

## **Kecenderungan Penglibatan Gen-Y dalam Perniagaan Secara Atas Talian**

AMY AMIRA MOHAMMAD AZMI  
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor  
amirajack96@gmail.com

SAFURA AHMAD SABRI  
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor  
safura@kuis.edu.my

MOHAMMED RIZKI MOI  
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor  
rizki@kuis.edu.my

### **ABSTRAK**

Kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengenalpasti faktor-faktor yang menyumbang kepada kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian. Seramai 377 responden telah dipilih dalam kalangan generasi Y yang merupakan pelajar di sebuah IPTA di Selangor. Objektif kajian adalah untuk menentukan hubungan di antara pendidikan dan pengetahuan perniagaan, kos yang efektif, literasi ICT dan kemudahan internet dengan kecenderungan penglibatan generasi Y dalam perniagaan secara atas talian. Data yang diperoleh melalui borang kaji selidik dianalisis dengan menjalankan analisis deskriptif dan Korelasi Pearson. Keputusan analisis Korelasi Pearson menunjukkan terdapat hubungan signifikan di antara keempat-empat pemboleh ubah tidak bersandar iaitu pendidikan dan pengetahuan, kos yang efektif, literasi ICT dan kemudahan internet dengan pemboleh ubah bersandar iaitu kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian.

*Kata Kunci: Perniagaan atas Talian, Pendidikan dan Pengetahuan, Kos, Literasi ICT, Kemudahan Internet.*

### **PENDAHULUAN**

Perniagaan secara atas talian pada masa kini menunjukkan perkembangan yang memberangsangkan dari semasa ke semasa. Pada hari ini, aktiviti jual beli pelbagai barangan fizikal melalui internet telah menjadi satu gaya hidup yang biasa oleh pengguna internet di seluruh dunia. Pelbagai laman sesawang telah diwujudkan untuk memudahkan proses jual beli secara atas talian. Perniagaan secara atas talian ini dikatakan mendatangkan lebih banyak manfaat kepada pengguna seperti mudah, pantas dan menjimatkan kos, di mana pengguna tidak perlu mengeluarkan kos tambahan seperti bayaran petrol, parkir kereta dan tidak perlu beratur bagi mendapatkan barangan yang diinginkan (Nor Syahilia & Faizatul Hafilah, 2016). Selain itu, ia juga sebenarnya turut memberi banyak kelebihan kepada penjual, di mana perniagaan secara atas talian dapat mengurangkan banyak kos operasi seperti sewaan premis serta bayaran utiliti disamping ia dapat menembusi pasaran global dengan lebih pantas.

Pengerusi Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM), Datuk Seri Dr Halim Shafie menyatakan bahawa firma penyelidikan Frost and Sullivan telah menganggarkan sebanyak 6.1% daripada jualan runcit di Malaysia menjelang tahun 2020 adalah datangnya daripada sistem perniagaan atas talian. Firma ini juga meramalkan jualan runcit secara atas talian akan mengalami pertumbuhan 7 kali ganda dari RM2.7 bilion dalam tahun 2013 kepada RM22.6 bilion pada tahun 2020 (The Star, 2015). Justeru, untuk menghadapi cabaran di era globalisasi, Malaysia perlu mempunyai usahawan yang berketerampilan dalam pelbagai disiplin seperti kemahiran ICT dan berfikiran secara saintifik, kritikal, inovatif dan kreatif. Ini adalah sejajar dengan matlamat kerajaan yang sangat mengambil berat tentang perkembangan dunia keusahawanan yang berteraskan teknologi (Mohd Hassan, 2007).

Selain itu, penglibatan masyarakat untuk bekerja dalam bidang keusahawanan dilihat dapat menjana pertumbuhan ekonomi negara serta mewujudkan peluang pekerjaan yang seterusnya akan mampu membantu mengurangkan kadar pengangguran di sesebuah negara (Muhamad Fadir, 2012). Oleh itu, banyak negara telah memperhebatkan usaha mereka dalam mempromosikan dan memperkenalkan aktiviti keusahawanan terutamanya kepada golongan muda, termasuklah di Malaysia sendiri. Kerajaan telah melancarkan Skim 1 Pelajar 1 Perniagaan yang memberikan pendaftaran perniagaan secara percuma (Bernama, 2017). Inisiatif ini dibuat bertujuan untuk menggalakkan dan memberi kesedaran kepada golongan muda terutamanya dalam kalangan para pelajar yang berkecimpung dalam bidang keusahawanan untuk mendaftarkan perniagaan mereka secara sah di sisi undang-undang. Selain itu, menerusi inisiatif ini ianya merupakan tanggungjawab sosial korporat (CSR) SSM dalam membantu para pelajar untuk menjadikan perniagaan sebagai pilihan kerjaya mereka pada masa hadapan.

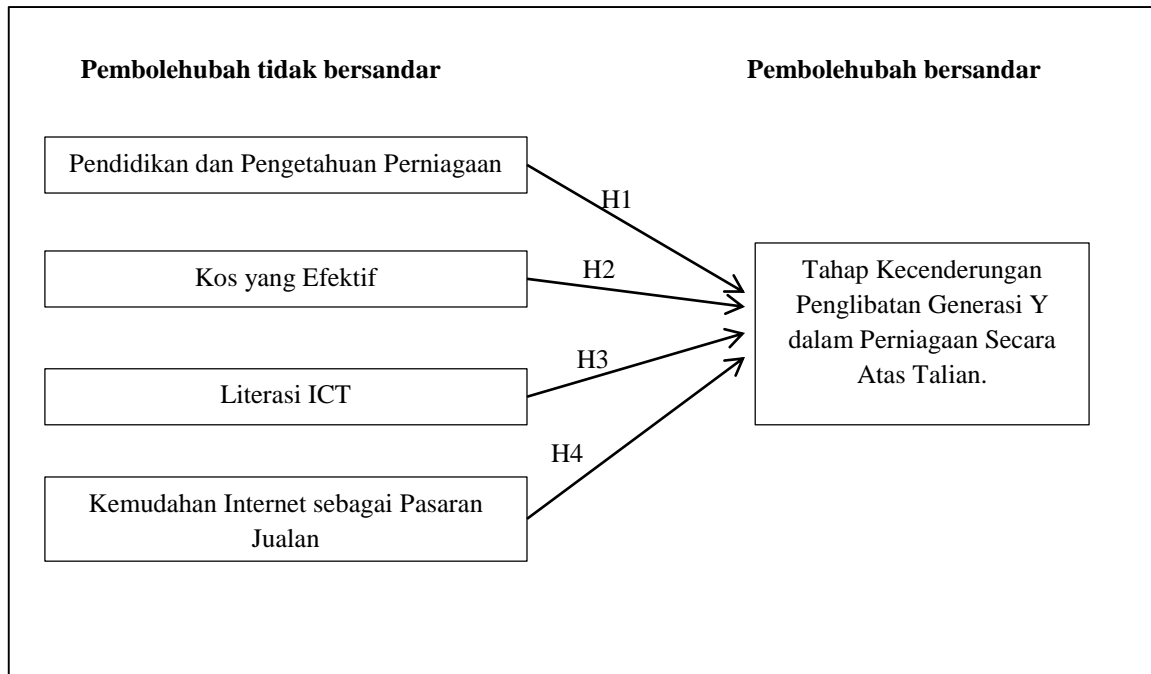
Walaubagaimanapun, lazimnya wujud kekangan bagi pelajar dalam menjadi usahawan. Antaranya adalah kekangan daripada aspek kos dan masa, keperluan kebergantungan dengan sumber manusia serta proses penyediaan premis. Namun begitu, keadaan ini dapat diatasi oleh pelajar yang majoritinya pada hari ini merupakan generasi Y celik IT dengan menjalankan perniagaan secara atas talian. Mereka boleh memulakan perniagaan tanpa perlu menyediakan premis, menggaji pekerja dan tidak melibatkan kos yang tinggi di mana generasi Y ini bebas menentukan saiz perniagaan mengikut keupayaan mereka sendiri. Kepelbagaian jenis perniagaan yang dapat dijalankan melalui internet sebenarnya telah membuka peluang yang amat luas kepada sesiapa sahaja yang ingin menceburkan diri dalam perniagaan atas talian sama ada secara sambilan atau sepenuh masa. Oleh itu, kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengenalpasti faktor-faktor yang menyumbang kepada kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian. Secara khususnya, kajian ini dijalankan bertujuan untuk menentukan hubungan antara (i) pendidikan dan pengetahuan perniagaan (ii) kos yang efektif (iii) literasi ICT dan (iv) kemudahan internet sebagai pasaran jualan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian.

## **Kerangka Kajian**

Dalam kajian ini, pemilihan pembolehubah-pembolehubah dibuat berdasarkan kajian-kajian lepas yang berkaitan. Berdasarkan kerangka kajian dalam Rajah 1, terdapat dua jenis pembolehubah yang digunakan dalam kajian ini iaitu pembolehubah tidak bersandar dan pembolehubah bersandar. Pembolehubah tidak bersandar terdiri daripada (i) pendidikan dan pengetahuan perniagaan (ii) kos yang efektif (iii) literasi ICT dan (iv) kemudahan internet sebagai pasaran jualan. Manakala pembolehubah bersandar adalah tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian. Justeru, kajian ini

mengkaji hubungan antara (i) pendidikan dan pengetahuan perniagaan (ii) kos yang efektif (iii) literasi ICT dan (iv) kemudahan internet sebagai pasaran jualan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian.

**Rajah 1: Kerangka Kajian**



## KAJIAN LEPAS

### Perniagaan Atas Talian

Perniagaan atas talian merupakan urusan jual beli yang dilaksanakan menggunakan medium internet tanpa perlu mewujudkan premis secara fizikal. Suatu ketika dahulu, masalah kos dan masa dilihat sering membataskan aktiviti perdagangan. Namun pada hari ini, kos seperti pengangkutan, penyelenggaraan dan pengiklanan dapat dikurangkan dengan kemunculan dan penggunaan perniagaan atas talian secara meluas. Perbezaan zon waktu juga tidak lagi membawa masalah untuk berurusan dalam sesebuah perniagaan apabila ianya dilaksanakan secara atas talian. Justeru, dengan perkembangan ini maka timbul satu konsep perniagaan baru yang telah meluas digunakan iaitu E-Dagang atau lebih mudah dikenali sebagai perniagaan atas talian (Norazila et al., 2016). Perniagaan atas talian adalah sangat rancak di zaman internet ini dan membuka peluang kepada orang ramai untuk menjalankan perniagaan secara atas talian ini. Banyak cara yang boleh dilakukan untuk menjana pendapatan sampingan atau sepenuh masa dengan mudah melalui internet (Syukri Ibrahim, 2016).

Di Malaysia sendiri, telah lahir ramai jutawan-jutawan muda yang berusia dalam lingkungan 20-an kerana menjalankan perniagaan secara atas talian. Golongan ini kebiasaannya lebih berminat untuk menggunakan sesebuah teknologi yang baharu berbanding dengan golongan pada peringkat umur yang lain (Tengku Siti Aisha et al., 2008). Generasi Y adalah generasi pertama yang menghabiskan seluruh hidup mereka dalam persekitaran digital. Teknologi maklumat memberi kesan yang mendalam terhadap hidup dan kerjaya mereka (Bennett et al., 2008; Wesner & Miller, 2008). Generasi Y adalah ICT *savvy*

dan mempunyai tahap literasi teknologi yang tinggi di mana penggunaan Internet adalah suatu yang kritikal dalam kehidupan mereka (Shank, 2008).

### **Pendidikan dan Pengetahuan Perniagaan**

Usahawan tidak lahir secara semula jadi dan ia juga tidak boleh diwarisi kerana ia tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor genetik (Ab. Aziz & Zakaria, 2001). Namun begitu keusahawanan boleh dibentuk sejak usia muda melalui sistem pendidikan dan sokongan keluarga. Pendidikan keusahawanan berperanan untuk mengenal pasti dan membentuk serta mempengaruhi individu yang mempunyai potensi atau ciri-ciri keusahawanan untuk menjadi usahawan (Sarebah et al., 2010). Pendidikan dan pengetahuan dalam bidang keusahawanan merupakan satu bidang ilmu yang membolehkan seseorang usahawan itu mampu menguruskan organisasinya dengan baik. Pendidikan dan pengetahuan ini meliputi pengurusan organisasi, pengurusan perniagaan, pengurusan kewangan dan sebagainya seperti mana yang dijelaskan oleh Barjoyai Bardai (2000).

### **Kos yang Efektif**

Perniagaan atas talian amat popular dan digemari oleh masyarakat pada masa kini disebabkan kosnya yang efektif. Kaedah perniagaan ini mudah dilakukan dan dijalankan dengan modal yang rendah. Peniaga tidak perlu mengupah pekerja untuk menguruskan perniagaan ini sebaliknya mereka dapat menguruskan sendiri perniagaan yang dimiliki. Kos untuk memulakan sesebuah perniagaan konvensional biasanya lebih tinggi tetapi kos sewa kedai, ubah suai bangunan, upah pekerja dan lain-lain dapat dikurangkan dengan menjalankan perniagaan dalam talian (Rohaizan Abdullah, 2016). Perniagaan atas talian ini juga berisiko rendah berbanding dengan perniagaan biasa, di mana peniaga tidak perlu mengeluarkan wang yang lebih untuk membeli atau menyewa aset seperti bangunan, peralatan dan kelengkapan lain (Akmal Haqim, 2017).

### **Literasi ICT**

Literasi ICT merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang dalam hal yang meliputi kemampuan teknik (*technical literacy*) dan kemampuan informasi (*information literacy*) dalam kaitan keperluannya untuk melakukan aktiviti komunikasi dan informasi melalui medium komputer (Hasyim Ali, 2010). Namun, literasi ICT bukan sahaja meliputi kemahiran seseorang itu menggunakan komputer, bahkan ia juga meliputi kemahiran menggunakan alat-alat teknologi yang lain seperti kamera digital, video, pengimbas dan sebagainya. Seseorang dengan literasi ICT yang tinggi juga mesti mempunyai pengetahuan berkaitan ICT dan juga sikap yang positif terhadap ICT (Asnuurien, Munirah dan Siti, 2009). Dalam dunia perniagaan, penggunaan ICT dapat membantu untuk menyampaikan maklumat perniagaan kepada pihak yang berkenaan seperti pelanggan dengan pantas. Teknologi baru ICT telah memberi manfaat kepada para pengguna malah memberikan kemudahan dan kebaikan kepada syarikat. Dalam era ICT, penggunaan komputer tidak seharusnya dihadkan kepada membuat operasi biasa atau asas sahaja seperti menyimpan akaun atau menguruskan kewangan, malah ia harus digunakan lebih daripada itu. ICT perlu dieksploitasikan penggunaannya dalam cabang perniagaan.

## **Kemudahan Internet sebagai Pasaran Jualan**

Dengan adanya internet, peniaga dapat meluaskan perniagaan mereka dari pasaran tempatan ke pasaran nasional dan global. Peniaga secara atas talian boleh membuat promosi produk jualan mereka dengan mudah dan pantas iaitu mengiklankan setiap produk menggunakan kemudahan internet. Justeru, kemajuan internet ini dilihat banyak meningkatkan daya saing dalam aktiviti perniagaan dan ekonomi di seluruh dunia. Bagi kebanyakan generasi Y khususnya pelajar pula, mereka didapati kerap melayari internet di kolej kediaman masing-masing disebabkan kemudahan perkhidmatan akses Internet yang laju yang disediakan di tempat berkenaan (Norazila et al., 2016). Ini sebenarnya membuka ruang dan peluang seluas-luasnya kepada mereka untuk menceburkan diri dalam dunia perniagaan secara atas talian.

## **Hipotesis Kajian**

Berdasarkan kajian-kajian lepas yang telah dibincangkan, maka terdapat empat hipotesis kajian telah dibentuk untuk diuji iaitu:

1. H1: Terdapat hubungan yang signifikan di antara pendidikan dan pengetahuan perniagaan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian.
2. H2: Terdapat hubungan yang signifikan di antara kos yang efektif dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian.
3. H3: Terdapat hubungan yang signifikan di antara literasi ICT dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian.
4. H4: Terdapat hubungan yang signifikan di antara kemudahan internet sebagai pasaran jualan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian.

## **METODOLOGI KAJIAN**

Kajian ini merupakan kajian deskriptif di mana ia menerangkan hubungan di antara pendidikan dan pengetahuan perniagaan, kos yang efektif, literasi ICT dan kemudahan internet sebagai pasaran jualan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian, dengan menggunakan data yang diperolehi daripada borang soal selidik. Populasi kajian ialah seramai 17,513 orang pelajar di sebuah IPTA di Selangor yang mewakili generasi Y. Mengikut jadual Krejcie dan Morgan (1970) sampel yang dicadangkan bagi jumlah populasi tersebut adalah seramai 377 orang. Justeru dengan menggunakan persampelan mudah, sejumlah 377 set borang soal selidik telah diedarkan.

Borang soal selidik yang digunakan terdiri daripada 2 bahagian. Bahagian A mengandungi soalan berkaitan demografi responden. Bahagian B pula terdiri daripada beberapa pecahan kumpulan soalan yang mewakili faktor-faktor yang menyumbang kepada kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian, iaitu faktor pendidikan dan pengetahuan perniagaan, kos yang efektif, literasi ICT dan kemudahan internet sebagai pasaran jualan. Kesemua item borang soal selidik adalah diambil daripada kajian lepas.

Kajian rintis telah dilakukan ke atas 30 orang responden yang bertujuan untuk mengenal pasti kelemahan instrumen kajian dan tatacara kajian (Fraenkel dan Wallen, 2009), serta bagi mengetahui tahap kesahan dan kebolehpercayaan borang soal selidik dalam mengukur pembolehubah kajian secara konsisten setiap kali ia digunakan pada masa, tempat

dan sampel yang berlainan (Mohd Salleh dan Zaidatun, 2001). Hasil analisis dalam Jadual 1 menunjukkan nilai indeks kebolehpercayaan bagi setiap pembolehubah adalah melebihi 0.60. Oleh itu, soal selidik dianggap baik serta boleh digunakan bagi mendapatkan data sebenar. Seterusnya, bagi menjawab kesemua objektif kajian, data yang diperolehi melalui borang soal selidik dianalisis menggunakan perisian SPSS dengan menjalankan Analisis Deskriptif dan Korelasi Pearson.

**Jadual 1: Nilai Indeks Kebolehpercayaan bagi Pembolehubah-pembolehubah Kajian**

|                                                                                            | Pembolehubah tidak bersandar | Pembolehubah bersandar |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------|
| Pendidikan dan pengetahuan perniagaan                                                      | $\alpha = 0.827$             |                        |
| Kos yang efektif                                                                           | $\alpha = 0.683$             |                        |
| Literasi ICT                                                                               | $\alpha = 0.786$             |                        |
| Kemudahan internet sebagai pasaran jualan                                                  | $\alpha = 0.611$             |                        |
| Tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian |                              | $\alpha = 0.753$       |

## DAPATAN DAN PERBINCANGAN KAJIAN

### Demografi Responden

Jadual 2 menunjukkan analisis latar belakang responden kajian. Berdasarkan jadual di bawah, majoriti responden adalah perempuan (70.8%), berumur di antara 23 hingga 26 tahun (54.6%) dan mempunyai tahap pendidikan tertinggi Ijazah Sarjana Muda (84.9%).

**Jadual 2: Analisis Latar Belakang Responden**

| Item                    | Kekerapan | Peratus (%) |
|-------------------------|-----------|-------------|
| <b>Jantina</b>          |           |             |
| Lelaki                  | 110       | 29.2        |
| Perempuan               | 267       | 70.8        |
| <b>Umur</b>             |           |             |
| 19 – 22                 | 163       | 43.2        |
| 23 – 26                 | 206       | 54.6        |
| 27 – 30                 | 8         | 2.1         |
| <b>Tahap Pendidikan</b> |           |             |
| Asasi                   | 16        | 4.2         |
| Ijazah Sarjana Muda     | 320       | 84.9        |
| Ijazah Sarjana          | 41        | 10.9        |

### Dapatan Korelasi Pearson

Analisis korelasi Pearson dijalankan bagi mengukur kekuatan hubungan antara pembolehubah-pembolehubah tidak bersandar dengan pembolehubah bersandar. Tiga jenis

hubungan yang mungkin wujud antara pembolehubah-pembolehubah ialah korelasi positif, korelasi negatif atau tiada korelasi (Fah & Hoon, 2009).

Jadual 3 di bawah menunjukkan nilai korelasi bagi setiap pembolehubah tidak bersandar (pendidikan dan pengetahuan perniagaan, kos yang efektif, literasi ICT dan kemudahan internet sebagai pasaran jualan) terhadap pembolehubah bersandar (tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian). Hasil analisis Korelasi Pearson menunjukkan nilai signifikan yang kurang daripada  $\alpha=0.05$ , iaitu 0.000 bagi keempat-empat pembolehubah yang dikaji. Oleh itu, kesemua hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Dapatan ini menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan di antara pendidikan dan pengetahuan perniagaan, kos yang efektif, literasi ICT dan kemudahan internet sebagai pasaran jualan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian.

**Jadual 3: Korelasi Pearson**

|                                                                                                   |                         | <b>Pendidikan dan pengetahuan perniagaan</b> | <b>Kos yang efektif</b> | <b>Literasi ICT</b> | <b>Kemudahan internet sebagai pasaran jualan</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------------|-------------------------|---------------------|--------------------------------------------------|
| <b>Tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian</b> | <b>Korelasi Pearson</b> | 0.384**                                      | 1.000**                 | 0.489**             | 0.603**                                          |
|                                                                                                   | <b>Sig. (2-tailed)</b>  | 0.000                                        | 0.000                   | 0.000               | 0.000                                            |
|                                                                                                   | <b>N</b>                | 377                                          | 377                     | 377                 | 377                                              |

\*\* korelasi adalah signifikan pada tahap 0.01 (2-tailed)

Bagi pembolehubah tidak bersandar yang pertama, dapatan kajian menunjukkan terdapat hubungan positif yang lemah ( $r = 0.384$ ,  $p = 0.000$ ) di antara pendidikan dan pengetahuan perniagaan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian. Hasil kajian ini menerima hipotesis pertama iaitu H1, terdapat hubungan yang signifikan di antara pendidikan dan pengetahuan perniagaan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian. Dapatan ini adalah sejajar dengan Sarebah et al. (2010) yang menyatakan bahawa pendidikan keusahawanan berperanan untuk mengenal pasti dan membentuk serta mempengaruhi individu yang mempunyai potensi atau ciri-ciri keusahawanan untuk menjadi usahawan.

Pembolehubah tidak bersandar yang kedua pula menunjukkan terdapat hubungan positif yang sangat tinggi ( $r = 1.000$ ,  $p = 0.000$ ) di antara kos yang efektif dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian. Hasil kajian ini menerima hipotesis kedua iaitu H2, terdapat hubungan yang signifikan di antara kos yang efektif dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian. Dapatan ini disokong oleh Rohaizan Abdullah (2016) dan Akmal Haqim (2017) yang bersetuju bahawa banyak kos operasi perniagaan konvensional dapat dikurangkan melalui perniagaan secara atas talian seperti kos sewa kedai, ubah suai bangunan, upah pekerja dan lain-lain.

Sementara itu, pembolehubah tidak bersandar yang ketiga turut menunjukkan wujudnya hubungan positif yang lemah ( $r = 0.489$ ,  $p = 0.000$ ) di antara literasi ICT dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian. Hasil kajian ini menerima hipotesis ketiga iaitu H3, terdapat hubungan yang signifikan di antara literasi ICT dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian.

Akhir sekali, pembolehubah tidak bersandar yang keempat juga menunjukkan terdapat hubungan positif yang sederhana ( $r = 0.603$ ,  $p = 0.000$ ) di antara kemudahan internet sebagai pasaran jualan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian. Hasil kajian ini menerima hipotesis keempat iaitu H4, terdapat hubungan yang signifikan di antara kemudahan internet sebagai pasaran jualan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian. Ini sejajar dengan Hazlan (2011) yang menegaskan bahawa pasaran bagi perniagaan internet dapat dijalankan secara luas di serata dunia memandangkan peniaga secara atas talian boleh membuat promosi produk jualan mereka dengan mudah dan pantas. Jadual 4 menunjukkan rumusan keseluruhan keputusan hipotesis kajian.

**Jadual 4: Keputusan Hipotesis**

| Hipotesis | Butiran                                                                                                                                                                                      | Keputusan |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| H1        | H1: Terdapat hubungan yang signifikan di antara pendidikan dan pengetahuan perniagaan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian.     | Diterima  |
| H2        | H2: Terdapat hubungan yang signifikan di antara kos yang efektif dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian.                          | Diterima  |
| H3        | H3: Terdapat hubungan yang signifikan di antara literasi ICT dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian.                              | Diterima  |
| H4        | H4: Terdapat hubungan yang signifikan di antara kemudahan internet sebagai pasaran jualan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian. | Diterima  |

## KESIMPULAN

Kesimpulannya, terdapat hubungan positif yang signifikan di antara keempat-empat faktor iaitu pendidikan dan pengetahuan perniagaan, kos yang efektif, literasi ICT dan kemudahan internet sebagai pasaran jualan dengan tahap kecenderungan penglibatan generasi Y dalam menjalankan perniagaan secara atas talian. Walaubagaimanapun, hanya terdapat satu faktor yang menunjukkan kekuatan hubungan yang sangat tinggi dan sempurna iaitu kos yang efektif. Ini menunjukkan bahawa tarikan utama bagi menceburi perniagaan secara atas talian dalam kalangan generasi Y adalah terletak pada kos yang efektif, di mana banyak kos operasi dapat dikurangkan melalui perniagaan secara atas talian ini. Hal ini menjadikan perniagaan



secara atas talian ini mampu diceburi oleh sesiapa pun, hatta pelajar sekalipun tanpa perlu menyediakan belanja atau kos yang tinggi.

## **RUJUKAN**

- Ab. Aziz Yusof dan Zakaria. (2001). *Prinsip Keusahawanan: Satu Penilaian*. Edisi Kedua. Pearson Prentice Hall.
- Akmal Haqim. (2017). E-Dagang. Retrived Januari 13, 2018, from <https://www.academia.edu/29731360/E-dagang>
- Asnuurien, Munirah & Siti Noor. (2009). *Penggunaan ICT Dalam Pengajaran dan Pembelajaran: Satu Kajian di Jabatan Am, Politeknik Merlimau, Melaka*.
- Barjoyai Bardai. (2000). *Keusahawanan dan Perniagaan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Fah, L.Y. & Hoon, K.C. (2009). *Pengenalan Kepada Analisis Data Komputer Dengan SPSS 16.0 Untuk Windows*. Selangor: Venton Publishing (M) Sdn Bhd.
- Fraenkel, J.R. & Wallen, N.E. (2009). *How To Design And Evaluate Research In Education (7th Ed)*. New York. Mcgraw-Hill.
- Hasyim Ali Imran. (2010). Literasi Teknologi Informasi dan Komunikasi Masyarakat Pedesaan.
- Hazlan. (2011). Kelebihan Menggunakan Pemasaran melalui Internet. Retrieved Disember 27, 2017, from <http://hairilazlan.com/2011/01/06/kelebihan-menggunakan-pemasaran-melalui-internet/>
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities*. Educational and Psychological Measurement.
- Mohd. Hassan Mohd. Osman. (2007). Faktor-faktor yang telah Mendorong Graduan dan Alumni Universiti Teknologi Malaysia Menceburi Bidang Keusahawanan. *Vot Penyelidikan: 75004*. Universiti Teknologi Malaysia.
- Mohd Saleh Abu & Zaidatun Tasir. (2001). *Pengenalan Analisis Data Berkomputer SPSS 10.0 for Window*. Kuala Lumpur: Venton Publishing.
- Muhamad Fadir Ibrahim. (2012). *Cabaran Golongan Belia Menceburi Keusahawanan: Kajian Kes: Parit Raja, Batu Pahat, Johor*. Thesis Ijazah Sarjana Pendidikan Teknikal dan Vokasional. Universiti Tun Hussein Onn Malaysia.
- Norazila Mat, Nurmaizura Marzuki, Jamsari Alias & Nur Atiqah Abdullah. (2016). Penglibatan Mahasiswa Dalam E-Dagang: Kajian Kes di UKM. *Jurnal Personalial Pelajar 19(2): 59-69*.
- Nor Syahilia Aris & Faizatul Hafilah Abdul Halim. (2016). Persepsi Pengguna Terhadap Pembelian Secara Atas Talian. *Journal on Technical and Vocational Education*. Volume 1, No.2, pg 64-75.
- Rohaizan Abdullah. (2016). Kelebihan Perniagaan dalam Talian. Retrieved Januari 13, 2018, from <http://www.utusan.com.my/rencana/forum/kelebihan-perniagaan-dalam-talian-1.399616>
- Sarebah Warman, Rohayu Roddin, Ahmad Esa, Halizah Awang, Maziana Mohamed & Azmanirah Ab. Rahman. (2010). Penerapan Kemahiran Keusahawanan dalam Kalangan Pelajar di Politeknik. *Persidangan Kebangsaan Pendidikan Kejuruteraan dan Keusahawanan*. 25-26 September 2010.
- Shank, P. (2008). *Web 2.0 and Beyond: The Changing Needs of Learners, New Tools and Ways to Learn*. Dalam Saul Carliner & Patti Shank (editor), *The e-learning Handbook: Past Promises and Present Challenges*. Sans Francisco: Pfeiffer, pp.241- 278.

Syukri Ibrahim. (2016). Niaga dalam Talian Tambah Pendapatan. Retrived January 13, 2018.  
from <http://www.utusan.com.my/rencana/niaga-dalam-talian-tambah-pendapatan-1.332275>