

- Ong, S. (2010). Assessment profile of Malaysia: high-stakes external examinations dominate. *Assessment in Education: Principles, Policy & Practice*, 17 (1), 91 — 103.
- Rahimah, H.A. (1998). Educational development and reformation in Malaysia: past, present and future. *Journal of Educational Administration*, 36 (5) 462 – 475.
- Shaban, R. (2009). Book Review. *Australasian Emergency Nursing Journal*, 12 (2), 59—60.
- Sidek, R.Z.S. & Salleh, S.F.M. (2013). *Kesediaan Guru Sekolah Menengah Di Daerah Kota Bahru Dalam Melaksanakan Sistem Penilaian Prestasi Pelajar Berasaskan Sekolah*. Unpublished manuscript. Universiti Teknologi Malaysia. Johore, Malaysia.
- Simons, H. (2015). Interpret in context: Generalizing from the single case in evaluation. *Evaluation*, 21 (2), 173–188.
- United Kingdom Department of Education. Retrieved on September 3, 2015 from [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/297595/Primary\\_Accountability\\_and\\_Assessment\\_Consultation\\_Response.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/297595/Primary_Accountability_and_Assessment_Consultation_Response.pdf)
- Yin, R.K. (2013). Validity and generalization in future case study evaluation. *Evaluation* 19 (3), 321–32.

## Ekosistem Keusahawanan Digital Dalam Kalangan Pelajar Jabatan Perdagangan Politeknik

Maziharita Binti Mohamood, Suria Binti Md. Yusof & Siti Zaliha Binti Omar @ Othman

Jabatan Perdagangan  
Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah, Persiaran Usahawan, Seksyen U1,  
40150 Shah Alam, Selangor, Malaysia

maziharita@psa.edu.my, suria@psa.edu.my, zaliha\_omar@psa.edu.my

### Abstrak

Keusahawanan digital telah melalui fasa revolusi dalam atmosfera dunia perniagaan. Keusahawanan digital merupakan satu bentuk ekosistem keusahawanan di mana konsep keusahawanan dibincangkan dalam pelbagai aktiviti. Objektif utama kajian ini adalah untuk mengenalpasti tahap penerimaan pelajar terhadap kursus keusahawanan digital dan ciri-ciri usahawan digital yang ada dalam kalangan pelajar Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah. Kaedah kuantitatif telah digunakan dengan mengedarkan borong soal selidik kepada responden yang terdiri daripada pelajar-pelajar Semester 5 program Diploma Pengajian Perniagaan (DPM) dan Diploma Pemasaran (DPR) Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah. Data dianalisis menggunakan perisian SPSS bagi menghasilkan data deskriptif iaitu profil demografi dan perbandingan min. Dapatan kajian akan menjurus kepada penerimaan yang baik terhadap kursus keusahawanan digital dalam kalangan responden. Responden juga mempunyai ciri-ciri usahawan digital yang sangat diperlukan untuk melahirkan usahawan yang berupaya menjalankan perniagaan secara atas talian. Ini adalah sejajar dengan peranan Institusi Pendidikan sebagai pemegang kepentingan dalam meningkatkan daya keusahawanan dalam kalangan pelajar dan mengarusperdanakan pendidikan keusahawanan untuk memacu pertumbuhan ekonomi Negara.

**Kata Kunci :** keusahawanan digital, ekosistem keusahawanan, ciri-ciri usahawan digital

### 1.0 Pengenalan

Pendedahan budaya keusahawanan kepada pelajar adalah menepati hasrat dan objektif kerajaan untuk mewujudkan masyarakat berdaya saing dan berdaya tahan dalam pembangunan modal insan negara. Kuratko & Hodgetts (2004) mendefinisikan keusahawanan sebagai suatu proses inovasi dan penciptaan melalui empat dimensi iaitu individu, organisasi, alam sekitar (*environment*) dan proses, kerjasama rangkaian di dalam kerajaan, pendidikan dan perlembagaan (*institutions*). Usahawan merupakan seorang yang berusaha mengatur, mengurus dan mengambil risiko dalam perniagaan (Kuratko & Hodgetts, 2004). Usahawan juga merupakan pemangkin kepada perubahan ekonomi yang menggunakan carian dengan maksud tertentu, perancangan teliti dan pertimbangan yang sesuai apabila membuat sebarang aktiviti perniagaan.

Menurut Histrich dan Peter (2008), keusahawanan adalah suatu proses dinamik untuk mencipta kekayaan. Kekayaan dicipta oleh individu yang menanggung risiko besar di dalam ekuiti, masa dan komitmen kerjaya atau menyediakan nilai untuk sesuatu produk atau perkhidmatan. Dalam mengejar pembangunan ekonomi negara, pendedahan dalam pendidikan keusahawanan adalah perlu

lebih luas dan secara menyeluruh. Keseluruhan aspek yang berkaitan dengan perniagaan boleh dipelajari sebagai asas pemangkin kepada bidang keusahawanan. Ini disokong dengan kenyataan oleh Barjoi (2000) bahawa keusahawanan juga dikaitkan dengan sikap, nilai, pengetahuan dan kemahiran yang membolehkan seseorang mampu dan cekap untuk mencari, mengenal, merebut peluang dan menterjemahkan kepada strategi-strategi dan usaha perniagaan bagi mendapatkan keuntungan.

Usahawan juga merupakan ahli perniagaan yang mengambil risiko memulakan dan menubuhkan sesuatu perniagaan. Ini merupakan aktiviti keusahawanan yang utama di mana usahawan berani mengambil risiko dan mengambil peluang dalam persekitaran sedia ada. Aktiviti keusahawanan merupakan komponen dalam ekosistem keusahawanan. Ini merujuk kepada elemen individu, organisasi atau institusi (Nizam et. al. 2013). Dalam konteks ini, pemegang kepentingan iaitu Institusi Pengajian Tinggi merupakan institusi yang menggerakkan perkembangan aktiviti keusahawanan dalam kalangan pelajar (Farhana, 2013).

Pada amnya, bidang keusahawanan dilihat sebagai satu bidang kerjaya yang berpotensi tinggi untuk mengatasi masalah pengangguran di kalangan para graduan. Justeru itu, Politeknik Malaysia telah melihat bidang keusahawanan ini sebagai satu bidang yang sangat penting selari dengan hasrat kerajaan untuk mencapai sebuah negara maju menjelang tahun 2020 nanti. Bagi menyahut seruan kerajaan, Pusat Keusahawanan Politeknik Malaysia telah ditubuh pada 2009 bagi menyelaras dan menyuburkan pembudayaan keusahawanan dan inovasi dalam kalangan pelajar (Hashim dan Suria, 2015).

Sejajar dengan perkembangan teknologi terkini, ekosistem keusahawanan telah melalui fasa perubahan yang dinamik. Inovasi dalam teknologi telah membawa perubahan kepada kaedah menjalankan perniagaan, perubahan dalam pengurusan perniagaan serta perubahan dramatik dalam aktiviti seharian pengguna. Ini semua telah memberi kesan kepada kaedah pengendalian aktiviti keusahawanan.

Evolusi teknologi yang pantas telah membawa kepada transformasi keusahawanan konvensional kepada keusahawanan digital. Kewujudan perniagaan internet iaitu sebuah perniagaan yang dijalankan sepenuhnya secara atas talian dengan menggunakan internet sebagai pengantara atau penghubung di antara peniaga dan pembeli. Perniagaan internet menjadi pilihan ramai ketika ini kerana ciri-ciri dan keistimewaan yang ada pada sesebuah perniagaan internet (Nizam, et. al. 2013).

Surat Pekeliling Edaran Kurikulum Kursus Elektif DPB5063 *Digital Entrepreneurship Development* Di Jabatan Perdagangan Politeknik Kementerian Pendidikan Malaysia, bertarikh 19 Jun 2015 menyatakan bahawa Kursus Digital Entrepreneurship Development perlu diperkenalkan dalam kurikulum politeknik sebagai kursus elektif bagi program pengajian peringkat diploma di Jabatan Perdagangan bermula sesi Jun 2015. Kursus ini dibangunkan secara kerjasama daripada tiga organisasi iaitu Politeknik, Perbadanan Pembangunan Multimedia (MDEC) dan *Association of Business Executive United Kingdom* (ABE). Tujuan kursus ini dibangunkan bagi merealisasikan hasrat Pelan Pembangunan Pendidikan Malaysia (Pengajian Tinggi) bagi Lonjakan Pertama iaitu Graduan Holistik Berciri Keusahawanan dan Seimbang.

### 1.1 Pernyataan Masalah

Penggunaan internet yang semakin berleluasa di kalangan masyarakat mampu menjadikan dunia tanpa sempadan. Penggunaan internet bukan sahaja terhad untuk mencari maklumat, pendidikan, saluran komunikasi dan hiburan, malah internet sudah menjadi sumber pendapatan kepada masyarakat.

Melalui Lonjakan Pertama dalam Pelan Pembangunan Pendidikan Malaysia (Pendidikan Tinggi) telah menetapkan visi bagi membangunkan graduan yang seimbang dari segi akhlak dan ilmu dengan meningkatkan minda berpandukan nilai dan keusahawanan. Hal ini akan dilaksanakan menerusi kurikulum yang ditambah baik, kerjasama industri yang dikembangkan dan program pembelajaran melalui pengalaman, berserta kerangka penilaian bersepadu baharu yang melihat ke arah pembangunan holistik.

Sejajar dengan hasrat ini, bermula pada sesi pengajian Jun 2015, politeknik telah menawarkan Kursus *Digital Entrepreneurship Development* sebagai kursus elektif bagi program pengajian peringkat diploma di Jabatan Perdagangan untuk melahirkan usahawan yang berupaya menjalankan perniagaan sama ada cara konvensional mahupun perniagaan atas talian. Ini juga selaras dengan Lonjakan Pertama yang digariskan dalam Pelan Pembangunan Pendidikan Malaysia (Pendidikan Tinggi) 2015-2025. Lonjakan ini memfokuskan kepada usaha yang akan dijalankan untuk melahirkan graduan holistik, berciri keusahawanan dan seimbang. Justeru itu, kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti tahap penerimaan pelajar terhadap kursus keusahawanan digital dan ciri-ciri yang ada sebagai usahawan digital.

### 1.2 Objektif Kajian

Kajian ini dijalankan bertujuan untuk:

1. Mengetahui tahap penerimaan pelajar terhadap kursus keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Jabatan Perdagangan, Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah.
2. Mengetahui ciri-ciri usahawan digital dalam kalangan pelajar Jabatan Perdagangan, Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz.

## 2.0 Kajian Literatur

Bahagian ini akan membincangkan kajian literatur.

### 2.1 Pembudayaan Keusahawanan

Dalam era globalisasi kini, bidang keusahawanan telah mengubah sumber utama ekonomi negara daripada ekonomi berasaskan pertanian kepada ekonomi berasaskan perindustrian dan kini ekonomi berasaskan pengetahuan (Hassan et. al., 2005). Globalisasi juga membentuk keupayaan tenaga manusia agar menguasai pelbagai kemahiran (*multi-skilling*) dan fleksibel dalam meneroka dunia pekerjaan. Ilmu pengetahuan dikembangkan bersama disiplin yang lain agar menjadi multidisiplin. Keupayaan tenaga manusia kita akan terjejas jika hanya terikat kepada satu kebolehan sahaja.

Ini merupakan cabaran utama untuk melihat Malaysia menjadi sebuah negara maju, maka sumber tenaga manusia perlu dibekalkan ilmu pengetahuan yang cukup untuk menempatkan Malaysia sebagai negara maju yang disegani. Dengan pendidikan dan latihan yang tersusun, tenaga manusia dapat dilatih dengan kemahiran dan ilmu pengetahuan yang diperlukan dalam industri (Hassan et. al., 2005).

Kenyataan tersebut disokong oleh Safarin et. al. (2005) yang menyatakan bahawa dalam perkembangan dunia masa kini dan dalam era globalisasi ini, majikan tidak hanya mementingkan kemahiran teknikal atau *hard skills* sahaja tetapi juga kepada kemahiran generik atau *soft skills* agar pekerja mereka dapat menyesuaikan diri

dengan semua jenis pekerjaan dan dalam masa yang sama memiliki pelbagai kemahiran. Menurut Abdul Said (2012), pendidikan keusahawanan yang diterapkan dalam Kemahiran Hidup Bersepadu dapat diserapkan dalam pendidikan keusahawanan di peringkat yang lebih tinggi. Ini menunjukkan pembudayaan keusahawanan boleh dimanfaatkan dalam bidang tujuhan dan teknologi tertentu bagi menghasilkan modal insan yang berinovasi.

## 2.2 Pendidikan Keusahawanan

Norasmah (2007) menyatakan bahawa usaha pemupukan dan latihan dalam bidang bertindak sebagai agen yang memberi perubahan dalam pendidikan serta minat pelajar itu sendiri. Norasmah (2007) turut menyatakan jika para graduan didedahkan kepada profesion keusahawanan ketika pengajian di universiti dan selepas alam pembelajaran, kemungkinan besar mereka dapat berdikari dan membuka perniagaan sendiri. Di samping itu, seseorang individu itu dapat membuat keputusan yang tepat dalam menjalankan perniagaan sama ada ingin membuka perniagaan sendiri, membuat keputusan yang tepat dan cekap dalam menangani risiko.

Iredale (2002) menekankan kesan jangka panjang dalam membuat penilaian program keusahawanan serta perlu diberi perhatian supaya dapat memberikan minat keusahawanan kepada pelajar. Pemupukan nilai keusahawanan perlu diteruskan supaya akhirnya mereka menjadi usahawan yang berjaya. Para pelajar sangat responsif ke atas perniagaan yang dilaksanakan walaupun secara sambilan kerana faktor minat terhadap keusahawanan.

## 2.3 Konsep Keusahawanan Abad ke-21

Cabaran keusahawanan pada masa kini lebih daripada menceburi sesuatu bidang perniagaan. Kuratko & Hodgetts (2004) menyatakan keusahawanan ialah satu proses yang dinamik melibatkan visi, perubahan dan penghasilan. Proses ini memerlukan kesinambungan tenaga dan usaha dalam penghasilan dan pelaksanaan idea-idea baru dan penyelesaian kreatif. Cabaran utama dalam keusahawanan dalam abad ini ialah keupayaan usahawan untuk menghadapi risiko. Risiko ini difokuskan kepada revolusi teknologi.

Menurut Nizam dan rakan-rakan (2013) keusahawanan digital merujuk kepada aktiviti keusahawanan yang mengambil peluang daripada perubahan teknologi yang wujud pada masa kini. Kerajaan mengambil berat atmosfera perubahan teknologi dalam dunia keusahawanan. Pelbagai usaha telah dijalankan untuk meningkatkan penglibatan golongan usahawan dalam mempelbagaikan aktiviti perniagaan secara digital. Peranan kerajaan adalah menggalakkan pelajar universiti menglibatkan diri dalam aktiviti keusahawanan digital.

## 2.4 Keusahawanan Digital

Keusahawanan digital merupakan perniagaan atas talian. Dengan aplikasi yang dapat diakses melalui internet, menjadikan ia sebuah perniagaan berkembang secara lebih global. Perniagaan atas talian atau perniagaan internet merupakan satu pendekatan yang merupakan aplikasi teknologi yang memudahkan transaksi dalam aliran perniagaan. Menurut Abdul Jalil (2011), kemudahan teknologi dalam aspek elektronik pembelajaran secara amnya terdiri daripada tiga komponen iaitu perkakasan komputer termasuklah sistem 'server', sistem rangkaian dan komputer pengguna, perisian serta aplikasi e-pembelajaran dan pelbagai kategori pengguna (pengajar, pelajar, pereka bentuk pengajaran, pembangunan kandungan dan staf teknikal).

Keusahawanan digital merupakan inovasi dalam pendekatan perniagaan di mana peluang perniagaan dapat dikesan dan digarap dalam aktiviti perniagaan. Aktiviti keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Institusi Pengajian Tinggi boleh dibahagikan kepada lapan kategori iaitu *auction, dropship, single page web or sales letter, multiple page web pages (MPWS), affiliate, social networking, email marketing* dan *forum marketing* (Nizam et. al., 2013).

## 2.5 Ciri-ciri Usahawan Digital

Menurut Firdaus dan Rafi (2014), terdapat lima ciri-ciri usahawan perniagaan secara e-dagang iaitu kreativiti, kesediaan bagi menanggung risiko, berpandangan ke hadapan, keinginan kebebasan dan toleransi terhadap kekaburan telah mendokong kuat kepada justifikasi kepada penciptaan perniagaan baharu oleh usahawan e-dagang di Malaysia.

Firdaus dan Rafi (2014) turut menyatakan bahawa ciri kreativiti ialah bagaimana usahawan berfikir bagi merancang strategi terutamanya bagi aspek pemasaran produk secara e-dagang (di atas talian) iaitu kreativiti yang tinggi dalam menggunakan media sosial seperti *facebook, blogs* dan laman sesawang sebagai ejen pemasaran bagi menarik pembeli. Usahawan e-dagang juga perlu mempunyai kesediaan bagi menanggung risiko dalam perniagaan, berpandangan ke hadapan iaitu melihat potensi memperluaskan pasaran produk melalui perniagaan secara e-dagang, perlu ada keinginan kepada kebebasan iaitu sikap mahu bekerja sendiri tanpa terikat dengan majikan serta bertoleransi terhadap kekaburan iaitu kesanggupan seseorang usahawan bagi menerima ketidakpastian dalam perniagaan.

## 2.6 Aktiviti Keusahawanan di Politeknik

Menurut Farizah, Asmiza dan Rashdan (2013), Dasar Pembangunan Keusahawanan Institusi Pengajian Tinggi telah diperkenalkan sebagai langkah menggalakkan pembangunan modal insan dalam melahirkan siswazah usahawan yang sentiasa bersedia menghadapi cabaran pembangunan ekonomi yang berlandaskan ilmu pengetahuan dan inovasi. Salah satu daripadanya ialah menubuhkan pusat keusahawanan di setiap IPT untuk merancang, menyelaras, memantau dan menilai program serta aktiviti pendidikan keusahawanan.

Selain pembelajaran di bilik kuliah, pelajar politeknik juga berpeluang melibatkan diri dalam aktiviti-aktiviti keusahawanan seperti Hari Keusahawanan, inkubator keusahawanan, seminar atau forum keusahawanan sebagai pendedahan dan persediaan kepada pelajar untuk menceburi bidang keusahawanan (Farizah, Asmiza dan Rashdan, 2013).

Menurut Hashim dan Suria (2015), program seperti Karnival Keusahawanan Politeknik Malaysia adalah satu platform terbaik kepada pelajar menimba ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam selok-belok keusahawanan. Dengan adanya program ini dapat memupuk rasa minat yang mendalam dalam bidang keusahawanan di kalangan pelajar politeknik. Kerjasama dengan industri juga sentiasa dilaksana dengan penglibatan pelajar politeknik. Penglibatan Alumni politeknik yang telah berjaya sebagai usahawan merupakan platform yang digunakan oleh pihak institusi untuk memberi dorongan dan inspirasi kepada pelajar untuk menceburi bidang keusahawanan.

### 3.0 Metodologi Kajian

Menurut A. Aziz Deraman (2002), metodologi adalah merupakan sistem yang meliputi kaedah dan prinsip yang digunakan dalam matlamat kajian. Ini merangkumi reka bentuk kajian, kaedah persampelan, kaedah pengumpulan data dan kaedah penganalisisan data yang digunakan. Metodologi kajian menjadi elemen penting dalam memastikan data dapat dikumpulkan seterusnya dianalisa menggunakan instrument yang bersesuaian bagi membantu capaian matlamat utama kajian.

Penghasilan kajian ini adalah berbentuk deskriptif dengan menggunakan kaedah kuantitatif iaitu penggunaan set soal selidik. Mohd Majid (1990) menjelaskan bahawa kajian deskriptif dilakukan bagi menerangkan sesuatu fenomena yang sedang berlaku dengan menganalisis data yang diperolehi melalui instrumen tertentu seperti soal selidik. Lantaran daripada itu, kaedah ini dipilih bagi melengkapkan dapatan kajian yang menjurus kepada permasalahan yang dikaji seterusnya mencapai matlamat dalam mengkaji ekosistem keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Jabatan Perdagangan Politeknik

#### 3.1 Reka Bentuk Kajian

Dalam mendapatkan deskriptif data, borang soal selidik diedarkan kepada populasi kajian yang merangkumi pelajar-pelajar Semester 5 dari program Diploma Pengajian Perniagaan (DPM) dan Diploma Pemasaran (DPR), Jabatan Perdagangan Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah, Shah Alam. Skop populasi ini dipilih berdasarkan penawaran Kursus *Digital Entrepreneurship Development* yang menjadi kursus elektif bagi kedua-dua program ini bermula sesi pengajian Jun 2015.

Item-item soal selidik yang dihasilkan merangkumi beberapa bahagian meliputi:

- Bahagian A: Demografi
- Bahagian B: Tahap penerimaan pelajar terhadap kursus keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah
- Bahagian C: Ciri-ciri usahawan digital dalam kalangan pelajar Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah.

#### 3.2 Analisis Data

Analisis data menggunakan Perisian *Statistical Package for Social Science (SPSS) Version 2.0* dipilih untuk menguji keberkesanan kebolehppercayaan soal selidik serta membuat analisis ke atas dapatan daripada borang soal selidik yang diedarkan. Bagi mencapai objektif kajian, analisis Min diperlukan untuk melihat tahap penerimaan pelajar terhadap keusahawan digital dan mengenal pasti ciri-ciri keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah.

#### 4.0 Perbincangan

Secara keseluruhannya jangkaan dapatan kajian ini perlu menjurus kepada tahap penerimaan pelajar yang tinggi terhadap kursus keusahawanan digital. Selain daripada itu, pelajar menunjukkan ciri-ciri usahawan digital yang diperlukan dalam memastikan kesinambungan kursus keusahawanan digital dan seterusnya melahirkan usahawan digital pada masa akan datang.

### 5.0 Kesimpulan

Pendedahan terhadap budaya keusahawanan adalah menepati hasrat dan objektif kerajaan untuk mewujudkan masyarakat usahawan yang berinovatif, kreatif dan berdaya saing. Dalam usaha mewujudkan ekosistem keusahawanan digital yang mantap, politeknik boleh menganjurkan pelbagai program untuk melahirkan lebih ramai usahawan digital. Usaha yang berterusan untuk memantapkan ekosistem keusahawanan digital perlu diberi perhatian oleh pihak penggubal polisi dalam menyediakan graduan IPT Malaysia kearah membudayakan keusahawanan di kalangan generasi muda selaku teras pemangkin kejayaan ekonomi negara. Selain daripada itu, faktor kos operasi yang rendah dalam menceburi keusahawanan digital boleh melahirkan graduan yang *self-employed*.

Pelajar juga perlu dimotivasikan supaya membudayakan keusahawanan sebagai teras kepada peluang kerjaya pada masa hadapan kerana kerjaya ini mampu meraih pendapatan yang lumayan. Aspek kemahiran keusahawanan boleh dipupuk serta kebolehan ditingkatkan bagi memastikan keusahawanan dijadikan pilihan kerjaya selepas tamat pengajian. Usaha ini diharap dapat dijadikan penggerak untuk merealisasikan hasrat politeknik bagi melahirkan usahawan berpandangan terbuka dan bersedia menahut seruan kerajaan sebagai usahawan serta tidak bergantung untuk makan gaji.

### RUJUKAN

- A. Aziz b. Deraman (2002). *Tamadun Melayu dan Pembinaan Bangsa Malaysia* Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka
- Abdul Jalil Hj. Limat (2011). *Kemahiran Keusahawanan. Satu Kajian Analisis Berdasarkan Pelajar Politeknik Sultan Azlan Shah*. Retrieved September 1, 2015 from PSAS Digest 2012.
- Abdul Said, A. (2012). *Pendidikan Keusahawanan Dalam Kalangan Pelajar : Perspektif dan Cabaran*. Utusan Borneo. Retrieved August 8, 2012 from <http://eprints.ums.edu.my/4584/1/nc0000001801.pdf>.
- Ahmad Firdause Bin Md Fadzil dan Mohd Rafi Bin Yaacob (2014). *Faktor Individu Sebagai Komponen Menyumbang Kepada Penciptaan Perniagaan Baharu Usahawan E-Dagang*. Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia ke-9 (PERKEM ke-9). Kuala Terengganu, Terengganu. 17 – 19 Oktober 2014.
- Barjoyai Bardai (2000). *Keusahawanan dan Perniagaan*. Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Farhana Binti Mohd Rosli (2013). *Pembudayaan Keusahawanan Ke Arah Mempengaruhi Kecenderungan Menceburi Bidang Keusahawanan Dalam Kalangan Bakal Graduan*. UTHM
- Farizah Ariffin, Asmiza Osman dan Rashdan Rashid (2013). *Memupuk Budaya Usahawan Dalam Kalangan Pelajar di Politeknik Tuanku Syed Sirajuddin : Satu Kajian Deskriptif*. Retrieved September 1, 2015 from PTSS Digest 2013.
- Hassan, Z., Rahman, M.A., Ghafar, M.N. dan Zakaria, K. (2005). *Penerapan Kemahiran Generik Dalam Pengajaran Kejuruteraan Di Sekolah Menengah Teknik di Terengganu*. Seminar Maktab Perguruan Batu Lintang, Kuching Sarawak.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P & Shephard D.A. (2008), *Entrepreneurship (International Edition)*. Singapore: The Mc Graw-Hill Education Asia.
- Iredale, N (2002). *Enterprise Education: A Briefing Paper - Foundation for Small and*

*Medium Enterprise Development*. University of Durham, UK

Kementerian Pengajian Tinggi. (2010). *Dasar Pembangunan Keusahawanan Institusi Pengajian Tinggi*. Putrajaya: Kementerian Pengajian Tinggi.

Kuratko, D.F. & Hodgetts, R.M. (2004). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice* (Mason, OH; South-Western Publishers).

Muhamad Hashim Ahmad dan Suria Md.Yusof (2015). *Keusahawanan Dalam Kalangan Pelajar Politeknik Malaysia: Satu Tinjauan*. International Conference On Global Education III. Universiti Ekasakti, Padang Indonesia.

Mohd Majid Konting. (2004). *Kaedah Penyelidikan Pendidikan. Edisi Ke-7*. Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka.

Mok Soon Sang (2002). *Pengurusan Kurikulum*. Penerbitan Multimedia Sdn. Bhd.

Nizam B. Lawrence A, Thuraya Z, Norisham (2013), *Cyber-Entrepreneurial Intention Among Undergraduates In Institutes of Higher Learning In Malaysia*. International Conference ICM 2012.

Norasmah Hj. Othman (2007). *Keusahawanan Remaja Malaysia*. Universiti Putra Malaysia.

Safarin, M., Zolkifli, M., dan Khata, M., (2005). *Tahap Keyakinan Kemahiran Generik Di Kalangan Pelajar Kolej Komuniti*. Seminar Pendidikan Fakulti Pendidikan 2005: Universiti Teknologi Malaysia.

Surat Pekeliling Edaran Kurikulum Kursus Elektif DPB5063 *Digital Entrepreneurship Development* Di Jabatan Perdagangan Politeknik Kementerian Pendidikan Malaysia, bertarikh 19 Jun 2015.

<https://belajarbuatduitonline.wordpress.com/2013/05/29/ciri-ciri-perniagaan-internet/> diakses pada 10 September 2015.

## ATTITUDE OF ONLINE SHOPPING CONSUMERS IN MALAYSIA

Julianti Samsudin<sup>1</sup>, Shanusi Ahmad<sup>2</sup>, Noor Izyana Zakaria<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Commerce Department,  
Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah

<sup>2</sup>Education Planning and Research Division,  
Ministry of Education Malaysia

<sup>3</sup>Commerce Department,  
Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah

[julianti@psa.edu.my](mailto:julianti@psa.edu.my), [shanusi.ahmad@moe.gov.my](mailto:shanusi.ahmad@moe.gov.my), [izyana@psa.edu.my](mailto:izyana@psa.edu.my)

### Abstract

Electronic commerce, or especially known as online shopping is getting popular particularly amongst younger people. Online shopping has created boundless products' information, options and gives rise to undetermined size of online consumers worldwide. Extensive studies have been done in order to gain insights on how online shopping consumer behave and their preferences. Though many studies have been done to determine online shopping consumers' behaviour, they is lack of availability on understandings of Malaysian online consumer. This study focused on Malaysian online shopping consumer from the aspects of their online shopping orientation, attitude and online shopping perceived benefit towards online shopping. A survey was done and 1,202 sets of questionnaire were distributed among Polytechnic College Lecturer throughout Malaysia. The data collected were analysed using structural equation modelling (SEM) with help of SmartPLS software. The Partial Least Square (PLS) approach to SEM was applied to examine the attitudinal studies among online shopping consumers in Malaysia. This study found that there are positive relationship between online shopping orientation, online consumer attitude and online shopping perceived benefit towards online shopping intention.

**Keywords:** online shopping, online shopping orientation, consumer attitude

### 1.0 Introduction

In spite of extensive research which focus on online shopping consumer behaviour, the availability of online shopping consumers' behaviour from the perspective of Malaysian is still lacking. Intensive studies on online shopping consumers' behaviour have helped scholars and marketers to clarify the confusing and overwhelming online shopping determinants and precedents among all (Dai et al, 2014). With the explosion of electronic commerce growth over the last two decades, electronic-retailing or prominently known as online retail or online shopping among the internet users has led to the increase of interest among marketers and scholars on their behaviour and perception towards the massive, developing market of online shoppers. Online shopping is no more a new concept especially