahkan pelajar dalam pencarian maklumat yang berkaitan dengan pembelajaran. Sehingga kini, internet telah diperluaskan untuk kegunaan perniagaan (Kassim dan Ahmad, 2010). Para pengguna boleh melakukan pelbagai urusan seperti perbankan, urusan kerajaan, pembayaran bil dan sebagainya. Oleh itu, internet telah menjadi pilihan utama bukan sahaja oleh para pelanggan malah para usahawan ekoran kos penggunaan perkhidmatan komunikasi datanya yang murah serta amat sesuai untuk diaplikasi dalam urusan perniagaan bersaiz kecil mahupun sederhana yang mempunyai peruntukkan kewangan yang terhad. Situasi terkini mengenai kecanggihan TMK umumnya dan kemajuan aplikasi E-Dagang khususnya juga telah mendorong para usahawan terutamanya golongan wanita untuk melibatkan diri dalam perniagaan atas talian (Fadzil dan Yaacob, 2014).

Selain daripada itu, Model Baru Ekonomi (MBE) yang diwujudkan dalam memastikan Malaysia mencapai status negara maju menjelang tahun 2020 yang memberi penekanan aspek kreativiti dan inovasi menerusi jalur lebar (SKMM, 2012). Tujuan utamanya, bagi menyokong industri untuk bersaing di peringkat serantau dan





antarabangsa dan juga sebagai membentuk masyarakat Malaysia yang berinovasi dalam semua bidang. Contohnya, Intel Malaysia dengan kerjasama SME Corp dan SME Bank menyediakan berbagai latihan kepada usahawan IKS Malaysia untuk meningkatkan kemahiran ICT. Bagi menyuntik semangat, Intel Malaysia menyediakan insentif khas kepada usahawan IKS Malaysia dengan hadiah RM20,000 untuk meningkatkan sistem IT usahawan melalui program Intel *Level Up* (Smecorp 2016).

Hakikatnya, penggunaan media sosial sebagai medium e-dagang dalam perniagaan di Malaysia masih lagi berada pada tahap yang rendah dan di peringkat awal perkembangan Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM, 2010) sedangkan kebanyakan negara lain telah mula menggunakan dan mengamalkan media sosial dalam urusan kerja dan kehidupan seharian. Namun, penggunaan media sosial dalam perniagaan di Malaysia menunjukkan peningkatan yang memberangsangkan saban tahun. Usahawan Malaysia kini, kebanyakannya telah menggunakan internet sebagai medium komunikasi perniagaan mereka (Nurdin, Chan, Selvadurai dan Suraiya, 2014), kerana telah terbukti internet berjaya meningkatkan jenama dan jualan sesebuah syarikat. Contohnya, bagi syarikat seperti eQurban.com dan *Little Scarf Collection* dan banyak lagi usahawan yang telah berjaya berkembang bukan sahaja di Malaysia malah melangkaui Malaysia dengan kuasa internet.

Kajian Jonscher (2011), aplikasi seperti Trivago, Booking.com Traveloka, *Tripadvisor*, *Facebook*, *Twitter* dan *YouTube* seringkali digunakan oleh usahawan untuk menawarkan perkhidmatan penginapan dalam kaedah pemasaran mereka.





Selaras dengan itu, dapatan kajian Lee (2011) menyatakan Facebook merupakan laman sosial yang paling banyak diterima dalam promosi dan pemasaran destinasi pelancongan diikuti oleh Twitter dan YouTube di Amerika Syarikat. Dapatan kajian Au (2010) di New South Wales juga mendapati penerimaan media sosial dalam pemasaran banyak bergantung kepada saiz sesebuah organisasi perniagaan. Perniagaan yang bersaiz besar didapati lebih mudah menerima perkembangan teknologi berbanding perniagaan kecil. Seiring dengan hasil kajian Mastura, Rashid dan Mastura, Abdul Rashid, dan Siti Zaleha, (2012) berkenaan pemasaran penginapan bajet di Malaysia yang telah berjaya membuktikan hampir 50 peratus hotel bajet menggunakan laman web untuk mempromosikan produk mereka. Penerimaan perniagaan atas talian untuk tujuan mempromosikan produk atau perkhidmatan telah menjelaskan peranannya sebagai medium pemasaran baharu kepada organisasi perniagaan dan sumber maklumat utama kepada pengguna (Akehurst, 2009; Jonscher, 2011).

Impaknya, terdapat ramai usahawan wanita yang menjalankan perniagaan atas talian yang telah berjaya dan mendapat keuntungan berjuta-juta ringgit. Namun begitu, masih kurang lagi penjelasan secara mendalam tentang cabaran usahawan wanita atas talian dan faktor kritikal yang membawa kepada kejayaan mereka. Oleh itu, pengkaji berhasrat untuk menerokai faktor kejayaan kritikal golongan usahawan wanita yang menjalankan perniagaan atas talian secara kualitatif. Hal ini demikian kerana, faktor kejayaan mereka dapat membantu usahawan lain untuk turut berjaya.





### 1.3 Permasalahan Kajian

Menjadi usahawan yang berjaya dan kaya merupakan impian setiap individu yang memulakan perniagaan. Namun begitu, terdapat pelbagai halangan dan rintangan yang perlu ditempuhi untuk mencapai kejayaan yang diimpikan. Berdasarkan kajian sebelum ini, golongan usahawan semakin bertambah dari sehari ke sehari, namun tidak dapat dinafikan juga bahawa terdapat usahawan wanita yang mengalami kegagalan. Hakikatnya, setiap usahawan akan menghadapi cabaran yang berbeza-beza, bergantung kepada jenis perniagaan, jenis usahawan, saiz perniagaan, lokasi dan lain-lain lagi. Kejayaan dan kegagalan merupakan satu lumrah bagi individu yang bergelar ahli perniagaan. Walaubagaimanapun, dalam apa jua bidang yang diceburi, tidak semua orang akan berjaya. Begitu juga bagi usahawan wanita yang menjalankan perniagaan dalam talian yang merupakan satu bidang yang sangat berisiko tinggi untuk gagal. Oleh itu, terdapat beberapa masalah kajian yang telah dikenal pasti berkaitan dengan usahawan wanita dan usahawan atas talian seperti, konflik peranan, jurang digital, kurang kemahiran dan isu keselamatan seperti jenayah siber dan serangan virus.

#### 1.3.1 Jurang Digital

Meskipun kadar perkembangan penembusan jalur lebar dalam negara adalah dramatik dalam tempoh yang singkat iaitu dari 24.8% pada 2009 kepada 55.6% pada tahun 2011, (Hazura, Hairulliza, Siti Fadzilah dan Zawiyah, 2012). Namun, bagi penduduk yang tinggal di bandar dan luar bandar wujud jurang digital dalam kalangan





penduduk. Jurang Digital merupakan istilah yang diperkenal oleh bekas Presiden Amerika Syarikat, Bill Clinton pada tahun 1994 bagi menjelaskan tentang perbezaan di antara rakyat yang mempunyai perkhidmatan internet yang paling pantas dan paling selesa dengan rakyat yang tidak mempunyai akses kepada teknologi tersebut. Istilah tersebut juga digunakan bagi mencari jurang di antara mereka yang menggunakan atau mempunyai akses kepada teknologi telekomunikasi (contoh, telefon, komputer, Internet) dan mereka yang tidak memilikinya (Hazura Mohamed et al., 2012). Lazimnya, jurang digital dianggap sebagai fenomena sosio-ekonomi yang meletakkan teknologi di luar capaian rakyat yang tidak berkemampuan untuk menggunakan komputer atau gadget canggih. Hazura et al., (2012) mendefinisi jurang digital sebagai jurang antara individu, isirumah, bisnes dan kawasan geografi dengan merujuk kepada peluang mengakses ICT dan menggunakan internet bagi pelbagai aktiviti.



Situasi tersebut jelas menjejaskan prestasi perkembangan perniagaan atas talian di Malaysia (Shairil dan Hasnah, 2013). Berbeza dengan negara Korea yang memiliki kos jalur lebar yang rendah, didapati tahap capaian internet di Malaysia adalah lima kali lebih perlahan dan kosnya adalah tiga kali ganda lebih mahal (Shairil dan Hasnah, 2013). Di samping itu juga, kadar penembusan jalur lebar mengikut negeri di Malaysia juga berbeza antara sesebuah negeri dengan negeri yang lain. Contohnya, pada tahun 2011 negeri yang mendominasi penembusan jalur lebar tertinggi adalah terdiri daripada negeri maju seperti Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur yang mencatatkan jumlah peratus sebanyak 107.4 peratus, manakala jumlah peratus terendah ialah 32.7 peratus iaitu bagi negeri Sabah (SKMM, 2012). Oleh Itu, bagaimana transaksi atas talian ini akan berkembang dengan pesat ke





seluruh negara? Hal ini demikian kerana, transaksi E-dagang atau perniagaan atas talian, hanya dapat dijalankan dengan bantuan internet yang boleh diakses melalui peranti seperti komputer atau telefon pintar. Oleh itu, membeli-belah atas talian adalah menyusahkan untuk orang-orang yang tidak memiliki komputer dan telefon pintar (Zheng, 2014).

### 1.3.2 Kurang latihan dan Pendidikan Keusahawanan

Menurut Pelan Tindakan Pembangunan Wanita mengikut bidang yang dikeluarkan oleh Yayasan Pembangunan Wanita pada tahun 2003, golongan wanita yang terlibat dalam bidang perniagaan dan keusahawanan di bandar mahupun luar bandar sering menghadapi masalah iaitu kurang latihan, kemahiran, pendidikan dan pendedahan tentang aspek berkaitan dengan keusahawanan dan perniagaan seperti pemasaran, pembangunan produk, kawalan mutu, teknologi, pengurusan kewangan dan banyak lagi (Thuaibah @ Suaibah, Azlah, Rozeyta, Hishamuddin dan Syaharizatul, 2007).

Oleh itu, kemajuan dunia teknologi juga sudah tentu membawa cabaran dan halangan kepada usahawan wanita untuk mencapai kejayaan, terutama apabila ia melibatkan proses aplikasi dan asimilasi teknologi ke dalam aktiviti perniagaan dan aktiviti harian masyarakat setempat (Siti Zobidah, Musa, Narimah, dan Jusang, 2008). Teknologi dan kemudahan yang disediakan yang berasaskan teknologi maklumat untuk memperkasakan sesebuah perniagaan adalah sia-sia jika penguasaan dan kebolehpayaan menguruskan teknologi maklumat dan komunikasi tersebut berada pada tahap yang lemah. Hal ini demikian kerana, realitinya bukan semua usahawan





wanita yang mahir dalam pengendalian gajet-gajet canggih secara teori mahupun secara praktikal. Situasi ini, akan mendatangkan kesukaran kepada usahawan wanita (Harian Metro, September 2015).

Selain daripada itu, teknologi baru seperti E-dagang contohnya, memerlukan pembangunan dan pelaksanaan yang dirancang secara strategik supaya boleh diterima pakai oleh masyarakat sebagai sebahagian daripada aktiviti harian mereka. Pelaksanaan teknologi baru bergantung kepada pihak-pihak yang bertanggungjawab dalam pelaksanaan operasi teknologi supaya dapat memberi manfaat kepada semua pihak dan akhirnya mencapai tahap kejayaan penggunaan teknologi yang diinginkan (Siti Zobidah et al., 2008). Hal ini demikian kerana, masyarakat di Malaysia masih tidak dapat terus menerus menerima atau mengadaptasi teknologi baru tanpa adanya keterangan atau perkembangan yang positif dari luar negara di atas kejayaan teknologi baru yang diterima pakai.

Oleh itu, kemajuan internet dengan kemahiran TMK yang masyarakat Malaysia miliki agak jauh ketinggalan. Tambahan pula daripada 645,136 usahawan Malaysia yang berdaftar hanya 27 peratus sahaja yang menggunakan TMK dan majoriti hanya menggunakan komputer dan internet untuk urusan biasa bukan untuk pemasaran dan masih ada 73 peratus usahawan Malaysia masih buta ICT. Oleh itu, amat sukar untuk golongan usahawan wanita bersaing di peringkat global ekoran kemahiran TMK yang lemah (Siti Zobidah et al., 2008).

Jika dilihat dari aspek Pendidikan di Malaysia, walaupun pelbagai program yang dilaksanakan oleh pihak kerajaan untuk menggalakkan budaya dan pendidikan





keusahawanan dalam kalangan pelajar di Malaysia, masih tetap pendidikan keusahawanan tidak mendapat tempat di hati pelajar di Malaysia (Utusan online, 2017). Situasi ini, bukan sahaja berlaku di Malaysia bahkan di seluruh dunia. Contohnya, Kajian yang dijalankan oleh Falck dan Woessmann (2010) menunjukkan bahawa pelajar sekolah swasta Katolik mempunyai aspirasi keusahawanan yang lebih rendah dan lemah. Kajian yang dijalankan oleh *Danish Foundation for Entrepreneurship* (2011) menunjukkan tidak ramai iaitu 32 peratus dalam kalangan pelajar di negara Denmark menerima latihan keusahawanan. Oleh itu, bagaimana pendidikan dan latihan keusahawanan dapat menjadi pemangkin kepada kejayaan usahawan sama ada lelaki atau wanita?

Hakikatnya, bukan semua usahawan wanita di Malaysia mendapat pendidikan dan latihan keusahawanan. Hal ini demikian kerana, bukan semua graduan jurusan perniagaan dan pelajar yang mengambil subjek perniagaan atau keusahawanan di sekolah berakhir dengan menjadi usahawan. Persoalan yang wujud di sini adalah, adakah pendidikan dan latihan keusahawanan mempengaruhi kejayaan atau menjadi cabaran kepada usahawan wanita atas talian di Daerah Perak Tengah? atau terdapat faktor lain yang mempengaruhi kejayaan mereka.

### 1.3.3 Isu Keselamatan

Isu keselamatan siber merupakan isu utama masa kini yang amat penting bagi pengguna, masyarakat, Kerajaan dan organisasi perniagaan. Isu ini seakan tidak ada jalan penyelesaian ekoran ancaman berterusan seperti serangan pengodam terhadap





komputer yang masih berlaku sehingga kini, malah di sesetengah negara agak membimbangkan (Oemar dan Manaf, 2015). Secara logiknya, ancaman siber masih berleluasa kerana kebanyakan syarikat dan usahawan tidak mengamalkan dasar keselamatan yang terbaik atau tidak mempunyai langsung dasar atau polisi keselamatan berkaitan TMK di syarikat mereka. Internet merupakan satu tempat yang bersifat terbuka dan di atas faktor tersebut, penjenayah siber dikatakan agak 'bebas' untuk melakukan aktiviti seperti menyebarkan virus, melakukan penggodaman (*hacking*) dan juga mencuri data untuk tujuan risikan perniagaan. Ini dapat dibuktikan pada tahun 2003 dimana Malaysia telah dianggarkan mengalami kerugian sejumlah RM 31 juta disebabkan oleh serangan virus yang dikenal pasti sebagai *Blaster*, *Nachi* dan *Sobig-F* (Oemar dan Manaf, 2015).



pencerobohan (*intrusion activity*), capaian yang tidak sah (*unauthorized access*), serangan DoS (*Denial of Service Attack*), serangan virus, trojan dan cecacing (*worm*) dan tidak kurang juga serangan yang disebabkan oleh penggadam (*hackers*). Ancaman siber sangat merbahaya kepada sesebuah syarikat sekiranya maklumat rahsia syarikat berada di tangan pihak yang tidak sepatutnya akan mengakibatkan kerugian yang besar dan kehilangan peluang perniagaan (Oemar dan Manaf, 2015). Seiring dengan dapatan, *Symantec Norton Security Response* iaitu badan yang menawarkan perlindungan, penyimpanan dan pengurusan sistem penyelesaian komputer global, melaporkan bahawa jenayah siber berlaku setiap 0.25 saat di seluruh dunia (Shairil dan Hasnah 2013) yang meliputi peras ugut, ancaman virus, angkara penggadam *Phising*, jangkitan *Antispyware* dan *Malware* (Cyber Security Malaysia, 2010). Kesannya, ramai pengguna yang masih ragu-ragu dan tidak yakin terhadap





keselamatan transaksi atas talian dimana terdapat kemungkinan maklumat peribadi mereka seperti nombor kad kredit akan digondam oleh penggodam sistem komputer.

Keputusan kajian yang dijalankan oleh SKMM pada tahun 2010 juga mendapati bahawa pengguna lebih suka membeli di kedai atau pasar raya berbanding membeli di ruangan internet atau secara atas talian. Selain itu, pengguna masih berasa kurang yakin dan bimbang tentang keselamatan sistem yang diaplikasikan oleh perniagaan atas talian. Perkara-perkara ini akan membawa kepada perasaan ragu-ragu bagi pengguna untuk membeli belah di atas talian. Hanya 18.3 peratus rakyat Malaysia yang menggunakan internet untuk menjana pendapatan (SKMM, 2017). Situasi ini jelas memberikan tanggapan yang negatif terhadap usahawan yang menjalankan perniagaan atas talian.



### **1.3.4 Konflik Peranan**

Konflik akan tercetus apabila seorang usahawan wanita yang menguruskan hal ehwal rumah tangga pada masa yang sama terpaksa menguruskan syarikat. Memetik (Sultan, 2016), pandangan stereotaip bahawa usahawan wanita tidak berupaya mengimbangi kerjaya dan keluarga seolah-olah berterusan terutamanya dalam banyak budaya Melayu yang menggambarkan wanita yang terlibat dengan jawatan profesional atau pengurusan terutamanya yang beragama Islam dilihat sukar untuk mengekalkan perkahwinan kerana terlalu komited dengan kerja. Hal ini demikian kerana, mereka





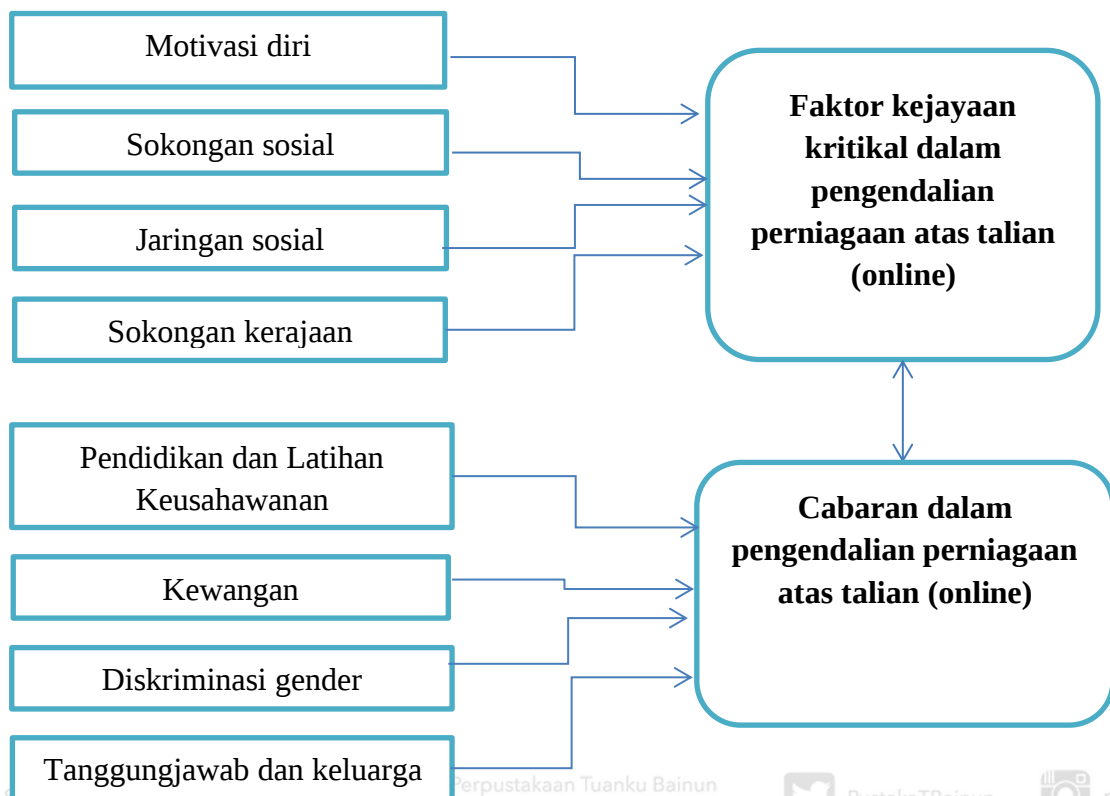
akan membuat pilihan yang tidak rasional dan mengambil tindakan dengan cara yang sukar (Hoe, Isa, Hin, Hashim, Yunus, dan Abdullah 2012).

Selain daripada itu, wanita dilihat sangat beremosi dengan hal yang berkaitan keluarga mereka. Mereka sepatutnya melakukan semua kerja-kerja domestik, seperti menjaga anak, memasak dan mengemas rumah. Impaknya, banyak masa dan tenaga mereka perlu dicurahkan kepada keluarga dan aktiviti di rumah sahaja. Oleh itu, wanita akan mengalami kesukaran untuk menumpukan perhatian dan menjalankan perniagaan dan untuk berjaya pada masa yang sama (Sumathi dan Gunasundari, 2016). Pendapat tersebut seiring dengan dapatan Dewan Usahawan Wanita (DEWANITA) dalam (Thuaibah @ Suaibah et al., 2007) yang telah mengenal pasti beberapa faktor yang membawa kepada kegagalan usahawan wanita dalam mengendalikan perniagaan, antara faktor kegagalan tersebut ialah wujud konflik kekeluargaan dan peranan.

Secara tidak langsung, usahawan wanita yang menjalankan perniagaan atas talian mengalami konflik peranan yang hebat, seterusnya membantutkan peluang mereka untuk berjaya dalam dunia perniagaan. Hal ini demikian kerana, mereka tidak mampu untuk menguruskan keluarga dan perniagaan dalam masa yang sama. Memandangkan banyak kajian lepas dijalankan secara kuantitatif, pengkaji telah berhasrat untuk mengenal pasti dengan lebih mendalam tentang faktor kritikal yang mempengaruhi kejayaan usahawan wanita atas talian dan cabaran-cabaran yang ditempuhi oleh mereka apabila menjalankan perniagaan secara atas talian.



#### 1.4 Kerangka Konsep Kajian



*Rajah 1.3.* Kerangka Konsep Kajian. Sumber: diambil dan diubahsuai daripada beberapa kajian laian seperti kajian Thuibah @ Suaibah, Faradillah dan Samsuddin dan Azmi Abdul Manaf.

#### 1.5 Objektif Kajian

- I. Mengenalpasti sama ada pendidikan dan latihan keusahawanan menjadi faktor utama kejayaan usahawan wanita atas talian di Daerah Perak Tengah
- II. Meneroka faktor kritikal lain yang mempengaruhi kejayaan usahawan wanita Bumiputera atas talian di Daerah Perak Tengah.
- III. Meninjau cabaran utama yang dihadapi oleh usahawan wanita Bumiputra dalam menjalankan perniagaan atas talian di Daerah Perak Tengah.



## 1.6 Persoalan Kajian

- I. Adakah pendidikan dan latihan keusahawanan menjadi faktor utama kejayaan usahawan wanita atas talian di Daerah Perak Tengah?
- II. Apakah faktor kritikal lain yang mempengaruhi kejayaan usahawan wanita Bumiputra yang menjalankan perniagaan atas talian di Daerah Perak Tengah?
- III. Apakah cabaran utama yang dihadapi oleh usahawan wanita Bumiputra dalam menjalankan perniagaan atas talian di Daerah Perak Tengah?

## 1.7 Skop Kajian



Kajian ini tertakluk kepada batasan kajian sebagaimana berikut:

- I. Kajian ini hanya tertumpu kepada usahawan wanita Bumiputra yang menjalankan perniagaan atas talian di Daerah Perak Tengah sahaja.
- II. Kajian ini banyak bergantung kepada kejujuran dan keikhlasan para responden dalam menjawab soalan yang dikemukakan kepada mereka

## 1.8 Kepentingan Kajian

Kajian ini dilakukan dengan kepentingan seperti antaranya dapat membantu pihak kerajaan dalam mengenal pasti latihan dan bantuan yang diperlukan oleh usahawan wanita bagi membolehkan mereka meningkatkan prestasi perniagaan serta





membolehkan mereka bersaing diperingkat tempatan mahupun antarabangsa. Membantu Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi atau Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat untuk merangka pelan tindakan demi meningkatkan penglibatan kaum wanita dalam bidang perniagaan. Selain daripada itu, kajian ini juga boleh dijadikan rujukan oleh pihak kementerian untuk merancang dan merangka program atau latihan tertentu pada masa hadapan.

Kajian ini juga dilihat sebagai usaha untuk menambah jumlah penyelidikan yang sedia ada dalam bidang yang berkaitan khususnya dalam bidang keusahawanan wanita. Hal ini demikian kerana, dapat dilihat bahawa kajian terhadap usahawan wanita adalah sangat terhad. Ramai pengkaji yang cenderung untuk menggunakan usahawan lelaki sebagai responden mereka. Impaknya, kurang kajian terhadap



Kajian ini juga mampu memberi sumbangan kepada Institusi Pendidikan seperti UPSI. Hal ini demikian kerana, kajian ini dapat membantu menambah bahan rujukan dalam bidang yang berkaitan kepada para pelajar dan para pensyarah dalam usaha mereka untuk menghasilkan kajian yang lebih baik.

### 1.9 Limitasi kajian

Kajian ini akan dijalankan ke atas enam orang usahawan wanita Bumiputra yang menjalankan perniagaan atas talian. Kajian ini juga hanya terbatas kepada usahawan wanita yang bermastautin di Daerah Perak Tengah sahaja. Seterusnya, Kajian ini





memberi tumpuan kepada faktor kritikal kejayaan usahawan wanita yang menjalankan perniagaan atas talian di Daerah Perak Tengah. Selain daripada itu, kajian ini juga turut memberi fokus kepada cabaran yang dihadapi oleh usahawan wanita yang menjalankan perniagaan atas talian.

### **1.10 Definisi Operasi Kajian**

Dalam kajian ini, terdapat beberapa istilah yang perlu dijelaskan dengan spesifik dan terperinci supaya dapat memberikan kefahaman yang realistik kepada pembaca. Antaranya ialah:



#### **1.10.1 Usahawan**

Barringer dan Ireland (2010) menyatakan usahwan sebagai individu yang boleh mengambil risiko antara penjual dan pembeli serta bijak menggunakan wang, manusia, model perniagaan dan strategi. Selain daripada itu, definasi usahawan juga boleh dilihat daripada Hisrich, Langan-Fox, dan Grant (2010) iaitu usahawan ialah seseorang yang berinisiatif untuk menggabungkan semua sumber secara inovatif dan sanggup untuk mengambil sebarang risiko atau berani bertindak dalam situasi yang ketidak pastian.





### 1.10.2 Keusahawanan

Keusahawanan merupakan tenaga kerja yang atau kualiti manusia yang bertanggungjawab membentuk dan mewujudkan usaha atau kerja dengan menggabungkan kesemua faktor pengeluaran yang dapat memberikan manfaat bukan sahaja kepada diri sendiri tetapi juga kepada pihak lain. Menurut Narayan dan Geethakuty (2003) dalam Ma'arof et al., (2012), keusahawanan merupakan batu loncatan yang utama dalam pembangunan ekonomi sesebuah negara. Ali Kiyani, S. (2017) menyatakan bahawa keusahawanan adalah ejen ekonomi yang aktif dengan potensi untuk maju dan Individu yang didorong oleh keusahawanan akan mewujudkan banyak peluang pekerjaan setiap hari sebagai sumbangan kepada pembangunan sosioekonomi Negara



### 1.10.3 Usahawan Wanita

Che Mohd Zulkifli dan Nurdiana (2015) menyatakan usahawan wanita merupakan golongan wanita yang memiliki perniagaan sendiri sama ada bersaiz kecil, sederhana mahupun besar. Usahawan wanita ini juga mempunyai motivasi untuk membangunkan perniagaan mereka sendiri. Dalam konteks kajian ini, definisi usahawan wanita adalah usahawan wanita yang memulakan, memiliki, mengelola, mengurus dan mengambil risiko dalam keusahawanan mereka. Golongan ini melakukan tugas mereka sendiri dan bertindak sebagai pengurus atau hanya dibantu oleh sebilangan kecil pekerja.





#### 1.10.4 Faktor Kejayaan Kritikal

Faktor Kejayaan Kritikal (CSF) adalah satu istilah pengurusan kepada satu unsur yang diperlukan untuk sebuah organisasi atau projek untuk mencapai misinya. Ia adalah faktor kritikal atau aktiviti yang dikehendaki untuk memastikan kejayaan syarikat atau organisasi (Austin, 2002).

#### 1.10.5 Bumiputera

Berdasarkan Perkara 160(2) Perlembagaan Persekutuan, Bumiputera di Semenanjung Malaysia ialah “berketurunan Melayu, menganut agama Islam, bertutur dalam Bahasa Melayu, mengamalkan adat istiadat Melayu dan dilahirkan di Persekutuan atau Singapura sebelum merdeka”.

#### 1.10.6 Internet

Perkataan internet berasal daripada gabungan perkataan inter dan *network*, iaitu internet atau antara rangkaian (Shairil dan Hasnah, 2013). Sebagai contoh medium internet adalah *Instagram*, *Faceebook* dan *Twitter*





### 1.10.7 Media Sosial

Media Sosial merupakan jaringan maya yang disediakan kepada pengguna untuk menyatakan pendapat, bertukar buah fikiran, dan dapat menghantar serta mengawal mesej yang akan disampaikan di mana jua pada bila-bila masa (Chung dan Austria, 2010). Selain daripada itu, media sosial juga merujuk kepada cara interaksi antara orang-orang di mana mereka mencipta, berkongsi dan bertukar-tukar maklumat dan idea-idea dalam komuniti maya dan *network* (MKM, 2012) media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* dan lain-lain.

### 1.11 Rumusan



Dalam bab pertama ini, pengkaji telah membicarakan beberapa perkara asas yang berkaitan dengan kajian yang meliputi latar belakang kajian, penyataan masalah, tujuan kajian, objektif kajian dan sebagainya. Penjelasan tersebut diharapkan dapat mencakupi satu daripada beberapa aspek penting dalam kajian ini.

