

MENINGKATKAN KEMAHIRAN KOMUNIKASI PELAJAR MELALUI PROGRAM KEUSAHAWAN SOSIAL

Siti Zakiah Abu Bakar & Nurena Abdullah¹

ABSTRAK

Fenomena perniagaan dalam talian berkembang secara lebih global dan popular di kalangan usahawan perniagaan kecil melalui laman media sosial. Media sosial adalah medium komunikasi yang memberi impak yang besar kepada penyebaran maklumat perniagaan kepada pengguna khususnya dalam urusan perniagaan dalam talian selain dapat menambahkan pendapatan. Masalah yang dihadapi oleh kebanyakan usahawan perniagaan kecil adalah penjanaan pendapatan lestari yang tidak konsisten. Oleh itu, satu program keusahawanan sosial telah dilaksanakan oleh kumpulan pelajar perakaunan bersama-sama dengan usahawan kecil di komuniti Bukit Katil, Melaka. Program keusahawanan sosial ini dapat membantu usahawan kecil meningkatkan kemahiran penggunaan media sosial sebagai satu alat komunikasi dalam bidang keusahawanan yang bersesuaian dengan keadaan semasa khususnya di dalam menghadapi masalah Covid-19. Sejumlah 30 orang responden yang telah dipilih adalah sampel bertujuan iaitu pelajar perakaunan semester 4. Satu soal selidik telah digunakan untuk mendapatkan data pada akhir program ini. Data yang diperolehi dianalisis melalui kaedah analisis deskriptif dan korelasi Pearson. Dapatan kajian itu mendapati 90.3% pelajar lebih yakin untuk berkomunikasi dengan orang ramai. Sejumlah 96.8% pelajar dapat belajar untuk berinteraksi dengan pelanggan melalui penggunaan media sosial. Oleh itu, kajian ini menunjukkan sebanyak 87.1% pelajar dapat meningkatkan komunikasi melalui penggunaan media sosial selepas menyertai program keusahawanan sosial. Keputusan analisis korelasi Pearson pula menunjukkan terdapat hubungan signifikan iaitu terdapat hubungan positif yang tinggi ($r = 0.805$, $p = 0.000$) di antara sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian dengan markah kursus “Digital Entrepreneurship Development” dan mereka juga berminat untuk menyertai bidang perniagaan untuk meningkatkan kualiti hidup di masa depan.

Keywords: *program keusahawanan sosial, komunikasi dan sikap*

¹ Penulis-penulis ialah para pensyarah dari Politeknik Melaka.
Emel: s_zakiah@polimelaka.edu.my

IMPROVING STUDENT COMMUNICATION SKILLS THROUGH SOCIAL ENTREPRENEURSHIP PROGRAM

ABSTRACT

The online business phenomenon is growing more globally and is popular among small business entrepreneurs through social media sites. Social media is a medium of communication that has a big impact on the dissemination of business information to consumers, especially in online business as well as can increase income. The problem faced by most small business entrepreneurs is inconsistent sustainable income generation. Therefore, a social entrepreneurship program has been implemented by a group of accounting students together with small entrepreneurs in the Bukit Katil community, Melaka. This social entrepreneurship program can help small entrepreneurs improve their skills in using social media as a communication tool in the field of entrepreneurship that is appropriate to the current situation, especially in the face of Covid-19 problems. A total of 30 respondents who have been selected are the intended sample i.e. accounting students of semester 4. A questionnaire was used to obtain data at the end of this program. The data obtained were analyzed through Pearson descriptive analysis and correlation methods. The findings of the study found that 90.3% of students are more confident to communicate with the public. A total of 96.8% of students can learn to interact with customers through the use of social media. Therefore, this study shows that 87.1% of students can improve communication through the use of social media after participating in social entrepreneurship programs. The results of Pearson correlation analysis show that there is a significant relationship that there is a high positive relationship ($r = 0.805$, $p = 0.000$) between the attitude of accounting students to do business online with the course marks "Digital Enterprenernurship Development" and they are also interested in participating in the field business to improve the quality of life in the future.

Keywords: *social entrepreneurship program, communication and attitude.*

PENGENALAN

Penggunaan internet merupakan satu keperluan asas kepada masyarakat untuk mencari maklumat yang berkaitan (Noor Rulhanim, 2018). Media sosial seperti *WhatsApp*, *telegram*, *facebook*, *Instagram* dan *twitter* kian menjadi pilihan sebagai platform berkomunikasi dikalangan pelajar. Aplikasi *whatsapp* menjadi alat komunikasi pilihan utama dikalangan pelajar kerana ia percuma. Mereka menggunakan *WhatsApp* bagi tempoh yang lama iaitu selama 4.2 jam sehari berbanding penggunaan lain-lain media sosial. Penggunaan *telegram* pula adalah selama 2.6 jam, *Facebook* adalah selama 1.8 jam dan *Instagram* selama 1.8 jam (Manap et al. (2016). Dalam kajian Moro (2016), *WhatsAppss* boleh menyebabkan seseorang leka dengan urusan harian kerana ia boleh mengubah sikap, gaya hidup, berkomunikasi, dan pergaulan dengan persekitaran sekeliling. Jesteru itu, penggunaan *WhatsAppss* merupakan sebagai trend pilihan media sosial yang sangat popular digunakan dalam urusan perniagaan secara meluas oleh kebanyakan usahawan kecil.

PERNYATAAN MASALAH

Pelajar merupakan pengguna media sosial yang paling aktif dan mudah terpengaruh dengan perkembangan di media sosial. Dalam kajian Putri, Nurwati & Budiarti S (2016) mendapati bahawa pelajar yang terpengaruh dengan media sosial akan menunjukkan perwatakan yang berbeza ketika berada di alam maya dan dunia nyata. Mereka bebas berkomunikasi dan menyatakan pendapat tanpa rasa risau walaupun menyentuh sensitiviti seseorang. Menurut Manap et al. (2016) pelajar yang aktif menggunakan media sosial akan mengalami masalah kemahiran komunikasi secara bersemuka dan banyak membazirkan masa sekaligus mengabaikan tanggungjawab. Kajian Mustafa (2013) menyatakan bahawa masalah psikologi seperti kemurungan, kesepian, kerap tertekan, dan kebimbangan akan berlaku kepada pengguna yang mengalami ketagihan media sosial. Maka, tidak hairanlah jika kita melihat seseorang pelajar atau pengguna media sosial itu dilihat lebih mesra di atas talian berbanding di dunia nyata. Dalam erti kata lain, wujudnya ramai *keyboard warriors* yang tahu menulis di laman sosial tetapi mempunyai komunikasi yang kurang berkesan di dunia nyata.

Menurut Jawatankuasa Pembangunan dan Penyelarasan Dewan Undangan Negeri (Japerun) Bukit Katil menyatakan antara masalah yang dihadapi oleh usahawan kecil komuniti Bukit Katil adalah kurang pengetahuan dalam penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk keluaran mereka (MelakaKini, 15 Feb 2019). Malah menurut salah seorang ahli Majlis Pengurusan Komuniti Kampung (MPKK) Bukit Katil, mereka tidak mahir untuk menggunakan teknik “copywriting” yang lebih berkesan semasa membuat promosi jualan produk mereka. Secara langsung, ia menyebabkan penjaan pendapatan lestari yang tidak konsisten oleh komuniti Bukit Katil. Oleh itu satu Program Keusahawanan Sosial telah dilaksanakan oleh sekumpulan pelajar yang mengambil kursus *Development Digital Enterprenurship* untuk membantu kumpulan sasaran komuniti tersebut.

OBJEKTIF KAJIAN

Objektif utama kajian ini adalah untuk:

1. Meningkatkan kemahiran komunikasi pelajar melalui penggunaan media sosial selepas menyertai program keusahawanan sosial.
2. Meningkatkan sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian.

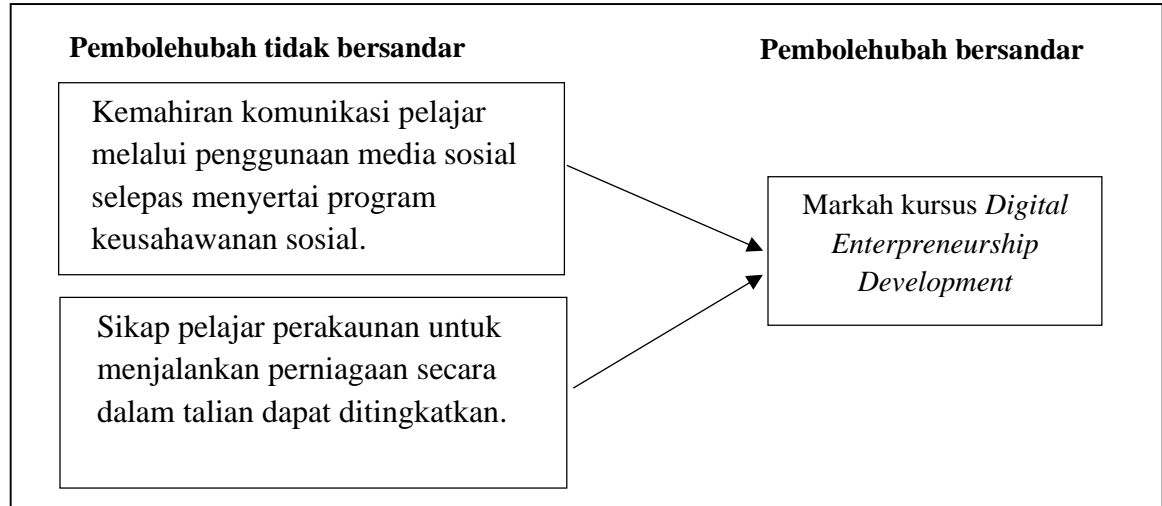
Kajian ini dijalankan untuk menjawab persoalan:

- i. Bagaimana meningkatkan kemahiran komunikasi pelajar melalui penggunaan media sosial selepas menyertai program keusahawanan sosial?
- ii. Adakah sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian dapat ditingkatkan?

KERANGKA KAJIAN

Pemilihan pembolehubah-pembolehubah dalam kajian ini dibuat berdasarkan kajian-kajian lepas yang berkaitan. Berdasarkan kerangka kajian dalam Rajah 1, terdapat dua jenis pembolehubah yang digunakan dalam kajian ini iaitu pembolehubah tidak bersandar dan pembolehubah bersandar. Pembolehubah tidak bersandar terdiri daripada (i) meningkatkan kemahiran komunikasi pelajar melalui penggunaan media sosial selepas menyertai program keusahawanan sosial dengan markah kursus *Digital Entrepreneurship Development* yang diperolehi. (ii) Sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian dapat ditingkatkan. Justeru, kajian ini mengkaji hubungan antara (i) kemahiran komunikasi pelajar perakaunan

dengan markah kursus *Digital Entrepreneurship Development* yang diperolehi (ii) sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian dapat ditingkatkan dengan markah kursus *Digital Entrepreneurship Development*.



Rajah 1: Kerangka Kajian

Kerangka kajian di atas diadaptasi dan diubahsuai daripada kajian Cicilia Desy Widya Permatasari (2015) dan Pube Emma Naomi R.B (2016).

Menurut Cicilia Desy Widya Permatasari (2015), pembelian atas talian merujuk pada perilaku belanja pengguna pada kedai atas talian atau laman sesawang yang bertujuan untuk promosi barangan dan pembelian secara atas talian. Pelajar atau pengguna memasuki dunia Internet untuk mencari dan membeli produk. Proses komunikasi pelajar berlaku melalui penggunaan penggunaan media sosial semasa program keusahawanan sosial bersama komuniti. Pube Emma Naomi R.B (2016) menyatakan kemudahan merupakan perkara yang memudahkan dan mempercepatkan sesuatu urusan. Dalam pasaran atas talian, pengguna boleh menempah sesuatu produk dalam masa 24 jam sehari tidak kira di mana sekali pun mereka berada. Barangan yang ditawarkan dalam pembelian secara atas talian mesti lebih baik dari yang ditawarkan di luar talian. Kemudahan ini menjadi daya tarik kepada pelajar perakaunan untuk menyertai aktiviti keusahawanan.

SIGNIFIKAN KAJIAN

Kepentingan kajian ini dapat memberi kesan kepada pelajar, pensyarah kursus, Unit Keusahawanan Politeknik Melaka dan Kementerian Pendidikan Malaysia bagi meneliti dan memperkemas lagi pendekatan pengajaran dan pembelajaran kursus *Development Digital Entrepreneurship* dalam menyediakan kursus dan program yang berkaitan untuk pelajar ke arah mencapai objektif, KPI pelaksanaan kursus bagi melahirkan graduan yang berkualiti tinggi.

KAJIAN LITERATUR

Media Sosial

Media sosial merupakan alat kemudahan pengedaran, penyimpanan yang berasaskan teks yang berkeupaya untuk menyampaikan maklumat kandungan media (Endres, 2013). Penerimaan media sosial dalam perniagaan dapat dilihat melalui medium seperti *Facebook, WhatsApp, Twitter, YouTube, LinkedIn dan blog* (Gunelius, 2011). Media sosial ditakrifkan sebagai "sekumpulan aplikasi berasaskan Internet yang membina di atas asas ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang membolehkan penciptaan dan pertukaran Kandungan Janaan Pengguna" (Kaplan & Haenlein, 2010).

Aplikasi media sosial merupakan satu jaringan yang membolehkan pelajar berkomunikasi dan mempamerkan maklumat kepada pelajar yang lain. Rangkaian media sosial telah menjadi satu ruang di mana para peniaga boleh memperluaskan kempen pemasaran mereka kepada persekitaran yang lebih luas penggunaannya. Collin (2011) mentakrifkan pemasaran media sosial sebagai penyambungan antara jenama dan pengguna, menawarkan saluran peribadi berpusat kepada rangkaian dan interaksi sosial.

Kepentingan media sosial untuk melariskan dan memajukan perniagaan pada hari ini tidak dapat dinafikan lagi. Ia semakin diterima oleh kebanyakan organisasi dalam pelbagai industri sebagai medium pemasaran baharu. Mereka menjadikan media sosial sebagai platform urus niaga untuk aktiviti pembelian, membuat pertanyaan dan untuk mendapatkan maklum balas (Gunelius, 2011). Dari sudut organisasi perniagaan, media sosial membolehkan aktiviti seperti penyampaian maklumat, promosi dan proses mendapatkan maklum balas daripada pelanggan dilaksanakan dengan lebih baik (Sin, Khalil & Al-Agaga, 2012). Jadi, tidak hairanlah sekiranya dapat kita lihat hampir setiap perniagaan akan menggunakan manfaat daripada perkembangan teknologi ini sebagai peluang untuk mereka mempromosikan produk dan perkhidmatan kearah lebih maju (Yusniza, 2007; Buhalis & Law, 2008) Media sosial adalah rangkaian yang penting untuk berkomunikasi dalam masyarakat setempat. Media rangkaian sosial mempunyai aplikasi yang luas dalam masyarakat (Casimir & Doris, 2011). Selain itu, media sosial juga memudahkan cara penyampaian pembelajaran di zaman serba canggih. Collin et al (2011) pula mengatakan antara kepentingan penggunaan media sosial ialah untuk perkongsian pengetahuan dan maklumat atas talian dalam pelbagai kumpulan yang menggalakkan kemahiran berkomunikasi terutamanya antara pelajar dengan institusi pendidikan.

Program Keusahawanan Sosial

Keusahawanan sosial adalah penggunaan kaedah perniagaan yang inovatif untuk menyelesaikan masalah (Nur Sa'adah & Khairul Akmaliah (2013). Program Keusahawanan Sosial yang dijalankan bertujuan menerapkan penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi keusahawanan yang sistematik kepada komuniti Bukit Katil. Pelajar dibahagikan dalam beberapa kumpulan untuk membantu komuniti setempat mengenai penggunaan media sosial seperti penggunaan *whatApps, facebook, Instagram dan laman web*. Program ini sejajar dengan objektif Kementerian Pendidikan Tinggi (KPT) yang mana menekankan ilmu keusahawanan dalam sesebuah entiti pengajian tinggi di kalangan pelajar dan para pensyarah. Secara tidak langsung, pihak pengajian tinggi dapat merealisasikan teori kepada amalan praktikal keusahawanan yang berfaedah kepada komuniti Bukit Katil, Melaka. Komuniti Bukit Katil didedahkan dengan konsep pemasaran, harta intelek, inovasi terhadap perniagaan mereka agar lebih deskriptif. Pemilihan program ini terhadap komuniti Bukit Katil adalah untuk membantu mereka untuk menjana pendapatan lestari yang lebih konsisten serta mengurangkan bebanan kos sara hidup kini. Keusahawanan sosial mampu meningkatkan pendapatan dalam menghadapi cabaran pemasaran

di sektor domestik Negara. Jesteru, membantu dalam proses pembangunan Negara di samping dapat membuka mata pelajar, warna emas, OKU terhadap peluang-peluang pekerjaan yang wujud di Malaysia.

Pelajar

Menurut Tahir, & Mohd.Yusof (2017) Seiring dengan perkembangan dunia pendidikan moden, penggunaan media sosial dalam Pengajaran dan Pembelajaran (P&P) adalah penting. Hussin, Norul 'Azmi & Mat Daud (2017) berpendapat suasana Pengajaran & Pembelajaran menjadi lebih seronok dan lebih kondusif melalui penggunaan sosial media. Pelajar berkomunikasi dan membuat penilaian tugas bersama-sama rakan melalui aplikasi *whatsApps*. Lee et al. (2016) menyatakan bahawa golongan pelajar lebih suka berkongsi informasi menarik dengan rakan-rakan menerusi aplikasi *whatsApps* kerana ia berfungsi sebagai tempat pencarian dan perkongsian maklumat yang lebih mudah serta menjimatkan. Menurut Hj. Mumin (2017) Penyebaran maklumat melalui *whatsApps* secara meluas menyebabkan pengaruh teknologi kepada transformasi telefon bimbit berlaku dengan cepat. *WhatsApps* sebenarnya dapat memberikan banyak kebaikan, ia bukan sahaja digunakan sebagai medium untuk komunikasi tetapi juga sebagai platform untuk perniagaan. Menurut Saari, & Mahiyaddin (2017) pelajar dapat menguasai bahasa komunikasi di kalangan mereka melalui penggunaan WhatsApp. Kajian yang dibuat oleh Moro (2016) juga menunjukkan penggunaan WhatsApp memberikan pengaruh positif kepada prestasi pelajar secara langsung.

METODOLOGI

Penyelidikan ini merupakan kajian kuantitatif yang bertujuan untuk mendapatkan maklumat. Seramai 30 responden telah dipilih secara bertujuan. Kajian ini menggunakan borang soal selidik dalam format borang *Google form* dalam talian dan penyelidikan sekunder. Semua item dalam soal selidik diukur dengan menggunakan *fivepoint* Skala Likert bermula dari 1 mewakili "Sangat tidak bersetuju" hingga 5 mewakili "sangat setuju" dan "Ya" "Tidak. Perisian SPSS IBM versi 22 telah digunakan untuk menganalisis kajian ini. Analisis melibatkan analisis deskriptif untuk menganalisis profil demografi responden dan menyemak kekerapan, min, standard sisihan dan peratusan semua item dalam soal selidik penyelidikan sekunder dijalankan untuk mencari maklumat mengenai kajian lepas.

Pelajar kursus *Development Digital Entrepreneurship* perlu menyiapkan tugas praktikal teknik menggunakan media sosial seperti *whatApps*, *facebook*, *Instagram* dan *website* bagi memasarkan produk keluaran usahawan kecil komuniti Bukit Katil. Program ini diadakan adalah untuk mendedahkan strategi penggunaan media sosial yang berkesan serta khidmat nasihat secara berkala disamping membuka semangat daya saing terhadap keusahawanan sosial supaya komuniti dapat menjana pendapatan lestari yang konsisten serta dapat membuka peluang pekerjaan untuk generasi muda setempat. Mereka terdiri daripada golongan yang berpotensi seperti surirumah, ibu tunggal, Orang Kurang Upaya, warga emas dan golongan belia yang telah menjalankan perniagaan. Setelah pelajar yang melaksanakan tugas praktikal ini, pelajar perlu menyiapkan laporan bertulis serta membentangkan hasil projek mereka dalam sesi pembentangan. Semua tugas adalah dijalankan dalam kumpulan kecil yang terdiri daripada 3 hingga 4 orang pelajar.

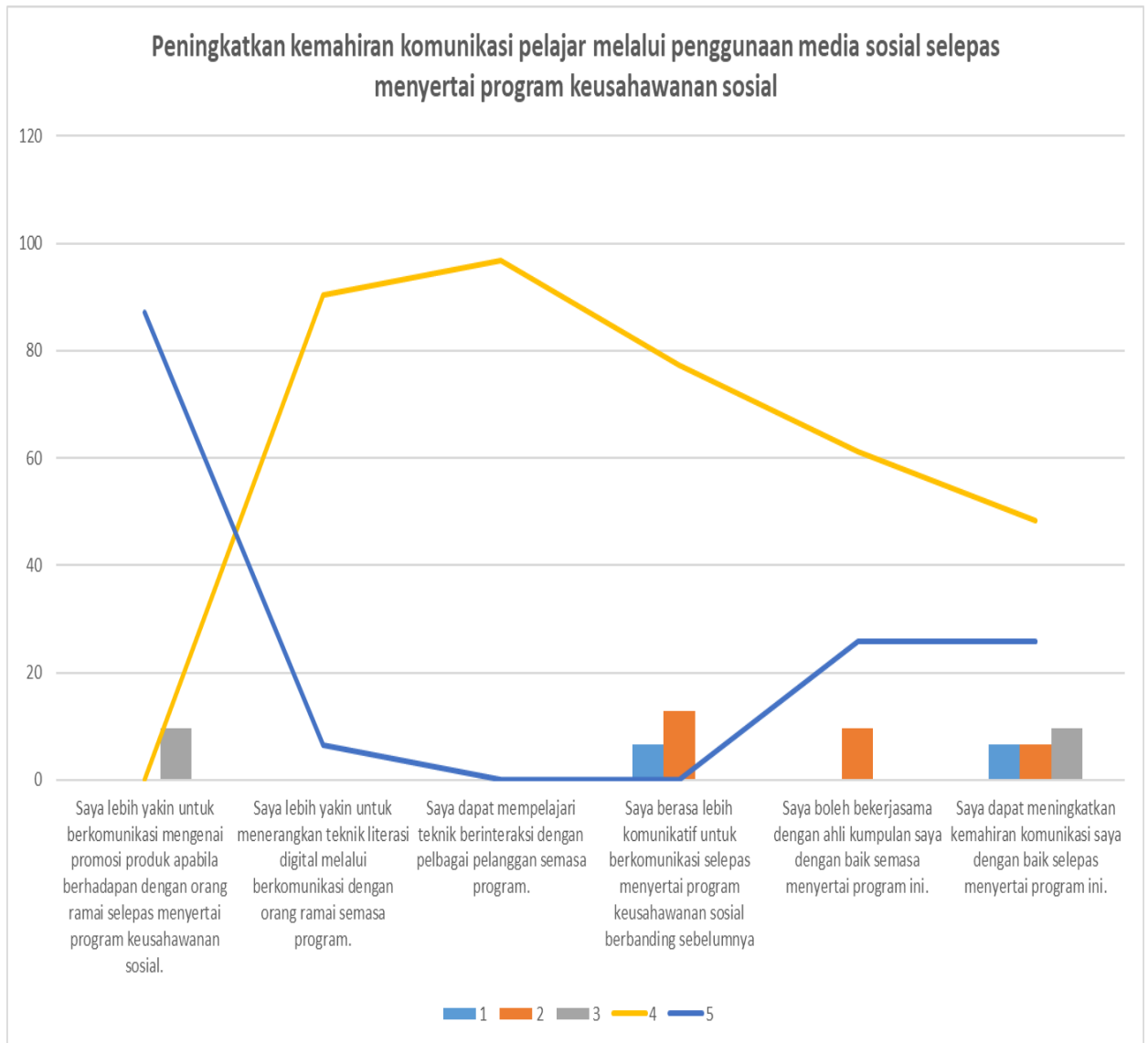
Kajian rintis telah dilaksanakan terhadap 10 responden. Nilai kebolehpercayaan diuji dengan menggunakan perisian *Statistical Package for the Social Science (SPSS IBM versi 22)*. Setelah dianalisis, indeks kebolehpercayaan soalan mempunyai nilai pekali Alpha Cronbach sebanyak 0.824 untuk kesemua soalan. Menurut Mohamad Najib (1999), jika Pekali Alpha Cronbach di

antara 0.8 hingga 1.0 bermakna item kajian boleh diterima dan tidak perlu ditukar dengan item lain. Maka soalan kaji selidik yang diedarkan oleh penulis adalah sesuai digunakan dalam kajian ini. Pembinaan item didalam soal selidik telah diambil dari kajian Collin, P, Rahilly, K, Richardson, I & Third, A. (2011) dan diubahsuai mengikut kesesuaian objektif kajian.

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Selepas analisis, didapati bahawa daripada 30 responden dalam kajian ini, 77.4% daripadanya adalah perempuan dan hanya 19.4 % adalah lelaki. Diperhatikan dari sudut pengalaman perniagaan, terdapat tiga kategori responden; perniagaan dalam talian, perniagaan luar talian dan mereka yang tidak mempunyai pengalaman perniagaan. Peratusan tertinggi terdiri daripada mereka yang tidak mempunyai pengalaman perniagaan pada 58.1%, diikuti dengan perniagaan luar talian pada dan dalam talian adalah 19.4%.

Berikut adalah penemuan penyelidikan untuk soalan yang berkaitan dengan peningkatkan kemahiran komunikasi pelajar melalui penggunaan media sosial selepas menyertai program keusahawanan sosial menggunakan skala; 1- Sangat tidak setuju, 2 Tidak setuju, 3 Tidak pasti, 4 Setuju, dan 5 Sangat setuju.



Rajah 2 Peningkatan kemahiran komunikasi pelajar melalui penggunaan media sosial selepas menyertai program keusahawanan sosial (Peratusan)

Sejumlah 87.1% responden bersetuju bahawa selepas mempromosi produk serta menyertai program keusahawanan sosial, mereka lebih yakin apabila menghadapi orang ramai, namun 9.7% responden tidak pasti kenyataan ini. Sebanyak 90.3% daripada responden juga bersetuju bahawa mereka lebih yakin untuk berkomunikasi dengan orang ramai. Melalui program keusahawanan responden mesti bertemu orang ramai untuk berkongsi maklumat pemasaran produk. Mereka juga mesti menerangkan teknik literasi digital melalui media sosial dan meyakinkan komuniti cara-cara untuk memasarkan produk. Keyakinan pelajar dalam menghadapi pelbagai karehah komuniti dapat ditingkatkan ketika berurusan dengan mereka. Sepanjang proses literasi digital sesuatu produk, interaksi dan komunikasi diantara komuniti dan pelanggan memberi kesan yang baik kepada pelajar. Sejumlah 96.8% responden bersetuju bahawa mereka belajar untuk berinteraksi dengan pelanggan, belajar bagaimana untuk memahami apa yang pelanggan inginkan dan berusaha untuk berinteraksi dengan lebih berkesan.

Selepas berkongsi teknik literasi digital, pelajar perlu bersama komuniti untuk menjual produk keluaran mereka, didapati bahawa 77.4% responden bersetuju bahawa mereka lebih komunikatif sekarang, berbanding sebelum ini. Walaubagaimanapun, sebanyak 12.9% responden masih tidak dapat meningkatkan kemahiran komunikasi mereka untuk berkomunikasi lebih banyak. Melalui program keusahawanan sosial ini 25.8% daripada responden sangat bersetuju dan 61.3% responden bersetuju bahawa mereka dapat boleh bekerjasama dengan ahli kumpulan. Tetapi terdapat 9.7% tidak dapat bekerjasama dengan ahli kumpulan. Sejumlah 25.8% responden sangat bersetuju bahawa mereka dapat meningkatkan kemahiran komunikasi, diikuti oleh 48.4% responden yang setuju. Namun, sejumlah 9.7% responden tidak pasti dan 6.5% responden tidak bersetuju dan sangat tidak bersetuju dengan kenyataan ini.

Berikut adalah maklumat min bagi setiap persoalan berkaitan peningkatan kemahiran komunikasi pelajar melalui penggunaan media sosial selepas menyertai program keusahawanan sosial.

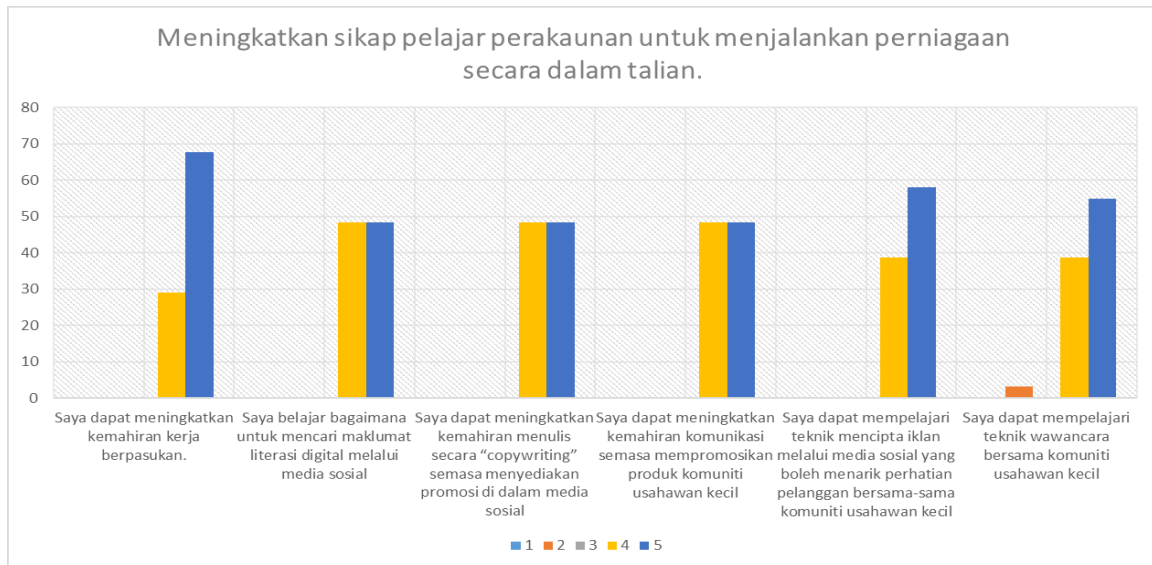
No	Item	Min
1	Saya lebih yakin untuk berkomunikasi mengenai promosi produk apabila berhadapan dengan orang ramai selepas menyertai program keusahawanan sosial.	4.8
2	Saya lebih yakin untuk menerangkan teknik literasi digital melalui berkomunikasi dengan orang ramai semasa program.	4.07
3	Saya dapat mempelajari teknik berinteraksi dengan pelbagai pelanggan semasa program.	4.00
4	Saya berasa lebih komunikatif untuk berkomunikasi selepas menyertai program keusahawanan sosial berbanding sebelumnya.	3.53
5	Saya boleh bekerjasama dengan ahli kumpulan saya dengan baik semasa menyertai program ini.	4.07
6	Saya dapat meningkatkan kemahiran komunikasi saya dengan baik selepas menyertai program ini.	3.83

Jadual 1 Min kemahiran komunikasi pelajar melalui penggunaan media sosial selepas menyertai program keusahawanan sosial

Sumber: Collin, P, Rahilly, K, Richardson, I & Third, A. (2011)

Secara keseluruhannya, pelajar mempunyai keyakinan yang tinggi untuk berkomunikasi menggunakan media sosial selepas menyertai program keusahawanan sosial dengan nilai min purata keseluruhan sebanyak 4.05.

Berikut adalah hasil dapatan peningkatan sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian menggunakan skala; - Sangat tidak setuju, 2 - Tidak setuju, 3- Tidak pasti, 4 Setuju, dan 5- Sangat setuju.



Rajah 3 Meningkatkan sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian.

Majoriti responden mengakui bahawa mereka memperoleh pelbagai kemahiran dalam menjalankan program ini. Sejumlah 29.0% responden bersetuju dan 67.7% sangat bersetuju bahawa program itu berjaya meningkatkan kemahiran mereka dalam kerja berpasukan. Program keusahawanan sosial ini dapat melatih para pelajar untuk mencari maklumat literasi digital melalui media sosial dengan betul dan tepat iaitu 48.4% daripada responden bersetuju dan diikuti oleh 48.4% responden yang sangat setuju. Berdasarkan kajian ini, didapati bahawa 59% responden bersetuju bahawa mereka mampu belajar mencari maklumat dan meningkatkan kemahiran menulis secara "copywriting" semasa menyediakan promosi di dalam media sosial. Majoriti responden dalam program ini kajian ini adalah terdiri pelajar perakaunan yang mengambil kursus *Development Digital Entrepreneurship*. Responden jarang terlibat dalam aktiviti pembentangan projek tetapi melalui program ini, mereka dapat meningkatkan kemahiran komunikasi mereka melalui pembentangan laporan projek mereka. Sejumlah 48.4% responden bersetuju dan 48.4% responden sangat bersetuju bahawa program ini dapat meningkatkan kemahiran komunikasi semasa mempromosi produk komuniti usahawan kecil. Sejumlah 58.1% responden sangat bersetuju dan 38.7% responden bersetuju dengan ini mereka boleh mempelajari mencipta iklan melalui media sosial yang boleh menarik perhatian pelanggan bersama-sama komuniti usahawan kecil. Melalui program keusahawanan sosial ini, 54.8% daripada responden sangat bersetuju dan 38.7% bersetuju bahawa mereka dapat belajar bagaimana melakukan wawancara bersama komuniti usahawan kecil. Program keusahawanan sosial ini juga dapat meningkatkan kemahiran dalam menghasilkan promosi, teknik membuat iklan dan pembuatan keputusan. Program keusahawanan sosial mempunyai ciri keusahawanan yang mendedahkan pelajar supaya meningkatkan pengetahuan keusahawanan dalam talian dan meningkatkan komunikasi pelajar perakaunan supaya dapat membuat pembentangan projek akademik dengan baik.

Berikut adalah maklumat min bagi setiap persoalan berkaitan peningkatkan sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian selepas menyertai program keusahawanan sosial.

No	Item	Min
1.	Saya dapat meningkatkan kemahiran kerja berpasukan.	4.70
2	Saya belajar bagaimana untuk mencari maklumat literasi digital melalui media sosial.	4.50
3	Saya dapat meningkatkan kemahiran menulis secara “copywriting” semasa menyediakan promosi di dalam media sosial.	4.50
4	Saya dapat meningkatkan kemahiran komunikasi semasa mempromosikan produk komuniti usahawan kecil.	4.50
5	Saya dapat mempelajari teknik mencipta iklan melalui media sosial yang boleh menarik perhatian pelanggan bersama-sama komuniti usahawan kecil.	4.60
6	Saya dapat mempelajari teknik wawancara bersama komuniti usahawan kecil.	4.50

Jadual 2 Min peningkatkan sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian selepas menyertai program keusahawanan sosial

Sumber: Collin, P, Rahilly, K, Richardson, I & Third, A. (2011)

Secara keseluruhannya, pelajar dapat meningkatkan sikap untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian selepas menyertai program keusahawanan sosial dengan nilai min purata keseluruhan sebanyak 4.55.

Dapatan Korelasi Pearson

Analisis korelasi Pearson dijalankan bagi mengukur kekuatan hubungan antara pembolehubah-pembolehubah tidak bersandar dengan pembolehubah bersandar. Dua jenis hubungan yang mungkin wujud antara pembolehubah-pembolehubah ialah korelasi positif, korelasi negatif atau tiada korelasi (Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. 2015). Jadual 3 di bawah menunjukkan nilai korelasi bagi setiap pembolehubah tidak bersandar (sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian melalui media sosial) terhadap pembolehubah bersandar (markah kursus “*Digital Enterprenernurship Development*”). Hasil analisis Korelasi Pearson menunjukkan nilai signifikan yang kurang daripada $\alpha=0.05$, iaitu 0.000 bagi kedua-dua pembolehubah yang dikaji. Oleh itu, kesemua hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Dapatan ini menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan di antara sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian melalui media sosial dengan markah kursus “*Digital Enterprenernurship Development*”.

Markah kursus “ <i>Digital Enterprenernurship Development</i> ”	Kolerasi Pearson Sig. (2 tailed)	Sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian melalui media sosial.
		0.805**
		0.000
	N	135

Jadual 3 Korelasi Pearson Sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian melalui media sosial terhadap markah kursus “*Digital Enterprenernurship Development*”

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

Bagi pembolehubah tidak bersandar yang pertama, dapatan kajian menunjukkan terdapat hubungan positif yang tinggi ($r = 0.805$, $p = 0.000$) di antara sikap pelajar diploma menjalankan

perniagaan secara dalam talian dengan markah kursus “*Digital Enterprenurship Development*”. Hasil kajian ini menerima hipotesis pertama iaitu H1, terdapat hubungan yang signifikan di antara sikap pelajar diploma menjalankan perniagaan secara dalam talian dengan markah kursus “*Digital Enterprenurship Development*. Dapatan ini adalah sejajar dengan Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). yang menyatakan bahawa kursus “*Digital Enterprenurship Development*” berperanan untuk mengenal pasti dan membentuk serta mempengaruhi individu yang mempunyai potensi atau ciri-ciri perniagaan dalam talian. Jadual 4 menunjukkan rumusan keputusan hipotesis kajian.

H1: Terdapat hubungan yang signifikan di antara sikap pelajar diploma menjalankan perniagaan secara dalam talian dengan markah kursus “ <i>Digital Enterprenurship Development</i> ” yang telah diambil	Diterima
---	----------

Jadual 4 Keputusan Hipotesis Korelasi Pearson

KESIMPULAN

Meningkatkan Sikap Pelajar Perakaunan Untuk Menjalankan Perniagaan Secara Dalam Talian

Pelajar yang mengambil kursus *Development Digital Entreprenurship* serta terlibat dalam program keusahawanan sosial bersetuju menyatakan bahawa program ini berjaya meningkatkan kemahiran komunikasi pelajar melalui penggunaan media sosial selepas menyertai program keusahawanan sosial mereka secara lisan dan bertulis. Program ini juga boleh meningkatkan keyakinan pelajar semasa berdepan dengan masyarakat dan mengharungi pelbagai kenehan. Selain itu, pelajar juga dapat meningkatkan sikap pelajar perakaunan untuk menjalankan perniagaan secara dalam talian, kemahiran berfikir, bekerjasama dalam kumpulan, pembuatan keputusan dan kemahiran pemasaran produk melalui penggunaan media sosial. Oleh itu ia dapat membantu pelajar untuk menghadapi situasi kehidupan sebenar nanti.

Majoriti responden berpendapat bahawa mereka mendapat pengalaman berharga semasa menjalankan promosi produk dan dapat meyakinkan para pelanggan untuk membeli produk komuniti yang dijual. Malah pelajar lebih berkeyakinan selepas pelajar membuat membentangkan laporan portfolio semasa sesi pengajaran dan pembelajaran. Malah, mereka juga berpendapat bahawa media sosial adalah medium yang penting untuk mempromosikan produk. Pembelajaran berasaskan projek, seperti program keusahawanan sosial adalah salah satu inisiatif yang perlu dijalankan secara berterusan dalam membantu menghasilkan graduan yang mempunyai kriteria yang dapat memenuhi permintaan pasaran pekerjaan global.

RUJUKAN

- Afgani, Y et all (2015). Penyalahgunaan Aktiviti Internet dan Ketagihan *WhatsApp*: Suatu Analisa Konseptual. Proceeding of International conference on Addiction Science: Holistic approach on the misuse and addiction management. Retrieved from <https://www.academia.edu>.
- Cecilia Desy Widya permata Sari (2015). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. Tesis Sarjana Managemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnbes. Universitas Dian Nuswantoro Semarang, Indonesia. <http://dinus.ac.id/>
- Collin, P, Rahilly, K, Richardson, I & Third, A. (2011). Literature Review: The Benefits of Social Networking Services.
- Casimir C. Barczyk, Doris G. Duncan(2011). Social Networking Media: An Approach for the Teaching of International Business. *Journal of Teaching in International Business* Vol. 23, No. 2 (2012) pp. 98–122
- Endres, H. (2013). *Sheddz a Clothing Brand: Creating a Marketing Plan through Social Media and Traditional Marketing Research*. Faculty of the Journalism Department, California Polytechnic State University San Luis Obispo.
- Gunelius (2011). *30-minute Social Media Marketing: Step by Step Techniques to Spread the Words about your Business*, McGraw-Hill, USA
- Hussin, N., Norul 'Azmi, N. A. & Mat Daud, M. (2017). Pembelajaran Kolaboratif Melalui Aplikasi Telefon Pintar Dalam Pembelajaran Nahu. *e-Jurnal Penyelidikan Dan Inovasi*, 4(1), 43–63.
- Hj. Mumin, N. H. (2017). Globalisasi dalam teknologi maklumat: tumpuan terhadap dakwah melalui Biografi wanita. *Journal Article*.
- Kaplan, A. & Haenlein, M. (2010), "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media," *Business Horizons*, 53(1), pp. 59-68.
- Lee Kuok Tiung, Meri, A., Mat Nayan, L. & Othman, S. S. (2016). Kegunaan Dan Kepuasan Portal Berita Dalam Kalangan Belia Malaysia. *Kegunaan Dan Kepuasan Portal Berita Dalam kalangan Belia Malaysia*, 32(2), 790–816.
- Manap, J., Hamzah, M. R., Amin, A. S., Mohd Izani, N. N., Idris, F., Hamjah, S. H., Tambi, N. et al. (2016). Penggunaan dan Implikasi Media Sosial Terhadap Remaja Generasi Z. *International Conference on Social and Economic Development*, (November), 1–12. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/309668766>
- Mohamad Najib Abdul Ghafar, (1999). *Penyelidikan Pendidikan*. Skudai: Penerbit UTM. Moro, H. K. E. P. (2016). Pengaruh Penggunaan Whats Apps Messenger terhadap prestasi belajar Mahasiswa kelas KKH di P BIO FKIP UAD (August), 1–9. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/309668766>
- Musafa, N., Wan Mahmud, W. A., Ahmad, F., Mahbob, M. H. & Abd.Rahim, M. H. (2013). Kebergantungan Internet Dan Aktiviti. *Kebergantungan Internet Dan Aktiviti Online Remaja*, 29(1), 199–212
- MelakaKini, [February 15, 2019 5:01 pm](#). "Japerun Bukit Katil galak masyarakat kongsi masalah" Nur Sa'adah Muhamad, Khairul Akmaliah Adham (2013). *Social Entrepreneurship as Transformative Service for Societal Well-Being*. *Jurnal Pengurusan*, 39, 111-118
- Putri, W. S. R., Nurwati, R. N. & Budiarti S, M. (2016). 7 Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding ks: riset & pkm*, 3(1), 1–154.
- Pube Emma Naomi, R. B. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara Online. 12(1D)

- Noor Rulhanim Binti Mohamad Ariffin, Norhafiza Binti Idris (2018). Whatsapp Addiction Affecting Students at Politeknik Sultan Mizan Zainal Abidin. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*. Volume 6 Nomor 3, Hlm 107-120
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer behaviour*. Harlow, England: Pearson
- Sin, S. S., Khalil, M. D., & Al-Agaga, A. (2012). Factors affecting Malaysian young consumers' online purchase intention in social media websites. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 326-333
- Tahir, Z. & Mohd.Yusof, M. N. (2017). Kepentingan Penggunaan Media Sosial Teknologi 12(3).
- Yusniza, K. (2007). Adoption of travel e-shopping in the UK. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 35(9), 703-719.