

PENDIGITALAN AKTIVITI KEUSAHAWANAN KEPADA MAHASISWA UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

DIGITIZATION OF ENTREPRENEURSHIP ACTIVITIES AMONG STUDENTS OF UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

Syahrina Abdullah ¹
Mohamad Khadafi Hj Rofie ²
Nur Fatirah Mohd Dzahir³

¹ Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun dan Falsafah, Universiti Utara Malaysia, Emel: syahrina@uum.edu.my

² Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun dan Falsafah, Universiti Utara Malaysia, Emel: khadafi@uum.edu.my

³ Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun dan Falsafah, Universiti Utara Malaysia, Emel: nurfatirah@uum.edu.my

Article history

Received date : 17-5-2025

Revised date : 18-5-2025

Accepted date : 5-7-2025

Published date : 15-7-2025

To cite this document:

Abdullah, S., Rofie, M. K., & Mohd Dzahir, N. F. (2025). Pendigitalan aktiviti keusahawanan kepada mahasiswa Universiti Utara Malaysia. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 10 (74), 131 - 138.

Abstrak: *Pendigitalan merupakan konsep yang semakin mendapat perhatian semua pihak terutama bagi aspek keusahawanan. Keusahawanan kini telah berubah dan berkembang sejajar dengan perkembangan teknologi digital. Keusahawanan digital menjadi topik perbualan hangat untuk memperkasa sesebuah perniagaan bagi usahawan. Keusahawanan digital turut menjadi penting sebagai agenda pengajaran dan pembelajaran dalam melatih dan memperkasakan kemahiran keusahawanan dalam kalangan mahasiswa. Objektif kertas kerja ini adalah untuk meninjau aktiviti keusahawanan digital yang dilaksanakan oleh pensyarah dalam pengajaran dan pembelajaran matapelajaran prinsip keusahawanan di Universiti Utara Malaysia (UUM). Antara aspek praktikal yang dijalankan oleh mahasiswa ketika menjalankan perniagaan ketika di kampus ialah mempraktikkan perniagaan secara atas talian, membina laman sesawang, membangunkan facebook advertisement, Instagram for business dan TikTok sebagai praktikaliti dalam aktiviti keusahawanan digital. Ini kerana konteks pembelajaran dan pengajaran hari ini perlu mengadaptasi teknologi digital kerana ianya menjadi sesuatu yang penting sebagai nilai tambah kepada mahasiswa apabila bergraduat kelak.*

Kata kunci: *Pendigitalan keusahawanan, pembelajaran keusahawanan, media sosial*

Abstract: *Digitization is a concept that is increasingly attracting the attention of all parties, especially the entrepreneurial aspects. Entrepreneurship is now changing and expanding in line with the development of digital technology. Digital entrepreneurship has become a topic of conversation in empowering a business for the entrepreneur. Digital entrepreneurship is also becoming an important teaching and learning agenda in training and strengthening entrepreneurial skills among students. The objective of this paper is to review the digital entrepreneurship activities carried out by lecturers in the teaching and learning of entrepreneurial principles at the Universiti Utara Malaysia (UUM). Among the practical aspects that students had when doing business while on campus were practicing online business, building a web site, developing facebook advertisement, Instagram for business and*

TikTok as practicality in digital entrepreneurship activities. This is because today's teaching and learning context needs to adapt digital technology as it becomes an important added value to students upon graduating.

Keywords: *Digitization of entrepreneurship, entrepreneurial learning, social media.*

Pengenalan

Era Revolusi Industri 4.0 telah mendorong transformasi menyeluruh dalam pelbagai sektor, termasuk sektor pendidikan tinggi. Pendigitalan menjadi pemangkin kepada peningkatan kecekapan, keberkesanan serta daya saing mahasiswa dalam bidang keusahawanan. Melalui pendekatan digital, mahasiswa bukan sahaja memperoleh pengetahuan secara lebih interaktif, malah berpeluang untuk mempraktikkan aktiviti keusahawanan dalam persekitaran maya. Universiti Utara Malaysia (UUM), sebagai universiti terkemuka dalam bidang pengurusan, turut mengambil langkah memacu agenda pendigitalan aktiviti keusahawanan bagi melahirkan graduan berdaya saing dan berkemahiran tinggi.

Perkembangan teknologi digital telah memberi impak besar dalam pelbagai aspek kehidupan, termasuk dunia keusahawanan. Dalam era Revolusi Industri 4.0 dan kini bergerak ke arah Revolusi Industri 5.0, konsep pendigitalan menjadi satu keperluan yang bukan sahaja menambah nilai kepada sesebuah perniagaan, malah turut mempengaruhi kaedah pengajaran dan pembelajaran di institusi pengajian tinggi. Pendigitalan merujuk kepada proses penggunaan teknologi digital dalam operasi harian, termasuk dalam perniagaan, komunikasi, pemasaran dan urus niaga. Keusahawanan digital kini menjadi medan baru kepada usahawan muda, terutamanya mahasiswa, untuk meneroka potensi perniagaan berasaskan teknologi.

Universiti Utara Malaysia (UUM) sebagai institusi yang terkenal dalam bidang pengurusan dan keusahawanan turut memainkan peranan penting dalam memperkenalkan pendekatan pedagogi yang bersesuaian dengan keperluan semasa. Antara pendekatan tersebut ialah pengintegrasian elemen keusahawanan digital dalam pengajaran kursus seperti Prinsip Keusahawanan. Pelaksanaan aktiviti seperti pembangunan laman sesawang, pengurusan media sosial untuk perniagaan (Facebook, Instagram, TikTok) dan penggunaan platform e-dagang memberi ruang kepada mahasiswa untuk memahami secara praktikal konsep keusahawanan dalam dunia digital.

Latar Belakang

Mahasiswa pada masa kini berdepan cabaran dunia perniagaan yang kompleks, dinamik dan berasaskan teknologi. Aktiviti keusahawanan di kampus sering dijalankan secara tradisional, seperti jualan fizikal, latihan bersemuka dan program bimbingan konvensional. Walau bagaimanapun, perkembangan teknologi digital — contohnya platform e-commerce, media sosial, Internet of Things (IoT) dan aplikasi kewangan digital — membuka peluang baharu untuk mahasiswa mengasah bakat keusahawanan mereka secara lebih fleksibel, kreatif dan berskala lebih luas.

Di Universiti Utara Malaysia, pelbagai program keusahawanan telah diwujudkan untuk menyokong pelajar memulakan perniagaan. Namun, integrasi teknologi digital dalam aktiviti keusahawanan mahasiswa masih memerlukan pengukuhan dari segi infrastruktur, kemahiran digital, serta sokongan strategik agar potensi keusahawanan digital benar-benar dapat dimanfaatkan secara optimum.

Walaupun terdapat pelbagai inisiatif untuk memupuk budaya keusahawanan dalam kalangan mahasiswa UUM, tahap penggunaan teknologi digital dalam aktiviti keusahawanan masih belum menyeluruh. Terdapat cabaran berkaitan kemahiran digital mahasiswa, kekangan dari segi latihan dan pendedahan teknologi, serta sokongan fasiliti yang terhad bagi menjayakan aktiviti keusahawanan berasaskan digital. Situasi ini boleh menjejaskan keberkesanan program keusahawanan di universiti dan menghalang mahasiswa daripada bersaing di peringkat global. Justeru, satu kajian atau usaha yang lebih komprehensif diperlukan untuk meneliti tahap, peluang dan cabaran pendigitalan aktiviti keusahawanan mahasiswa di Universiti Utara Malaysia.

Objektif Kajian

Objektif kertas kerja ini adalah untuk meninjau aktiviti keusahawanan digital yang dilaksanakan oleh pensyarah dalam pengajaran dan pembelajaran matapelajaran prinsip keusahawanan di Universiti Utara Malaysia. Selain itu juga, penyelidik akan menganalisis penglibatan mahasiswa dalam aktiviti keusahawanan digital ketika menjalankan perniagaan di dalam kampus.

Ulasan Karya

Kajian-kajian lepas menunjukkan bahawa integrasi teknologi digital dalam pendidikan keusahawanan dapat meningkatkan tahap kreativiti, inovasi dan kebolehpasaran graduan. Menurut Soltanifar et al. (2021), keusahawanan digital menekankan keperluan untuk usahawan menguasai kemahiran digital seperti pemasaran atas talian, e-dagang, analitik data dan komunikasi digital. Kajian oleh Nambisan (2017) pula menegaskan bahawa pendidikan keusahawanan harus menggabungkan aspek teknologi secara aktif bagi memastikan pelajar mampu menyesuaikan diri dengan landskap perniagaan yang dinamik.

Di Malaysia, usaha pendigitalan pendidikan keusahawanan telah dimulakan melalui pelbagai inisiatif oleh Kementerian Pengajian Tinggi dan universiti awam. Misalnya, pembelajaran berasaskan projek (PBL) dan penggunaan platform digital seperti Canva, Google Ads, Shopify dan TikTok Business telah diperkenalkan dalam kelas keusahawanan. Namun begitu, kajian oleh Norasmah & Fauziah (2020) mendapati masih wujud jurang dari segi pelaksanaan dan tahap literasi digital dalam kalangan mahasiswa dan pensyarah.

Maka, kajian ini bertujuan untuk meneliti keberkesanan pelaksanaan aktiviti keusahawanan digital yang dijalankan di Universiti Utara Malaysia, serta bagaimana ia boleh ditambah baik agar lebih relevan dengan keperluan industri dan teknologi masa kini.

Perkembangan teknologi digital telah merevolusikan landskap keusahawanan, menjadikan keusahawanan digital sebagai satu domain penting dalam pendidikan tinggi. Keusahawanan digital bukan sahaja melibatkan penggunaan alat teknologi, tetapi turut merangkumi pemikiran digital, strategi perniagaan atas talian, dan penciptaan nilai dalam persekitaran ekonomi yang berasaskan teknologi (Nambisan, 2017).

Menurut Ndou (2004), penggunaan ICT dalam keusahawanan memberikan peluang kepada pelajar untuk mengakses pasaran yang lebih luas dan meningkatkan kecekapan operasi perniagaan. Dalam konteks pengajaran, Soltanifar, Hughes & Göcke (2021) menegaskan bahawa pendekatan berasaskan teknologi dalam pendidikan keusahawanan memperkukuh kompetensi digital pelajar, yang mana ianya amat penting dalam dunia keusahawanan moden yang didorong oleh inovasi dan automasi.

Di Malaysia, inisiatif Kementerian Pengajian Tinggi melalui Pelan Pembangunan Pendidikan Malaysia (Pendidikan Tinggi) 2015–2025 telah memberi penekanan kepada elemen digital dan keusahawanan sebagai kemahiran abad ke-21 yang mesti dimiliki oleh graduan. Oleh itu, pelaksanaan keusahawanan digital dalam kurikulum pengajian tinggi dianggap satu strategi penting untuk memastikan mahasiswa lebih bersedia menghadapi cabaran pasaran kerja dan membina kerjaya keusahawanan yang mampan (MOHE, 2015).

Sementara itu, kajian oleh Norasmah Othman & Fauziah Sa'ad (2020) mengenai pelaksanaan pengajaran keusahawanan di IPT Malaysia menunjukkan bahawa walaupun terdapat peningkatan dari segi aktiviti keusahawanan yang berbentuk digital, tahap literasi digital dalam kalangan pelajar dan pengajar masih belum konsisten. Kekangan seperti kurang kemahiran teknikal, kekangan peralatan, dan kekurangan pendedahan praktikal menyebabkan pelaksanaan keusahawanan digital tidak dapat dimaksimumkan.

Selain itu, kajian oleh Azila-Gbette et al. (2021) menekankan bahawa keusahawanan digital dalam kalangan pelajar memerlukan sokongan ekosistem seperti akses kepada internet yang stabil, bimbingan pensyarah berkemahiran digital, dan penggunaan pendekatan pembelajaran aktif seperti simulasi perniagaan, e-commerce, dan analisis data digital.

Fatoki (2020) pula menegaskan pentingnya membangunkan keyakinan pelajar terhadap penggunaan platform digital seperti media sosial, aplikasi e-dagang dan alat pemasaran digital, yang bukan sahaja memperluas jaringan pelanggan tetapi juga membantu membina jenama secara berkesan. Oleh itu, latihan praktikal seperti membangunkan iklan di Facebook, menggunakan Instagram for Business dan memanfaatkan TikTok sebagai medium promosi amat penting dalam membina kecekapan pelajar dalam keusahawanan digital.

Tambahan lagi, kajian oleh Zaremohzzabieh et al. (2022) menyorot bahawa pendigitalan memberi kelebihan dari segi keupayaan pelajar berinovasi, bekerjasama dalam talian, dan membina produk yang boleh diuji secara pantas di pasaran sebenar. Elemen seperti penggunaan Big Data, AI, dan automasi juga semakin ditekankan dalam pendidikan keusahawanan kontemporari.

Persekitaran sosio-ekonomi global masa kini yang semakin mencabar dengan peningkatan kos, persaingan yang begitu kompetitif, pertumbuhan penduduk dengan sumber yang terhad memerlukan usahawan bertindak proaktif, progresif, kreatif dan inovatif. Sejajar dengan perkembangan teknologi dunia digital di Malaysia yang dikenali sebagai 'Digital Malaysia' adalah satu agenda strategik negara untuk tujuan ekonomi dan sosial penduduk. Malah, dunia digital hari ini membawa masyarakat menjalani transaksi perniagaan melalui komunikasi dua-hala secara maya. Kewujudan media sosial dan aplikasi e-dagang seperti Facebook (FB), Instagram, Shopee dan Lazada telah merubah corak pembelian pengguna ketika ini. Statistik terkini menunjukkan 29.8 juta populasi penduduk, 60% pembeli atas talian dan 15.2 juta pengguna telefon pintar di Malaysia (Wan Nong, 2017). Justeru, perniagaan digital menjadi penting kepada setiap usahawan.

Pendidikan keusahawanan merujuk kepada pendidikan yang menekankan kepada aspek kreativiti, inovasi dan pembangunan keterampilan individu sebagai usahawan yang merangkumi aspek pemikiran, sikap dan kemahiran keusahawanan (Kementerian Pengajian Tinggi, 2010). Pendidikan keusahawanan dapat membentuk pelajar yang mempunyai pemikiran, sikap dan kecenderungan yang tinggi terhadap bidang keusahawanan (Armanurah

et al. 2006; Abdul Razak et al. 2010; Ooi et al. 2011). Ia juga adalah satu proses mendapatkan ilmu pengetahuan dan kemahiran tentang segala kegiatan yang dilakukan oleh usahawan melalui pengajaran dan pembelajaran (Nor Aishah 2006) sama ada secara formal atau tidak formal.

Tujuan pendidikan keusahawanan adalah untuk mengembangkan potensi pelajar ke arah yang lebih kreatif, berinisiatif dan bijaksana dalam membuat keputusan. Pendidikan keusahawanan juga mengajar seseorang itu supaya bersedia mengenal pasti peluang dan merebut peluang yang tercetus dalam persekitarannya, menterjemahkan idea ke dalam bentuk realiti atau satu kegiatan ekonomi, di samping bertahan dan peka dengan perubahan dan ketidakpastian (Abuzuhri & Hashim, 2017). Manakala Armanurah (2014) menyatakan tujuan utama pendidikan keusahawanan adalah untuk membangunkan sikap, kemahiran dan pemikiran keusahawanan.

Sikap keusahawanan terdiri daripada ciri-ciri keusahawanan yang penting (Hashim et al. 2019). Antara ciri-ciri keusahawanan penting yang perlu dibentuk melalui pendidikan keusahawanan adalah keperluan untuk pencapaian, kepimpinan, kreatif, berkeyakinan, mempunyai hubungan jalin, berinisiatif, pengambil risiko, berimiginasi dan berkeupayaan menganalisa. Tingkah laku dan ciri-ciri keusahawanan ini boleh dibentuk melalui pendidikan keusahawanan (Kuratko 2009; Frederick et al. 2013). Begitu juga dengan Mohd. Salleh et al. (2005) yang menegaskan bahawa masyarakat enterprais yang mempunyai ciri-ciri keusahawanan boleh dilahirkan melalui pendidikan tinggi jika strategi yang bersesuaian digunakan. Pelajar universiti mempunyai potensi keusahawanan yang baik, cuma pihak universiti sahaja perlu mengenal pasti kaedah yang menyeluruh untuk membangunkan potensi tersebut.

Secara keseluruhan, ulasan literatur menunjukkan bahawa penggabungan elemen digital dalam pendidikan keusahawanan merupakan satu keperluan mendesak. Walau bagaimanapun, pelaksanaan yang efektif memerlukan sokongan pelbagai pihak termasuk institusi, pensyarah dan polisi yang selaras dengan kehendak industri dan teknologi semasa.

Metodologi

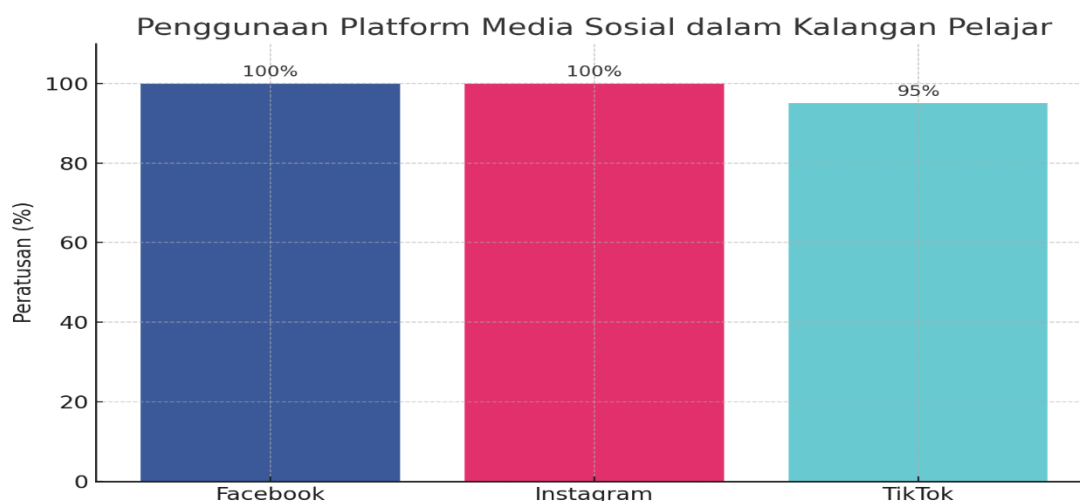
Kajian ini menggunakan pendekatan deskriptif berbentuk kuantitatif bagi meninjau tahap pelaksanaan aktiviti keusahawanan digital oleh pensyarah dalam kursus MPU1052 Prinsip Keusahawanan di UUM. Soal selidik berstruktur akan digunakan sebagai instrumen utama, diedarkan kepada pensyarah dan mahasiswa yang mengikuti kursus tersebut. Data yang dikumpulkan akan dianalisis secara statistik deskriptif menggunakan perisian SPSS bagi mendapatkan gambaran menyeluruh tentang tahap amalan keusahawanan digital.

Dapatan

Seramai 300 responden dari kalangan pelajar yang mengambil kursus Prinsip Keusahawanan telah Daripada 300 responden yang ditemubual, 100% mempraktikkan aktiviti pemasaran melalui Facebook, 100% melalui Instagram, dan 95% melalui TikTok. Ini menunjukkan Facebook masih menjadi platform paling popular untuk aktiviti keusahawanan digital dalam kalangan pelajar.

Jadual 1: Penggunaan Platform Media Sosial Dalam Kalangan Pelajar

Platform	Bilangan Pelajar (n)	Peratus (%)
Facebook	300	100%
Instagram	300	100%
TikTok	285	95%



Rajah 1: Penggunaan Platform Media Sosial Dalam Kalangan Pelajar

Berdasarkan Jadual 1 dan Rajah 1, dapat dilihat bahawa kesemua responden (100%) menggunakan Facebook dan Instagram sebagai platform pemasaran digital mereka, manakala 95% menggunakan TikTok. Ini menunjukkan Facebook masih menjadi antara platform paling popular dalam kalangan mahasiswa UUM untuk melaksanakan aktiviti keusahawanan digital. Walaupun konsep keusahawanan digital semakin mendapat tempat dalam dunia pendidikan tinggi, terdapat beberapa isu utama yang perlu diberi perhatian. Pertama, tahap penerimaan dan keupayaan mahasiswa untuk mengadaptasi teknologi digital dalam aktiviti keusahawanan masih belum menyeluruh. Tidak semua mahasiswa mempunyai kemahiran teknikal atau pendedahan yang mencukupi berkaitan alat digital seperti pengurusan iklan Facebook, analitik media sosial, atau pembangunan laman web. Kedua, tahap integrasi elemen keusahawanan digital dalam kurikulum pengajian kadangkala masih bersifat teoritikal dan kurang berorientasikan praktikaliti dunia sebenar.

Tambahan pula, tidak semua pensyarah memiliki latar belakang atau kemahiran dalam bidang digital, menjadikan pelaksanaan aktiviti digital keusahawanan kurang berkesan. Perkara ini boleh menjejaskan keberkesanan pembelajaran dan pencapaian objektif kursus dalam melahirkan graduan yang celik digital dan mampu bersaing dalam pasaran pekerjaan yang semakin mencabar.

Rumusan

Berdasarkan Jadual 1 dan Rajah 1, didapati bahawa penggunaan platform media sosial seperti Facebook dan Instagram mencapai tahap maksimum (100%) dalam kalangan mahasiswa sebagai alat pemasaran digital, diikuti oleh TikTok (95%). Ini membuktikan bahawa mahasiswa Universiti Utara Malaysia (UUM) secara aktif menggunakan media sosial untuk aktiviti keusahawanan digital, dengan Facebook kekal sebagai platform yang paling dominan.

Namun begitu, walaupun terdapat peningkatan dalam penggunaan teknologi digital, masih wujud beberapa kekangan yang memberi kesan kepada pelaksanaan keusahawanan digital secara menyeluruh. Kekangan ini merangkumi tahap kemahiran mahasiswa dalam mengaplikasikan alat digital secara berkesan, keterbatasan dalam integrasi praktikal elemen digital dalam kurikulum, serta kekurangan kepakaran pensyarah dalam bidang teknologi digital. Situasi ini menandakan keperluan mendesak untuk memperkukuh elemen pedagogi digital dalam pendidikan keusahawanan di institusi pengajian tinggi. Strategi pengajaran yang lebih praktikal, latihan kemahiran teknikal, serta peningkatan kompetensi digital dalam kalangan tenaga pengajar adalah penting bagi melahirkan graduan yang bukan sahaja celik digital, tetapi juga bersedia menghadapi cabaran ekonomi digital masa kini.

Rujukan

- Armanurah Mohamad. (2014). Keberkesanan pendidikan keusahawanan terhadap niat keusahawanan pelajar institusi pengajian tinggi. *Jurnal Personalia Pelajar*, 17(1), 13–23.
- Ahmad, S. Z., & Buchanan, F. R. (2017). Entrepreneurship education in Malaysian universities and its impact on students' entrepreneurial intentions, *Journal of Education for Business*, 92(7), 349–360.
- Azila-Gbetor, E. M., Hinson, R. E., & Boateng, R. (2021). Digital entrepreneurship in higher education: The role of the university ecosystem. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(8), 1912–1933.
- Fatoki, O. (2020). The Impact of Entrepreneurial Competencies on the Performance of Youth Entrepreneurs in South Africa. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(2), 1–10.
- Frederick, H., O'Connor, A., & Kuratko, D. F. (2013). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice (2nd Asia-Pacific Ed.)*. Cengage Learning.
- Hairul Nizam Ismail, et al. (2021). Pemerkasaan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar IPT: Isu dan cabaran. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 46(2), 35–45.
- Kuratko, D. F. (2009). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice (8th ed.)*. South-Western Cengage Learning.
- Ministry of Higher Education Malaysia (MOHE). (2020). *Garis Panduan Pendidikan Keusahawanan IPT (Edisi 2.0)*. Putrajaya: Kementerian Pendidikan Malaysia.
- Ministry of Higher Education Malaysia. (2015). *Pelan Pembangunan Pendidikan Malaysia (Pendidikan Tinggi) 2015–2025*. Putrajaya: Kementerian Pendidikan Malaysia.
- Mohd Salleh, F. (2015). Pendidikan keusahawanan di institusi pengajian tinggi: Cabaran dan hala tuju masa depan. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 40(1), 1–10.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice Journal*, 41(6), 1029–1055.
- Ndou, V. (2004). E-government for developing countries: Opportunities and challenges. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 18(1), 1–24.
- Norasmah Othman & Fauziah Sa'ad. (2020). Pengaruh Kurikulum Keusahawanan dan Sikap terhadap Niat Keusahawanan Pelajar IPT di Malaysia. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 45(1), 1–10.
- Shuhymee Ahmad, et.al (2023). *Asas Keusahawanan: Teori, Praktis dan Kontemporari*, Sintok:UUMPress.
- Soltanifar, M., Hughes, M., & Göcke, L. (2021). *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society*. Springer.
- Zamberi Ahmad, S. (2021). Digital entrepreneurship and the transformation of university curriculum in the post-COVID era. *Journal of Entrepreneurship Education*, 24(5), 1–10.

Zaremohzzabieh, Z., Ahrari, S., Samah, A. A., & Abu Samah, B. (2022). Cultivating entrepreneurship through digital tools: A model of digital entrepreneurial intention among Malaysian youth. *Education and Information Technologies*, 27(1), 657–678.