

INTERNATIONAL JOURNAL OF
EDUCATION, PSYCHOLOGY
AND COUNSELLING
(IJEPC)

www.ijepec.com



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KECENDERUNGAN PEMILIHAN KERJAYA KEUSAHAWANAN
DIGITAL DALAM KALANGAN PELAJAR PENDIDIKAN
TAHUN AKHIR**

*FACTORS INFLUENCING DIGITAL ENTREPRENEURSHIP CAREER
TENDENCIES AMONG FINAL YEAR TEACHER EDUCATION STUDENTS*

Suzyanty Mohd Shokory^{1*}, Nur Shahirah Hashim², Zuraidah Zainol³, Rusliza Yahaya⁴

¹ Fakulti Pengurusan dan Ekonomi, Universiti Pendidikan Sultan Idris, Malaysia
Email: suzyanty@fpe.upsi.edu.my

² Fakulti Pengurusan dan Ekonomi, Universiti Pendidikan Sultan Idris, Malaysia
Email: shahirahhashim99@gmail.com

³ Fakulti Pengurusan dan Ekonomi, Universiti Pendidikan Sultan Idris, Malaysia
Email: zuraidah@fpe.upsi.edu.my

⁴ Fakulti Pengurusan dan Ekonomi, Universiti Pendidikan Sultan Idris, Malaysia
Email: rusliza@fpe.upsi.edu.my

* Corresponding Author

Article Info:

Article history:

Received date: 23.07.2023

Revised date: 14.08.2023

Accepted date: 18.09.2023

Published date: 27.09.2023

To cite this document:

Shokory, S. M., Hashim, N. S., Zainol, Z. & Yahaya, R. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kecenderungan Pemilihan Kerjaya Keusahawanan Digital dalam kalangan Pelajar Tahun Akhir Bidang Pendidikan. *International Journal of*

Abstrak:

Pemilihan kerjaya keusahawanan digital semakin menjadi pilihan dalam kalangan pelajar tahun akhir di universiti termasuk pelajar dalam aliran pendidikan. Kajian ini bertujuan untuk menilai kewujudan pengaruh faktor literasi media sosial dan motivasi (sikap terhadap keusahawanan digital, kawalan tingkah laku dan norma subjektif) terhadap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital semasa pandemik COVID-19 dalam kalangan pelajar tahun akhir pendidikan. Kajian ini juga dilakukan untuk mengenal pasti tahap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dan menentukan faktor dominan terhadap kecenderungan tersebut semasa pandemik COVID-19. Seramai 113 orang pelajar daripada 158 orang pelajar pendidikan tahun akhir dari Fakulti Pengurusan dan Ekonomi (FPE) di Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI) telah dipilih sebagai responden dalam kajian ini. Kaedah pensampelan rawak bestrata berkadaran digunakan dalam kajian ini untuk memastikan nisbah peratusan sampel selari dengan nisbah peratusan subpopulasi. Kajian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menilai pengaruh yang wujud antara pemboleh ubah bersandar dengan pemboleh ubah

Education, Psychology and Counseling, 8 (51), 304-323.

DOI: 10.35631/IJEPC.851022

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



tidak bersandar dalam kajian ini. Analisis deskriptif yang melibatkan nilai min dan sisihan piawai turut digunakan untuk menjawab persoalan kajian yang berkaitan dengan tahap dan faktor dominan. Hasil analisis kajian mendapati hanya faktor motivasi sahaja yang mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital semasa pandemik COVID-19 apabila menunjukkan pengaruh positif yang signifikan. Dapatan kajian ini juga menunjukkan tahap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dalam kalangan pelajar berada pada tahap sederhana tinggi dan faktor paling dominan yang mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya ini adalah faktor motivasi (norma subjektif). Kajian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak berkepentingan dalam merangka dan melaksanakan tindakan susulan yang sewajarnya dalam usaha menggalakkan bakal-bakal graduan menceburi kerjaya keusahawanan digital.

Kata Kunci:

Kecenderungan, Pemilihan Kerjaya, Keusahawanan Digital, Pelajar Pendidikan Tahun Akhir

Abstract:

The selection of a digital entrepreneurship career is increasingly becoming a selection among final year students at university including final year teacher education. The purpose of this research was to determine whether social media literacy and motivational factors (attitudes toward digital entrepreneurship, behavioural control, and subjective norms) had an impact on the tendency of digital entrepreneurial career choice during the COVID-19 pandemic among final year teacher education students. This study was also carried out to determine the level of the propensity for digital entrepreneurial career choice and the dominant factors influencing such propensity during the COVID-19 pandemic. In this study, 113 students were chosen as respondents from a total of 158 final years teacher education students from the Faculty of Management and Economics (FPE) at Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI). This study used a proportional stratified random sampling method to ensure that the sample's percentage ratio was parallel to the subpopulation's percentage ratio. The influence that existed between the dependent variables and the independent variables in this study was assessed using multiple regression analysis. To answer research questions about levels and dominant factors, descriptive analysis involving mean values and standard deviations was also used. According to the study's findings, only motivational factors had a significant positive influence on the tendency of digital entrepreneurship career choice during the COVID-19 pandemic. The study's findings also show that the level of digital entrepreneurship career choice among students is medium to high, and the most powerful factor influencing this career choice tendency is motivation (subjective norm). This research is expected to help stakeholders design and implement appropriate follow-up actions to encourage prospective graduates to pursue digital entrepreneurial careers.

Keywords:

Tendency, Career Choice, Digital Entrepreneurship, Final Year Teacher Education Students

Pengenalan

Perniagaan digital telah menjadi satu trend dalam dunia perniagaan bukan sahaja di Malaysia malah di seluruh dunia. Perniagaan ini merujuk kepada bidang keusahawanan yang melibatkan

penggunaan internet sebagai medium utama dalam usaha memperkenalkan produk kepada pengguna dari segi jenama, promosi yang ditawarkan dan sekaligus berupaya memperoleh pendapatan (Muhamad, Fauzan & Zainon, 2018). Menurut Iklima Husna dan Pei Sung (2020), banyak kos operasi dapat dikurangkan apabila perniagaan dilaksanakan secara atas talian seperti sewaan premis dan bayaran utiliti, di samping dapat menembusi pasaran global dengan lebih pantas dan mempunyai kebebasan untuk menguruskan perniagaan mengikut masa sendiri (Faradillah & Husna, 2018). Perbezaan di antara perniagaan secara atas talian dengan perniagaan konvensional adalah dari segi cara perniagaan dijalankan di mana perniagaan konvensional dijalankan secara bersemuka dengan pelanggan manakala perniagaan digital dijalankan melalui atas talian.

Pada penghujung tahun 2019, satu wabak baharu yang dipanggil Coronavirus (COVID-19 telah mula dikesan di Wuhan, China sebelum ianya merebak ke seluruh dunia. Menurut Rashid dan Hassan (2020), COVID-19 adalah penyakit berjangkit dan majoriti pesakit yang dijangkiti virus ini akan mengalami masalah penafasan yang teruk. Pada 25 Januari 2020, wabak ini mula memasuki Malaysia apabila kes pertama jangkitan wabak ini telah dikesan yang melibatkan tiga orang warganegara Cina dan dilaporkan bahawa tiga individu tersebut sebelum ini mempunyai kontak rapat dengan individu yang telah dijangkiti virus COVID-19 di Singapura (Elengeo, 2020). Sehubungan dengan itu, langkah berjaga-jaga telah diambil oleh Kerajaan Malaysia dengan mengisytiharkan pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang bermula pada 18 Mac 2020 secara berperingkat bagi mengelakkan wabak ini daripada terus menular dalam kalangan rakyat Malaysia dan sekaligus memutuskan rantaian pandemik COVID-19.

Kemunculan pandemik ini telah mendatangkan kesan yang positif terutamanya bagi sektor perniagaan digital (Nurfarahin, 2020). Berdasarkan laporan Abrar (2020), Amazon telah mencatatkan keuntungan yang lumayan sebanyak 345 juta USD dalam perniagaan antarabangsa ekoran peningkatan dalam jumlah pembeli digital semasa tempoh pelaksanaan PKP (Nurfarahin, 2020). Hal ini menunjukkan bahawa pembelian secara atas talian telah menjadi pilihan semua individu semasa pandemik kerana dapat mengurangkan pergerakan sosial sekaligus mengelakkan diri daripada terdedah kepada virus berbahaya iaitu COVID-19.

Selain itu, pelaksanaan PKP oleh kerajaan dalam usaha membendung penularan wabak COVID-19 juga telah memberi impak yang negatif terutamanya bagi sektor pekerjaan di mana banyak sektor ini terpaksa ditutup buat sementara waktu untuk membantu kerajaan mengekang wabak COVID-19 daripada terus menular (Abdul Rashid, 2020). Penutupan sektor pekerjaan menyebabkan kos perbelanjaan syarikat tidak mampu ditampung termasuklah gaji pekerja sehingga syarikat terpaksa mengambil keputusan untuk mengurangkan jumlah pekerja (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2020). Hal ini telah menyebabkan kadar pengangguran meningkat sebanyak 3.9 peratus pada suku tahun pertama berbanding bulan sebelumnya dengan hanya mencatatkan jumlah kadar pengangguran sebanyak 3.3 peratus (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2020).

Isu pengangguran bukanlah satu isu yang baharu di Malaysia kerana isu ini telah wujud sebelum kewujudan wabak COVID-19 lagi. Setelah Malaysia dilanda wabak ini, isu pengangguran menjadi semakin buruk dan golongan belia juga tidak terkecuali. Ini dapat dibuktikan apabila kadar pengangguran yang melibatkan belia berumur 15 hingga 24 tahun terus meningkat pada Januari 2021 iaitu sebanyak 0.3 peratus, menjadikan jumlah kadar

pengangguran sebanyak 13.5 peratus manakala, kadar pengangguran belia berumur 15 hingga 30 tahun naik 0.5 peratus bersamaan dengan 9.2 peratus (Statistik Utama Tenaga Buruh di Malaysia, Januari 2021). Sementara itu, jumlah graduan yang bekerja di bawah kelayakan akademik juga menunjukkan peningkatan pada tahun 2021. Menurut Mohd Amirul (2021), pasaran buruh amat terkesan dengan krisis COVID-19 terutamanya pekerjaan yang berkemahiran dan kebanyakan sektor industri telah membuat penangguhan buat seketika bagi pengambilan pekerja terutamanya untuk jawatan yang memerlukan penggunaan kemahiran di mana kekosongan ini boleh diisi oleh graduan (pekerjaan berkemahiran). Bagi tujuan kelangsungan hidup, sesetengah graduan baharu terpaksa bekerja di luar profesion dan menerima tawaran gaji yang rendah.

Sehubungan dengan itu, bakal-bakal graduan yang akan bergraduasi pada tahun 2022 sudah pasti akan menerima kesan yang besar ekoran kewujudan virus COVID-19 di Malaysia. Selain bersaing dengan rakan-rakan yang lain untuk mendapatkan pekerjaan, bakal-bakal graduan juga perlu bersaing dengan individu-individu yang telah diberhentikan kerja semasa pandemik COVID-19 (Ahmad Kamel, Abdullah, Amran & Ahmad Tarmizi, 2020). Salah satu strategi kerajaan bagi menangani masalah pengangguran dalam kalangan belia dan bakal graduan adalah dengan menggalakkan tenaga muda menjadi usahawan (Mutalib, 2013) dan bakal-bakal graduan juga perlu mempelajari serta memahirkan diri dalam penggunaan aplikasi dan perisian yang mendatangkan manfaat dalam membantu melaksanakan tugas-tugas harian kerana teknologi sentiasa berkembang dan sukar untuk dielakkan (Ahmad Kamel et al., 2020).

Hasil daripada penyelidikan, didapati banyak kajian yang telah dijalankan oleh pengkaji-pengkaji lepas mengenai kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital sebelum pandemik COVID-19 melanda negara. Namun, kajian tentang kecenderungan ini semasa pandemik masih kurang dijalankan. Salah satu kajian yang mengkaji tentang kerjaya keusahawanan digital sewaktu pandemik COVID-19 adalah kajian yang dilakukan oleh Khalil, Buang dan Othman (2021) yang hanya menfokuskan kepada satu faktor sahaja iaitu literasi media sosial dan responden yang terlibat adalah pelajar Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah (PSA).

Berdasarkan huraian di atas, kajian yang dijalankan ini cuba untuk mengatasi jurang ini dengan menambah faktor yang baharu iaitu faktor motivasi yang terbahagi kepada tiga iaitu sikap terhadap keusahawanan digital, kawalan tingkah laku dan norma subjektif. Menurut Younis, Katsioloudes dan Al Bakri (2020), faktor motivasi seperti yang dicadangkan dalam teori Tingkah Laku Terancang (TPB) berupaya mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital. Kajian yang dijalankan akan dilaksanakan ke atas pelajar pendidikan tahun akhir dari Fakulti Pengurusan dan Ekonomi (FPE) di Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI). Seperti sedia maklum, masih ramai graduan-graduan pendidikan yang masih belum berpeluang untuk diberi penempatan mengajar disekolah-sekolah, justeru kajian ini dapat menguji tahap kecenderungan pelajar pendidikan terhadap kerjaya keusahawanan digital selain daripada kerjaya sebagai seorang pendidik. Secara keseluruhannya, kajian ini dilaksanakan untuk mengenal pasti sama ada faktor literasi media sosial dan faktor motivasi berupaya mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dalam kalangan pelajar pendidikan tahun akhir dari FPE, UPSI semasa pandemik COVID-19 atau sebaliknya.

Sorotan Literatur

Teori Tingkah Laku Terancang (TPB) dan Model Penerimaan Teknologi (TAM) dijadikan asas dalam kajian ini. TPB adalah teori yang sering menjadi rujukan para pengkaji dalam konteks meramal tingkah laku keusahawanan kerana menjelaskan tentang niat dan tingkah laku manusia (Ajzen, 1991). TPB merupakan teori yang dibangunkan oleh Ajzen pada tahun 1991 (Younis et al., 2020) dan menghuraikan tentang tingkah laku manusia serta memberi tumpuan utama kepada keinginan yang mendorong seseorang individu untuk membentuk tingkah laku yang hendak dipersembahkan. Dalam TPB, terdapat tiga elemen utama yang dikatakan berupaya mempengaruhi kecenderungan seseorang untuk bertingkah laku iaitu elemen sikap, kawalan tingkah laku dan norma subjektif (Hassan, 2020). Oleh yang demikian, teori ini sangat sesuai diaplikasikan dan dijadikan sebagai asas kerangka penyelidikan bagi membantu dalam mengkaji pengaruh faktor motivasi yang terdiri daripada norma subjektif, kawalan tingkah laku dan sikap terhadap keusahawanan digital terhadap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital semasa pandemik COVID-19.

Berdasarkan kajian yang dijalankan oleh Vejayaratnam, Paramasivam dan Mustakim (2019) dalam mengkaji hasrat pelajar Pendidikan Teknikal dan Vokasional (TVET) untuk menjadi usahawan digital, beliau telah menggunakan TPB sebagai asas dalam kajiannya. Mugiono, Prajanti dan Wahyono (2021) juga menggunakan TPB dalam kajiannya untuk mengkaji kesan literasi digital, pendidikan keusahawanan, pembelajaran perniagaan dalam talian dan kreativiti terhadap niat keusahawanan secara atas talian. Menurut beliau, TPB adalah teori yang sangat tepat dalam memahami keusahawanan secara atas talian dan dapat menunjukkan niat seseorang dalam menjalankan tingkah laku keusahawanan menggunakan teknologi yang merujuk kepada keinginan untuk menjadi usahawan atas talian (Mugiono et al., 2021).

TAM pula merupakan model yang kerap digunakan oleh pengkaji-pengkaji lepas bagi menghuraikan tentang penerimaan teknologi serta sistem maklumat (Lu et al., 2003). TAM digunakan dalam kajian ini untuk menyokong pembolehubah tidak bersandar iaitu faktor literasi media sosial serta membolehkan penilaian pengaruh faktor tersebut terhadap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dalam kalangan pelajar pendidikan tahun akhir dari FPE (UPSI) semasa pandemik COVID-19 dilakukan. TAM merupakan model yang dikembangkan daripada Teori Aksi Bersebab (TRA) oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 dan dibangunkan oleh Davis pada tahun 1989 untuk menerangkan atau membincangkan tentang penerimaan pengguna terhadap teknologi komputer berdasarkan justifikasi teori yang jelas (Ishak, 2014). TAM mempunyai matlamat untuk menyediakan asas yang berupaya menunjukkan pengaruh pemboleh ubah luaran terhadap kepercayaan dalaman, keinginan untuk bertingkah laku serta sikap (Lu, Yu, Liu & Yao, 2003).

TAM juga membolehkan sesuatu ramalan dilakukan yang melibatkan tahap penerimaan pengguna terhadap sesuatu teknologi berdasarkan kepada dua pemboleh ubah iaitu tanggapan kebergunaan dan tanggapan mudah guna (Aslina & Errnie Dharlya, 2016; Davis, 1989). Tanggapan kebergunaan adalah kepercayaan yang dikenalpasti berupaya memberikan pandangan terhadap bagaimana sikap seseorang pengguna boleh mempengaruhinya untuk menggunakan teknologi dan dianggap sebagai kelebihan relatif ciri inovasi. Tanggapan mudah guna pula merujuk kepada kepercayaan pengguna terhadap teknologi baru yang boleh menjadikan proses atau tugas seseorang individu menjadi lebih mudah dan tidak memerlukan usaha yang banyak (Johar, Adam Amril & Ferdous, 2020).

Terdapat sebilangan penyelidik yang menggunakan TAM sebagai kerangka asas dalam penyelidikan yang berkaitan dengan keusahawanan digital. Antaranya ialah Mugiono et al., (2021) yang menjalankan kajian tentang pengaruh literasi digital dan pendidikan keusahawanan terhadap niat keusahawanan dalam talian melalui pembelajaran dan kreativiti perniagaan dalam talian di Jabatan Pemasaran di Batang Regency. Menurut beliau, TAM berupaya memperlihatkan niat seseorang untuk bertingkah laku keusahawanan menggunakan teknologi atau merujuk kepada keinginan seseorang untuk menjadi usahawan secara atas talian. Selain itu, Romli, Mat dan Naul (2013) juga turut menggunakan TAM sebagai asas dalam kajian yang dijalankan.

Secara umumnya, kecenderungan untuk melibatkan diri dalam bidang keusahawanan digital semakin meningkat dalam golongan muda terutamanya bagi pelajar yang sedang terlibat dengan aktiviti perniagaan (Wright & Bayless, 2016). Kecenderungan adalah keadaan yang mengarahkan minda untuk menfokuskan kepada pencapaian tujuan dan matlamat yang ditetapkan (Mohamad & Othman, 2018). Franco, Haase dan Lautenschlager, (2010) mendapati bahawa kecenderungan adalah alasan bagi seseorang individu untuk membuat pilihan dalam menceburi sesuatu bidang kerjaya. Kerjaya merupakan usaha sepanjang hidup seseorang individu untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan dalam pekerjaannya dan pekerjaan yang diceburi haruslah memberi peluang kepada seseorang individu untuk menonjolkan diri, meningkatkan potensi diri, mewujudkan kreativiti dan memperoleh kepuasan dalam melakukan sesuatu pekerjaan.

Keusahawanan digital adalah satu fenomena yang wujud melalui aset teknologi seperti teknologi maklumat dan komunikasi. Keusahawanan digital merujuk kepada konsep yang berkembang secara berbeza dengan keusahawanan tradisional (Younis et al., 2020). Pernyataan ini sama dengan pandangan yang dinyatakan oleh Hair, Wetsch, Hull, Perotti dan Hung, (2012) di mana keusahawanan digital merujuk kepada sebahagian atau semua usaha keusahawanan yang dilaksanakan secara digital dan bukan dalam format tradisional. Keusahawanan digital juga merujuk kepada penciptaan dan penggunaan teknologi baru untuk membolehkan perniagaan sedia ada diubah daripada perniagaan secara tradisional kepada digital dengan menggalakkan seseorang untuk menghasilkan model perniagaan baru yang lebih berdaya saing dan sekaligus meningkatkan operasi perniagaan (Khalil, Buang & Othman, 2021).

Literasi media sosial berupaya mempengaruhi seseorang individu untuk terlibat dalam bidang keusahawanan digital (Khalil et al., 2021) menerusi kajiannya menunjukkan literasi media sosial mempunyai hubungan yang signifikan dengan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dalam kalangan pelajar PSA. Literasi merujuk kepada penguasaan membaca, menulis, aritmetik dan juga penguasaan ilmu lain seperti keupayaan seseorang individu untuk menguasai kemahiran dan strategi yang berkaitan dengan kemampuan pemikiran kritis dan kreatif serta lain-lain kemahiran yang dapat menjadikan seseorang individu itu berautonomi (Noor Hafizah & Rosnaimah, 2017). Media sosial pula merupakan jaringan maya seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *WhatsApp* dan *Telegram* yang dihasilkan untuk membolehkan pengguna memberikan pandangan, bertukar-tukar pendapat dan menghantar mesej yang hendak disampaikan kepada seseorang pada bila-bila masa dan di mana-mana sahaja (Nor, Shukri, Yassin, Sidek & Azahari, (2019). Literasi media sosial berupaya menggalakkan seseorang individu untuk memperoleh maklumat tentang perniagaan yang boleh memberikan impak yang besar kepada peningkatan inovasi serta prestasi sesebuah perniagaan (Khalil et al., 2021).

Dalam era revolusi industri 4.0 ini, penggunaan teknologi secara atas talian seperti media sosial telah menjadi satu medan komunikasi dalam kalangan masyarakat dan digunakan untuk menjalankan aktiviti harian termasuklah aktiviti pengurusan dan pentadbiran bagi sesebuah organisasi (Westerman, Spence & Van Der Heide, 2013). Sehubungan dengan itu, Bakar dan Abdullah (2020) berpendapat bahawa rangkaian media sosial telah membuka ruang kepada para peniaga dalam usaha meningkatkan kempen pemasaran mereka kepada persekitaran yang lebih luas. Namun, kajian Azahari dan Mohamed Udin (2017) menunjukkan bahawa banyak pelajar tahun akhir dari Sekolah Pengurusan Teknologi dan Logistik (STML) tidak mengambil peluang untuk memulakan perniagaan secara atas talian kerana kurang pendedahan tentang kerjaya perniagaan atas talian walaupun mereka telah terdedah dengan penggunaan media sosial dalam kehidupan seharian mereka. Justeru itu, sebanyak 96 peratus golongan belia berkongsi video dan gambar menggunakan media sosial, manakala 8 peratus lagi menggunakan media sosial untuk promosikan perniagaan mereka (Khalil et al., 2021). Hal ini jelas menunjukkan bahawa golongan belia iaitu pelajar perlu didedahkan dengan kemahiran dan pengetahuan dalam menganalisis data serta meningkatkan kemampuan dalam membuat penilaian maklumat yang terdapat dalam media sosial (Khalil et al., 2021; Rani & Padmalosani, 2019).

Selain literasi media sosial, motivasi juga membolehkan seseorang individu cenderung memilih keusahawanan digital sebagai satu kerjaya. Motivasi merujuk kepada keperluan atau keinginan yang akan memberi tenaga kepada tingkah laku dan mengarahkannya ke arah sesuatu matlamat (Seun, Kalsom, Bilkis & Raheem, 2017). Pernyataan tersebut disokong oleh Al-Jubari (2019) di mana beliau berpendapat motivasi merupakan sumber tenaga yang berupaya menjadikan seseorang individu aktif dan gigih dalam pelaksanaan tingkah laku mereka. Dari aspek perniagaan, motivasi didorong oleh keinginan untuk memiliki perniagaan sendiri, menjana wang untuk menyara keluarga dan meningkatkan kualiti hidup serta keinginan untuk memperoleh kebebasan dalam bekerja (Masruki, Zakaria, Dali, Nordin & Salikin, 2012). Motivasi diri adalah sangat penting dan mesti dimiliki oleh setiap individu serta usahawan kerana memiliki motivasi diri yang tinggi dapat meningkatkan semangat seseorang usahawan untuk terus berusaha memajukan perniagaan yang telah dibangunkan (Muhammad & Abu, 2016).

Berdasarkan Teori Tingkah Laku Terancang (TPB) yang dibangunkan oleh Ajzen (1991), beliau menegaskan bahawa terdapat tiga faktor motivasi yang mempunyai perkaitan dengan niat keusahawanan iaitu sikap, kawalan tingkah laku dan norma subjektif (Younis et al., 2020). Menurut Ajzen (1991), salah satu faktor pertimbangan terhadap kelakuan seseorang individu sama ada hendak memberikan nilai personal yang positif atau negatif dalam membuat keputusan terhadap bidang yang hendak diceburi adalah merujuk kepada sikap terhadap sesuatu kelakuan. Seseorang individu yang mempunyai sikap keusahawanan dalam dirinya akan memiliki tahap kecenderungan yang tinggi untuk terlibat dalam bidang keusahawanan (Che Roseliza & Zulnaidi, 2019). Pernyataan ini selari dengan kajian Muhammad dan Abu, (2016) yang mendapati faktor sikap seseorang usahawan adalah faktor yang paling mendorong kejayaan usahawan dalam menjalankan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS). Dapatan ini sama dengan hasil dapatan yang diperoleh oleh Te, Arnida dan Abdullah, (2019) menerusi kajiannya yang mendapati sikap terhadap keusahawanan adalah faktor yang paling dominan apabila dapat mempengaruhi pembentukan aspirasi kerjaya keusahawanan dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti.

Seterusnya, norma subjektif adalah tanggapan individu terhadap tekanan persekitaran sosial yang diterima serta persetujuan daripada individu penting yang boleh mempengaruhi seseorang individu dalam membuat keputusan sama ada menjadi usahawan digital atau tidak (Younis et al., 2020). Sokongan budaya di sesuatu tempat juga dikatakan berupaya mempengaruhi seseorang untuk terlibat dalam bidang perniagaan (Baughn, Cao, Le, Lim & Neupert, 2006). Menurut Ajzen (1991), norma subjektif mempunyai dua jenis kepercayaan iaitu kepercayaan normatif dan motivasi untuk mematuhi. Komponen normatif memberi gambaran tentang mereka yang berpengaruh seperti ibu bapa, rakan dan rakan sekerja sama ada bersetuju atau tidak bersetuju dengan tingkah laku yang diambil manakala, komponen kedua mencerminkan motivasi untuk mematuhi norma dan kehendak untuk berkelakuan sesuai dengan harapan mereka mempengaruhi orang lain serta mematuhi norma (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000). Ramli dan Seman (2020) menyatakan terdapat hubungan yang signifikan antara norma subjektif dan niat keusahawanan dalam kalangan pelajar. Hal ini demikian kerana kajian ini menunjukkan rakan dan keluarga adalah pengaruh yang kuat dalam menggalakkan pelajar-pelajar membuat pemilihan kerjaya dan sering kali dijadikan idola dan memperoleh modal.

Kawalan tingkah laku pula merujuk kepada kemudahan atau kesukaran yang dirasakan oleh seseorang untuk menjadi usahawan digital (Younis et al., 2020). Menurut Ajzen (1991), kawalan tingkah laku adalah kemudahan pencapaian tingkah laku yang dirasakan terhadap kemampuan diri, sumber daya dan peluang. Pernyataan ini selari dengan pendapat Swann, Chang-Schneider dan Larsen McClarty (2007) yang menyatakan bahawa keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri dalam melaksanakan sesuatu tingkah laku yang dirasakan perlu sekiranya hendak mencapai sesuatu kejayaan sangat mempengaruhi tingkah laku seseorang individu. Sehubungan dengan itu, kawalan tingkah laku turut dilihat melalui keinginan individu untuk melibatkan diri dalam bidang keusahawanan, mempunyai sikap percaya diri untuk mengendalikan perniagaan sendiri, mempunyai sikap kepimpinan dan sumber manusia (Ramli & Seman, 2020). Ramli dan Seman (2020) berpendapat bahawa kawalan tingkah laku yang dirasakan adalah penentu yang tertinggi dalam Teori Tingkah Laku Terancang (TPB) dan secara signifikan dapat mempengaruhi niat keusahawanan dalam diri seseorang. Pernyataan ini selari dengan kajian Lai dan To (2020) apabila kawalan tingkah laku yang dirasakan mempunyai kesan terbesar terhadap niat keusahawanan digital dalam kalangan bangsa Cina muda dan dewasa di bandar Macao. Oleh demikian, sekiranya kawalan tingkah laku meningkat maka tahap kemampuan digital seseorang juga akan meningkat (Von Arnim & Mrozewski, 2020).

Berdasarkan perbincangan di atas, empat hipotesis telah dibina dan diuji bagi menjawab objektif yang ditentukan dalam kajian ini:

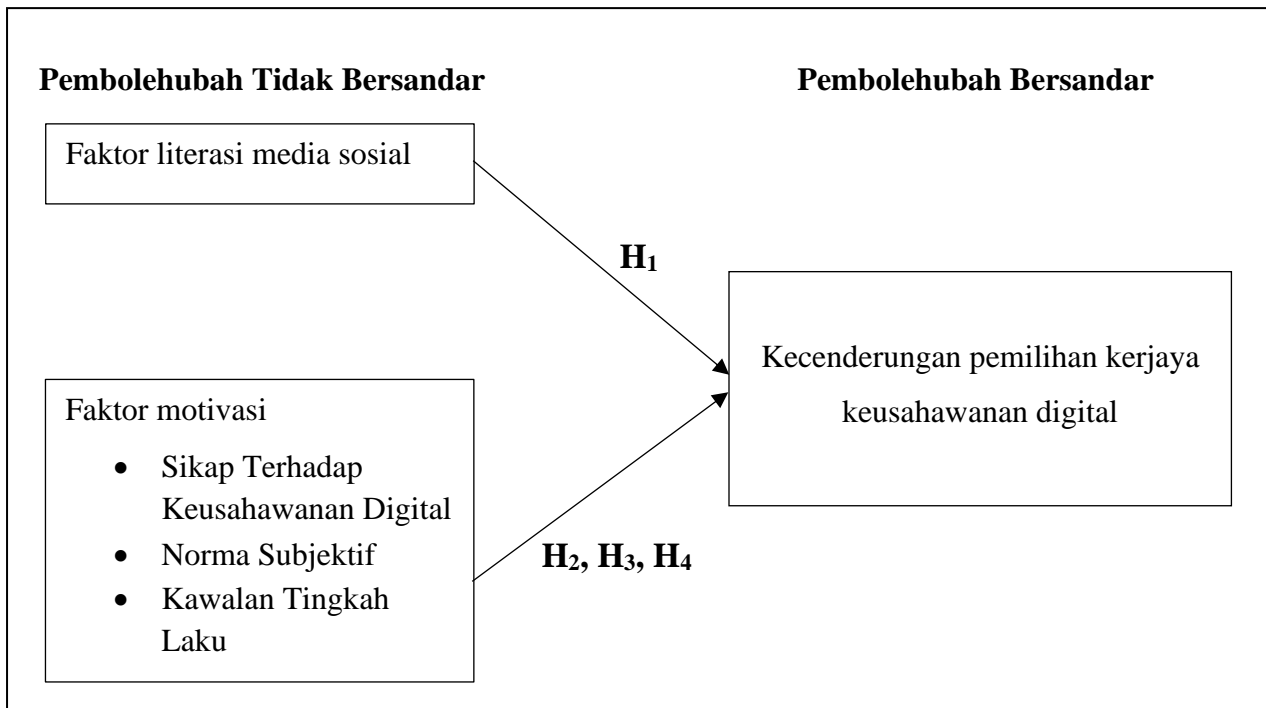
Hipotesis 1: Faktor literasi media sosial mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital pelajar pendidikan tahun akhir.

Hipotesis 2: Faktor motivasi iaitu sikap terhadap keusahawanan digital mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital pelajar pendidikan tahun akhir.

Hipotesis 3: Faktor motivasi iaitu norma subjektif mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital pelajar pendidikan tahun akhir.

Hipotesis 4: Faktor motivasi iaitu kawalan tingkah laku mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital pelajar pendidikan tahun akhir.

Rajah 1 menunjukkan model kajian berdasarkan empat hipotesis kajian yang telah dibina. Pemboleh ubah tidak bersandar dalam kajian ini terdiri daripada faktor literasi media sosial dan faktor motivasi yang terdiri daripada sikap terhadap keusahawanan digital, norma subjektif dan kawalan tingkah laku. Manakala pemboleh ubah bersandar dalam kajian ini pula adalah kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital



Rajah 1: Model Kajian

Metodologi Kajian

Sampel

Kajian yang dijalankan ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kajian tinjauan melalui penggunaan instrumen soal selidik. Tempoh masa pelaksanaan kajian adalah selama tiga bulan. Populasi yang terlibat adalah pelajar pendidikan tahun akhir dari Fakulti Pengurusan dan Ekonomi (FPE) di Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI), Tanjung Malim, Perak. Jumlah populasi adalah seramai 158 orang pelajar ambilan sesi September 2018/2019 yang terdiri daripada program Pendidikan Perakaunan (AT08), Pendidikan Ekonomi (AT18) dan Pendidikan Pengurusan Perniagaan (AT21). Berdasarkan jadual pensampelan Krejcie dan Morgan (1970), seramai 113 orang pelajar daripada jumlah populasi akan dipilih untuk dijadikan sampel dalam kajian ini. Kaedah pensampelan rawak bestrata berkadaran telah digunakan dalam kajian ini untuk memastikan nisbah peratusan sampel selari dengan nisbah peratusan subpopulasi. Kaedah pensampelan rawak bestrata boleh memastikan setiap individu yang dipilih benar-benar dapat membantu penyelidik memahami fenomena yang dikaji. Selain itu, perlakuan berat sebelah (*bias*) dapat dielakkan dan semua pelajar pendidikan tahun akhir dari FPE, UPSI mempunyai peluang yang sama untuk menjawab borang soal selidik yang telah disediakan. Jadual 1 menunjukkan pecahan untuk jumlah saiz sampel yang diperlukan untuk setiap program pengajian.

Dalam kajian ini, *Google Form* akan digunakan untuk membolehkan borang soal selidik diedarkan kepada pelajar yang berkenaan, kemudian borang soal selidik yang telah lengkap diisi akan melalui proses analisis menggunakan perisian *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 23.

Jadual 1: Pecahan Sampel Kajian Mengikut Teknik Pensampelan Rawak Berstrata Berkadaran

Kod Kursus/ Program Pengajian	Populasi		Sampel	
	Bilangan	Peratusan	Bilangan	Peratusan
AT08 Pendidikan Perakaunan	56	35.44%	40	35.44%
AT18 Pendidikan Ekonomi	53	33.54%	38	33.54%
AT21 Pendidikan Pengurusan Perniagaan	49	31.01%	35	31.01%
Jumlah	158	100%	113	100%

Instrumen

Soal selidik yang dibangunkan dalam kajian ini mengandungi 40 soalan tertutup dan terbahagi kepada tiga bahagian iaitu A, B dan C. Bahagian A mempunyai enam item yang berkaitan dengan demografi responden. Bahagian B pula mempunyai lima item yang berkaitan dengan kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital. Kesemua item yang digunakan dalam bahagian ini telah diadaptasi dan dimodifikasi daripada kajian Arifin, Rahman, dan Othman, (2020). Seterusnya, bahagian C mempunyai 29 item yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital. Faktor-faktor tersebut terdiri daripada faktor literasi media sosial di mana itemnya diadaptasi dan dimodifikasi daripada kajian Khalil et al., (2021) dan motivasi (sikap terhadap keusahawanan digital, norma subjektif dan kawalan tingkah laku), itemnya diadaptasi dan dimodifikasi daripada kajian Al-Jubari (2019). Bagi mengukur tahap persetujuan responden terhadap item-item yang dikemukakan dalam soal selidik terutamanya untuk Bahagian B dan Bahagian C, skala likert lima mata (*extreme*) telah digunakan. Skala likert lima mata (*extreme*) melibatkan penggunaan kategori penilaian *extreme* seperti 1 yang mewakili sangat tidak setuju atau 5 yang mewakili sangat setuju. Semua item dalam soal selidik ini telah disahkan oleh pakar yang dilantik oleh penyelidik yang terdiri daripada tiga pakar daripada bidang akademik.

Analisis Statistik

Kajian ini mengaplikasikan dua jenis analisis statistik iaitu analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Skor min dan sisihan piawai telah digunakan dalam analisis statistik deskriptif bagi mengenal pasti tahap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dan menentukan faktor dominan dalam kajian ini. Skala yang digunakan untuk menilai skor min pemboleh ubah adalah seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 2.

Jadual 2: Interpretasi Skor Min

Nilai Min	Interpretasi
1.01 – 2.00	Rendah
2.01 – 3.00	Sederhana Rendah
3.01 – 4.00	Sederhana Tinggi
4.01 – 5.00	Tinggi

(Sumber: Noor Azman, 2017)

Analisis regresi berganda digunakan dalam kajian ini bagi menentukan pengaruh yang wujud secara linear antara pemboleh ubah bersandar dengan beberapa pemboleh ubah tidak bersandar dan kemudian ramalan akan dibuat secara linear. Sesuatu pemboleh ubah akan dianggap sebagai peramal yang terbaik sekiranya pemboleh ubah tersebut mempunyai nilai pekali beta piawai (β) yang lebih tinggi dan nilai koefisien beta pada paras signifikan $P < 0.05$ (Yogeswaran Vadivelu, 2014).

Dapatan Kajian

Jadual 3 menunjukkan analisis profil responden yang terdiri daripada jantina, umur, bangsa, program pengajian, penyertaan dalam kursus berkaitan keusahawanan digital, penglibatan dalam sebarang aktiviti perniagaan dan penglibatan ahli keluarga dalam perniagaan. Sebahagian besar responden yang terlibat dalam kajian adalah pelajar perempuan iaitu seramai 84.1 peratus (95 orang), manakala lelaki seramai 15.9 peratus (18 orang) sahaja. Lingkungan umur responden yang terlibat adalah antara 22 tahun hingga 25 tahun. Penglibatan responden yang berusia 23 tahun mencatatkan jumlah yang paling tinggi iaitu seramai 72.6 peratus (82 orang), diikuti dengan responden yang berusia 22 tahun iaitu seramai 23.0 peratus (26 orang) dan responden yang paling sedikit adalah berusia 25 tahun iaitu seramai 4.4 peratus (5 orang). Taburan responden mengikut bangsa pula menunjukkan responden berbangsa Melayu lebih mendominasi kajian ini iaitu seramai 77.0 peratus (87 orang), diikuti lain-lain bangsa seramai 16.8 peratus (19 orang), kemudian India seramai 4.4 peratus (5 orang) dan Cina seramai 1.8 peratus (2 orang).

Jadual 3: Analisis Profil Responden

Profil Responden	Kategori	Kekerapan	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	18	15.9
	Perempuan	95	84.1
Umur	22 Tahun	26	23.0
	23 Tahun	82	72.8
	24 Tahun	5	4.4
Bangsa	Melayu	87	77.0
	Cina	2	1.8
	India	5	4.4
	Lain-lain	19	16.8
Program Pengajian	AT08	40	35.4
	AT18	38	33.6
	AT21	35	31.0

Pernah menyertai kursus berkaitan keusahawanan digital	Ya	81	71.7
	Tidak	32	28.3
Pernah terlibat dalam sebarang aktiviti perniagaan	Ya	101	89.4
	Tidak	12	10.6
Penglibatan ahli keluarga dalam perniagaan	Ya	79	69.9
	Tidak	34	30.1
Jumlah			113

Bilangan responden yang terlibat untuk setiap program pengajian berjaya dikumpulkan mengikut jumlah yang ditetapkan iaitu seramai 35.4 peratus (40 orang) pelajar AT08, seramai 33.6 peratus (38 orang) pelajar AT18 dan seramai 31.0 peratus (35 orang) pelajar AT21. Seramai 71.7 peratus (81 orang) responden yang terlibat dalam kajian ini mempunyai pengetahuan tentang keusahawanan digital dengan menyertai kursus keusahawanan digital dan yang selebihnya tidak pernah menyertai mana-mana kursus keusahawanan digital. Walaupun terdapat responden yang tidak pernah menyertai kursus keusahawanan digital, tetapi seramai 89.4 peratus (101 orang) responden pernah melibatkan diri dalam aktiviti perniagaan. Menerusi kajian ini juga, didapati seramai 69.9 peratus (79 orang) responden adalah daripada keluarga yang berlatar belakangkan perniagaan, manakala 30.1 peratus (34 orang) responden lagi bukan daripada keluarga yang berlatar belakangkan perniagaan.

Jadual 4 menunjukkan skor min dan sisihan piawai bagi tahap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital. Hasil analisis menunjukkan setiap pernyataan yang dikemukakan kepada responden mencatatkan skor min antara 3.72 hingga 4.03 dan sisihan piawainya antara 0.68 hingga 1.05. Sementara itu, skor keseluruhan bagi min dan sisihan piawai bagi tahap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital masing-masing mencatatkan nilai sebanyak 3.90 dan 0.70. Keadaan ini menunjukkan bahawa tahap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dalam kalangan pelajar pendidikan tahun akhir dari FPE, UPSI berada pada tahap yang sederhana tinggi.

Jadual 4: Skor Min dan Sisihan Piawai bagi Tahap Kecenderungan Pemilihan Kerjaya Keusahawanan Digital

Bil	Tahap Kecenderungan	Min	Sisihan Piawai	Tahap Interpretasi Skor
1.	Saya sanggup melakukan apa sahaja untuk menjadi usahawan digital.	3.88	0.68	Sederhana Tinggi
2.	Matlamat kerjaya profesional saya adalah menjadi seorang usahawan digital.	3.72	0.95	Sederhana Tinggi
3.	Saya akan berusaha untuk memulakan firma keusahawanan sendiri.	3.89	0.82	Sederhana Tinggi
4.	Saya mempunyai tekad yang tinggi untuk memulakan perniagaan secara digital.	4.02	0.82	Tinggi

5. Saya memilih untuk menjadi usahawan berbanding bekerja makan gaji di syarikat.	4.03	1.05	Tinggi
Keseluruhan Skor Tahap Kecenderungan	3.90	0.70	Sederhana Tinggi

Jadual 5 menunjukkan skor min dan sisihan piawai bagi faktor literasi media sosial dan faktor motivasi yang terdiri daripada sikap terhadap keusahawanan digital, kawalan tingkah laku dan norma subjektif yang mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dalam kalangan pelajar pendidikan tahun akhir dari FPE, UPSI semasa pandemik COVID-19. Hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa faktor motivasi iaitu norma subjektif mencatatkan skor min tertinggi iaitu sebanyak 4.33. Diikuti dengan faktor motivasi sikap terhadap keusahawanan digital dan seterusnya faktor motivasi kawalan tingkah laku dengan catatan skor min masing-masing 4.21 dan 3.92. Sementara itu, skor min terendah pula dicatat oleh faktor literasi media sosial dengan jumlah catatan sebanyak 3.87 dan telah menjadikan faktor ini kurang dominan dalam kajian ini. Secara keseluruhannya, faktor motivasi iaitu norma subjektif adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pelajar pendidikan tahun akhir dari FPE untuk menjadikan keusahawanan digital sebagai kerjaya pilihan.

Jadual 6 menunjukkan analisis regresi bagi faktor yang mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital. Analisis regresi berganda digunakan untuk menilai pengaruh faktor literasi media sosial dan faktor motivasi (sikap terhadap keusahawanan digital, kawalan tingkah laku dan norma subjektif) terhadap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dalam kalangan pendidikan pelajar tahun akhir dari FPE, UPSI semasa pandemik COVID-19. Analisis regresi berganda merujuk kepada satu pendekatan saintifik yang boleh digunakan untuk tujuan menentukan pengaruh yang wujud secara linear antara pemboleh ubah bersandar dengan beberapa pemboleh ubah tidak bersandar dan kemudian ramalan dibuat secara linear (Yogeswaran Vadivelu, 2014).

Jadual 5: Analisis Mengikut Faktor-Faktor yang Paling Dominan

Faktor-faktor	Min	Sisihan Piawai	Interpretasi	Kedudukan
Motivasi:				
• Norma Subjektif	4.33	0.63	Tinggi	1
• Sikap Terhadap Keusahawanan Digital	4.21	0.75	Tinggi	2
• Kawalan Tingkah Laku	3.92	0.79	Sederhana Tinggi	3
Literasi Media Sosial	3.87	0.65	Sederhana Tinggi	4

Hasil dapatan kajian yang dipaparkan dalam Jadual 6 menunjukkan bahawa faktor motivasi yang terdiri daripada sikap terhadap keusahawanan digital, norma subjektif dan kawalan tingkah laku memberi sumbangan sebanyak 57.7 peratus ($R^2 = 0.575$) kepada kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital. Jadual 6 turut menunjukkan nilai F-statistik ($F = 49.158$) dan nilai p yang signifikan (0.000) iaitu lebih kecil daripada nilai alpha 0.01. Berdasarkan hasil dapatan ini, dapat dijelaskan bahawa varian pemboleh ubah bersandar dan pemboleh ubah bebas boleh diterangkan melalui penggunaan model regresi ini.

Merujuk kepada analisis regresi di Jadual 6, kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital hanya dipengaruhi oleh satu pemboleh ubah tidak bersandar iaitu faktor motivasi yang terdiri daripada sikap terhadap keusahawanan digital, norma subjektif dan kawalan tingkah laku ($p < 0.05$), manakala faktor literasi media sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan pemilihan kerjaya ini ($p > 0.05$). Satu persamaan regresi berganda dapat dibina berdasarkan data yang telah diperoleh. Berikut merupakan persamaan regresi yang dapat dibina.

$$Y = 0.382 + 0.307 (X_1) + 0.299 (X_2) + 0.244 (X_3)$$

Dimana,

Y adalah Kecenderungan Pemilihan Kerjaya Keusahawanan Digital

X_1 adalah Sikap Terhadap Keusahawanan Digital

X_2 adalah Kawalan Tingkah Laku

X_3 adalah Norma Subjektif

Hasil kajian ini menunjukkan bahawa jika satu unit sikap terhadap keusahawanan digital meningkat, maka kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital juga meningkat iaitu sebanyak 0.307. Seterusnya, jika satu unit kawalan tingkah laku meningkat, maka kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital akan meningkat sebanyak 0.299. Sementara itu, peningkatan satu unit norma subjektif akan meningkatkan sebanyak 0.244 dalam kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital. Manakala, faktor literasi media sosial pula tidak menyumbang kepada kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dalam kajian ini. Hasil dapatan ini sekaligus menyokong faktor motivasi sebagai faktor yang dapat mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dalam kalangan pelajar pendiidkan tahun akhir dari FPE, UPSI semasa pandemik COVID-19.

Jadual 6: Analisis Regresi Berganda

Pemboleh Ubah Bersandar	Pemboleh Ubah Bebas	Koeffisen Tidak Terpiawai (Beta)	Koeffisen Terpiawai (Beta)	t	Sig.
Kecenderungan Pemilihan Kerjaya Keusahawanan Digital (Y)	Konstan	0.382		1.100	0.233
	Sikap Terhadap Keusahawanan Digital (X_1)	0.307	0.328	3.609	0.000
	Kawalan Tingkah Laku (X_2)	0.299	0.337	3.994	0.000
	Norma Subjektif (X_3)	0.244	0.218	2.746	0.007
	Literasi Media Sosial (X_4)	0.006	0.054	0.546	0.078
R²	0.575				
F	49.158				
Sig. F	0.000				

Perbincangan Dan Kesimpulan

Secara umumnya, kajian ini memberikan pemahaman yang menyeluruh berkaitan faktor literasi media sosial dan faktor motivasi (sikap terhadap keusahawanan digital, kawalan tingkah laku dan norma subjektif) terhadap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dalam kalangan pelajar pendidikan tahun akhir dari FPE, UPSI semasa pandemik COVID-19. Daripada kajian ini, didapati tahap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital pelajar pendidikan tahun akhir berada pada tahap yang sederhana tinggi apabila skor min mencatatkan nilai sebanyak 3.90. Hasil dapatan ini menunjukkan bahawa masih terdapat segelintir pelajar pendidikan tahun akhir yang tidak mempunyai keyakinan untuk memilih bidang keusahawanan digital sebagai kerjaya apabila tamat pengajian kelak. Berkemungkinan besar mereka tidak mempunyai persediaan dari segi mental dan fizikal untuk berkorban dalam menjadi usahawan digital sebagai suatu kerjaya. Menurut Faradillah dan Husna (2018) individu yang boleh merancang kewangan, berkorban waktu, mengetahui kemampuan diri, bersungguh-sungguh dan mempunyai kemahiran akan cenderung melibatkan diri dalam keusahawanan digital bagi mencapai objektif perniagaan dan mendapatkan pulangan dalam bentuk keuntungan. Justeru itu, tahap kecenderungan pelajar yang sederhana tinggi ini juga mungkin mempunyai perkaitan dengan bidang pengajian yang mereka ceburi iaitu pendidikan di mana kerjaya yang menjadi keutamaan adalah kerjaya sebagai seorang pendidik.

Di samping itu, hasil dapatan kajian ini juga menunjukkan sebahagian daripada pelajar pendidikan tahun akhir ini mempunyai potensi untuk menceburi bidang keusahawanan digital. Berkemungkinan besar pelajar-pelajar ini mulai sedar mengenai kepentingan dan kelebihan menceburi bidang keusahawanan digital terutamanya semasa musim pandemik COVID-19. Pandemik yang telah melanda negara sedikit sebanyak telah membuka mata mereka mengenai isu pekerjaan di mana banyak sektor pekerjaan terpaksa ditutup dan banyak syarikat tidak mampu untuk menampung kos perbelanjaan syarikat termasuklah gaji pekerja. Akhirnya, syarikat terpaksa mengambil keputusan untuk mengurangkan jumlah pekerja (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2020) dan sekaligus meningkatkan jumlah pengangguran dalam kalangan masyarakat. Oleh yang demikian, langkah yang terbaik untuk mengelakkan diri daripada dibuang kerja dan menganggur adalah dengan menceburi bidang keusahawanan digital.

Hasil dapatan ini adalah sama dengan kajian Arifin et al., (2020) di mana tahap kecenderungan keusahawanan digital pelajar Kolej Komuniti di Negeri Sembilan mencatatkan nilai skor min sebanyak 3.40 iaitu berada pada tahap sederhana tinggi. Kajian ini disokong oleh kajian Azwin Darlina et al., (2021) dan Khalil et al., (2021) apabila memperoleh hasil dapatan yang sama. Namun, kajian yang dijalankan oleh NoorHafizah dan Rosnaimah (2017) menunjukkan hasil dapatan yang sebaliknya. Dalam kajian ini, tahap literasi keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Politeknik Merlimau berada pada tahap yang tinggi apabila skor min keseluruhan bagi aspek tahap literasi keusahawanan digital menunjukkan skor yang tinggi. Begitu juga dengan kajian Navarathnam Vejayaratnam et al., (2019) apabila skor min yang diperoleh menunjukkan pelajar Pendidikan Teknik dan Vokasional Swasta (TVET) mempunyai tahap niat yang tinggi untuk menjadi usahawan digital yang berjaya pada masa hadapan.

Seterusnya, kajian ini mendapati faktor dominan yang mempengaruhi kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital adalah faktor motivasi (norma subjektif) apabila mencatatkan skor min sebanyak 4.33 iaitu berada pada tahap yang tinggi. Hasil dapatan ini jelas menunjukkan bahawa pelajar-pelajar pendidikan tahun akhir ini lebih cenderung untuk

memilih keusahawanan digital sebagai satu kerjaya sekiranya mereka mendapat sokongan dan galakan daripada ahli keluarga, rakan karib atau rakan sekelas. Pernyataan ini selari dengan konsep norma subjektif yang merujuk kepada persepsi individu terhadap tekanan persekitaran sosial yang diterima dan persetujuan daripada individu penting yang boleh mempengaruhi seseorang individu dalam membuat keputusan (Younis et al., 2020). Kajian yang dijalankan oleh Astuti dan Martdianty (2012) menunjukkan hasil dapatan yang sama apabila mendapati faktor peramal yang paling dominan dalam kalangan pelajar universiti Indonesia adalah norma subjektif. Namun, kajian yang dijalankan oleh Te et al., (2019) serta Muhammad dan Abu, (2016) mendapati faktor sikap terhadap keusahawanan adalah faktor yang paling dominan terhadap kerjaya keusahawanan.

Seperti sedia maklum, kajian ini terdiri daripada dua pemboleh ubah tidak bersandar iaitu faktor literasi media sosial dan motivasi, namun hanya faktor motivasi sahaja yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital, manakala faktor literasi media sosial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kerjaya tersebut. Ini menunjukkan hipotesis alternatif (H2, H3 dan H4) sahaja yang tidak boleh ditolak dalam kajian ini, manakala hipotesis alternatif 1 (H1) ditolak. Antara tiga faktor motivasi yang terdapat dalam kajian ini, faktor motivasi (sikap terhadap keusahawanan digital) menunjukkan pengaruh yang terbesar dalam kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dalam kalangan pelajar pendidikan tahun akhir dari FPE, UPSI semasa pandemik COVID-19. Kajian ini jelas menunjukkan bahawa pelajar-pelajar pendidikan tahun akhir di FPE, UPSI bersetuju bahawa kerjaya keusahawanan digital boleh mendatangkan banyak faedah terutamanya semasa musim pandemik ini di mana mereka boleh menjana pendapatan yang lumayan dan sebagai peluang untuk pembangunan kerjaya.

Hasil dapatan ini konsisten dengan kajian Al-Jubari (2019) yang mendapati bahawa sikap terhadap keusahawanan dan niat keusahawanan mempunyai pengaruh positif yang signifikan. Sama juga seperti kajian yang dilaksanakan oleh Navarathnam Vejayaratnam et al., (2019) ke atas pelajar Pendidikan Teknikal dan Vokasional (TVET) di mana kajian ini menunjukkan sikap dan niat keusahawanan digital dalam kajian ini mempunyai pengaruh positif yang signifikan. Justeru itu, terdapat juga kajian yang menyatakan sikap terhadap keusahawanan digital ini tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat keusahawanan digital. Pernyataan ini boleh dibuktikan menerusi kajian Lai dan To (2020). Berdasarkan penemuan dan perbandingan ini, dapat disimpulkan bahawa seseorang individu yang mempunyai sikap yang tinggi terhadap tingkah laku keusahawanan digital akan mempunyai niat keusahawanan digital yang lebih besar berbanding individu yang mempunyai sikap tingkah laku keusahawanan digital yang rendah. Pernyataan ini selari dengan pendapat Che Roseliza dan Zulnaidi (2019) di mana seseorang individu yang memiliki sikap keusahawanan dalam dirinya akan mempunyai kecenderungan yang tinggi untuk terlibat dalam bidang keusahawanan. Secara keseluruhannya, faktor motivasi iaitu sikap terhadap keusahawanan digital mempunyai pengaruh terbesar terhadap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dalam kalangan pelajar pendidikan tahun akhir dari FPE, UPSI semasa pandemik COVID-19.

Dapat dirumuskan bahawa kajian ini dijalankan bertujuan untuk menilai kewujudan pengaruh faktor literasi media sosial dan motivasi (sikap terhadap keusahawanan digital, kawalan tingkah laku dan norma subjektif) terhadap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital semasa pandemik COVID-19. Kajian ini juga dilakukan untuk mengenal pasti tahap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital dan menentukan faktor yang dominan

terhadap kecenderungan tersebut semasa pandemik COVID-19. Kajian ini menjelaskan kepentingan pelajar pendidikan tahun akhir dari FPE, UPSI untuk memiliki kemahiran dalam mengendalikan teknologi maklumat seperti media sosial dan mempunyai motivasi yang tinggi kerana ianya merupakan faktor yang dapat meningkatkan penglibatan golongan belia khususnya bakal graduan pendidikan terhadap pemilihan kerjaya keusahawanan digital. Seterusnya, kajian ini memberi sumbangan terhadap bidang penyelidikan terutamanya penyelidikan yang berkaitan dengan kerjaya keusahawanan digital. Hal ini demikian kerana hasil dapatan kajian ini boleh dijadikan panduan oleh pihak-pihak berkepentingan untuk merangka dan melaksanakan tindakan susulan yang sewajarnya dalam usaha meningkatkan serta menggalakkan bakal-bakal graduan menceburi bidang keusahawanan digital. Akhir sekali, dicadangkan kajian selanjutnya dapat mengkaji faktor-faktor selain daripada faktor yang telah dikaji seperti faktor penghalang terhadap kecenderungan pemilihan kerjaya keusahawanan digital semasa pandemik COVID-19. Selain itu, kajian yang dijalankan juga perlulah dijalankan secara lebih meluas dengan melibatkan ramai responden yang terdiri daripada pelajar pendidikan tahun akhir di Malaysia untuk mengeneralisasikan dapatan kajian.

Penghargaan

Penyelidik ingin merakamkan penghargaan kepada semua pihak yang telah memberikan kerjasama dalam menjayakan kajian ini. Penyelidik juga mengucapkan terima kasih kepada penilai kerana telah memberikan komen yang konstruktif terhadap artikel ini.

Rujukan

- Abdul Rashid. (2020). Pengangguran dalam Kalangan Tenaga Kerja Semasa Wabak COVID-19. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(12), 1-9.
- Ahmad Kamel, Abdulloh, Amran & Ahmad Tarmizi. (2020). *Kesan Covid-19 Terhadap Kebolehpasaran Graduan IPT: Pelan Tindakan kepada Pelajar Fakulti Pengajian Quran & Sunnah, USIM*. Universiti Sains Islam Malaysia. <https://oarep.usim.edu.my/jspui/handle/123456789/6823>.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Al-Jubari, I. (2019). College Students' Entrepreneurial Intention: Testing an Integrated Model of SDT and TPB. *Sage Open*, 9(2), 2158244019853467.
- Arifin, N. F., Rahman, R. S. A. R. A. & Othman, N. (2020). Tahap Personaliti Big Six dan Hubungannya dengan Kecenderungan Keusahawanan digital dalam Kalangan Pelajar Kolej Komuniti. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 45(1), 101-110.
- Aslina S. & Ermie Dharlya D. (2016). Kepelbagaian Model Penerimaan Teknologi dan Sistem Maklumat. *International Conference on ICT in Education*, Universiti Pendidikan Sultan Idris, 25-26.
- Astuti, R. D. & Martdianty, F. (2012). Students' Entrepreneurial Intentions by Using Theory of Planned Behavior: The case in Indonesia. *The South East Asian Journal of Management*, 6(2).
- Azahari, M. & Mohamed Udin, (2017). Research Students Involvement in Online Business: Case of STML Final Year Students.
- Azwain Darlina, Buang, N. A., & Othman, N. 2021. Kecenderungan Keusahawanan Terhadap Aspirasi Kerjaya Keusahawanan Atas Talian dalam Kalangan Pelajar Tingkatan 6. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(2), 9–21.
- Bakar, S. Z. A. & Abdullah, N. (2020). Meningkatkan Kemahiran Komunikasi Pelajar Melalui Program Keusahawanan Sosial. *Journal of Ilmi*, 10, 102-115.

- Baughn, C. C., Cao, J. S., Le, L. T. M., Lim, V. A., & Neupert, K. E. (2006). Normative, Social and Cognitive Predictors of Entrepreneurial Interest In China, Vietnam and the Philippines. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(01), 57-77.
- Che Roseliza Abdullah & Zulnaidi Yaacob. (2019). Kecenderungan Keusahawanan dalam Kalangan Pelajar Kejuruteraan. *Journal of Sciences and Management Research*, 2600-738.
- Elengoe, A. (2020). COVID-19 Outbreak in Malaysia. *Osong Public Health and Research Perspectives*, 11(3), 93-100.
- Faradillah & Husna. (2018). *Motivasi dan Penggunaan ICT dalam Perniagaan: Kajian terhadap Usahawan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) di Lembah Klang*. International Seminar on Media and Communication (ISMEC 2018).
- Franco, M., Haase, H. & Lautenschläger, A. (2010). Students' Entrepreneurial Intentions: An Inter-Regional Comparison. *Education and Training*, 52(4), 260-275.
- Hair, N., Wetsch, L. R., Hull, C., Perotti, V. & Hung, Y. T. C. (2012). Market Orientation in Digital Entrepreneurship: Advantages and Challenges In a Web 2.0 Networked World. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 9(06), 1250045.
- Hassan, N. (2020). Faktor yang Mendorong Pelajar Jurusan Teknikal dan Vokasional Terlibat dalam Bidang Keusahawanan. *e-Jurnal Penyelidikan dan Inovasi*, 7(2), 1-18.
- Iklima Husna, A. R. & Pei Sung, P. (2020). Factors Influencing Student Tendency in Doing Online Business. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 2(3), 01-11.
- Ishak, M. S. (2014). Pemodelan Penerimaan Maklumat Berkaitan Islam di Internet: Pengaplikasian Model Penerimaan Teknologi (TAM). *Journal of Techno Social*, 6(2), 49-61.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2020). *Statistik Tenaga Buruh, Malaysia, Mac 2020*.
- Johar, M. G. M., Adam Amril, J. & Ferdous, I. S. M. (2020). Factors Affecting E-Commerce Adoption in Malaysia. *A Multifaceted Review Journal in The Field of Pharmacy*, 11(1), 1082-1093.
- Khalil, N. F., Buang, N. A., & Othman, N. (2021). Literasi Media Sosial Pelajar Politeknik Terhadap Aspirasi Kerjaya Keusahawanan Digital. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(2), 22-32.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. 1970. Determining Sample Sizes for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 607-610.
- Krueger, J. N. F., Reilly, M. D. & Carsrud, A. L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Lai, L.S. & To, W. M. (2020). E-Entrepreneurial Intention among Young Chinese Adults. *Asian Journal of Technology Innovation*, 28(1), 119-137.
- Lu, J., Yu, C. S., Liu, C. & Yao, J. E. (2003). Technology Acceptance Model for Wireless Internet. *Internet Research*, 13(3), 206-222.
- Masruki, R., Zakaria, N., Dali, N. R. S. M., Nordin, S. N. & Salikin, N. (2012). Determinants of Motivating Muslims to Become Entrepreneurs in Malaysia. *Ulūm Islāmiyyah Journal*, 197(1021), 1-21.
- Mohamad, R. & Othman, N. (2018). Korelasi Efikasi Kendiri Keusahawanan dan Kecenderungan Keusahawanan Pelajar Pra-universiti. *Akademika*, 88(2), 59-69.
- Mohd Amirul, R. (2021). *Kebolehpasaran Graduan: Cabaran Fasa Pemulihan Krisis*. Khazanah Research Institute. https://www.krinstitute.org/Views-@-Kebolehpasaran_Graduan-;_Cabaran_dan_fasa_pemulihan_krisis.aspx

- Mugiono, M., Prajanti, S. D. W. & Wahyono, W. (2021). The Effect of Digital Literacy and Entrepreneurship Education Towards Online Entrepreneurship Intention through Online Business Learning and Creativity at Marketing Department in Batang Regency. *Journal of Economic Education*, 10(1), 21-27.
- Muhammad, N. & Abu, M. H. (2016). Faktor yang Mendorong Kejayaan Usahawan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) Mara di Daerah Melaka Tengah. *Jurnal Inovasi Perniagaan*, 1(2), 31-44.
- Muhamad, N., Fauzan, W. N. S. W. M., & Zainon, R. (2018). Kesiediaan Golongan Belia dalam Bidang Perniagaan atas Talian di Pantai Dalam, Kuala Lumpur, *Journal of Business Innovation*, 3(2), 52-60.
- Mutalib, S. (2013). Tinjauan Kecenderungan Keusahawanan dalam Kalangan Pelajar di Institusi Pengajian Tinggi Awam. *Journal of Techno-Social*, 5(1), 38-50.
- Noor Hafizah, H. & Rosnaimah, M. Y. (2017). Tahap Literasi Keusahawanan Digital dalam Kalangan Pelajar yang Mengikuti Kursus DPB5063 Pembangunan Keusahawanan Digital.
- Nor, N. M., Shukri, N. M., Yassin, N. Q. A. M., Sidek, S. & Azahari, N. (2019). Barriers and Enablers to Make Lifestyle Changes Among Type 2 Diabetes Patients: A Review. *Sains Malaysiana*, 48(7), 1491-1502.
- Ramli, N. J. & Seman, N. A. A. (2020). Kajian Mengenai Niat Keusahawanan Mengikut Teori Tingkah Laku Terancang. *Research in Management of Technology and Business*, 1(1), 984-998.
- Rani, U. & Padmalosani. (2019). Impact of Social Media on Youth. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8(11S), 786-787.
- Rashid, S. M. R. A. & Hassan, F. (2020). Amalan dan Penglibatan Peniaga Kecil melalui Perniagaan Digital Semasa Pandemik COVID-19 di Malaysia. *Geografi*, 8(2), 1-20.
- Romli, R., Mat, N. & Naul, F. (2013, December). *Faktor Kebergunaan dan Kemudahan terhadap Niat Penggunaan E-Dagang di Kalangan Industri Kecil dan Sederhana di Sabah* [Conference session]. Business Management Research 2013, Universiti Utara Malaysia, Sintok.
- Seun, A. O., Kalsom, A. W., Bilkis, A., & Raheem, A. I. (2017). What Motivates Youth Entrepreneurship? Born or Made. *Pertanika Journal Social Science & Humanities*, 25(3), 1419-1448.
- Swann, Jr. W. B., Chang-Schneider, C. & Larsen McClarty, K. (2007). Do People's Self-Views Matter? Self-Concept and Self-Esteem in Everyday Life. *American Psychologist*, 62(2), 84-94.
- Te, T. S., Arnida & Abdullah, M. A. (2019). Pengaruh Faktor Terpilih terhadap Aspirasi Kerjaya Keusahawanan dalam Kalangan Pelajar Kolej Komuniti. *Akademika*, 89(3), 41-52.
- Vejayaratnam, N., Paramasivam, T. & Mustakim, S. S. (2019). Digital Entrepreneurial Intention among Private Technical and Vocational Education (TVET) Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(12), 110-120.
- Von Arnim, L. & Mrozewski, M. (2020). Entrepreneurship in an Increasingly Digital and Global World. Evaluating the Role of Digital Capabilities on International Entrepreneurial Intention. *Sustainability*, 12(9), 7984.
- Westerman, D., Spence, P. R. & Van Der Heide, B. (2013). Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(2), 171-183.

- Wright, C. & Bayless, M. L. (2016). Trends: A Research Update of Business Communication Face-To-Face Online Courses. *Federation of Business Disciplines Journal*, 4, 22-30.
- Yogeswaran Vadivelu. (2014). *Pengaruh Gaya Kepimpinan, Kompetensi Pengurusan dan Orientasi Keusahawanan Terhadap Prestasi PKS Usahawan India Di Malaysia* [Doctoral dissertation].
- Younis, H., Katsioloudes, M. & Al Bakri. A. (2020). Digital Entrepreneurship Intentions of Qatar University Student Motivational Factors Identification. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*, 10(1), 56-74.