

KEMAHIRAN DIGITALAN DAN PRESTASI PERUSAHAAN MIKRO KETIKA PANDEMIK COVID-19: PERANAN TEKANAN EMOSI

DIGITAL SKILLS AND MICRO-ENTERPRISE PERFORMANCE DURING THE COVID-19 PANDEMIC: THE ROLE OF EMOTIONAL STRESS

Noor Hasni Juhdi¹
Mohd Khairuddin Mat Husin²

¹Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), Malaysia,
(E-mail: n_hasni@ukm.edu.my)

²Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), Malaysia,
(E-mail: n_hasni@ukm.edu.my)

Article history

Received date : 7-12-2023

Revised date : 8-12-2023

Accepted date : 27-5-2024

Published date : 25-6-2024

To cite this document:

Juhdi, M. H., & Mat Husin, M. K. (2024).
Kemahiran digitalan dan prestasi perusahaan mikro
ketika Pandemik Covid-19: Peranan tekanan emosi.
*Journal of Islamic, Social, Economics and
Development (JISED)*, 9 (63), 56 – 75.

Abstract: Tujuan kajian ini adalah untuk mengenalpasti kesan kemahiran digitalan ke atas prestasi perusahaan mikro dengan mengambilkira tekanan emosi ketika melalui masalah dan cabaran yang dibawa oleh pandemik Covid-19. Kajian ini dijalankan ke atas usahawan perusahaan mikro yang di bawah kawal seliaan Majlis Perbandaran Kajang, Daerah Hulu Langat. Kajian menggunakan kaedah pemerhatian dan borang soalselidik. Data dari 120 responden dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 26. Kaedah temubual juga digunakan untuk membantu kajian mendapatkan maklumat lebih mendalam. Hasil kajian mendapati kemahiran digitalan adalah faktor yang strategik untuk membantu perusahaan mikro bangkit dan meneruskan perniagaan walaupun dalam keadaan pandemik. Walau pun prestasi jualan meningkat, prestasi kewangan perusahaan mikro secara total adalah tidak menentu ketika pandemik. Keyakinan peniaga terhadap manfaat digitalan perniagaan adalah sederhana tinggi. Tekanan emosi usahawan perusahaan mikro adalah terkawal ketika pandemik. Sejauh mana peranan tekanan emosi terhadap hubungan antara kemahiran digitalan dan prestasi kewangan serta implikasi kajian terhadap bidang ilmu keusahawanan, agensi kerajaan dan perusahaan mikro akan dibincangkan.

Keywords: perusahaan mikro, digitalan perniagaan, prestasi kewangan, tekanan emosi, hipotesis penyederhanaan, pandemik Covid-19

Abstract: *The purpose of this study was to identify the impact of digital skills on the performance of micro-enterprises by taking into account emotional stress when going through the problems and challenges brought by the covid-19 pandemic. This study was conducted on micro-enterprise entrepreneurs who were under the supervision of the Kajang Municipal Council, Hulu Langat district. The study used observation methods and questionnaire forms. Data from 120 respondents were analyzed using the SPSS 26 application. Interviews were conducted to help studies gain more in-depth information. The results of the study found that digital skills were a strategic factor to help micro-companies rise and continue their business even in pandemic conditions. Despite the increased sales performance, the total financial performance of micro-enterprises was erratic during the pandemic. Traders' confidence in the benefits of business digitalization was moderately high. The emotional stress of microenterprise entrepreneurs was under control during the pandemic. The extent of the role of emotional stress on the relationship between digital skills and financial performance as well as the implications of the study on the fields of entrepreneurship, government agencies and micro-enterprises will be discussed.*

Keywords: *microenterprises, business digitalization, financial performance, emotional distress, simplification hypothesis, Covid-19 pandemic*

Pengenalan

Pandemik Covid-19 jelas telah melumpuhkan ekonomi mikro dan makro Malaysia dan dunia keseluruhannya. Kesan paling ketara adalah dari aspek kelangsungan perniagaan akibat transaksi jualbeli yang terhenti untuk satu tempoh yang panjang. Kajian menunjukkan terdapat hampir 37,415 perniagaan telah gulung tikar, di mana majoritinya adalah usahawan mikro iaitu sebanyak 26,007 dan diikuti dengan perusahaan kecil dan sederhana sebanyak 2,738 (Parlimen Malaysia, 2021). Pada masa yang sama, transformasi digitalan secara tiba-tiba mendominasi dimensi faktor prestasi perniagaan. Maka, sudah pasti topik digitalan perniagaan menjadi tumpuan kajian terkini dalam bidang perniagaan dan keusahawanan. Digitalan perniagaan telah berlaku sejurus revolusi industri 4.0, akan tetapi ia menjadi satu transformasi apabila secara drastik berlakunya fenomena jualbeli dalam talian yang berleluasa sepanjang pandemik (Sudrajad et al., 2023). Dunia perniagaan menjadi aktif sedikit demi sedikit terutama sektor keperluan dengan adanya teknologi digitalan pemasaran.

Kegagalan menyesuaikan model perniagaan bercirikan digitalan boleh menyumbang kepada kegagalan perniagaan (Bouwman, Nikoub & Reuvera, 2019; Sanchez & Marisa, 2015). Sungguhpun begitu, sehingga kini perusahaan mikro dan kecil masih kurang tangkas memanfaatkan perkembangan pemasaran digital (Cenamor, Parida & Wincent 2019; Ribeiro-Navarrete et al., 2021). Demikian juga keadaannya dengan perusahaan mikro Malaysia. Akibatnya ramai perusahaan mikro jatuh ke dalam kelas ekonomi B20 atau asnaf (Ammituh & Abdullah, 2020; Jabatan Perangkaan Negara, 2020). Rasional di sebalik pendigitalan adalah jelas iaitu pendigitalan meningkatkan kecekapan, daya saing dan skala ekonomi (Amos Tong, Rachel Goh, 2020) terutamanya bagi firma besar. Ini kerana firma besar mampu menggunakan teknologi yang lebih kompleks seperti automasi proses pengeluaran, proses kawalan kualiti, dan pengurusan maklumat. Jadi digitalan perniagaan dapat mengurangkan kos malah meningkatkan margin keuntungan. Walau bagaimanapun, dalam literatur keusahawanan kajian berkenaan pendigitalan masih kurang mampu menjelaskan impak digitalan ke atas prestasi perniagaan dalam kalangan perusahaan mikro.

Walau pun telah banyak kajian lepas yang mengesyorkan hubungan positif dan impak signifikan antara digitalan dan prestasi perniagaan, tetapi sedikit kajian yang melihat fenomena dalam kalangan perusahaan mikro sahaja. Kesedaran tentang digitalan perniagaan masih rendah dalam kalangan peniaga mikro. Mungkin konsep digitalan perniagaan suatu yang kompleks, maka sangat memerlukan lebih banyak kajian empirikal (Ribeiro-Navarrete et al., 2021). Dengan itu, kajian ini adalah difikirkan relevan demi memahami situasi digitalan perniagaan perusahaan mikro, walaupun kajian ini hanya memberi fokus kepada kemahiran digitalan pemasaran dengan lebih jelas. Ini dapat membantu pihak berwajib dalam pemerkasaan proses adaptasi digitalan pemasaran dalam kalangan usahawan mikro.

Secara definisi, perusahaan mikro adalah merujuk kepada yang diluluskan oleh Mesyuarat ke-14 Majlis Pembangunan PKS Kebangsaan (MPPK) pada 2013 iaitu perusahaan semua sektor bersaiz operasi jualan tahunan kurang dari RM300,000 setahun dan /atau bilangan pekerja sepenuh masa kurang dari 5 orang (SME Corp, 2020). Jadual 1 menunjukkan definisi perusahaan mikro, kecil, dan sederhana dalam konteks Malaysia.

Jadual 1: Definisi Perusahaan Mikro, Kecil, Sederhana

Bab 11: Definisi Perusahaan Mikro, Kecil, Sederhana						
Saiz	Mikro		Kecil		Sederhana	
	Jualan Tahunan	Pekerja	Jualan Tahunan	Pekerja	Jualan Tahunan	Pekerja
Pembuatan	< RM300,000	< 5 Pekerja	RM300,000 hingga < RM15 Juta	5 hingga < 75 Pekerja	RM15 Juta hingga ≤ RM50 Juta	75 hingga ≤ 200 Pekerja
Perkhidmatan & Sektor lain			< RM300,000 hingga < RM3 Juta	5 hingga < 30 Pekerja	RM3 Juta sehingga ≤ RM20 Juta	30 hingga ≤ 75 Pekerja
Nota : < ialah kurang daripada ≤ ialah kurang daripada atau sama dengan						

Sumber: Laman Web Rasmi SME Corp. Malaysia

Di sebalik definisi, perlu difahami juga bahawa kaum wanita berperanan signifikan dalam sektor perusahaan mikro di Malaysia. Akan tetapi kaum wanita pula dikatakan lebih cenderung membuat keputusan dalam pengaruh emosi. Persoalan timbul apabila mereka berhadapan dengan pelbagai masalah dari pelbagai sudut, sejauh mana keupayaan emosi mengubah prestasi perniagaan melalui ketangkasan kemahiran digitalan dan seterusnya menyelesaikan gangguan operasi, rangkaian bekalan, masalah pekerja dan logistik. Kajian lepas mendapati keupayaan digitalan usahawan mikro dan kecil belum berlaku (Ahmad Rafli et al., 2020) mungkin kerana pengaruh emosi tidak stabil ketika dilanda pandemik Covid-19. Tambahan pula, perusahaan mikro ini terpaksa menggunakan duit simpanan bagi mengekalkan perniagaan dan menampung saraan keluarga selain kerisauan terhadap tempoh PKP yang berpanjangan. Maka, kajian ini menjangka ada hubungkait di antara prestasi perniagaan dan tekanan emosi kerana ketika pandemik pembuatan keputusan perniagaan adalah agak celaru dan di bawah pengaruh emosi.

Justeru, kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan dibantu oleh sedikit kaedah temubual ke atas sebilangan peniaga mikro di daerah Hulu Langat untuk tujuan merungkai beberapa persoalan seperti: 1) apakah tahap kemahiran digitalan perniagaan dalam kalangan usahawan mikro; 2) apa hubungan antara digitalan perniagaan dan prestasi kewangan; 3) apa kaitan tekanan emosi dan prestasi kewangan; dan 4) apakah peranan tekanan emosi terhadap

hubungan antara kemahiran digitalan dan prestasi kewangan perniagaan mikro ketika pandemik Covid-19. Dengan itu, berikut adalah objektif kajian:

- a. Mengesan tahap kemahiran digitalan perniagaan dalam kalangan usahawan mikro;
- b. Menilai arah hubungan antara digitalan perniagaan dan prestasi;
- c. Mengenalpasti hubungan antara tekanan emosi dan prestasi; dan
- d. Mencadangkan peranan tekanan emosi terhadap hubungan antara digitalan perniagaan dan prestasi kewangan perusahaan mikro ketika pandemik Covid-19.

Kajian Literatur dan Pembangunan Hipotesis

Digitalan perniagaan bukan lagi satu perkara pilihan ketika pandemik, waima di era pasca pandemik. Ia menjadi satu kemestian sekiranya perniagaan ingin terus mengekalkan daya saing dan daya maju (Gegenfurtner et al., 2018; Sanchez & Marisa, 2015). Justeru, perusahaan mikro terpaksa memberi perhatian terhadap pengetahuan pendigitalan dan merubah model perniagaan konvensional supaya sejajar dengan ekosistem perniagaan digital untuk kekal bertahan. Melakukan perubahan dalam model perniagaan kepada sesetengah perniagaan adalah satu bebanan kos kerana perlu menyiapkan sumberan termasuk pekerja dengan latihan pendigitalan dan menyediakan asas keupayaan perkakasan pendigitalan untuk menjayakan pelaksanaan perubahan. Perkara ini asas bagi membolehkan perniagaan mikro terus bertahan dalam ketidakpastian ekonomi disebabkan pandemik Covid-19. Walau bagaimanapun, proses digitalan perniagaan adalah kompleks memandangkan banyak faktor terlibat seperti pelaburan modal masa, tenaga, kewangan dan emosi, walaupun keberkesanan masih tidak dapat dipastikan lantaran bukti kajian empirikal masih kekurangan. Berdasarkan kajian literatur yang terkini (contoh: Sudrajad et al., 2023), segmen ini akan membicarakan perincian setiap konsep dalam kajian ini serta hubungan antara konsep-konsep berlandaskan teori tertentu dan berdasarkan kajian lepas dan bukti empirikal yang tercapai.

Digitalan Perniagaan

Dalam aspek pengurusan strategik, teknologi digital amat penting dalam pembangunan daya maju dan daya saing sesebuah organisasi (Gegenfurtner et al., 2018; Sanchez & Marisa, 2015). Oleh itu, organisasi perlu melabur sejumlah modal untuk meningkatkan kemahiran digitalan organisasi sebelum ketinggalan dalam persaingan. Dapat dilihat apabila sistem penghantaran berasaskan teknologi telah memberikan akses yang fleksibel, ia memudahkan pertukaran maklumat dengan lebih efisien serta menjimatkan kos. Digitalan merupakan satu kemahiran strategik yang perlukan latihan dan pengalaman langsung. Walaupun demikian, latihan digitalan menelan belanja yang agak membebankan di Malaysia (Abdullah, 2020). Kos program pendidikan dan latihan digitalan operasi juga tinggi (Naima, 2019). Kemungkinan juga atas sebab tersebut, ramai usahawan mikro dan kecil tidak yakin digitalan akan meningkatkan prestasi perniagaan (Muafi et al., 2023). Walau bagaimana pun, senario di Malaysia menunjukkan bahawa program pendidikan dan latihan digitalan pemasaran anjuran MDEC banyak membantu usahawan mikro memperolehi kemahiran. Jadi banyak aspek perlu difikirkan sebelum menerima pakai (*adoption*) digitalan perniagaan.

Dari aspek perniagaan dan keusahawanan, digitalan perniagaan ialah sejenis inovasi transformasi apabila penggunaan teknologi digital mengubah sepenuhnya model perniagaan serta menyediakan peluang pendapatan besar dan nilai tambah baharu yang signifikan. Pendigitalan dilihat mampu untuk meningkatkan prestasi perniagaan secara keseluruhannya (Sudrajad et al., 2023; Tvenge et al., 2018). Pendigitalan merupakan proses untuk beralih daripada perniagaan tradisional kepada perniagaan kontemporari. Dalam persekitaran pasaran global yang saling berkait tetapi tidak menentu arah haluan, tahap kecekapan sistem pengurusan

data dan maklumat adalah kritikal. Seterusnya, sistem pembuatan menjadi lebih pintar yang seiring dengan peningkatan kecekapan penggunaan sumber, kecekapan pengeluaran dan pemasaran, tahap kebolehsuaian yang tinggi terhadap perubahan persekitaran serta kemajuan dalam teknologi maklumat dan komunikasi. Jadual 2 menunjukkan terdapat 5 bidang pendigitalan yang memberi manfaat kepada perniagaan.

Jadual 2: Bidang utama untuk digitalan perniagaan

Key Area	Definition and Explanation
Procurement and inventory	Digital procurement software and inventory management systems reduce costs and streamline business operations as they reduce the manpower required to manually check and update inventory. For example, inventory restocking can be automated using analytical models that predict price fluctuations and customer demand.
Accounting and taxes	Digital accounting software record transactions accurately and instantly without human intervention, significantly reducing accounting errors that are commonly associated with manual bookkeeping.
Digital marketing	Digital marketing campaigns can reach a wider customer base more efficiently, effectively, and cheaply than traditional advertising. For example, platforms such as Facebook, Instagram, or YouTube enable firms to promote their businesses via digital advertising with flexible pricing plans.
E-commerce	E-commerce (e.g. via platforms such as Lazada and Shopee) helps firms overcome geographical limitations and lowers the cost of entry for entrepreneurs and SMEs, allowing them to compete with established firms.
Electronic Point of Sale (ePOS) and contactless payment systems	ePOS is a system that records sales, manages payments, and monitors inventory, enabling accurate, up-to-date information on business operations. The system enables businesses to engage in data analytics (e.g. by generating reports on product popularity), thus optimizing business performance. Contactless payment systems, such as digital wallets, can reduce transaction time, increase security, and improve customer experience.

Sumber: Malaysian Digital Economy Corporation (2020)

Oleh itu, kajian ini menguji hipotesis berikut:

H1 – Digitalan perniagaan memberi impak positif terhadap prestasi jualan ketika pandemik Covid-19.

Tekanan emosi

Menurut Kamus Dewan, emosi bermaksud perasaan pada jiwa yang kuat seperti sedih, marah dan lain-lain. Oxford Advanced Learners' Dictionary, menyatakan emosi sebagai perasaan yang kuat dan pelbagai jenis seperti rasa kasih sayang, keriangian, benci, takut, cemburu, keseronokan atau gangguan. *Oxford Dictionary of English* pula menyatakan emosi sebagai perasaan yang kuat dari dalam terutamanya daripada aspek mental. Dalam kajian ini, emosi difahami sebagai gejala kurang sihat disebut sebagai tekanan emosi. Ini kerana kajian ini yakin

bahawa tekanan emosi mempunyai kesan terhadap proses pengurusan strategik sesuatu perniagaan waima perniagaan bersaiz mikro.

Tekanan emosi merupakan satu tindak balas fizikal akibat situasi di mana seseorang berasa terancam. Perkara yang menyebabkan tekanan emosi dalam kalangan orang dewasa biasanya adalah faktor dalaman seperti kewangan, masalah keluarga atau rumahtangga, interaksi sosial, dan faktor luaran seperti keadaan cuaca, ekonomi, dan politik (Aafreen, M. et al. 2018). Gejala yang boleh kelihatan seperti kemurungan, sakit-sakit anggota badan dan pelik perangai adalah manifestasi seseorang itu sedang meluahkan tekanan fizikal, mental dan emosi negatif (Keinan & Malach-Pines, 2007). Justeru, proses pemikiran, tingkah laku, dan pembuatan keputusan akan turut terjejas (Aafreen, M. et al. 2018). Oleh itu, seseorang yang menghadapi tekanan emosi secara berpanjangan akan menanggung risiko kesihatan, manakala kesihatan merupakan sumber dalaman individu usahawan paling utama dalam memacu perniagaan ke arah kejayaan, menurut teori RBV. Jika seseorang itu tidak sihat dan sejahtera maka akan terjejaslah keberlangsungan fungsian harian, pekerjaan, atau perniagaan (Mohd Tajuddin, M. S. (2007). Situasi pandemik yang panjang dan bersamanya pula adalah fenomena ancaman kesihatan telah mengakibatkan kerosakan kepada kesejahteraan manusia sejagat, mirip kepada hujah kajian lepas berkenaan tekanan emosi berpanjangan dan akibatnya (Kemeny, M. E. (2003). Ternyata bahawa pengalaman hidup yang tertekan secara berpanjangan boleh mempunyai kesan ketara.

Oleh itu, kajian ini menguji hipotesis berikut:

H2 – Tekanan emosi memberi kesan tertentu ke atas prestasi perniagaan ketika pandemik Covid-19.

Peranan emosi dalam hubungan antara digitalan perniagaan dan prestasi

Sejauh mana tekanan emosi menjejaskan prestasi perniagaan usahawan mikro masih kurang difahami. Kejayaan perniagaan adalah satu fenomena yang kompleks dan hampir tidak dapat dipastikan ketika pandemik Covid-19. Manakala, emosi sifatnya berubah mengikut situasi. Tat kala pandemik, tiada seorang pun yang terkecuali daripada merasai tekanan emosi kerana setiap waktu sentiasa memikirkan perkara-perkara yang tiada ketentuan. Sudah pasti seseorang usahawan itu memikirkan apa yang perlu dilakukan agar kelangsungan perniagaan tidak terjejas. Usahawan juga mengalami tekanan emosi di sepanjang tempoh pandemik. Ini kerana dalam keadaan tekanan emosi, secara naratifnya seorang usahawan itu tiada ruang untuk merancang pelan tindakan yang teliti dan strategik. Setiap tindakan dikatakan perlu disegerakan supaya perusahaan terus aktif dan kedudukan kewangan stabil.

Antara tindakan-tindakan segera adalah urusan jualbeli dalam talian. Maka kemahiran digitalan pemasaran sangat kritikal. Ini kerana, ketika pandemik kerajaan mengenakan sekatan pergerakan termasuklah pergerakan operasian pejabat, urusan jualbeli secara fizikal dan pergerakan logistik. Jadi kemahiran digitalan pemasaran merupakan satu aset individu yang strategik untuk mempertahankan dan meningkatkan nilai perniagaan tanpa pergerakan fizikal. Namun kemahiran itu hanya boleh dimiliki setelah usahawan melalui pelbagai peringkat latihan yang dianjurkan oleh agensi-agensi kerajaan. Walaupun latihan-latihan itu percuma tetapi latihan digitalan biasanya berupa latihan yang bersifat intensif dan memerlukan komitmen serta kegigihan yang tinggi ke arah penyelesaian sebarang masalah ketika transaksi dalam talian. Perkara ini sewajarnya menjejaskan kestabilan emosi.

Menurut teori jangkaan (*expectancy theory*), tekanan emosi akibat tekanan kerja tambahan atau pengalaman baharu akan menjejaskan motivasi untuk terus berusaha meraih kejayaan. Tambahan pula, latihan digitalan pemasaran akan memperkenalkan banyak bidang pengetahuan baharu seperti *internet of things*, platform pasaran dalam talian, transaksi jualbeli tanpa tunai, pengkomputeran dan pelbagai perkara lain yang berkaitan. Malah semua sesi latihan itu berlaku secara dalam talian ketika pandemik. Para pelatih perlu menyesuaikan diri secepat mungkin terhadap perubahan digital serta mempelajari alat digital dengan efisien. Memahami bahawa peluang datang hanya sekali, usahawan akan berasa tekanan emosi yang tinggi sekiranya tidak dapat menyesuaikan diri dan menguasai apa yang dipelajari dalam latihan, sedangkan mereka tahu kebaikan dari latihan tersebut.

Seorang usahawan perlu bijak menimbangtara antara kos dan pelaburan ketika dalam proses memperkasa kemahiran digitalan perniagaan. Terdapat juga usahawan mikro yang menyuarakan persoalan peningkatan kos perbelanjaan untuk mempraktikkan kemahiran digitalan pemasaran apabila mereka terpaksa membeli talifon baharu, peranti, alat-alat penggambaran produk, dan sebagainya dengan menggunakan duit simpanan sendiri. Persoalan timbul seperti adakah latihan digitalan yang telah menelan banyak belanja ini akan membuahkan lebih jualan dan keuntungan. Walaupun latihan digitalan pemasaran itu percuma kerana dibiaya oleh kerajaan tetapi kajian lepas mendapati usahawan mikro, kecil dan sederhana masih gusar akan keberhasilan.

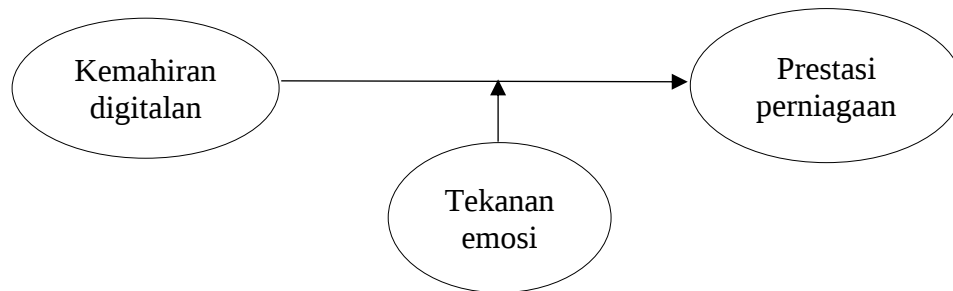
Selain dari tekanan emosi ketika pandemik, usahawan perusahaan mikro juga sentiasa berhadapan dengan pembuatan keputusan berdasarkan ketidakpastian. Sekadar tahu matlamat dalam perniagaan tetapi tiada data dan maklumat yang jelas atau tepat berkenaan perkara-perkara lain berkaitan dengan rangkaian bekalan, sumber manusia, pekerja asing, dan perihal hutang perniagaan, proses membuat keputusan yang kompleks akan menyebabkan tekanan emosi kerana keadaan ketidakpastian. Naratif sedemikian seperti membawa kepada satu gambaran bahawa tekanan emosi dalam kalangan usahawan perusahaan mikro akan menjejaskan operasian dan seterusnya prestasi jualan atau kewangan perniagaan. Sehingga peringkat justifikasi ini, pengkaji melihat satu keadaan di mana tekanan emosi mempunyai kesan negatif terhadap hubungan di antara kemahiran digitalan dan prestasi perniagaan.

Walau bagaimanapun, sudut pandang positif melihat bahawa tekanan emosi boleh meningkatkan prestasi (Nurlia Karim, 2013). Menurut teori motivasi Herzberg, ini mungkin berlaku kerana apabila ketiadaan tekanan emosi, seseorang itu boleh berasa bosan, tiada kepuasan dan prestasi kerja akan menurun. Dalam model tekanan tempat kerja, kajian lepas percaya bahawa keupayaan pekerja untuk mengawal emosi dan tekanan psikologi boleh meningkatkan prestasi kerja (Kessler, Ronald et al., 2006). Sebagai contoh, pekerja yang diberi latihan lebih berpuas hati dengan prestasi kerja mereka walaupun mereka berasa tertekan ketika sesi latihan kerana pekerja berasa lebih kompeten untuk memudahcara pekerjaan dengan kemahiran baharu yang diperolehi selepas latihan.

Secara umumnya, kesan tekanan emosi terhadap hubungan antara kemahiran digitalan dan prestasi sentiasa berubah-ubah bergantung kepada situasi dalaman dan luaran seseorang. Oleh itu, kajian kami lebih cenderung kepada peranan tekanan emosi sebagai penyederhana terhadap hubungan antara digitalan perniagaan dan prestasi perniagaan untuk fenomena ketika pandemik Covid-19. Dengan mengambilkira kajian lepas, kajian ini menguji hipotesis berikut:

H3 – Peranan tekanan emosi sebagai penyederhana terhadap hubungan antara digitalan perniagaan dan prestasi kewangan.

Gambarajah 1 merupakan kerangka kajian yang menunjukkan prestasi perniagaan sebagai pembolehubah bersandar, kemahiran digitalan sebagai pembolehubah tidak bersandar, dan tekanan emosi sebagai penyederhana.



Gambarajah 1: Kerangka Kajian

Metod Kajian

Kajian kuantitatif deskriptif ini dijalankan menggunakan metod penyelidikan tinjauan secara bertujuan (*purposive*) untuk memperolehi data dari responden perusahaan mikro sekitar Daerah Hulu Langat. Semua kawasan kajian adalah di bawah pentadbiran Majlis Perbandaran Pejabat Daerah Hulu Langat. Paparan dalam *Dashboard* dan Informasi Wabak Covid-19 dari laman web www.selangor.gov.my menunjukkan daerah ini antara penyumbang terbanyak kumulatif kes Covid-19 bagi negeri Selangor. Pada masa yang sama, negeri Selangor merupakan negeri yang padat dengan aktiviti perusahaan mikro selain perusahaan yang kecil, sederhana dan besar. Justeru, pemilihan kawasan ini sebagai lokasi kajian adalah bersesuaian dengan empat persoalan kajian. Responden bagi kajian ini merupakan penjaja dan peniaga mikro dan kecil yang giat di pasar tani dan pasar malam sekitar negeri Selangor. Sebanyak 250 borang soal selidik diedarkan dalam tempoh tiga minggu dan hanya 120 borang diterima dengan lengkap. Menurut hukum statistik persampelan Tabachnick *rule of thumb* ($N = 50 + 8m$; m adalah bilangan faktor penentu dalam kajian) adalah mencukupi (Tabachnick & Fidell, 2001, pg. 117). Kajian deskriptif ini bergantung kepada data yang dianalisis menggunakan *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) kerana pakej ini sangat efisien dan hampir tepat dalam menterjemah banyak fenomena berkaitan sains sosial termasuk perkara dalam bidang perniagaan. Berkenaan evolusi SPSS, versi 1 telah mula digunakan pada tahun 1968 dan sehingga hari ini telah ditambahbaik menjadi versi 28 pada tahun 2021.

Untuk tujuan lebih menyakinkan, penyelidik melakukan pendekatan pertemuan secara bersemuka dengan responden. Ini kerana, tinjauan secara bersemuka memberikan hasil yang paling mewakili persepsi responden (Gergely Szolnok, Dieter Hoffmann, 2013). Mematuhi prosedur standard (SOP) yang ditetapkan oleh kerajaan ketika pandemik, penyelidik telah bersemuka dengan 10 peniaga yang terdiri daripada penjaja, peniaga pasar tani dan pasar malam, dan penjual makanan bermotor seperti *food truck* dan penjual ais krim.

Mengambil kira digitalan sebagai satu strategi baharu dalam perniagaan, konsep ini masih sangat kompleks untuk dimengerti oleh usahawan mikro khususnya. Mereka mungkin tahu tentang kepentingan internet dan talifon bimbit tetapi masih tidak faham bagaimana memanfaatkan platform dan alat tersebut sepenuhnya dalam pengurusan dan pentadbiran perniagaan lebih-lebih lagi dalam situasi pandemik. Kegagalan penyelidik memberi protokol

soalan yang tepat kepada responden akan menyebabkan data yang diperolehi tidak tepat dan menjejaskan analisis keputusan. Maka adalah penting menyelidik bersemuka dengan responden. Menurut kajian lepas (Amos Tong, Rachel Goh, 2020) firma besar tidak mempunyai masalah untuk menerimaguna digitalan perniagaan kerana secara rasionalnya pendigitalan akan meningkatkan kecekapan, daya saing dan skala ekonomi. Firma boleh menggunakan teknologi yang kompleks seperti automasi proses pengeluaran dan proses kawalan kualiti dipacu data untuk mengurangkan kos dan meningkatkan margin keuntungan. Walau bagaimanapun, dalam konteks digitalan perniagaan kalangan perusahaan mikro kurang dibincangkan dalam literatur keusahawanan.

Kajian ini mengadaptasi skala persepsi stres Sheldon Cohen (*Perceived Stress Scale*) untuk mengukur tekanan emosi. aafreenIa mengukur tekanan dengan satu siri soalan berdasarkan perasaan dan emosi dan sejauh mana responden merasakannya. Walau bagaimanapun, alat pengukuran ini menetapkan standard ingatan responden untuk sebulan yang lepas, contoh:

1 = Hampir Tidak Pernah; 2 = Kadang-Kadang; 3 = Agak Kerap; 4 = Kerap; 5=Sangat Kerap					
Pada bulan lepas, berapa kerap anda kecewa kerana sesuatu yang berlaku di luar jangkaan?	1	2	3	4	5

Penyelidik telah membuat adaptasi soalan asal untuk tujuan penyesuaian tempoh masa ingatan responden berbanding soalan asal, contoh:

1 = Hampir Tidak Pernah; 2 = Kadang-Kadang; 3 = Agak Kerap; 4 = Kerap; 5=Sangat Kerap					
<u>Sebagai perusahaan mikro ketika negara melaksanakan sekatan pergerakan yang ketat ketika pandemik Covid-19:</u>					
Berapa kerap anda kecewa kerana sesuatu yang berlaku di luar jangkaan?	1	2	3	4	5

Penyesuaian ini berasas kerana pandemik Covid-19 adalah satu peristiwa yang mengejut dan menakutkan yang tidak pernah ditempuhi sepanjang kehidupan lepas dan situasi ini sudah pasti meninggalkan kesan mendalam terhadap emosi responden. Ramai yang menghadapi tekanan emosi yang teruk sehingga kejadian bunuh diri menjadi satu fenomena kecil di Malaysia ketika awal pandemik.

Berkenaan pengukuran prestasi perniagaan, penyelidik menetapkan sela tempoh yang membolehkan responden mengimbas kembali dan menetapkan jawapan yang bertepatan. Sela tempoh tersebut adalah pertama pada 18 Mac 2020 (PKP pertama dilaksanakan) sehingga 20 Ogos 2021. Ketika ini disebut sebagai Fasa 1 Pelan Pemulihan Negara iaitu permulaan pembukaan sektor ekonomi berperingkat. Sela kedua pada 20 Ogos 2021 disebut sebagai Fasa 2 Pelan Pemulihan Negara sehingga tempoh kajian ini dijalankan, iaitu tempoh responden memberi maklum balas. Kaedah penetapan tempoh atau parameter ini disebabkan pengukuran kajian adalah dalam tempoh pandemik Covid-19 dan sehingga terkini kerajaan belum mengisytiharkan negara memasuki fasa endemik secara rasmi. Selain itu, parameter ini selaras dengan Sudman et al., (1973) yang menerangkan parameter boleh dikaitkan dengan masa bergantung pada tahap ancaman atau keinginan sosial yang berkaitan dengan sesuatu peristiwa. Soalan pengukuran prestasi perniagaan diadaptasi dari kajian lepas berkenaan kejayaan keusahawanan yang mengukur dimensi kewangan dan dimensi subjektif psikologi (Juhdi et al., 2015).

Dapatan Kajian dan Perbincangan

Demografi

Jadual 3 menunjukkan taburan jantina responden. Seramai 58 orang (48.3%) adalah lelaki dan 62 orang wanita (51.7%). Data menunjukkan tiada jurang perbezaan ketara dari aspek jantina dalam sampel kajian ini. Maka boleh juga dikatakan bahawa penggiat perusahaan mikro dalam daerah Hulu Langat ini terdiri daripada lelaki dan wanita yang sama banyak, tiada bias.

Jadual 3: Taburan Jantina

Jantina	Bilangan	Peratus (%)
Lelaki	58	48.3
Wanita	62	51.7
Jumlah	120	100

Jadual 4 menunjukkan julat umur responden. Bagi julat umur 20 tahun ke bawah ada seramai 11 (9.2%) orang; julat umur 21 hingga 25 seramai 69 orang (57.5%); julat umur 26 hingga 30 seramai 11 orang (9.2%); julat umur 31 hingga 35 seramai 20 orang (16.7%); julat umur 36 hingga 40 seramai 5 (4.2%) orang; dan julat umur melebihi 40 adalah seramai 4 orang (3.3%). Kesimpulannya, majoriti responden merupakan usahawan mikro kategori belia yang berumur antara 21 hingga 35 tahun (100 orang, 83.33%). Data ini penting kepada literatur bidang keusahawanan dalam membincangkan implikasi kepada dasar kerajaan dalam usaha memperkasa usahawan muda perniagaan baharu (pemula) bersaiz mikro dan kecil ke arah digitalan perniagaan yang komprehensif melingkungi aspek operasian, kewangan, sumberan dan R&D selain aspek pemasaran. Para usahawan ini masih muda dan mereka lebih mudah dibimbing serta berminat tinggi aspek digitalan dan apa sahaja yang berkaitan IoT. Secara dasarnya, mereka yang berumur muda ini mempunyai ketangkasan (*agility*) tinggi berbanding golongan yang lebih berusia. Adalah sangat wajar pihak kerajaan memberi tumpuan terhadap golongan usahawan muda ini.

Jadual 4: Taburan Julat Umur Responden

Umur	Bilangan	Peratus (%)
20 tahun ke bawah	11	9.2
21 hingga 25	69	57.5
26 hingga 30	11	9.2
31 hingga 35	20	16.7
36 hingga 40	5	4.2
melebihi 40	4	3.3
Jumlah	120	100

Jadual 5 menunjukkan taburan status akademik responden. Dalam kajian ini tiada responden mempunyai peringkat akademik kurang daripada Tingkatan 3. Mereka yang memiliki sijil SPM adalah seramai 16 (13.3%) orang, STPM seramai 13 (10.8%) orang, sijil kemahiran seramai 5 (4.2%) orang, diploma seramai 36 (30%) orang, ijazah pertama seramai 48 (40%) orang, ijazah sarjana hanya seorang (0.8%), dan sijil profesional juga seorang sahaja (0.8%). Secara umumnya, dapatan kajian menunjukkan majoriti responden iaitu 85 orang (70.83%) memiliki sijil pengajian tinggi. Tahap pendidikan yang tinggi ini boleh membantu perbincangan bagaimana keadaan emosi mempengaruhi proses perusahaan ketika pandemik Covid-19. Ini juga bermaksud ada kemungkinan mereka telah melalui proses pendidikan keusahawanan secara formal, walaupun peringkat asas keusahawanan, di institusi pengajian tinggi masing-

masing kerana kementerian pengajian tinggi (KPT) begitu agresif memperkasakan pendidikan keusahawanan di institusi pengajian tinggi tempatan semenjak tahun 2010 (Haron, Juhdi & Rahid, 2022).

Jadual 5: Taburan Peringkat Akademik

Peringkat	Bilangan	Peratus (%)
Tidak bersekolah	0	0.0
UPSR/LCE	0	0.0
SRP/PMR/PT3	0	0.0
SPM	16	13.3
STPM	13	10.8
Sijil Kemahiran	5	4.2
Diploma	36	30.0
Ijazah Pertama	48	40.0
Sarjana	1	0.8
PHD	0	0.0
Sijil Profesional	1	0.8
Lain-lain	0	0.0
Jumlah	120	100

Seterusnya Jadual 6 menunjukkan julat tempoh perniagaan sehingga kajian ini dilakukan. Bagi tempoh perniagaan kurang 2 tahun adalah seramai 70 (58.3%); 3 hingga 5 tahun seramai 19 (15.8%); 6 hingga 10 tahun seramai 4 (3.3%) ; 11 hingga 15 tahun seramai 26 (21.7%); 16 hingga 20 tahun tiada responden dan tempoh perniagaan melebihi 20 tahun hanya seorang (0.8%). Data menunjukkan bahawa majoriti responden adalah sangat baharu dengan tempoh kurang daripada 2 tahun pengalaman perniagaan iaitu 70 orang (58.3%). Kajian lepas kerap menyatakan bahawa usahawan yang kurang pengalaman dari 3 tahun biasanya akan lenyap dari industri dalam tempoh terdekat jika tiada suatu lonjakan paradigma dilakukan (Juhdi et al., 2015). Dalam konteks kajian ini, lonjakan itu merujuk kepada penerimaan (*adoption*) teknologi dan digitalan perniagaan. Maka seharusnya para usahawan muda ini yang selalunya masih di tahap “start-up” atau pemula dibantu untuk berdaya saing dan berdaya maju melalui siri-siri kursus dan latihan digitalan perniagaan secara total tidak hanya tertumpu kepada digitalan pemasaran sahaja.

Jadual 6: Taburan Tempoh Perniagaan Responden

Tempoh Perniagaan (Tahun)	Bilangan	Peratus (%)
kurang 2	70	58.3
3 hingga 5	19	15.8
6 hingga 10	4	3.3
11 hingga 15	26	21.7
16 hingga 20	0	0.0
melebihi 20	1	0.8
Jumlah	120	100

Kemahiran Digitalan Pengusaha Mikro

Jadual 7 menunjukkan jumlah responden yang menggunakan aplikasi atau perisian dalam perniagaan semasa pandemik Covid-19. Seramai 107 (89.2%) orang responden menggunakan aplikasi atau perisian dalam perniagaan semasa pandemik Covid-19, manakala seramai 13 orang (10.8%) tiada menggunakan. Ini bermaksud, majoriti usahawan belia mikro mempunyai kesedaran tinggi tentang kepentingan digitalan perniagaan dan mereka telah melabur sejumlah perbelanjaan dan bersedia untuk meningkatkan lagi kemahiran pendigitalan perniagaan jika diberi ruang dan peluang.

Jadual 7: Jumlah responden yang menggunakan aplikasi atau perisian

Penggunaan	Bilangan	Peratus (%)
Ya	107	89.2
Tidak	13	10.8
Jumlah	120	100

Jadual 8 menunjukkan kekerapan penggunaan aplikasi atau perisian dalam seharian perniagaan sepanjang tempoh pandemik Covid-19. Seramai 21 orang responden (19.6%) hanya sedikit kekerapan; seramai 53 (49.5%) agak kerap; dan seramai 33 (30.8%) orang responden sangat kerap. Majoriti usahawan mikro (86 orang, 80.37%) sememangnya terbukti kerap sekali menggunakan aplikasi dan perisian digital untuk mengendalikan perniagaan tetapi kesan kemahiran digitalan terhadap peningkatan prestasi perniagaan secara keseluruhan belum dapat dipastikan dalam kajian ini.

Jadual 8: Kekerapan penggunaan aplikasi atau perisian tersebut seharian dalam perniagaan sepanjang tempoh pandemik COVID-19

Kekerapan	Bilangan	Peratus (%)
Sedikit	21	19.6
Agak kerap	53	49.5
Sangat kerap	33	30.8
Jumlah	107	100

Jadual 9 menunjukkan bagaimana cara responden mempunyai pengetahuan mendalam menggunakan aplikasi atau perisian digitalan. Seramai 101 (94.4%) orang responden belajar sendiri melalui internet, rakan dan saudara. Seramai 2 orang (1.9%) pernah menghadiri latihan formal, seramai 3 (2.8%) orang responden membiayai latihan untuk pekerja, seramai 1 (0.9%) orang responden mengambil pekerja yang mahir menggunakan aplikasi atau perisian; dan tiada responden yang mengupah entiti luar untuk membimbing dalam penggunaan aplikasi atau perisian bagi pihak perniagaan mereka. Kajian ini mendapati hampir semua responden begitu komited mengupayakan diri ke arah digitalan perniagaan sekurang-kurangnya asas digitalan pemasaran sungguhpun secara percuma.

Jadual 9: Bagaimana responden atau pekerja mereka mahir dalam penggunaan aplikasi atau perisian tersebut

Pengetahuan diperolehi	Bilangan	Peratus (%)
Saya belajar sendiri melalui internet, rakan, saudara	101	94.4
Saya menghadiri latihan formal	2	1.9
Saya membiayai latihan untuk pekerja	3	2.8
Saya mengambil pekerja yang mahir menggunakan aplikasi atau perisian	1	0.9
Saya mengupah entiti luar bagi pihak perniagaan saya	0	0.0
Jumlah	107	100

Jadual 10 menunjukkan tempoh latihan yang dilalui untuk pembelajaran berkaitan jawapan responden yang menghadiri latihan secara formal iaitu berkaitan pilihan jawapan kedua dalam jadual di atas (Jadual 9). Seramai 2 orang responden sahaja melalui tempoh latihan kurang daripada 7 hari manakala tiada responden melalui tempoh latihan melebihi 7 hari. Ini bermakna, maklumat latihan digitalan perniagaan yang dianjurkan oleh agensi kerajaan tidak sampai ke pengetahuan usahawan mikro atau mereka tidak cakna akan kewujudan peluang tersebut.

Jadual 10: Tempoh latihan yang dilalui untuk latihan secara formal

Tempoh latihan (hari)	Bilangan	Peratus (%)
kurang 7	2	100
8 hingga 14	0	0.0
15 hingga 30	0	0.0
lebih 30	0	0.0
Jumlah	2	100

Jadual 11 menunjukkan tempoh latihan bagi responden yang membiayai pekerja mereka menghadiri latihan. Seramai 3 orang daripada 120 responden sahaja yang menyatakan mereka membiayai pekerja menjalani tempoh latihan digitalan perniagaan jangka pendek. Ini bermakna, usahawan mikro tiada keupayaan melabur dana dalam modal insan ketika pandemik Covid-19, atau mereka sendiri mempunyai persepsi bahawa digitalan perniagaan ini sesuatu yang menyusahkan dan mereka seperti tidak pasti digitalan perniagaan memberi pulangan pelaburan yang baik. Kesimpulannya, dapatan kajian yang sebagai mana yang dipapar dalam Jadual 7 hingga 11 membuktikan bahawa usahawan mikro mempunyai kemahiran asas digitalan perniagaan, terutamanya digitalan pemasaran. Manakala kemahiran digitalan perniagaan aspek operasian, kewangan, sumberan dan R&D adalah limitasi kajian ini.

Jadual 11: Tempoh latihan bagi responden yang membiayai pekerja mereka menghadiri latihan

Tempoh latihan (hari)	Bilangan	Peratus (%)
kurang 7	0	0.0
8 hingga 14	2	66.7
15 hingga 30	1	33.3
lebih 30	0	0.0
Jumlah	3	100

Prestasi Kewangan Pengusaha Mikro

Jadual 12 menunjukkan pandangan responden berkaitan penggunaan aplikasi dan perisian membantu memudahkan pelaksanaan perniagaan dalam tempoh pandemik Covid-19. Seramai 33 (30.8%) responden menyatakan penggunaan aplikasi dan perisian kadang-kadang membantu memudahkan pelaksanaan perniagaan. Seramai 74 (69.2%) responden menyatakan penggunaan aplikasi dan perisian amat membantu memudahkan pelaksanaan perniagaan. Manakala tiada responden yang menyatakan penggunaan aplikasi dan perisian tidak membantu memudahkan pelaksanaan perniagaan dalam tempoh pandemik.

Jadual 12: Pandangan responden berkaitan penggunaan aplikasi dan perisian membantu memudahkan pelaksanaan perniagaan

Memudahkan perniagaan	Bilangan	Peratus (%)
Tidak membantu	0	0.0
Kadang-kadang membantu	33	30.8
Amat membantu	74	69.2
Jumlah	107	100

Jadual 13 menunjukkan pandangan responden berkaitan penggunaan aplikasi dan perisian dapat membantu meningkatkan prestasi jualan semasa pandemik Covid-19. Seramai 33 (30.8%) orang responden menyatakan penggunaan aplikasi dan perisian ini kadang-kadang membantu; seramai 74 (69.2%) orang responden menyatakan penggunaan aplikasi dan perisian ini amat membantu; dan tiada responden yang menyatakan penggunaan aplikasi dan perisian ini tidak membantu meningkatkan prestasi jualan semasa pandemik Covid-19. Walaupun responden menunjukkan kurang yakin akan keperluan latihan intensif digitalan perniagaan tetapi mereka mengakui ia mampu meningkatkan prestasi jualan. Ini juga bermakna, majoriti responden usahawan mikro menyakini bahawa digitalan perniagaan mendatangkan peningkatan jualan, akan tetapi tidak pasti sejauh mana jualan mencukupi untuk melonjakkan prestasi kewangan perniagaan secara keseluruhan sehingga mencukupi keperluan asas kehidupan diri, keluarga dan pekerja. Setakat ini, kajian mendapati prestasi kewangan usahawan mikro adalah tidak menentu ketika pandemik Covid-19.

Jadual 13: Pandangan responden berkaitan penggunaan aplikasi dan perisian ini membantu meningkatkan prestasi kewangan

Meningkatkan prestasi jualan	Bilangan	Peratus (%)
Tidak membantu	0	0.0
Kadang-kadang membantu	33	30.8
Amat membantu	74	69.2
Jumlah	107	100

Jadual 14 menunjukkan pandangan responden berkaitan prestasi jualan dalam tempoh 18 Mac 2020 (PKP pertama) sehingga 20 Ogos 2021 (Fasa 1 Pelan Pemulihan Negara). Seramai 83 (77.6%) orang responden menyatakan prestasi jualan tidak menentu; 15 (14%) orang responden menyatakan jualan mencukupi; dan hanya 9 (8.4%) orang responden menyatakan tidak jualan mencukupi. Maka terbukti dalam kajian ini bahawa prestasi jualan walau meningkat tetapi tidak tentu mencukupi untuk menampung kos dan perbelanjaan perniagaan ketika keadaan pandemik Covid-19. Usahawan mikro tidak yakin jualan telah melonjakkan prestasi kewangan perniagaan kepada tahap positif (tidak rugi).

Jadual 14: Pandangan responden berkaitan prestasi kewangan PKP1.0

Prestasi jualan mencukupi	Bilangan	Peratus (%)
Tidak mencukupi	9	8.4
Tidak menentu	83	77.6
Ya mencukupi	15	14.0
Jumlah	107	100

Jadual 15 seterusnya menunjukkan pandangan responden berkaitan prestasi jualan perniagaan mereka samada meningkat atau sebaliknya untuk tempoh 20 Ogos 2021 (Fasa 2 Pelan Pemulihan Negara) sehingga kini (Febuari 2022) berbanding tempoh yang dinyatakan sebelum ini (Rujuk Jadual 14). Seramai 80 (74.8%) orang responden menyatakan peningkatan jualan tidak menentu; 21 (19.6%) orang responden menyatakan prestasi jualan perniagaan meningkat; dan 6 (5.6%) orang responden menyatakan tidak meningkat. Walaupun ada sedikit peningkatan prestasi jualan dalam fasa 2 PKP, masih lagi majoriti responden usahawan mikro berasa tidak yakin peningkatan jualan akan berterusan secukupnya pada masa akan datang untuk menghadapi cabaran dan permasalahan ketika pasca pandemik.

Jadual 15: Pandangan responden berkaitan prestasi kewangan PKP2.0

Prestasi jualan/ kewangan perniagaan meningkat	Bilangan	Peratus (%)
Tidak meningkat	6	5.6
Tidak menentu	80	74.8
Ya meningkat	21	19.6
Jumlah	107	100

Jadual 16 menunjukkan jangkaan responden berkaitan prestasi jualan perniagaan mereka terus meningkat pada tahun-tahun berikutnya berbanding tempoh yang dinyatakan di atas (Jadual 15). Seramai 6 (5.6%) orang responden menjangkakan prestasi tidak meningkat pada tahun-tahun berikutnya berbanding tempoh yang dinyatakan di atas (Jadual 15). Seramai 78 (72.9%) orang responden menjangkakan prestasi tidak menentu pada tahun-tahun berikutnya berbanding tempoh yang dinyatakan di atas (Jadual 15). Manakala seramai 23 (21.5%) orang responden menjangkakan prestasi meningkat pada tahun-tahun berikutnya berbanding tempoh yang dinyatakan di atas (Jadual 15). Kesimpulannya, berkenaan prestasi perniagaan usahawan mikro ini berdasarkan pengalaman ketika pandemik adalah tidak mencukupi atau tidak menunjukkan peningkatan signifikan walau telah ada sedikit pelaksanaan digitalan perniagaan untuk memastikan daya maju dan kesinambungan perniagaan menuju pasca pandemik.

Jadual 16: Jangkaan responden berkaitan prestasi kewangan pasca pandemik

Prestasi jualan perniagaan masa hadapan	Bilangan	Peratus (%)
Tidak meningkat	6	5.6
Tidak menentu	78	72.9
Ya meningkat	23	21.5
Jumlah	107	100

Jadual 17 menunjukkan kesediaan responden memperuntukkan kos untuk pembelian aplikasi atau perisian untuk kegunaan mereka atau pekerja mereka yang telah menerima latihan pendigitalan. Seramai 88 (73.3%) orang responden tidak bersedia memperuntukkan kos untuk pembelian aplikasi atau perisian untuk kegunaan mereka atau pekerja; dan seramai 32 (26.7%) orang responden bersedia memperuntukkan kos untuk pembelian aplikasi atau perisian untuk kegunaan mereka atau pekerja. Ini menunjukkan kesahihan kepada sikap usahawan mikro yang dingin terhadap eksploitasi peluang perniagaan di era digitalan bukan kerana mereka enggan tetapi kerana mereka tiada keupayaan ilmu pengetahuan keusahawanan, kemahiran pengurusan strategik dan pengalaman mengurus ketidakpastian.

Jadual 17: Peruntukan pembelian aplikasi atau perisian

Memperuntukkan kos untuk pembelian aplikasi atau perisian bagi pekerja	Bilangan	Peratus (%)
Tiada, kerana aplikasi atau perisian telah tersedia dalam perkakasan ICT/Internet	88	73.3
Ya, kerana aplikasi atau perisian tersebut perlu dilanggan	32	26.7
Jumlah	120	100

Satu kesimpulan daripada dapatan kajian deskriptif yang dipaparkan oleh Jadual 7 hingga Jadual 17 ialah hubungan positif antara kemahiran digitalan dan prestasi perniagaan. Maka, Hipotesis 1 disokong.

Tekanan Emosi Ketika Pandemi

Jadual 18 menunjukkan tahap tekanan kerja yang dihadapi oleh responden sepanjang negara melaksanakan sekatan pergerakan akibat pandemik Covid-19. Penilaian menggunakan Perceived Stress Scale (PSS) iaitu instrumen psikologi yang digunakan secara meluas untuk mengukur persepsi terhadap tekanan. Indikator bagi penilaian ini terbahagi kepada tiga julat skor iaitu skor antara 0-13 akan dianggap sebagai tekanan rendah, skor antara 14-26 akan dianggap sebagai tekanan sederhana dan skor antara 27-40 akan dianggap sebagai tekanan tinggi. Berdasarkan jumlah 120 orang responden, seramai 6 (5%) orang responden berada pada julat skor tekanan rendah; seramai 81 (67.5%) orang responden berada pada julat skor tekanan sederhana; dan seramai 33 (27.5%) orang responden berada pada julat skor tekanan tinggi. Kajian ini mendapati responden usahawan mikro menghadapi tekanan emosi sederhana tinggi ketika pandemik Covid-19. Mungkin perkara ini disebabkan oleh faktor kepadatan penduduk yang mewakili pelanggan, justeru pelbagai kerenah tingkahlaku pelanggan yang menggugat emosi peniaga ketika pandemik Covid-19.

Jadual 18: Tahap tekanan kerja yang dihadapi oleh responden

Petunjuk Julat Skor	Bilangan	Peratus (%)
0 - 13, tekanan rendah	6	5.0
14 – 26, tekanan sederhana	81	67.5
27- 40, tekanan tinggi.	33	27.5
Jumlah	120	100

Kajian ini mengambil dua indikator sebagai faktor kawalan iaitu pengakuan penggunaan aplikasi atau perisian dalam perniagaan dan pengakuan penggunaan aplikasi dan perisian membantu meningkatkan prestasi perniagaan. Terdapat 107 orang responden yang sedemikian. Daripada jumlah tersebut, seramai 72 (67.3%) orang responden menyatakan amat membantu meningkatkan prestasi jualan/kewangan. Manakala selebihnya iaitu 35 (32.7%) orang responden menyatakan kadang-kadang membantu. Penyelidik telah membuat rujukan silang kategori ini dengan skor tekanan emosi. Hasilnya mendapati daripada seramai 72 orang yang menyatakan amat membantu, seramai 39 (54.2%) berada pada tekanan sederhana, 29 (40.3%) tekanan tinggi. Sebaliknya, kajian mendapati daripada seramai 35 orang yang menyatakan kadang-kadang membantu, 29 (82.9%) orang responden berada pada tahap tekanan sederhana. Ini menunjukkan bahawa tekanan emosi yang tinggi berkemungkinan menjadi pendorong kepada usahawan mikro untuk lebih berusaha meningkatkan prestasi perniagaan mereka ketika pandemik Covid-19. Lantaran itu, prestasi perniagaan adalah baik walaupun terdapat pengalaman tekanan emosi ketika pandemik Covid-19. Maka, Hipotesis 2 disokong.

Berkenaan peranan tekanan emosi terhadap hubungan di antara kemahiran digitalan dan prestasi perniagaan, kajian ini mendapati bahawa ada ketikanya responden mengalami tekanan emosi sederhana dan kerap juga tinggi ketika pandemik. Pada dapatan kajian ini yang menunjukkan majoriti responden (67.3%) bersetuju bahawa kemahiran digitalan amat membantu perniagaan, mereka juga menyatakan bahawa mereka telah mengalami tekanan emosi sederhana tinggi. Begitu juga, pada dapatan kajian di mana responden menyatakan bahawa kemahiran digitalan hanya kadang-kadang membantu prestasi perniagaan, mereka menyatakan telah menghadapi tekanan emosi tahap rendah. Ini bermaksud, terdapat kemungkinan bahawa tanpa berasa apa-apa tekanan emosi hubungan di antara kemahiran digitalan dan prestasi akan berubah kepada negatif, iaitu tiada apa-apa perniagaan dijalankan kerana keadaan tiada motivasi untuk meneruskan perniagaan. Maka, kesimpulan daripada dapatan kajian ini adalah bahawa tekanan emosi boleh menyebabkan hubungan di antara kemahiran digitalan dan prestasi perniagaan untuk berubah-ubah samada semakin kukuh atau sebaliknya. Dengan ini, Hipotesis 3 adalah disokong.

Limitasi Kajian

Kajian ini hanya menumpu kepada responden pengusaha mikro sahaja. Ini kerana ketika kajian ini dibuat, negara masih dalam situasi pandemik COVID-19 di mana semua rakyat tidak dibenarkan keluar beraktiviti jika tanpa kebenaran pihak berkuasa dan hanya perniagaan tertentu sahaja dibenarkan berurusan.

Perbincangan dan Kesimpulan Kajian

Kesimpulannya, kajian ini membuktikan bahawa kemahiran digitalan adalah sangat perlu dalam menjamin kesinambungan perniagaan waima perniagaan bersaiz mikro. Usahawan mikro tempatan perlu dibantu untuk memperolehi kemahiran digitalan kewangan, operasi dan sumberan selain kemahiran pemasaran digital yang mana aspek ini sahaja yang ditumpukan oleh penganjur-penganjur kursus latihan digitalan perniagaan di Malaysia. Memandangkan dunia semakin tidak ketentuan, para usahawan semua perlu diterapkan elemen-elemen kebijaksanaan emosi agar mereka terus berdaya saing dan maju jaya.

Dengan mengambil kira pengalaman usahawan mikro ketika pandemik Covid-19 untuk beberapa tahun ini, kajian ini bertujuan mengesan tahap kemahiran digitalan dan hubungan di antara kemahiran digitalan dan prestasi perniagaan (jualan/kewangan). Seterusnya kajian telah memastikan peranan tekanan emosi yang mempunyai pengaruh ke atas hubungan tersebut.

Kajian ini merupakan antara yang terawal mengkaji fenomena keusahawanan ketika pandemik khusus dalam konteks perusahaan mikro, sekurang-kurangnya yang berada di lingkungan daerah Bandar Baru Bangi, Kajang, Cheras, Serdang, Puchong dan Dengkil (daerah padat Perusahaan Mikro Kecil dan Sederhana). Secara umumnya, perniagaan usahawan PMKS terjejas teruk akibat pandemik Covid-19. Namun menariknya mereka kelihatan cecak dan mampu bangkit meneruskan perniagaan sehingga hari ini, walau pun telah melalui beberapa fasa tekanan emosi. Begitu keadaannya ketika pandemik apabila para usahawan giat memperkasa kemahiran digitalan perniagaan.

Kajian lepas telah mengesahkan bahawa terdapat hubungan positif antara kemahiran digitalan dan prestasi perniagaan. Begitu juga kajian ini mendapati majoriti responden menyakini bahawa kemahiran digitalan yang mereka miliki telah membuahkan peningkatan jualan produk masing-masing. Jualan dalam talian sangat memberi impak positif kepada jenis produk tertentu, walaupun tidak semua produk mereka boleh dipos. Namun mereka gigih berusaha mempertingkatkan lagi kemahiran digitalan dengan menghadiri kursus latihan pemasaran digital yang dianjurkan oleh pelbagai pihak samada berbayar atau tidak berbayar. Mereka memilih untuk mengutamakan kursus latihan anjuran agensi kerajaan kerana percuma.

Sungguhpun digitalan mempunyai impak positif terhadap prestasi perniagaan secara teorinya tetapi kajian ini mendapati majoriti usahawan mikro masih tidak yakin akan usaha pendigitalan mampu mengukuhkan prestasi kewangan perniagaan mikro secara keseluruhannya. Ini mungkin kerana mereka tidak mahir mengurus belanjawan kewangan. Walaupun kos internet dan telefon mampu milik pada mereka, perbelanjaan untuk penghantaran dan kos bekalan bahan mentah adalah tinggi, maka margin keuntungan menjadi sangat nipis. Di samping itu, faktor luaran juga adalah di luar jangkaan mereka sekiranya mereka perlu membuat keputusan tindakan lebih strategik. Oleh yang demikian, prestasi kewangan usahawan mikro secara keseluruhannya tidak mampu ditentukan oleh mereka sendiri. Serba sedikit perkara begini yang menggugat kestabilan emosi para usahawan mikro dalam kajian ini.

Faktor demografi seperti kelulusan akademik mungkin menjadi faktor kestabilan emosi mereka. Ini kerana, dalam kajian ini lebih 70% adalah usahawan mikro yang mempunyai sijil pengajian tinggi bermula dengan sijil diploma dan ke atas. Pada awalnya, kajian ini menjangka usahawan telah mengalami tekanan emosi yang tinggi semenjak pandemik bermula pada Mac 2020 tetapi dapatan kajian menunjukkan mereka hanya merasakan tekanan emosi sederhana dan masih terkawal. Ini menunjukkan bahawa sampel kajian ini adalah terdiri daripada mereka yang tegar minda keusahawanannya kerana memiliki ciri-ciri utama usahawan sebenar iaitu ketekalan emosi. Dengan kata lain, dapatan kajian ini memberi petunjuk bahawa usahawan mikro dalam kajian ini memiliki dimensi-dimensi orientasi keusahawanan yang tinggi seperti autonomi, proaktif, tegar, dan kompetitif yang mana dimensi-dimensi ini mampu melaraskan kebijaksanaan emosi dan seterusnya mewujudkan keadaan dalaman yang ampuh untuk bersedia mengharungi penerokaan peluang yang mendatang.

Rujukan

- Aafreen, M. & Priya V, Vishnu & Gayathri R, Gayathri R. (2018). Effect of stress on academic performance of students in different streams. *Drug Invention Today*. 10. 1176-1780.
- Abdullah, A. (2020). Relationship the Work Culture and Training Programs Within Performance . *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*, 92-101.
- Ahmad Rafli Che Omar, S. I. (2020). The impact of Covid-19 Movement Control Order on SMEs' businesses. *Malaysian Journal of Society and Space*, 139-150.
- Ammituh, R., & Abdullah, B. (2020). Kesan Pandemik COVID-19 Terhadap Sumber Pendapatan Isi Rumah: Kajian kes Semporna Sabah. UMS, 1-15.
- Amos Tong, Rachel Goh. (2020, Okt 20). *The impact of COVID-19 on SME digitalisation in Malaysia*. Retrieved from The London School of Economics and Political Science: <https://blogs.lse.ac.uk/seac/2020/10/20/the-impact-of-Covid-19-on-sme-digitalisation-in-malaysia/>
- Bouwman, H., Shahrokh Nikoub, Mark de Reuver. 2019. Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*. 43 (2019) 101- 828.
- Gegenfurtner, A., Schwab, N. & Ebner, C. (2018), “‘There’s no need to drive from A to B’: exploring the lived experience of students and lecturers with digital learning in higher education”, *Bavarian Journal of Applied Sciences*, 4, 310–22. <https://doi.org/10.25929/bjas.v4i1.50>.
- Gergely Szolnok and Dieter Hoffmann. (2013). Online, face-to-face and telephone surveys—Comparing different sampling methods in wine consumer research. *Wine Economic and Policy* 2, 57-66.
- Haron, A., Juhdi, N.H., & Rahid, R. (2022). Program Keusahawanan dan Prospek Kerjaya Pilihan Mahasiswa: Kajian di UKM. *Journal of Entrepreneurship and Business*. 10 (1), 114-159.
- Jabatan Perangkaan Negara (2020).
- Javier Cenamor, Vinit Parida & Joakin Wincet. (2019). How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability , network capability and ambidexterity. *Journal of Business Research*. 100, 196-206.
- Juhdi, N.H., Hamid, R.A., & Rizal, A.M. (2015). Psychological Capital and Entrepreneurial Success: a Multiple-Mediated Relationship. *European Journal of Interdisciplinary Studies*, 1(2), 110-133.
- Keinan, G., & Malach-Pines, A. (2007). Stress and burnout among prison personnel: Sources, outcomes, and intervention strategies. *Criminal Justice and Behavior*, 34(3), 380–398. <https://doi.org/10.1177/0093854806290007>
- Kemeny, M. E. (2003). The Psychobiology of Stress. *Current Directions in Psychological Science*, 12(4), 124–129. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.01246>
- Kessler, Ronald & Adler, Lenard & Barkley, Russell & Biederman, Joseph & Conners, C & Demler, Olga. (2006). The prevalence and correlates of adult ADHD in the United States: Results from the National Comorbidity Survey Replication. *Am. J. Psychiatry*. 163. 724-732. 10.1176/ajp.2006.163.4.716.
- Malaysian Digital Economy Corporation (2020).
- Mohd Tajuddin, M. S. (2007). Kesan Aspek Kesihatan Terhadap Produktiviti Kerja Dalam Kalangan Pensyarah Maktab Perguruan [LB1778.4.M2 S128 2007 f rb].
- Muafi, Sanusi, Z.M., Roostika, R. (2023). Digital Skills, Digital Entrepreneurship, Job Satisfaction, and Sustainable Performance of MSMEs: A Survey on MSMEs in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*. Volume 18(2), 465-473.

- Naima, H. S. (2019). Hubungan Pengalaman, Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Di Kantor Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. *Revitalisasi : Jurnal Ilmu Manajemen*, [S.L.], V. 6, N. 1, 7-13.
- Nurlia Karim (2013). Stres Kerja Pengaruhnya Terhadap Prestasi Kerja Pada Karyawan Café Bambu Express Manado.
- Oxford Dictionary of English (2020).
- Parlimen Malaysia. (2021, September 28). *Jawapan Lisan Mesyuarat Pertama, Penggal Keempat Parlimen Keempat Belas (2021)*. Retrieved from Portal Rasmi Parlimen Malaysia, Dewan rakyat: <https://www.parlimen.gov.my/files/jindex/pdf/JDR28092021.pdf>
- Samuel Ribeiro-Navarrete, Dolores Botella-Carrubi, Daniel Polecios-Marques & Maria Orero-Blat. (2021). The effect of digitalization on business performance: An applied study of KIBS. *Journal of Business Research*. 126, 319-326.
- Sanchez, Marisa Analia. (2017). Framework to assess organizational readiness for digital transformation // Marco de referencia para evaluar la preparación organizacional para la transformación digital // Modelo para avaliação e preparação para a transformação digital nas organizações. *Dimensión Empresarial*, 15(2). <https://doi.org/10.15665/RDE.V15I2.976>
- SME Corp. Malaysia. (2020, Sep 1). *Garis Panduan Definisi PKS*. Retrieved from Laman Web Rasmi SME Corp. Malaysia: https://www.smeCorp.gov.my/images/pdf/2021/Garis_Panduan_DefinisiPKS_Dikemaskini_Sept2020_Akhir.pdf
- Sudman, Seymour, Norman M. Bradburn. (1973). Effects of Time and Memory Factors on Response in Surveys. *Journal of the American Statistical Association*, 68(344), 805–815.
- Sudrajat, A. I., Tricahyono, D., Al-Amin., Zuwardi., Yulianti, E, B., Inayenti., Ahmad., Rosmawati, W. (2023) The Role of Digitalization Performance on Digital Business Strategy in Indonesia MSEM
- Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics*. 4th. edition. A Pearson Education Company, USA.
- Tvenge, N., & Martinsen, K. (2018). Integration of digital learning in industry 4.0. *Procedia manufacturing*, 23, 261-266.