

PENGLIBATAN PELAJAR DALAM E-NIAGA DAN KESAN TERHADAP PRESTASI PELAJAR

STUDENT INVOLVEMENT IN E-BUSINESS AND THE IMPACT ON STUDENT PERFORMANCE

Noorhasimah Binti Kassim, K.B, P.A¹
Dorah Binti Mohamed Darul²

¹ Jabatan Pengajian Am, Politeknik Kota Kinabalu (PKK), Sabah (Email: rhassika@gmail.com)

² Jabatan Pengajian Am, Politeknik Kota Kinabalu (PKK), Sabah (Email: dorahpkk@gmail.com)

Article history

Received date : 1-3-2022
Revised date : 2-3-2022
Accepted date : 9-3-2022
Published date : 13-4-2022

To cite this document:

Noorhasimah & Dorah (2022). Penglibatan Pelajar Dalam E-Niaga dan Kesan Terhadap Prestasi Pelajar. *International Journal of Modern Trends in Business Research (IJMTBR)*, 5 (19), 1 - 7.

Abstrak: Inovasi dalam teknologi dan komunikasi telah membolehkan perniagaan beroperasi secara global tidak seperti sebelum ini. Pada masa lalu, komunikasi boleh mengambil masa berhari-hari jika tidak berminggu-minggu. Kini semua transaksi perniagaan boleh berlaku dalam beberapa minit sahaja. E-perniagaan atau e-niaga, juga dikenali sebagai e-dagang merujuk kepada menjalankan perniagaan melalui internet. Kelebihan perniagaan sebegini adalah banyak dan berkembang setiap hari. Umumnya untuk menjalankan e-perniagaan adalah tidak sukar berbanding dengan perniagaan tradisional dan tanpa premis. Oleh yang demikian, kajian ini dijalankan untuk menilai sama ada wujud penglibatan pelajar dalam e-niaga dan juga untuk menentukan pengaruh penglibatan pelajar dalam prestasi pelajar. Sampel kajian adalah dalam kalangan pelajar Politeknik Kota Kinabalu (PKK), Sabah. Data diperoleh dengan menggunakan soal selidik dan data akan dianalisis secara deskriptif dan regresi linear. Hasil kajian mendapati tahap penglibatan pelajar PKK dalam e-niaga adalah masih rendah. Justeru, sokongan dan bimbingan institusi terutama sekali Politeknik perlu bagi memberi pendedahan dalam kalangan pelajar tentang e-niaga. Pada masa kini e-niaga telah membantu banyak orang menambah pendapatan dan menjadikannya sebagai kerjaya.

Kata Kunci: e-Niaga, Kerjaya, Prestasi Pelajar

Abstract: Innovations in technology and communications have enabled businesses to operate globally like never before. In the past, communication could take few days or even a week. Now all business transactions can be done just in a few minutes. E-business or also known as e-commerce is referring to conducting a business by using the internet platform. There are many advantages of this type of business and it is keep growing every day. Generally, to run an e-business is not so difficult compared to traditional business a business without premises. Therefore, this study was conducted to assess whether there is a student involvement in e-commerce, and also to determine the influence of student involvement in e-commerce on student performance. The study sample is taken among students of Kota Kinabalu Polytechnic (PKK), Sabah. Data were obtained using a questionnaire and the data will be analyzed descriptively and linear regression by using a software. The results of the study found that the level of

involvement of PKK students in e-business is still low. Therefore, the support and guidance from institutions, especially the Polytechnic, is necessary to provide exposure among students about e-business. Nowadays the e-business has assisted many people to generate ancillary income and make it as a career.

Keywords: *e-Business, Career, Student Performance*

Pengenalan

Secara tradisinya, syarikat atau peniaga terpaksa bergantung pada agensi pengiklanan untuk mempromosikan jenama mereka dan mendidik orang ramai mengenainya. Kini terdapat banyak cara untuk mencurahkan wang kembali ke dalam perniagaan dan seseorang boleh mengawal cara produk mereka sendiri melalui platform e-niaga. E-perniagaan membolehkan pemilik mempunyai kuasa mereka dengan cara yang tidak dapat mereka lakukan sebelum ini (Dhawan, 2020; Spurk & Straub, 2020). Antara kelebihan e-niaga adalah orang ramai atau pembeli tidak perlu lagi menunggu kedai dibuka. Mereka boleh membeli-belah bila-bila masa mereka mahu dan mengatur penghantaran atau pengambilan (Shen, 2020). Jika orang ramai ingin merancang untuk sesuatu aktiviti, mereka tidak perlu menunggu tempat dan katerer dibuka kerana mereka boleh pergi ke tapak web pembekal (Bilgihan & Bujisic, 2015). Maklumat boleh diakses pada setiap masa dan pada masa lapang semua orang yang menjadikan pengalaman yang lebih menyenangkan secara keseluruhan untuk kedua-dua e-perniagaan dan pelanggan.

Dengan sedikit pengetahuan mengenai e-niaga, kebanyakan produk dan perkhidmatan yang tersedia secara tradisional boleh diurus dan dijual diinternet oleh peniaga sendiri tanpa melalui pihak ketiga. Kelebihan teknologi menjadikannya penjualan lebih seperti menjual barangan atau perkhidmatan, kedai runcit maya, pendidikan, perkhidmatan undang-undang, perkhidmatan perubatan menjadikan perniagaan tiada sempadan perniagaan yang boleh berkembang dalam pasaran e-dagang moden (Stewart & Matthews, 2001; Baek, Lee & Choo, 2019). Perniagaan sedia ada juga boleh berkembang menjadi e-perniagaan atau usahawan boleh memulakan e-perniagaan baharu dengan cepat dan lebih murah berbanding sebelum ini (Setiawan et al., 2018; Gao & Su, 2018). Berdasarkan kepada senario ini, dengan adanya internet dan telefon pintar ditangan ramai mahasiswa kemungkinan ada dalam kalangan mereka juga menjalankan e-niaga sepanjang menuntut pengajian. Justeru itu kajian ini dijalankan untuk:

- a) Menilai tahap penglibatan pelajar dalam e-niaga pelajar Politeknik Kota Kinabalu
- b) Menentukan pengaruh penglibatan pelajar dalam e-niaga dengan prestasi pelajar dalam kalangan Pelajar Politeknik Kota Kinabalu

Sorotan Kajian

Kemajuan teknologi internet dan telefon pintar telah membuka peluang kepada ramai orang untuk menceburkan e-niaga (Uslaner, 2004; Brown, 2011; Zulkarnain, Abdullah & Ridzuan, 2019). Banyak perniagaan kecil telah berkembang maju kerana teknologi pilihan telah diberikan. Membuka e-perniagaan bermakna mewujudkan kebebasan dari segi kebebasan lokasi, kebebasan untuk menentukan waktu anda bekerja dan kebebasan untuk mendorong syarikat seseorang ke tempat yang mereka mahukan dengan cara yang paling sesuai dengan gaya hidup, matlamat dan keperluan mereka. Disamping itu, pada masa kini orang ramai tidak membeli barangan hanya dengan cara tradisional tetapi ada cara baru iaitu perniagaan dalam talian. Perniagaan dalam talian memudahkan cara perniagaan pelanggan dan penjual dan membuka perniagaan dengan pelanggan dari seluruh dunia (Prout, 2010). Media sosial adalah

salah satu medium yang membolehkan orang ramai mengembangkan perniagaan mereka sendiri (Azahari & Mohamed Udin, 2017).

Kajian yang dijalankan oleh M.Hafiz et al. (2020) menunjukkan bahawa kebanyakan graduan yang terlibat dengan e-dagang adalah berumur antara 21-24 tahun. Golongan ini juga dikenali sebagai generasi milenial atau Gen Y. Mereka dibesarkan semasa ledakan era internet sekali gus menjadikan mereka akrab dengan teknologi internet berbanding kumpulan umur lain. Graduan wanita lebih cenderung menggunakan platform e-dagang berbanding lelaki yang mungkin disebabkan tabiat wanita lebih banyak membeli-belah berbanding lelaki. Inferens ini boleh disokong oleh jenis produk dan perkhidmatan yang dibeli yang dikenal pasti dalam penyelidikan ini. Tambahan pula, pelajar sepenuh masa cenderung menggunakan lebih banyak platform e-dagang berbanding pelajar separuh masa kerana kekangan masa untuk pelajar separuh masa.

Metodologi

Data kajian ini dikumpul melalui soal selidik daripada pelajar yang mengambil program diploma di Politeknik Kota Kinabalu, Sabah. Pencapaian muda. Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan soal selidik 5-skala Likert. Hasil daripada edaran soal selidik melalui *Google form*, seramai 134 pelajar telah memberikan maklum balas. Daripada jumlah tersebut sebanyak 28 sampel telah dikeluarkan kerana pelajar baru menduduki semester 1 dan belum mempunyai data HPNM. Data kajian akan dianalisis secara deskriptif untuk menilai tahap penglibatan pelajar dalam e-niaga dan analisis regresi linear untuk menentukan hubungan antara tahap penglibatan e-niaga terhadap prestasi pelajar yang diukur melalui HPNM. Penentuan tahap akan diukur berdasarkan nilai skor min adalah merujuk kepada kajian Dicky et al. (2019) iaitu 1.00– 1.99 (Lemah); 2.00– 2.99 (Rendah); 3.00– 3.99 (Sederhana); 4.00– 5.00 (Tinggi).

Jadual 1: Item Kajian

| Kod item | Item |
|--|---|
| Penglibatan pelajar dalam e-niaga | |
| K1 | Saya mempunyai minat dalam perniagaan dalam talian. |
| K2 | Sebab saya mula berniaga dalam talian kerana masalah kewangan. |
| K3 | Sebab saya mula berniaga dalam talian kerana latar belakang keluarga. |
| K4 | Sebab saya mula berniaga dalam talian sebab nak dapatkan pengalaman. |
| K5 | Perniagaan dalam talian boleh memberi saya pendapatan yang lebih baik. |
| K6 | Banyak masa saya gunakan untuk idea perniagaan dalam talian |
| K7 | Kerap menghadiri seminar dan bengkel untuk belajar berniaga dalam talian |
| K8 | Kerap belajar untuk membina rangkaian perniagaan dalam talian |
| K9 | Selalu berbincang dengan rakan berkenaan perniagaan dalam talian |
| K10 | Kerap membuat sebarang aktiviti perniagaan dalam talian sepanjang pengajian saya mempunyai minat dalam perniagaan dalam talian. |

Hasil Kajian

a) Demografi responden

Maklumat mengenai latar belakang responden adalah seperti ditunjukkan dalam Jadual 2. Responden terdiri daripada lima jabatan di PKK. Perkara yang perlu dijelaskan dalam data ini adalah majoriti responden membiayai perbelanjaan mereka bergantung kepada wang yang diberikan oleh ibu bapa mereka. Kemungkinan keadaan ini akan mendorong mereka untuk mencari pendapatan sampingan disebabkan latar belakang keluarga mereka. Bagi prestasi pelajar, majoriti adalah pada tahap yang baik kerana melebihi HPNM 3.00.

Jadual 2: Latar belakang responden

| | Item | n | % |
|---------------------|---------------------|-----|------|
| Jabatan | JKA | 28 | 26.4 |
| | JKE | 13 | 12.3 |
| | JKM | 18 | 17.0 |
| | JP | 45 | 42.5 |
| | JPH | 2 | 1.9 |
| Kediaman pelajar | Kolej kediaman | 4 | 3.8 |
| | Rumah keluarga | 102 | 96.2 |
| Tahun pengajian | 1 | 37 | 34.9 |
| | 2 | 30 | 28.3 |
| | 3 | 35 | 33.0 |
| | 4 | 4 | 3.8 |
| Sumber kewangan | Bekerja sendiri | 6 | 5.7 |
| | Biasiswa | 10 | 9.4 |
| | Ibu bapa | 68 | 64.2 |
| | Pinjaman pendidikan | 22 | 20.8 |
| Pendapatan ibu bapa | RM1,000 | 37 | 34.9 |
| | RM2,000 | 25 | 23.6 |
| | RM3,000 | 14 | 13.2 |
| | RM4,000 | 10 | 9.4 |
| | RM5,000 | 9 | 8.5 |
| | RM6,000 | 2 | 1.9 |
| | RM7,000 | 2 | 1.9 |
| | RM8,000 | 1 | .9 |
| | RM9,000 | 3 | 2.8 |
| | RM10,000 | 3 | 2.8 |
| HPNM | 2.00 - 2.99 | 3 | 2.8 |
| | 3.00 - 3.33 | 22 | 20.8 |
| | 3.43 - 3.67 | 42 | 39.6 |
| | 3.68 - 4.00 | 39 | 36.8 |

b) Tahap Penglibatan Pelajar Dalam E-niaga

Tahap penglibatan pelajar dalam e-niaga sepanjang perniagaan ditunjukkan dalam Jadual 3. Sebanyak 10 item dianalisis untuk mendapatkan skor min. Secara keseluruhannya, tahap penglibatan pelajar dalam e-niaga adalah pada tahap rendah. Ini menunjukkan pelajar tidak aktif dan tidak mengambil peluang dalam penggunaan telefon pintar dan internet yang kebetulan digunakan sepanjang pembelajaran dalam talian.

Jadual 3: Tahap Penglibatan Pelajar Dalam e-Niaga

| Kod item | Sisihan piawai | Skor min | Tahap |
|---------------|----------------|----------|---------------|
| K1 | 1.23 | 3.13 | Sederhana |
| K2 | 1.32 | 2.81 | Rendah |
| K3 | 1.27 | 2.70 | Rendah |
| K4 | 1.39 | 3.17 | Sederhana |
| K5 | 1.29 | 3.18 | Sederhana |
| K6 | 1.16 | 2.81 | Rendah |
| K7 | 1.15 | 2.30 | Rendah |
| K8 | 1.20 | 2.65 | Rendah |
| K9 | 1.13 | 2.56 | Rendah |
| K10 | 1.25 | 2.58 | Rendah |
| <i>Purata</i> | | 2.79 | <i>Rendah</i> |

c) Pengaruh Penglibatan Pelajar Dalam e-Niaga Prestasi Pelajar

Jadual 4: Ringkasan Analisis Regresi Linear

| Pemboleh ubah bebas | Pemboleh ubah bersandar | B | Std. Error | nilai-t | sig | Keputusan |
|-----------------------------------|-------------------------|-------|------------|---------|-------|------------|
| Penglibatan Pelajar Dalam E-Niaga | Prestasi Pelajar (HPNM) | 0.255 | 0.074 | 3.465 | 0.001 | Signifikan |

Berdasarkan kepada ringkasan hasil analisis yang ditunjukkan dalam Jadual 4, menunjukkan bahawa pemboleh ubah penglibatan pelajar dalam e-niaga secara positif mempengaruhi pemboleh ubah prestasi pelajar ($\beta = 0.255$, $p < 0,001$). Dapatan ini memberi gambaran bahawa apabila pelajar melibatkan diri dalam e-niaga, ianya tidak menjejaskan pembelajaran pelajar. Dari konsep kajian ini, majoriti responden adalah daripada kumpulan keluarga yang berpendapatan rendah. Menurut kajian Bennett, McCarty & Carter (2015), tekanan kewangan pelajar boleh menjejaskan prestasi akademik pelajar. Justeru usaha segelintir pelajar yang melibatkan diri dalam perniagaan dalam talian adalah boleh dianggap untuk menambah pendapatan untuk membiayai perbelanjaan sepanjang pengajian yang semakin meningkat.

Perbincangan dan Kesimpulan

Perniagaan dalam talian adalah cara baharu untuk menjual produk. Perniagaan dalam talian boleh memberi banyak kelebihan kepada ramai orang. Pertumbuhan perniagaan dalam talian di Malaysia berkembang pesat dan setiap orang termasuklah dari kumpulan pelajar harus merebut peluang untuk memulakan perniagaan dalam talian. Penglibatan Politeknik Kota Kinabalu,

Sabah dalam e-niaga masih di tahap rendah tetapi terdapat ramai di antara mereka yang berminat untuk memulakan perniagaan dalam talian. Dapatan ini juga mendedahkan bahawa penglibatan pelajar dalam e-niaga tidak memberi kesan buruk kepada prestasi akademik mereka. Sebenarnya terdapat banyak faktor yang boleh mendorong pelajar untuk memulakan perniagaan dalam talian. Kebanyakan mereka berminat untuk memulakan perniagaan dalam talian kerana untuk menimba pengalaman tentang keusahawanan. Faktor lain ialah latar belakang keluarga kerana ada antara mereka yang berasal daripada keluarga dengan ibu bapa mendorong mereka untuk memulakan perniagaan dalam talian. Faktor lain ialah masalah kewangan, masalah kewangan ialah faktor rendah

Pertumbuhan media sosial juga boleh memberi kelebihan kepada pelajar untuk perniagaan dalam talian kerana memberi cara mudah untuk mempromosikan produk seperti yang dibincangkan oleh Brogan (2010). Walaupun pelajar tidak mempunyai produk, namun banyak vendor dalam talian menawarkan kepada yang berminat seperti *dropship* dan sebagainya. Justeru pendedahan pelajar kepada media sosial perlu mengambil kesempatan untuk memulakan perniagaan dalam talian. Media sosial adalah medium promosi kos rendah tetapi sangat berkesan. Oleh itu perniagaan dalam talian adalah mudah dan boleh memberi banyak kelebihan kepada pelajar dengan media sosial sebagai medium promosi. Dengan demikian, para pelajar boleh berusaha untuk memulakan perniagaan dalam talian tanpa bimbang tentang bajet.

Rujukan

- Azahari, M., & Mohamed Udin, Z. (2017). Research students involvement in online business: Case of STML final year student.
- Baek, E., Lee, H. K., & Choo, H. J. (2019). Cross-border online shopping experiences of Chinese shoppers. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*
- Bilgihan, A., & Bujisic, M. (2015). The effect of website features in online relationship marketing: A case of online hotel booking. *Electronic commerce research and applications*, 14(4), 222-232.
- Brogan, C. (2010). *Social media 101: Tactics and tips to develop your business online*. John Wiley & Sons.
- Brown, B. C. (2011). *How to use the internet to advertise, promote, and market your business or web site: with little or no money*. Atlantic Publishing Company.
- Dhawan, S. (2020). Online learning: A panacea in the time of COVID-19 crisis. *Journal of educational technology systems*, 49(1), 5-22.
- Dicky, W., Salmy, E., & Hairunnizam, W. (2019). Self-Esteem Levels of the Indebted Lower-Income Group and the Role of Organizations in the Plantation Sector. Melayu: *Jurnal Antarabangsa Dunia Melayu*.
- Gao, F., & Su, X. (2018). Omnichannel service operations with online and offline self-order technologies. *Management Science*, 64(8), 3595-3608.
- M.Hafiz, Y., Mohammad, A., & Muhamad Anas, M. (2020). Involvement of Graduate Students in E-Commerce: A Case Study in Malaysian Universities. *International Journal of Engineering Trends and Technology (IJETT) – Editor's Issues – 2020*
- Prout, S. (2010). *The Power of Influence: The Easy Way to Make Money Online*. John Wiley & Sons.
- Setiawan, N., Tarigan, V. C. E., Sari, P. B., Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Siregar, I. (2018). Impact Of Cybercrime In E-Business And Trust. *Int. J. Civ. Eng. Technol*, 9(7), 652-656.
- Shen, Y., Ta, N., & Chai, Y. (2020). The Internet and the space-time flexibility of daily activities: A case study of Beijing, China. *Cities*, 97, 102493.

- Stewart, K., & Matthews, J. (2001). Online arbitration of cross-border, business to consumer disputes. *U. Miami L. Rev.*, 56, 1111.
- Uslaner, E. M. (2004). Trust, civic engagement, and the Internet. *Political Communication*, 21(2), 223-242.
- Zulkarnain, E. F., Abdullah, A. N. F. B., & Ridzuan, A. A. (2019). Tahap Pendigitalan Perniagaan Dalam Kalangan Usahawan PKS MARA di Melaka. *Politeknik & Kolej Komuniti Journal of Life Long Learning*, 3(1), 130-140.