



ADVANCED INTERNATIONAL JOURNAL OF
BUSINESS, ENTREPRENEURSHIP AND SME'S
(AIJBES)
www.aijb.com



PENGLIBATAN MAHASISWA UKM DALAM BIDANG PERNIAGAAN DALAM TALIAN

INVOLVEMENT OF UKM STUDENTS IN ONLINE BUSINESS

Nur Faizzah Mat Isa^{1*}, Noraishah Buang², Shahlan Surat³

¹ Faculty of Education, Universiti Kebangsaan Malaysia, Malaysia
Email: p98126@siswa.ukm.edu.my

² Faculty of Education, Universiti Kebangsaan Malaysia, Malaysia
Email: noraishah1962@gmail.com

³ Faculty of Education, Universiti Kebangsaan Malaysia, Malaysia
Email: drshahlan@ukm.edu.my

* Corresponding Author

Article Info:

Article history:

Received date: 19.09.2021

Revised date: 04.10.2021

Accepted date: 20.10.2021

Published date: 01.12.2021

To cite this document:

Putri, I. N. (2021). Penglibatan Mahasiswa Ukm Dalam Bidang PERNIAGAAN Dalam Talian. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3 (10), 14-23.

DOI: 10.35631/AJBES.310002.

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



Abstrak:

Perniagaan dalam talian telah mencetuskan satu fenomena yang luar biasa dalam kalangan generasi sekarang, termasuklah dalam kalangan mahasiswa. Kajian ini dijalankan untuk mengenalpasti faktor-faktor yang menyumbang kepada penglibatan mahasiswa UKM di Kampus Bangi dalam menjalankan perniagaan dalam talian. Seramai 160 orang responden telah dipilih dalam kalangan pelajar mahasiswa UKM di Kampus Bangi. Objektif kajian adalah untuk menentukan hubungan di antara faktor kemahiran, faktor kemudahan internet dan faktor pengurusan masa terhadap penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian. Data yang diperoleh melalui borang kaji selidik dianalisis dengan menjalankan analisis deskriptif dan Korelasi Pearson. Keputusan analisis Korelasi Pearson menunjukkan terdapat hubungan signifikan diantara ketiga-tiga pemboleh ubah tidak bersandar iaitu faktor kemahiran, faktor kemudahan internet dan faktor pengurusan masa dengan pemboleh ubah bersandar iaitu penglibatan mahasiswa dalam bidang perniagaan dalam talian.

Kata Kunci:

Mahasiswa, PERNIAGAAN dalam Talian, Kemahiran, Internet, Masa

Abstract:

Online business has sparked an incredible phenomenon among the current generation, including among college students. This study was conducted to identify the factors that contribute to the involvement of UKM students at the Bangi Campus in running an online business. A total of 160 respondents were selected among UKM students at the Bangi Campus. The objective of the study was to determine the relationship between skills factors, internet convenience factors and time management factors on student involvement in online business. Data obtained through survey forms were analyzed by conducting descriptive analysis and Pearson Correlation. The results of Pearson Correlation analysis showed that there was a significant relationship between the three independent variables namely skills factor, internet convenience factor and time management factor with the dependent variable which is student involvement in online business.

Keywords:

Student, Online Business, Skills, Internet, TimeManagement

Pengenalan

Perniagaan dalam talian telah mencetuskan fenomena yang luar biasa seperti cendawan tumbuh selepas hujan apabila pelbagai jenis perniagaan mula menggunakan laman sesawang dan media sosial sebagai tempat pemasaran untuk mempromosikan produk dan perkhidmatan sesebuah perniagaan. Perniagaan dalam talian adalah perniagaan yang dilakukan secara 'online' yang memerlukan rangkaian internet sebagai medium perantaraan penjual dengan pembeli (Peng Li, 2010).

Cara jual beli dan transaksi perniagaan yang mudah boleh menjimatkan masa dan tenaga serta hanya perlu modal yang rendah sahaja telah menarik minat ramai orang untuk menceburi bidang ini. Urusan harian peniaga dapat dimudahkan dengan adanya kemajuan internet. Dengan adanya kemudahan ini, peniaga telah menjadikan situasi ini sebagai satu peluang untuk menambah pendapatan. Kajian Kim et al. (2015), mendapati bahawa perniagaan atas talian pada hari ini senang untuk mendapat sokongan masyarakat dan merupakan medium penjana pendapatan yang mudah pada masa kini. Kini, aktiviti jual beli barangan melalui internet telah menjadi salah satu gaya hidup yang biasa di seluruh dunia (Amy Amira, 2018).

Menurut laporan statistik pendaftaran perniagaan Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM), sebanyak 39,211 syarikat baru didaftarkan pada tahun 2020. Setiap bulan terdapat beribu peningkatan pendaftaran perniagaan SSM bagi syarikat tempatan untuk peniaga yang baru hendak memulakan perniagaan.

Remaja pada peringkat umur 19 hingga 24 tahun merupakan golongan yang besar dalam populasi penduduk di Malaysia pada tahun 2019 dengan peratusan sebanyak 9.9% iaitu sebanyak 3,307,500 (Jabatan Statistik Malaysia, 2020). Penglibatan generasi muda terutama pelajar lepasan sekolah dan mahasiswa dalam bidang keusahawanan telah menjadi isu utama yang sering dibincangkan dalam negara membangun (Norhidayah et.al, 2014).

Kajian lepas yang telah dilakukan oleh Faradilla pada tahun 2017 kepada usahawan wanita dalam talian mendapati bahawa aplikasi yang sering digunakan dan mudah diakses adalah aplikasi yang menjadi perhatian ramai seperti Facebook, WhatsApp dan Instagram. Mereka juga mempunyai kemahiran yang tinggi dalam menggunakan internet. Usahawan wanita dalam talian juga dilihat mampu untuk berdaya saing seiring dengan perkembangan teknologi dari semasa ke semasa.

Pelbagai jenis perniagaan yang dapat dijalankan melalui internet telah membuka peluang yang luas kepada sesiapa sahaja yang ingin menceburi bidang ini sama ada secara sepenuh masa atau separuh masa, termasuklah mahasiswa. Walaubagaimanapun, wujud juga masalah yang dihadapi oleh mahasiswa yang ingin menjadi peniaga dalam talian. Antaranya ialah masalah dari aspek modal dan masa. Namun begitu, keadaan ini dapat diatasi oleh mahasiswa yang majoritinya merupakan generasi yang celik IT. Mahasiswa boleh memulakan perniagaan tanpa perlu menyediakan premis, pekerja dan tidak memerlukan kos yang banyak. Mereka boleh menentukan saiz perniagaan mereka mengikut kemampuan mereka sendiri.

Tambahan lagi, sejak tahun 2010 Kementerian Pengajian Tinggi telah mewajibkan institusi pendidikan agar menerapkan subjek keusahawanan dalam setiap kursus yang ditawarkan kepada mahasiswa. Perlaksanaan program keusahawanan berkonsepkan 'Learn and Earn' kepada pelajar universiti awam telah memberikan pendedahan awal untuk melakukan perniagaan ketika dalam pengajian (Harian Metro Online, 2016).

Justeru itu, kajian ini bertujuan untuk mengkaji penglibatan Mahasiswa Universiti Kebangsaan Malaysia dalam bidang perniagaan dalam talian. Secara khususnya, kajian ini dijalankan bertujuan untuk menentukan hubungan di antara kemahiran, modal dan masa dengan penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian.

Tinjauan Literatur

Perniagaan Dalam Talian

Perniagaan dalam talian merupakan urusan jual beli yang dilaksanakan menggunakan medium internet tanpa perlu mewujudkan premis secara fizikal. Perniagaan dalam talian memberikan banyak manfaat kepada peniaga dan pembeli. Urusan perniagaan boleh dilakukan 24 jam sehari kerana internet sentiasa ada dalam lingkungan kehidupan manusia berbanding dengan berniaga secara 'offline' waktu perniagaan adalah terhad. Tambahan lagi, perniagaan dalam talian juga tidak membataskan perkara seperti budaya, bangsa, jarak, masa dan negara.

Dengan berkembangnya penggunaan ICT 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).

Kemahiran

Kemahiran adalah sebagai asas kepada segala aktiviti pekerjaan yang ingin dilakukan. Usahawan perlu memiliki tahap kemahiran yang tinggi bagi memastikan perniagaan berjalan dengan sempurna. Tahap kemahiran seseorang usahawan dapat menentukan samada usahawan

itu memahami bidang yang diceburinya atau tidak. Kemahiran yang ada turut menjadikan seseorang usahawan itu berfikiran positif dalam sesuatu usaha perniagaan yang dijalankan (Mohamed,2006).Kemahiran tidak akan datang bergolek tetapi kemahiran memerlukan bimbingan secara formal atau tidak forma, ilmiah dan sistematik (Yep Putih. 1985). Ab.Aziz (1999) menerangkan empat kemahiran yang perlu ada bagi memastikan kejayaan seseorang usahawan iaitu kemahiran komunikasi, kemahiran merancang dengan teratur, kemahiran menyelesaikan masalah dan kemahiran mengurus kewangan. Hasil kajian Hills dan Welsh (1996) mendapati bahawa sebanyak 80 peratus daripada 2000 pelajar berminat untuk mengambil subjek kursus dalam keusahawanan. Ini menunjukkan bahawa majoriti pelajar berminat untuk mempelajari bidang keusahawanan.

Kemudahan Internet

Dengan adanya jaringan internet, peniaga dapat meluaskan perniagaan mereka dari pasaran tempatan ke pasaran nasional dan global. Peniaga dalam talian boleh mempromosikan perniagaan mereka dengan mudah dan pantas hanya dengan mengiklankan produk mereka ke dalam media sosial. Tambahan lagi, kemajuan internet banyak meningkatkan daya saing dalam aktiviti perniagaan dan ekonomu di seluruh dunia (Norazila et al,2016). Bagi kebanyakan mahasiswa pula didapati mereka kerap melayari internet di kolej kediaman masing-masing kerana kemudahan untuk mengakses internet yang laju disediakan di setiap kolej kediaman mereka secara percuma (Norazila et al, 2016).

Pengurusan Masa

Perniagaan dalam talian tiada penghujung waktu kerana peniaga dan pembeli boleh berkomunikasi dan melakukan transaksi pada bila-bila masa. Perniagaan dalam talian tidak mengenal waktu dan tempat (Putra Kalbuadi,2015). Ahkam (2016) menyatakan bahawa peniaga tidak terikat dengan waktu buka atau tutup kedai. Oleh itu, peniaga boleh menguruskan perniagaan mereka pada bila-bila masa tanpa terikat dengan waktu tertentu. Pengurusan masa ini antara faktor yang penting menyebabkan mahasiswa berminat untuk menjalankan perniagaan dalam talian. Secara umumnya, mahasiswa sebenarnya terikat dengan jadual kelas yang padat, aktiviti kolej, tugas yang perlu dititik beratkan. Justeru, mahasiswa boleh menyusun jadual untuk membolehkan mereka menjalankan perniagaan dalam talian disamping kesibukan harian mereka sebagai sorang mahasiswa.

Metodologi

Kajian ini berbentuk kajian tinjauan untuk mengetahui penglibatan mahasiswa UKM dalam perniagaan dalam talian. Menurut Mohd Majid Konting (1990) kajian berbentuk juga digunakan sejajar dengan keperluan kajian iaitu untuk mengetahui sesuatu fenomena yang sedang berlaku. Satu set soal selidik telah disediakan oleh pengkaji berasaskan kajian literatur untuk mencapai objektif kajian. Soal selidik merupakan cara yang paling berkesan untuk mendapatkan maklumat dari responden (Tuckman,1990).

Populasi kajian ini adalah mahasiswa ijazah sarjana muda di UKM. Maka, pemilihan sampel dibuat melalui kaedah pensampelan berkelompok. Bagi menentukan bilangan responden, pengkaji menggunakan Jadual Penentuan Saiz Sampel Krejcie dan Morgan (1970). Kaedah ini memudahkan pengkaji memilih sampek daripada populasi dan memberi peluang kepada setiap orang untuk dipilih. Saiz sampel bagi kajian ini adalah 160 orang yang terdiri daripada fakulti di dalam Kampus Bangi UKM iaitu Fakulti Pengajian Islam, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Fakulti Sains dan Teknologi, Fakulti

Kejuruteraan Alam Bina, Fakulti Undang-Undang, Fakulti Pendidikan dan Fakulti Teknologi Sains dan Maklumat. Setiap fakulti diambil 20 orang mahasiswa sebagai responden.

Instrumen kajian yang digunakan dalam kajian ini ialah satu set soal selidik yang terbahagi kepada dua bahagian. Bahagian A ialah soalan berkaitan demografi responden dan bahagian B pula terdiri daripada beberapa pecahan kumpulan soalan yang mewakili faktor-faktor penglibatan mahasiswa dalam bidang perniagaan dalam talian iaitu faktor kemahiran, faktor kemudahan internet dan faktor pengurusan masa. Item-item borang soal selidik diambil daripada kajian lepas.

Kajian rintis dijalankan adalah untuk mengenalpasti kelebihan dan kelemahan yang terdapat dalam soal selidik. Kajian rintis sangat penting bagi setiap kajian tinjauan dimana selain menentukan kesahan dan kebolehpercayaan instrumen, ia juga digunakan untuk menguji kaedah yang terbaik untuk mentadbir instrument, mengenalpasti sampel dan kesesuaian analisis (Mohamad najib,2003). Oleh itu, sebelum soal selidik diedarkan, pengkaji telah memilih 20 orang mahasiswa terlebih dahulu untuk menjawab soal selidik ini. Soal selidik dibentuk menggunakan Google Form dan diedar melalui aplikasi *Whatsapp*, *Telegram* dan e-mel. Hasil menunjukkan bahawa 20 orang mahasiswa tersebut tidak mempunyai masalah untuk memahami soalan-soalan tersebut.

Dengan menggunakan program SPSS, pengkaji telah mengira nilai kebolehpercayaan dan nilai Alpha Cronbach. Hasil analisis mendapati nilai Alpha Cronbach yang diperoleh bagi kesemua item soalan adalah melebihi 0.6. Ini menunjukkan soal selidik yang dibina sesuai digunakan untuk menjalankan kajian ini.

Jadual 1: Nilai Indeks Kebolehpercayaan bagi Pembolehubah-Pembolehubah Kajian

Item	Pembolehubah tidak bersandar	Pembolehubah bersandar
Faktor Kemahiran	a=0.611	
Faktor Kemudahan Internet	a=0.783	
Faktor Pengurusan Masa	a=0.826	
Penglibatan mahasiswa dalam menjalankan perniagaan dalam talian		a=0.786

Dapatan Kajian

Demografi Responden

Jadual 2 di bawah menunjukkan profil responden yang terlibat dalam kajian ini. Profil ini berdasarkan jantina, tahun pengajian, fakulti, umur, bangsa dan pendapatan. Responden kajian ini adalah pelajar daripada fakulti-fakulti yang terdapat di Kampus Bangi, UKM yang mempunyai perniagaan dalam talian.

Item		Frekuensi	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	72	45.00
	Perempuan	88	55.00
Umur	20-21 tahun	55	34.38
	22-23 tahun	71	44.38
	24-25 tahun	30	18.75
	26 tahun keatas	4	2.50
Tahun Pengajian	Tahun 1	38	23.75
	Tahun 2	57	35.63
	Tahun 3	39	24.38
	Tahun 4	26	16.25
Tempoh Perniagaan	Kurang dari 1 tahun	52	32.50
	1-2 tahun	51	31.88
	2-3 tahun	39	24.38
	Lebih dari 3 tahun	18	11.25
Pendapatan	Kurang dari RM500	21	13.13
	RM500-RM1000	85	53.13
	RM1000-RM1500	44	27.50
	Lebih dari RM1500	10	6.25

Jadual 2: Profil Demografi Responden Kajian

Kajian ini dilakukan dalam kalangan pelajar lelaki dan perempuan di lapan buah fakulti yang terdapat di Kampus Bangi, UKM. Sebanyak 45% pelajar lelaki dan 55% pelajar perempuan yang terlibat. Majoriti pelajar berumur diantara 21 hingga 22 tahun (44.38%), diikuti pelajar berumur diantara 19 hingga 20 tahun (34.38%). Pelajar tahun dua yang ramai terlibat dalam perniagaan dalam talian (35.63%), diikuti pelajar tahun 3 (24.38%). Majoriti pelajar (53.13%) mempunyai sumber pendapatan bulanan sebanyak RM500 hingga RM1000, diikuti (27.50%) yang mempunyai sumber pendapatan bulanan sebanyak RM1000 hingga RM1500.

Jadual 3: Jenis Urusniaga Yang Dijalankan

Item	Frekuensi	Peratus (%)
Makanan/Minuman	55	34.38
Produk Kecantikan/Kesihatan	45	28.13
Pakaian	41	25.63
Peralatan sukan	12	7.50

Perkhidmatan	5	3.13
Lain-lain	2	1.25

Dapatan kajian menunjukkan empat jenis perniagaan yang dimiliki oleh mahasiswa di UKM secara dalam talian. Perniagaan melibatkan produk makanan dan minuman yang paling banyak (34.38%) diikuti perniagaan produk kecantikan dan kesihatan (28.13%), produk pakaian (25.63%) dan peralatan sukan (7.50%).

Dapatan Korelasi Pearson

Analisis Korelasi Pearson dijalankan untuk mengukur kekuatan hubungan antara pemboleh ubah tidak bersandar dengan pemboleh ubah bersandar. Tiga jenis hubungan yang mungkin wujud antara pemboleh ubah yang dikaji ialah korelasi positif, korelasi negative atau tiada korelasi (Fah & Hoon, 2009).

Jadual 4 di bawah menunjukkan nilai korelasi bagi setiap pemboleh ubah tidak bersandar, iaitu faktor kemahiran, faktor kemudahan internet dan faktor pengurusan masa dengan pemboleh ubah bersandar, iaitu penglibatan mahasiswa dalam menjalankan perniagaan dalam talian. Hasil analisis menunjukkan nilai signifikan yang kurang daripada $\alpha=0.05$, iaitu 0.000 bagi faktor kemahiran dan kemudahan internet, dan nilai signifikan 0.049 bagi faktor pengurusan masa. Oleh kerana itu, kesemua hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternative diterima. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan diantara faktor kemahiran, faktor kemudahan internet dan faktor pengurusan masa dengan penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian.

Jadual 4: Korelasi Pearson

		Kemahiran	Kemudahan Internet	Pengurusan Masa
Penglibatan mahasiswa UKM dalam perniagaan dalam talian	Korelasi Pearson	0.373**	0.426**	0.158**
	Sig.(2-tailed)	0.000	0.000	0.049
	N	160	160	160

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

Bagi pemboleh ubah tidak bersandar yang pertama, iaitu kemahiran dapatan kajian menunjukkan terdapat hubungan positif yang lemah ($r = 0.373$, $nilai-p = 0.000$) diantara kemahiran dengan penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian. Hasil kajian ini menerima hipotesis pertama iaitu H1, terdapat hubungan yang signifikan diantara faktor kemahiran dengan penglibatan mahasiswa dalam menjalankan perniagaan dalam talian.

Pemboleh ubah tidak bersandar yang kedua, iaitu kemudahan internet juga menunjukkan hubungan positif yang lemah ($r = 0.426$, $nilai-p = 0.000$) di antara kemudahan internet dengan penglibatan mahasiswa dalam menjalankan perniagaan dalam talian. Hasil kajian ini menerima hipotesis H2, iaitu terdapat hubungan yang signifikan diantara faktor kemudahan internet dengan penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian

Pembolehkan tidak bersandar yang ketiga, iaitu pengurusan masa juga menunjukkan terhadap hubungan positif yang lemah ($r = 0.158$, $nilai-p = 0.049$) diantara faktor pengurusan masa dengan penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian. Hasil kajian ini menerima hipotesis ketiga, H3, terdapat hubungan yang signifikan diantara faktor pengurusan masa dengan penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian.

Jadual 5 dibawah menunjukkan rumusan keseluruhan keputusan hipotesis kajian.

Jadual 5: Keputusan Hipotesis

Hipotesis	Butiran	Keputusan
H1	Terdapat hubungan yang signifikan diantara faktor kemahiran dengan penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian	Diterima
H2	Terdapat hubungan yang signifikan diantara faktor kemudahan internet dengan penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian	Diterima
H3	Terdapat hubungan yang signifikan diantara faktor pengurusan masa dengan penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian	Diterima

Perbincangan

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui adakah faktor kemahiran, faktor kemudahan internet dan faktor pengurusan masa mendorong penglibatan mahasiswa dalam menjalankan perniagaan dalam talian. Kesemua mahasiswa yang dikaji mempunyai perniagaan dalam talian. Kajian ini membawa satu penemuan yang penting tentang penglibatan mahasiswa yang menjalankan perniagaan. Faktor kemahiran menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan diantara faktor kemahiran dengan penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian. Dapatan ini sejajar dengan kajian yang telah dilakukan oleh Faradillah (2017) terhadap 402 orang usahawan wanita yang sangat bergantung kepada penggunaan internet dalam urusan perniagaan mereka mempunyai kemahiran dan motivasi yang tinggi.

Faktor kemudahan internet juga menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan diantara faktor kemudahan internet dengan penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian. Dapatan ini sejajar dengan Hazlan (2011) yang menegaskan bahawa pasaran bagi perniagaan internet dapat dijalankan secara meluas ke serata dunia memandangkan peniaga boleh membuat promosi produk mereka pada bila-bila masa. Dapatan ini disokong oleh Hanif (2017)

yang menyatakan bahawa seseorang hanya memerlukan modal seperti jaringan internet yang laju, media sosial dan hubungan komunikasi yang kuat untuk menjadi peniaga dalam talian.

Seterusnya, faktor pengurusan terdapat hubungan yang signifikan diantara faktor pengurusan masa dengan penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian. Dapatan ini disokong oleh Nurmawaddah(2014) yang menyatakan bahawa peniaga dalam talian tidak terikat dengan waktu yang tertentu untuk membuka kedai dan tidak terikat dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh pemilik. Oleh itu, mahasiswa yang berniaga dalam talian ini mempunyai masa yang fleksibel untuk melakukan perniagaan mereka.

Kesimpulannya, ketiga-tiga faktor yang dikaji iaitu faktor faktor kemahiran, faktor kemudahan internet dan faktor pengurusan masa menunjukkan hubungan positif yang signifikan terhadap penglibatan mahasiswa yang menjalankan perniagaan dalam talian. Walaubagaimanapun, kesemua faktor ini menunjukkan hubungan yang lemah dengan penglibatan mahasiswa dalam menjalankan perniagaan dalam talian. Hal ini mungkin kerana terdapat banyak faktor lain seperti desakan kewangan, minat, modal, kos dan lain-lain yang turut menjadi pengaruh penglibatan mahasiswa. Kajian ini membawa satu penemuan yang penting terhadap penglibatan mahasiswa dalam perniagaan dalam talian. Sesungguhnya, perniagaan dalam talian ini menjadi satu fenomena yang pesat membangun dengan majoriti mahasiswa Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) terlibat dalam jual beli dalam talian.

Rujukan

- Ab. Aziz.(2003). *Prinsip Keusahawanan*. Pearson Malaysia.
- Ajzen, I.(2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4).
- Azlan, A.(2020). Ambil Peluang Tambah Pendapatan Dalam Tempoh Sukar-Usahawan MARA. *EWarta Mara*.
- Azmi, A. A. M., Sabri, S. A., & Moi, M. R.(2018). Kecenderungan Penglibatan Gen-Y dalam Perniagaan Secara Atas Talian. *Proceeding of the 5th International Conference on Management and Muamalah 2018 (ICoMM 2018)*, 5(ICoMM), 341–350.
- Buang, N. A.(2002). *Asas Keusahawanan*. Fajar Bakti.
- Chua Bee Seok Ferlis Bularre @Hj. Bahari dan Jasmine Adela Mutang.(2015). *SPSS Prinsip dan Analisis Data dalam Sains Tingkah laku (Edisi ke 4)*. Penerbit Universiti Malaysia Sabah.
- Creswell, J. W.(2012). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research. In *Educational Research* (Vol. 4).
- Idris, N.(2013). *Penyelidikan dalam pendidikan*. Mc Graw Hill Education.
- Ismail @ Hj Ja'far, A. D., 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.
- Ithnin, H.(2016). Usahawan Era Digital. *Harian Metro Online*.
- J, P. (2010). *SPSS Survival Manual A Step by Step Guide to Data Analysis using SPSS* (4th Editio). Mc Graw Hill.
- Khalil, K.(1996). *Keusahawanan Sebagai Kerjaya*. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Lay Yoon Fah, Khoo Chwee Hoon, L. C. M.(2016). Pengenalan kepada analisis data dengan IBM SPSS statistics 19 dalam penyelidikan sains sosial. *Social Sciences And Humanities*.

- Md Mohar Mohamad, Mior Razman Mior Yunus, Muhammad Fakhruzay Md Ariff, noorazimah Mohd Noor, Tan Chai Chen dan Tew Nee Hong.(2001). Kajian Perbandingan Keusahawanan Bangsa Melayu Dan Cina di Johor Bahru. *Prosiding Persidangan Kebangsaan Pertama Keusahawanan Dan Perniagaan Kecil: Univeriti Utara Malaysia*.
- Noorzali, I.(2020). KPT peruntukkan RM 650,000 latih mahasiswa dalam keusahawanan sosial. *Berita Harian*.
- Norazila Mat, Nurmaizura Marzuki, Jamsari Alias, & Nur Atiqah Abdullah.(2016). Penglibatan Mahasiswa dalam E-Dagang : Kajian Kes di UKM. *Jurnal Personalia Pelajar*, 19(2), 59–69.
- Omar, F. I., & Ahmad Dimyati, H.(2018). Motivasi Dan Penggunaan Ict Dalam Perniagaan : Kajian Terhadap Usahawan Perusahaan Kecil Dan Sederhana (PKS) . *International Seminar on Media and Communication (ISMEC 2018)*, September.
- Putih, Y.(1985). *Keusahawanan Edisi Pertama*. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Quek, Aik Sin and Othman, W.(1998). Fasktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembelajaran Perdagangan & Keusahawanan Bagi Pel.-pel. Ting.2. *Universiti Teknologi Malaysia*.
- S.L., J.(2006). *Research methods and statistics*. Thomson Wadsworth.
- Swee, L. yeow.(1996). *Pengenalan Kepada Internet*. Penerbitan Pelangi.
- Wiersma W. & Jurs S. G.(2005). *Research methods in education*. (8th Edition). Boston:Pearson.
- Yusof, A. A. (2010). *Pengenalan Kepada Usahawan dan Keusahawanan*. Pena Media Sdn Bhd.
- Zafir Mohd Makhbul, F. M. H.(2003). *Menjadi Usahawan*. PTS Publications & Distributor Sdn.Bhd.
- Zulnaidi Yaacob, & Mohd Kamil Mohd Salki.(2018). Meramal Kecenderungan Keusahawanan dalam Kalangan Pelajar Berdasarkan Karakteristik Individu dan Pendidikan Keusahawanan. *Perspektif: Jurnal Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 10(2), 45–57.