
Mengejar Makhluk Mitos— Syarikat Unicorn: Faktor Kejayaan Perniagaan Digital Milik Usahawan Muda

Nurul Hidayana Mohd Noor (Corresponding Author)

Fakulti Sains Pentadbiran & Pengajian Polisi
Universiti Teknologi MARA (UiTM)
Email: hidayana@uitm.edu.my

*Journal of
Entrepreneurship and Business*
E-ISSN: 2289-8298

Vol. 12, Issue 2, pp. 1-19. Sep. 2024

Faculty of Entrepreneurship and
Business, Universiti Malaysia Kelantan
Locked Bag 36, 16100 Pengkalan Chepa
Kota Bharu, Kelantan, Malaysia
<http://journal.umk.edu.my/index.php/jeb>

Date Received: 27th September 2023

Date Accepted: 16th April 2024

DOI: 10.17687/jeb.v12i2.1127



This work is licensed under a Creative
Commons Attribution 3.0 Unported
License

Abstrak –Sebagai usahawan muda, mendapat tempat di dalam industri yang berdaya saing boleh menjadi satu tugas yang sukar. Cabaran terbesar kepada usahawan muda adalah kekurangan sumber kewangan, kredibiliti yang lemah, dan kelemahan ekosistem keusahawanan. Tujuan utama kajian ini adalah untuk memahami pengaruh struktur kawal selia, normatif, dan kognitif terhadap prestasi perniagaan digital usahawan muda. Kajian ini adalah berdasarkan reka bentuk tinjauan keratan rentas. Teknik persampelan bertujuan digunakan bagi kajian ini dan data akhir meliputi sejumlah 213 usahawan muda yang memiliki perniagaan digital. Data dianalisis menggunakan ujian korelasi Pearson dan regresi berganda. Keputusan ujian korelasi Pearson mengesahkan hubungan yang signifikan di antara pembolehubah. Secara keseluruhan, keputusan ini kajian menunjukkan hubungan yang signifikan di antara struktur kawal selia, struktur normatif, struktur kognitif, dan prestasi perniagaan digital. Hasil dapatan menunjukkan bahawa struktur normatif merupakan pembolehubah bebas yang paling kuat dalam mempengaruhi prestasi perniagaan digital. Kajian ini menawarkan pandangan tentang strategi yang berpotensi untuk mengukuhkan ekosistem keusahawanan dalam meningkatkan kecekapan perniagaan.

Kata kunci: “Prestasi Perniagaan Digital”, “Struktur Kawal Selia”, “Struktur Normatif”, “Struktur Kognitif”, “Usahawan Muda”.

Abstract – As a young entrepreneur, finding a place in a competitive industry can be a difficult task. The biggest challenges for young entrepreneurs are limited financial resources, poor credibility, and weakness of the entrepreneurial ecosystem. The main purpose of this study is to understand the influence of regulatory, normative, and cognitive structures on the digital business performance of young entrepreneurs. This study is based on a cross-sectional survey design. Purposive sampling technique was used for this study and the final data covers a total of 213 young entrepreneurs who own digital businesses. Data were analysed using Pearson correlation test and multiple regression. The results of the Pearson correlation test confirmed a significant relationship between the variables. Overall, the results of this study show a significant relationship between regulatory structure, normative structure, cognitive structure, and digital business performance. The findings show that normative structure is the strongest independent variable in influencing digital business performance. This study offers insights into potential strategies to strengthen the entrepreneurial ecosystem in improving business efficiency.

Keywords: “Digital Business Performance”, “Regulatory Structure”, “Normative Structure”, “Cognitive Structure”, “Young Entrepreneurs”.

1. Pengenalan

Istilah "unikorn" dicipta oleh pemodal terkenal dunia, Aileen Lee. Syarikat unikorn merupakan entiti perniagaan yang telah mencapai penilaian nominal sebanyak USD \$1 bilion (Kuckertz et al., 2023). Angka tersebut sangat tinggi memandangkan mereka masih dalam peringkat pembangunan. Umumnya, istilah ini digunakan kepada syarikat pemula atau perintis dalam bidang teknologi dan maklumat berasaskan Internet. Sebagai contohnya, pembangunan aplikasi, perkhidmatan pembayaran dan pengangkutan. Terdapat beberapa ciri yang biasanya dimiliki oleh syarikat unikorn. Ciri-ciri perniagaan unikorn ialah inovasi, orientasi perkhidmatan pelanggan yang tinggi, berorientasikan teknologi dan pemilikan persendirian (Kabbara & Hagen, 2023). Antara beberapa syarikat permulaan dan unikorn di dunia termasuk DoorDash, Palantir Technologies, Gojek dan Tokopedia. Dalam pada itu, Carsome diumumkan sebagai unikorn pertama yang berpangkalan di Malaysia pada Julai 2021. Tambahan pula, Malaysia menyasarkan untuk mengembangkan lima unikorn menjelang tahun 2030. Walau bagaimanapun, unikorn sukar dibina di Malaysia atas pelbagai sebab, seperti populasi yang kecil, kos sara hidup yang tinggi, dan kekurangan pelaburan kapital (de Noronha et al., 2023). Oleh itu, pembangunan semula ialah fokus penting bagi sektor keusahawanan negara. Melalui Rancangan Malaysia Ke-12 (RMK-12) (2021 - 2025), peruntukan kerajaan disalurkan untuk melahirkan bukan sahaja bilangan usahawan tetapi turut memfokuskan aspek melahirkan usahawan yang berkualiti tinggi dan berdaya saing.

Usahawan merujuk mereka yang sanggup mengambil risiko dan terus mempelajari pengetahuan serta idea baharu (Kamall et al., 2023; López-Meri et al., 2021). Keusahawanan merupakan agenda penting kepada semua negara kerana membantu meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan negara (Klofsten et al., 2019). E-dagang Malaysia telah mencatatkan sumbangan dua angka sebanyak 11.5 peratus (%) kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) pada tahun 2020 (Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi, 2021). Perkhidmatan perniagaan digital melalui media sosial telah menjadi aspek penting di Malaysia dan di seluruh dunia. Media sosial memainkan peranan besar dalam mendorong banyak individu untuk melibatkan diri dalam bidang keusahawanan (Russo-Spena et al., 2022). Pertumbuhan teknologi dan aplikasi media sosial juga telah mewujudkan peluang besar kepada pelajar serta usahawan muda untuk memasuki dunia perniagaan digital (Russo-Spena et al., 2022). Perniagaan digital sebagai pemilihan kerjaya semakin mendapat perhatian dalam kalangan masyarakat. Pelibatan belia dalam perniagaan digital adalah penting kerana isu pengangguran yang semakin membimbangkan. Statistik terkini menunjukkan kadar pengangguran Malaysia pada September 2022 ialah 3.6 peratus dengan 496,600 individu menganggur (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2022). Sehubungan dengan itu, pengangguran terus menjadi salah satu masalah ekonomi yang paling penting dan harus ditangani dengan segera.

Terdapat pelbagai cabaran dan halangan dalam usaha mempromosikan perniagaan digital. Sarjana empirikal sebelumnya telah menyatakan bahawa halangan psikososial, ekonomi, dan politik sebagai halangan utama dalam perniagaan digital. Selain itu, faktor lain yang turut menyumbang termasuk kekurangan kemahiran, sikap yang lemah, kekurangan dana, sokongan institusi yang tidak mencukupi, serta kekangan undang-undang dan peraturan (Che Embi et al., 2019). Kajian lepas mendapati ramai usahawan muda hanya mampu

bertahan dalam tempoh yang singkat. Ini berlaku bukan sahaja kerana usia mereka yang muda dan kebolehan menguruskan sumber perniagaan yang lemah, tetapi mereka juga tidak mempunyai rangkaian kerjasama industri yang kukuh (Cueto et al., 2022; Kabonga et al., 2021). Sehubungan dengan itu, di negara berbilang etnik seperti Malaysia, kekurangan pendedahan dari segi pengurusan dan penggunaan sumber, orientasi budaya, keadaan ekonomi serta hubungan politik sering disebut sebagai faktor yang menghalang perkembangan keusahawanan dalam kalangan usahawan muda. Hakikatnya, golongan belia merupakan golongan yang aktif namun tidak semua daripada mereka mempunyai kemampuan dan sumber yang mencukupi untuk mendapatkan peluang perniagaan (Ahmed & Ahmed, 2021). Inilah cabaran utama yang dihadapi oleh usahawan muda di Malaysia. Oleh sebab itu, kerajaan dan masyarakat harus mengambil tindakan bagi memastikan kejayaan golongan muda dalam bidang keusahawanan.

Pelbagai program dan sokongan terhadap aktiviti keusahawanan telah dilaksanakan bagi mengatasi halangan tersebut. Dasar Keusahawanan Nasional Malaysia 2030 telah diwujudkan sebagai rangka tindakan untuk menggalakkan aktiviti keusahawanan. Pelan Tindakan Keusahawanan Institusi Pengajian Tinggi Malaysia 2021 - 2025 telah dibangunkan untuk menerapkan ekosistem keusahawanan yang merangkumi semua universiti di negara ini (Rebecca, 2021). Di samping itu, untuk memastikan kejayaan perniagaan digital, sarjana empirikal telah menggesa untuk mengkaji faktor yang mempengaruhi prestasi perniagaan digital (Al-Kwifit et al., 2020; Stenholm & Nielsen, 2019). Berdasarkan hujah tersebut, kajian ini telah merangkumi pengaruh struktur kawal selia, normatif dan kognitif. Dalam kajian ini, teori institusi digunakan untuk melihat peranan institusi terhadap pembangunan ekonomi. Scott (1995) mendefinisikan institusi sebagai struktur dan aktiviti kognitif, normatif dan pengawalseliaan yang memberikan kestabilan serta makna kepada aktiviti sosial. Disokong dengan teori institusi, kajian ini menyelidiki kesan dimensi institusi, iaitu, kawal selia, normatif, dan kognitif terhadap prestasi perniagaan digital dalam kalangan usahawan muda. Tunjang kawal selia melibatkan keupayaan untuk mewujudkan peraturan, memantau pematuhan, dan menguatkuasakan sekatan untuk mempengaruhi tingkah laku masa hadapan (Arpanutud et al., 2009; Kazancoglu et al., 2021; Scott, 1995). Sebaliknya, struktur normatif menekankan peraturan normatif yang memperkenalkan dimensi preskriptif, evaluatif dan wajib kepada kehidupan sosial (Al-Kwifit et al., 2020; Stenholm & Nielsen, 2019). Sementara itu, struktur kognitif dibentuk oleh pemahaman dalaman setiap aktor, berlandaskan interpretasi peribadi terhadap realiti sosial mereka (Costa et al., 2018; Liao et al., 2022; Scott, 1995).

Tambahan lagi, kajian ini memfokuskan konteks usahawan muda. Penduduk Malaysia terdiri daripada masyarakat berbilang kaum, agama dan etnik. Sehingga Februari 2023, jumlah penduduk Malaysia dianggarkan seramai 32.6 juta orang termasuk komposisi generasi muda seramai 5.7 juta. Mengikut Dasar Pembangunan Belia Negara Malaysia (1997), kajian ini mentakrifkan usahawan muda sebagai mereka yang berumur 18 - 29 tahun dan mempunyai perniagaan digital sama ada sepenuh masa atau sambilan. Kajian terdahulu menekankan bahawa kejayaan usahawan muda merupakan perkara utama dalam pembangunan ekonomi negara. Sebahagian besar penyelidikan memfokuskan keusahawanan dalam kalangan usahawan remaja. Dalam pada itu, sebilangan besar kajian telah mengkritik aplikasi model keusahawanan generik terhadap kedua-dua usahawan dewasa dan muda. Penyelidik berharap kajian ini dapat memberikan gambaran kepada

pengamal dan badan pentadbir serta institusi untuk memperkukuh ekosistem perniagaan digital terutamanya dalam membantu usahawan muda. Pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana dan mengapa usahawan muda di Asia Tenggara menggunakan perniagaan digital mampu memacu pertumbuhan inklusif dan keusahawanan belia di Malaysia.

2. Sorotan Literatur dan Pembangunan Hipotesis

2.1. Perniagaan Digital

Syarikat unicorn merupakan syarikat yang mencapai penilaian \$USD 1 bilion tanpa disenaraikan di pasaran saham dan merupakan impian mana-mana syarikat permulaan (Kuckertz et al., 2023). Antara senarai syarikat unicorn ialah Toutiao - Bytedance (China), Uber (Amerika Syarikat, A.S.), Airbnb (A.S.) dan JUUL Labs (A.S.). Usahawan tertanya-tanya tentang kunci untuk mencapai kejayaan pada skala yang besar, tetapi merangka peta jalan untuk mewujudkan syarikat unicorn agak mencabar. Faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan atau kegagalan syarikat permulaan adalah pelbagai, namun meskipun tiada formula ajaib, pencapaian status syarikat unicorn tetap boleh direalisasikan. Media sosial atau perniagaan digital ialah sekutu yang hebat dalam membantu menyampaikan mesej produk kepada khalayak sasaran (Rangaswamy et al., 2020). Perniagaan digital wujud seawal tahun 1990-an apabila Internet digunakan secara komersial di seluruh dunia. Laman web yang pada mulanya hanya memaparkan maklumat, kini menjadi platform untuk urusan niaga. Perniagaan digital merujuk usaha mencipta atau menguruskan usaha niaga perniagaan dengan membangun dan menggunakan teknologi digital terkini (Trischler & Li-Ying, 2023). Perkembangan terkini dalam teknologi digital membawakan perubahan terhadap model perniagaan sedia ada. Ini juga menyumbang kepada pengenalan produk dan perkhidmatan baharu, yang akhirnya menjadikan perniagaan lebih berdaya saing dan inovatif. Dengan kedai bata dan mortar fizikal, perniagaan secara geografinya terhad kepada pasaran berdekatan sehingga perniagaan perlu membuka lokasi fizikal lain bagi memenuhi pasaran baharu (Kollmann, 2019).

Perniagaan digital tidak mempunyai had tersebut serta sentiasa dibuka 24 jam sehari, tujuh hari seminggu, 365 hari setahun. Ini sesuai kepada para pelanggan dan merupakan peluang hebat bagi usahawan. Perniagaan digital mempunyai kos operasi yang jauh lebih rendah berbanding dengan kedai fizikal. Disebabkan oleh kos operasi yang lebih rendah, keupayaan untuk menyasarkan pelanggan yang ideal, serta menjangkau khalayak global adalah lebih pantas dan boleh dilaksanakan (Kollmann, 2019). Disebabkan kos permulaan yang rendah dalam memulakan perniagaan digital, situasi ini sering kali menyebabkan pasaran menjadi tepu. Oleh itu, adalah penting untuk menjalankan kajian pasaran sebelum melancarkan perniagaan digital. Penglibatan belia dalam perniagaan digital telah meningkat dengan ketara seiring dengan perkembangan Teknologi Maklumat dan Komunikasi. Usahawan muda suka menggunakan aplikasi dalam talian seperti blog, Facebook, Instagram, Tik Tok, dan platform jualan dalam talian untuk meningkatkan perkembangan perniagaan mereka selain membantu proses membeli dan menjual barangan (Russo-Spena et al., 2022). Sehubungan dengan itu, pembangunan teknologi maklumat dan komunikasi dilihat sebagai pemangkin pengembangan perniagaan dalam ekonomi digital (López-Meri et al., 2021).

Pelbagai pihak telah merancang banyak usaha untuk meningkatkan tahap penerapan perniagaan digital kepada golongan muda. Malaysia telah mengorak langkah ke arah pendigitalan sejak tahun 1996 dengan pelancaran Koridor Raya Multimedia (MSC). Ini berikutan kemunculan Revolusi Perindustrian Keempat (4IR) dan perkembangan pesat teknologi digital yang telah mengubah landskap ekonomi negara. Selain itu, Perbadanan Usahawan Nasional Berhad (PNUB) telah mengorak langkah dengan menubuhkan jabatan khas untuk menyediakan perkhidmatan pengurusan perniagaan dalam talian. Seterusnya, agensi lain seperti Institut Keusahawanan Negara (INSKEN) atau Perbadanan Pembangunan Multimedia (MDEC) turut terlibat. Dalam pada itu, MyDIGITAL telah menetapkan hala tuju ekonomi digital Malaysia. Bagi mencapai aspirasi MyDIGITAL, Pelan Tindakan Ekonomi Digital Malaysia telah digubal sebagai pelan tindakan yang menggariskan usaha dan inisiatif yang akan dilaksanakan sehingga tahun 2030. Antara matlamat untuk mencapai keseluruhan ekosistem keusahawanan digital ialah 1) peningkatan 30 peratus dalam produktiviti bagi semua sektor menjelang tahun 2030. Kedua, 2) sumbangan ekonomi digital sebanyak 22.6 peratus kepada KDNK Malaysia, 3) 875,000 perusahaan mikro kecil dan sederhana (PKS) menerima e-dagang, serta 4) menarik dua syarikat unikorn (iaitu syarikat tempatan atau asing). Sementara itu, yang kelima, 5) peruntukan sebanyak Ringgit Malaysia (RM) 70 bilion pelaburan dalam pendigitalan, dan 6) peningkatan dalam bilangan syarikat permulaan (Unit Perancang Ekonomi Malaysia, 2021). Disebabkan oleh pelbagai usaha dan inisiatif, bilangan usahawan dalam talian meningkat setiap hari, dan bilangan laman web perniagaan digital juga bertambah pada kadar yang luar biasa.

2.2. Kerangka Teori: Teori Institusi

Apabila membincangkan konsep persekitaran institusi (atau kuasa institusi), banyak kajian terdahulu telah merujuk teori institusi, iaitu satu rangka kerja yang terdiri daripada kuasa sosial yang berada di luar organisasi tetapi memberikan kesan kepada tingkah laku organisasi (Scott, 1995). Melalui kombinasi mekanisme yang berbeza, hal ini dapat menyumbang kepada prestasi perniagaan digital (Costa et al., 2018; Liao et al., 2022). Teori neoinstitusi selanjutnya mencadangkan bahawa kesan norma dan kepercayaan masyarakat turut membentuk realiti sesebuah organisasi (Hoffman, 1999). Definisi institusi berbeza mengikut konsep realiti sosial dan paradigma penyelidikan yang digunakan. Perbezaan utama antara definisi ini terletak pada penekanan elemen institusi yang berbeza. Oleh itu, institusi dapat ditakrifkan sebagai peraturan sosial atau kekangan yang direka oleh manusia yang membentuk interaksi dalam masyarakat. Scott (1995) menawarkan tiga tonggak berstruktur untuk menentukan institusi, iaitu unsur pengawalseliaan, normatif dan kognitif. Struktur kawal selia terdiri daripada peraturan dan undang-undang yang mempengaruhi tingkah laku dengan menguatkuasakan ganjaran atau hukuman bagi kepatuhan atau ketidakpatuhan. Struktur normatif menekankan nilai dan norma yang mempunyai makna preskriptif dan evaluatif. Struktur normatif tidak hanya mentakrifkan matlamat atau objektif, tetapi juga menetapkan cara yang sesuai untuk mengejarnya (Scott, 1995). Sementara itu, struktur kognitif membentuk tafsiran dalaman dalam bentuk skrip dan kepercayaan.

Penyelidikan tentang kuasa institusi terhadap keusahawanan mendapati bahawa persekitaran institusi sesebuah negara berupaya sama ada memacu atau menghalang aktiviti keusahawanan. Walau bagaimanapun, secara keseluruhan, penyelidikan lepas lebih

cenderung memihak kepada peringkat makro, iaitu kuasa negara berbanding dengan peringkat analisis meso dan mikro (Vlados & Chatzinikolaou, 2020). Oleh itu, kajian ini bertujuan mengkaji bagaimana faktor persekitaran pada peringkat makro, meso dan mikro dapat mempengaruhi prestasi perniagaan digital golongan usahawan belia di Malaysia. Usahawan justeru perlu mengambil kira persekitaran institusi negara untuk membangunkan keupayaan menguruskan perniagaan mereka. Persekitaran institusi yang kondusif merupakan titik tolak utama kejayaan perniagaan. Ini penting kerana tanpa sokongan ekosistem keusahawanan yang kukuh, usahawan yang memiliki motivasi yang tinggi tetap tidak mampu menembusi pasaran antarabangsa bagi membolehkan perniagaan terus berkembang maju.

2.3. Struktur Kawal Selia dan Prestasi Perniagaan Digital

Tekanan yang berpunca daripada jangkakan formal dan tidak formal, sama ada melalui peraturan pihak berkuasa atau pengaruh organisasi lain, mendorong organisasi memenuhi kehendak dan harapan yang diletakkan terhadapnya (Alimon & Azmi, 2023; Arpanutud et al., 2009). Pengenalan peraturan dan penguatkuasaan peraturan oleh pihak berkuasa adalah antara kaedah yang digunakan untuk memaksa syarikat yang terlibat dalam industri agar mematuhi (Kazancoglu et al., 2021). Bagi mewujudkan ekosistem yang mampu memberikan galakan dan sokongan kepada usahawan untuk terus maju dan berdaya saing pada peringkat global, ekosistem keusahawanan mestilah mempunyai tadbir urus yang fleksibel. Selain itu, kawal selia dan pembiayaan juga haruslah mudah untuk meneroka pelbagai bidang yang akan mengurangkan kebergantungan (Centobelli et al., 2020). Malaysia boleh mengikut jejak langkah negara Asia Timur yang mempunyai rangkaian asas usahawan mikro yang kukuh. Peluasan peluang perniagaan kepada semua lapisan masyarakat menyumbang kepada transformasi ekonomi yang inklusif untuk meningkatkan taraf sosioekonomi negara (Jabbour et al., 2020). Prosedur, dasar dan undang-undang yang tidak konsisten dengan keperluan, teknologi serta perkembangan global akan menyekat pembangunan usahawan untuk beralih kepada perniagaan digital (Sahut et al., 2021). Ini dilihat sebagai penghalang untuk memajukan usahawan tempatan. Sehubungan dengan itu, mekanisme yang berkesan perlu dipelopori untuk membentuk kerjasama antara kementerian, agensi, dan badan penguatkuasa bagi memberikan ruang kepada usahawan bereksperimen dengan model perniagaan baharu agar serasi dengan perkembangan teknologi (Li et al., 2020). Sebagai contohnya, kerajaan menyediakan insentif cukai untuk menggalakkan penyertaan usahawan tempatan dalam bidang perniagaan. Insentif cukai tersebut adalah seperti insentif pengecualian cukai untuk perusahaan sosial, insentif cukai untuk sektor teknologi hijau atau elaun cukai pelaburan hijau (Alimon & Azmi, 2023). Selain itu, penyediaan sokongan padu untuk keusahawanan dari aspek infrastruktur fizikal dan digital serta perkhidmatan advokasi profesional seperti kepakaran undang-undang, perakaunan dan teknikal amat diperlukan bagi membantu mana-mana perniagaan digital yang baru (Kraus et al., 2021). Berdasarkan hujahan tersebut, hipotesis berikut dirumuskan:

H1. Struktur kawal selia mempengaruhi prestasi perniagaan digital usahawan muda.

2.4. Struktur Normatif dan Prestasi Perniagaan Digital

Normatif bermaksud berpegang pada norma dan peraturan tertentu. Istilah ini juga boleh dirujuk pada sikap dan kesetiaan terhadap peraturan dan kaedah yang berlaku dalam persekitaran tertentu (He et al., 2020). Ini juga merujuk usaha kolektif sama ada daripada individu, kumpulan atau pemimpin dalam institusi yang menentukan bagaimana individu berinteraksi (Cai et al., 2021; Scott, 1995). Tambahan lagi, norma sosial merangkumi asas peraturan dan tingkah laku dalam pergaulan seharian. Norma yang biasa diterima pakai oleh majoriti ahli masyarakat dianggap sebagai norma asas yang sah. Menurut Donaldson dan Dunfee (1999), terdapat dua pembahagian kesahan norma, iaitu ukuran sikap dan tingkah laku anggota masyarakat sert penggunaan pemboleh ubah proksi seperti kod dan piawai yang telah ditetapkan oleh sesebuah pengurusan. Norma mencerminkan budaya sesebuah negara, nilai-nilai yang diterimanya dan aspek-aspek yang menunjukkan sokongan terhadap aktiviti keusahawanan. Norma berfungsi sebagai cermin kepada budaya keusahawanan di dalam sesebuah negara (Noor et al., 2021). Kajian terdahulu menunjukkan bahawa individu yang mempunyai kekaguman dan penghormatan terhadap keusahawanan cenderung memiliki minat yang mendalam terhadap kegiatan tersebut (Al-Kwif et al., 2020; Mohd Noor & Malek, 2021). Pencapaian ini ialah ukuran tentang bagaimana rakyat sesebuah negara melihat usahawan dari segi status dan kerjaya yang dipilih. Tanpa sokongan masyarakat yang padu, golongan muda tidak akan menceburi bidang keusahawanan (Noor, 2024). Ini penting kerana mereka akan mengambil keputusan untuk menceburi profesion tradisional (Stenholm & Nielsen, 2019). Oleh itu, hipotesis berikut dirumuskan:

H2. Struktur normatif mempengaruhi prestasi perniagaan digital usahawan muda.

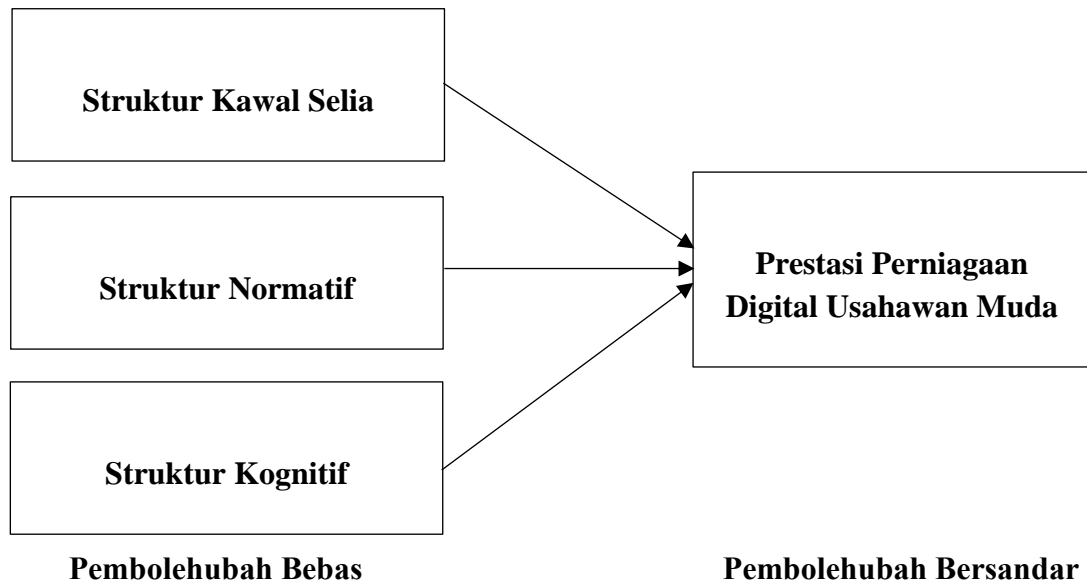
2.5. Struktur Kognitif dan Prestasi Perniagaan Digital

Memiliki tahap keupayaan kognitif ialah penentu utama kejayaan sesebuah perniagaan. Kajian menunjukkan bahawa individu yang mempunyai kebolehan kognitif yang tinggi cenderung untuk mengambil bahagian lebih dalam memperkembangkan perniagaan daripada mereka yang mempunyai kebolehan kognitif yang rendah (Costa et al., 2018). Melalui perwakilan kognitif yang diaktifkan, pembuat keputusan dapat mengurangkan kerumitan persekitaran dan memilih rangsangan untuk mencipta model mental dalaman dan luaran bagi persekitaran organisasi (Zollo et al., 2021). Dalam menentukan kejayaan usahawan, sikap merupakan elemen personaliti yang penting dan boleh dimantapkan dengan komponen kognitif serta emosi yang membawa kepada pembentukan tingkah laku. Hal ini seterusnya mendorong kepada pemilihan kerjaya keusahawanan (Liao et al., 2022). Kajian ini mengkaji indikator kesan keusahawanan pendidikan terhadap minda keusahawanan yang dianggap sebagai fenomena kognitif (Cui et al. 2019). Struktur ini menggambarkan cara berfikir seorang usahawan yang begitu unik dalam aktiviti keusahawanan. Kemahiran seperti pengurusan, kewangan, modal insan, pemasaran, produk, rangkaian bekalan dan sebagainya ialah asas yang perlu dimiliki oleh setiap usahawan yang ingin menceburi bidang ini (Lang & Liu, 2019). Perkara tersebut justeru tidak diperolehi melalui kerja keras. Pengetahuan seperti ini diperolehi kebanyakannya melalui latihan formal di institusi pendidikan (Mohd Noor et al., 2018). Oleh itu, memahami infrastruktur kognitif keusahawanan dapat memberikan perspektif yang lebih menyeluruh tentang bagaimana usahawan dapat mengembangkan perniagaan digital. Oleh itu, hipotesis berikut dirumuskan:

H3. Struktur kognitif mempengaruhi prestasi perniagaan digital usahawan muda.

Rajah 1 menunjukkan model kajian ini.

Rajah 1: Model Kajian



3. Metodologi Kajian

Kajian ini menggunakan reka bentuk penyelidikan keratan rentas dan kuantitatif. Data dipungut menggunakan persampelan berkelompok dan bertujuan. Populasi kajian ini adalah belia Malaysia, dan mengikut Dasar Pembangunan Belia Negara Malaysia, belia ditakrifkan sebagai mereka yang berumur di antara 18-29 tahun. Usahawan belia yang dipilih meliputi empat (4) wilayah utama di Semenanjung Malaysia iaitu Wilayah Utara (n=100), Wilayah Tengah (n=100), Wilayah Selatan (n=100), dan Pantai Timur (n=100). Dalam menentukan saiz sampel, berdasarkan Jadual Krejcie dan Morgan (1970), sampel 384 belia telah ditakrifkan untuk pengumpulan data. Oleh itu sejumlah 400 usahawan belia telah dipilih untuk terlibat dengan kajian ini dimana setiap wilayah diwakili oleh sejumlah 100 usahawan muda yang terlibat dengan perniagaan digital samaada sepenuh masa ataupun secara separuh masa. Penyelidikan ini mengadaptasi penilaian item bagi struktur kawal selia, normatif, dan kognitif daripada kajian Oftedal et al. (2018). Prestasi perniagaan digital diukur dengan skala lima item yang diadaptasi daripada Venkatraman dan Ramanujam (1986). Data dikumpul selama enam bulan melalui tinjauan dalam talian. Bahagian A terdiri daripada ciri demografi. Bahagian B terdiri daripada item ukuran bagi struktur kawal selia, normatif, dan kognitif. Bahagian C meliputi item bagi prestasi perniagaan digital. Bahagian B dan C telah dijawab dengan Skala likert iaitu 1-sangat tidak setuju sehingga 5-sangat setuju.

Jadual 1: Pengukuran Pembolehubah

Pembolehubah	Item
Struktur Kawal Selia	KS1. Terdapat penajaan untuk rancangan perniagaan/ pertandingan di Malaysia. KS2. Terdapat tajaan untuk aktiviti keusahawanan di Malaysia. KS3. Terdapat tajaan untuk permulaan perniagaan di Malaysia. KS4. Dasar negara memberi ganjaran kepada belia yang terlibat dalam aktiviti keusahawanan.
Struktur Normatif	N1. Mereka yang memulakan perniagaan adalah mereka dihormati. N2. Rakan-rakan memandang tinggi kepada mereka yang memulakan perniagaan. N3. Inisiatif keusahawanan dilihat sebagai jalan menuju kejayaan. N4. Memulakan perniagaan anda sendiri adalah laluan kerjaya yang dihormati.
Struktur Kognitif	K1. Rakan saya tahu cara mengendalikan risiko yang berkaitan dengan syarikat/perniagaan permulaan. K2. Rakan saya mempunyai kemahiran yang diperlukan untuk memulakan perniagaan mereka. K3. Rakan saya tahu siapa yang boleh membantu melancarkan perniagaan permulaan. K4. Rakan-rakan saya tahu prosedur untuk memulakan perniagaan mereka.
Prestasi Perniagaan Digital	P1. Bahagian pasaran produk kami telah meningkat. P2. Jumlah jualan produk kami telah meningkat. P3. Harga produk kami telah berubah. P4. Bilangan pelanggan baharu yang kami perolehi telah meningkat. P5. Bilangan pelanggan sedia ada yang dapat kami kekalkan telah meningkat.

Sebelum analisa utama dijalankan, ujian kebolehpercayaan dan kesahan telah digunakan untuk menilai kualiti penyelidikan. Kebolehpercayaan adalah mengenai ketekalan ukuran, dan kesahan adalah mengenai ketepatan ukuran. Cronbach Alpha digunakan untuk mengukur kebolehpercayaan. Menurut Pallant (2011), nilai Cronbach Alfa mestilah lebih daripada 0.60 untuk mencapai kebolehpercayaan instrumen. Kajian memberi tumpuan kepada analisis faktor iaitu kaedah statistik yang boleh digunakan untuk mengumpul bukti bagi mengesahkan hubungan antara item tinjauan dan mengenal pasti jumlah bilangan dimensi yang diwakili. Analisa korelasi Pearson dan regresi berganda telah digunakan bagi menganalisa data. Tujuan analisis korelasi adalah untuk menyiasat hubungan antara struktur kawal selia, struktur normatif, struktur kognitif, dan prestasi perniagaan digital. Regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh pembolehubah bebas terhadap prestasi perniagaan digital. Pakej perisian IBM SPSS 28 digunakan untuk menganalisis data.

4. Keputusan

4.1. Analisis Demografi

Soal selidik yang boleh digunakan diterima daripada 213 responden, mewakili kadar respon sebanyak 53.3%. Dalam kajian ini, responden lelaki berjumlah 167 (78.4%) dan 46 (21.6%) responden perempuan. Sejumlah 78 responden (36.6%) tinggal di Wilayah Tengah dan ia diikuti Wilayah Pantai Timur (n=53, 24.9%), Wilayah Selatan (n=47, 22.1%), dan Wilayah Utara (n=35, 16.4%). Bagi lingkungan umur, kebanyakan responden berumur dari 26 sehingga 29 tahun (n=118, 55.4%), dan selebihnya 18 sehingga 21 tahun (n=54, 25.4%) dan 22 sehingga 25 tahun (n=41, 19.3%). Seterusnya, majoriti responden memiliki Ijazah Sarjana Muda (n=145, 68.1%). Majoriti responden mempunyai pengalaman perniagaan melebihi 5 tahun (n=144, 67.6%). Dari segi status, kebanyakan responden adalah bujang (n=161, 75.6%). Apabila ditanya sama ada responden mempunyai latar belakang perniagaan keluarga, 41.8% responden mempunyai ahli keluarga berlatar belakang perniagaan (n=89) dan 58.2% mengakui mereka tidak mempunyai ahli keluarga berlatar belakang perniagaan (n=124).

Jadual 2: Profil Demografi

Profil		Frekuensi (n)	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	46	21.6
	Perempuan	167	78.4
Umur	18-21	54	25.4
	22-25	41	19.3
	26-29	118	55.4
Wilayah	Utara	35	16.4
	Tengah	78	36.6
	Selatan	47	22.1
	Pantai Timur	53	24.9
Peringkat Pendidikan Tertinggi	SPM	0	0
	STPM	10	4.7
Pengalaman Perniagaan	Sijil Professional	5	2.3
	Asasi	29	13.6
	Diploma	18	8.5
	Ijazah Sarjana Muda	145	68.1
	Ijazah Sarjana	4	1.9
	Pascasiswazah	2	0.9
	Kurang 5 tahun	69	32.4
Status	5 tahun ke atas	144	67.6
	Berkahwin	45	21.1

	Bujang	161	75.6
	Bercerai	7	3.3
Berlatar Belakang	Ya	89	41.8
Perniagaan Keluarga	Tidak	124	58.2

4.2. Analisis Ujian Kesahan, Kebolehpercayaan, dan Deskriptif

Untuk menilai kesahan konstruk, analisis faktor telah dijalankan untuk memperhalusi item dan untuk menentukan sama ada item menggunakan konstruk yang sama. Untuk kajian ini, item dengan pemuatan 0.50 atau lebih, dan faktor dengan nilai eigen lebih daripada satu akan dikekalkan untuk analisis lanjut (Shrestha, 2021). Dalam menjalankan analisis faktor, kesemua empat pembolehubah telah dikemukakan untuk dianalisis menggunakan analisis komponen utama. Keputusan awal menunjukkan bahawa nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) melebihi nilai yang disyorkan iaitu 0.60 dan Ujian Bartlett's Sphericity adalah signifikan. Kedua-dua keputusan mencadangkan bahawa data sampel adalah sesuai untuk meneruskan prosedur analisis faktor. Menggunakan putaran Varimax, tiada faktor telah digugurkan. Hasilnya, kesahan konstruk telah dipenuhi dan pengkaji mengekalkan semua konstruk untuk kajian berskala penuh. Jadual 3 membentangkan keputusan ujian.

Jadual 3: Keputusan Analisa Ujian Kesahan

Item	Faktor			
	1	2	3	4
KS1		0.852		
KS2		0.868		
KS3		0.813		
KS4		0.808		
N1	0.716			
N2	0.780			
N3	0.799			
N4	0.726			
K1			0.773	
K2			0.813	
K3			0.823	
K4			0.794	
P1				0.755
P2				0.745
P3				0.741
P4				0.705
P5				0.765
Nilai Eigen	7.311	1.676	1.227	0.430
Peratusan Varians	29.827	27.532	19.870	19.831
Jumlah Varians	3.182	3.229	2.167	2.156
Diterangkan				

Untuk menggambarkan sejauhmana kepentingan pembolehubah kepada responden yang dijadikan sampel, min, sisihan piawai, skewness, dan kurtosis telah dikira untuk semua ukuran. Nilai min bagi item, majoriti adalah lebih besar daripada titik tengah (3) dan berjalut dari 4.14 hingga 4.43. Tahap setiap item dikira dengan kaedah berikut: (titik tertinggi dalam skala Likert – titik terendah dalam skala Likert)/bilangan tahap yang digunakan = $(5-1)/5 = 0.80$, di mana (1–1.80) dicerminkan dengan “sangat rendah,” (1.81–2.60) dicerminkan oleh “rendah,” (2.61–3.40) dicerminkan oleh “sederhana,” (3.41– 4.20) dicerminkan oleh “tinggi” dan (4.21–5.00) dicerminkan oleh “sangat tinggi ” (Pallant, 2011). Nilai min menunjukkan kesemua pembolehubah berada dalam kadar yang tinggi bagi Struktur Kognitif (4.14), dan juga sangat tinggi bagi Struktur Kawal Selia (4.43), Struktur Normatif (4.28), dan Prestasi Perniagaan Digital (4.32).

Bagi ujian normaliti, selepas penilaian yang teliti dengan menggunakan skewness dan kurtosis, data didapati bertaburan normal. Ini kerana kebanyakan nilai berada dalam julat yang mencukupi untuk kenormalan (iaitu, -2.0 hingga +2.0) untuk skewness , dan kurang daripada 10 untuk kurtosis (Hair et al., 2010). Menurut Pallant (2011), nilai Cronbach Alfa mestilah lebih daripada 0.60 untuk mencapai kebolehpercayaan instrumen. Berdasarkan Jadual 4, instrumen kajian telah mencapai kebolehpercayaan instrumen.

Jadual 4: Keputusan Analisa Deskriptif dan Ujian Kebolehpercayaan

Pembolehubah	Min	Sisihan Piawai	Skewness	Kurtosis	Cronbach Alfa
Struktur Kawal Selia	4.43	0.534	-1.697	5.661	0.844
Struktur Normatif	4.28	0.591	-1.806	5.090	0.834
Struktur Kognitif	4.14	0.575	-1.774	5.280	0.867
Prestasi Perniagaan Digital	4.32	0.572	-1.402	4.682	0.717

4.3. Analisis Ujian Korelasi

Menurut Dancey dan Reidy (2007), nilai korelasi 0 sehingga 0.3 menandakan hubungan yang lemah, 0.4 sehingga 0.6 merujuk kepada hubungan sederhana dan, 0.7 sehingga 1 menandakan hubungan yang kuat. Jadual 5 menunjukkan hubungan korelasi di antara pembolehubah bebas dan pembolehubah bersandar. Kolerasi positif dan signifikan boleh didapati antara struktur normatif dan prestasi perniagaan digital ($r=0.688, p=0.000$), struktur kawal selia dan prestasi perniagaan digital ($r=0.638, p= 0.000$), dan struktur kognitif dan prestasi perniagaan digital ($r =0.411, p=0.000$). Korelasi di antara struktur normatif, struktur kawal selia, dan struktur kognitif terhadap prestasi perniagaan digital adalah pada tahap sederhana.

Jadual 5: Keputusan Korelasi Pearson

	Prestasi Perniagaan Digital	
Struktur Kawal Selia	Korelasi Pearson	0.638**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	213
Struktur Normatif	Korelasi Pearson	0.688**

	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	213
	Korelasi Pearson	0.411**
Struktur Kognitif	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	213

4.4. Analisis Regresi

Pemodelan regresi linear digunakan untuk menguji hipotesis kajian. Berdasarkan Jadual 6, asil pengiraan nilai Toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan tidak terdapat unsur multikolineariti antara pembolehubah bebas. Kemudian, analisis regresi menunjukkan bahawa pembolehubah bebas secara signifikan meramalkan prestasi perniagaan digital dengan nilai R^2 diselaraskan sebanyak 48.3% ($F_{[7, 39]} = 57.219$; $p < .001$; $R^2 = 0.483$). R^2 ialah ukuran untuk model regresi linear. Statistik ini menunjukkan peratusan varians dalam pembolehubah. Ia juga mengukur kekuatan hubungan antara model iaitu pada skala 0 – 100%. R^2 untuk model regresi adalah pada 48.8% dimana ia menyumbangkan hampir separuh varians terhadap pembolehubah bersandar. Peramal individu telah diperiksa lebih lanjut dan ini menunjukkan bahawa Struktur Kawal Selia ($\beta = 0.470$; $p = 0.000$) dan Struktur Normatif ($\beta = 0.565$; $p = 0.000$) merupakan peramal penting dalam model. Setiap pekali β menunjukkan peningkatan dalam prestasi perniagaan digital usahawan muda yang berkaitan dengan peningkatan 1-unit dalam peramal iaitu Struktur Kawal Selia dan Struktur Normatif. Hasil analisa dan bacaan nilai Beta menggambarkan bahawa Struktur Normatif ($\beta = 0.565$, $p = 0.000$) paling signifikan dalam menerangkan prestasi perniagaan digital. Oleh itu, H1 dan H2 telah diterima dan H3 telah ditolak.

Jadual 6: Keputusan Regresi

Pembolehubah	Beta (β)	Sig. (p)	Toleransi	VIF
Struktur Kawal Selia	0.470	0.000	0.797	1.415
Struktur Normatif	0.565	0.000	0.349	1.522
Struktur Kognitif	0.029	0.532	0.578	1.928
R^2	0.483			
Adjusted R^2	0.473			
F Change	57.219			
p	0.000			

5. Perbincangan

Tujuan utama kajian ini adalah untuk memahami bagaimana struktur kawal selia, normatif, dan kognitif boleh mempengaruhi prestasi perniagaan digital. Data dianalisis menggunakan ujian korelasi Pearson dan regresi berganda. Keputusan ujian korelasi Pearson mengesahkan hubungan yang signifikan antara struktur kawal selia, struktur normatif, struktur kognitif dengan prestasi perniagaan digital. Keputusan analisis regresi pula menunjukkan struktur normatif merupakan pemboleh ubah bebas yang paling kuat mempengaruhi prestasi

perniagaan digital. Dapatan kajian ini mendedahkan bahawa struktur kawal selia, struktur normatif dan struktur kognitif dapat meramalkan keusahawanan digital dengan ketara. Keputusan ini menunjukkan bahawa individu yang mempunyai kecekapan keusahawanan yang lebih tinggi, sokongan sosial dan ekosistem keusahawanan yang baik, berkemungkinan untuk berjaya dalam keusahawanan digital. Keputusan kajian adalah konsisten dengan kajian terdahulu seperti Centobelli et al. (2020), He et al. (2020), Lang dan Liu (2019), Noor et al. (2021), serta Sahut et al. (2021).

Secara keseluruhannya, penyelidikan ini menyumbang kepada sorotan literatur dan memberikan beberapa pandangan baru, terutamanya untuk kajian keusahawanan. Selain implikasi teori, dapatan juga menawarkan beberapa pandangan yang menarik. Para penyelidik telah menggunakan data dari perspektif belia Malaysia untuk meningkatkan pemahaman tentang komponen keusahawanan yang dapat meningkatkan kejayaan mereka sebagai usahawan digital. Sumbangan kajian ini juga menyerlahkan kepentingan peraturan dan kawal selia, ekosistem keusahawanan serta pengetahuan dan kecekapan keusahawanan. Memandangkan kepentingan bidang pengajian ini, badan kerajaan dan institusi berkaitan perlu menumpukan perhatian yang mendalam terhadap program serta aktiviti yang berpotensi tinggi. Selain itu, adalah penting untuk mempromosikan infrastruktur digital seperti jalur lebar dan pusat data, demi menyokong usahawan digital muda. Usahawan memerlukan pelbagai kemahiran untuk berjaya, daripada pengurusan perniagaan hinggalah pembangunan produk. Kerajaan boleh melabur dalam program pendidikan dan latihan untuk membantu usahawan muda memperoleh pengetahuan yang diperlukan (Noor et al., 2024). Kerajaan dan agensi berkaitan juga perlu menyediakan sumber seperti seminar, persidangan, latihan, bengkel, sokongan dan bimbingan (Kazancoglu et al., 2021; Thompson & Illes, 2020). Seterusnya, kerajaan juga seharusnya memberikan tumpuan kepada usaha membina platform tertentu, seperti aplikasi pintar yang membolehkan usahawan berkongsi idea, pengetahuan, dan pengalaman mereka.

Dalam pada itu, kerajaan perlu menyemak semula undang-undang dan peraturan untuk menambah baik penyediaan infrastruktur digital (Centobelli et al., 2020; Sahut et al., 2021). Mereka perlu memastikan rangka kerja pengawalseliaan yang kondusif bagi menyokong syarikat telekomunikasi dalam mempercepat pembangunan infrastruktur digital. Rangka kerja undang-undang yang menyokong merupakan elemen penting untuk membolehkan keusahawanan berkembang dengan pesat. Kerajaan boleh mewujudkan persekitaran undang-undang yang menggalakkan usahawan dan memudahkan proses pendaftaran perniagaan, melindungi hak harta intelek selain menguatkuasakan kontrak (Cantner et al., 2021).

Dengan pertumbuhan teknologi yang pesat, terdapat peluang yang lebih besar untuk menghubungkan kewangan digital dan platform perniagaan secara efisien kepada usahawan muda. Pembiaya modal teroka yang membuka saluran baharu untuk usahawan muda dan teknologi kewangan (fintech) telah memainkan peranan penting dalam memudahkan peralihan ini (Ali et al., 2020). Platform peminjaman memfasilitasi hubungan langsung antara usahawan dengan pelabur menerusi pengautomasian proses penyaringan bagi setiap perniagaan yang tersenarai. Hal ini juga mempermudah perjanjian kewangan antara perniagaan dengan pelabur. Sementara itu, pembuat dasar harus bekerjasama dengan

pembekal servis kewangan untuk mencipta dasar dan peraturan yang menyokong perkhidmatan kewangan yang tersedia di samping melindungi pengguna (Mohd Noor et al., 2023).

Usahawan sering bergelut untuk membuat navigasi peraturan dan kertas kerja yang rumit. Sehubungan dengan itu, kerajaan boleh mengurangkan beban ini dengan memudahkan dan memperkemas proses memulakan dan menjalankan perniagaan. Sebagai contohnya, Singapura secara konsisten mengamalkan dasar mesra perniagaan, seperti sistem pendaftaran perniagaan dalam taliannya yang membolehkan usahawan mendaftarkan syarikat dalam beberapa jam sahaja. Keusahawanan juga berkait rapat dengan inovasi dan kerajaan boleh mempromosikan aspek tersebut dengan melabur dalam penyelidikan dan pembangunan serta menyediakan insentif cukai untuk syarikat yang melabur dalam teknologi baharu. Akhir sekali, kerajaan boleh menggiatkan keusahawanan dengan membangunkan budaya yang menghargai dan menyokong inisiatif tersebut. Langkah ini boleh dilaksanakan melalui kempen kesedaran awam atau dengan memberikan pengiktirafan dan meraikan sumbangan para usahawan (Cao & Shi, 2021). Sebagai contohnya, Minggu Keusahawanan Global ialah acara tahunan yang menghimpunkan usahawan, pelabur, dan pakar dari seluruh dunia untuk bertukar-tukar idea dan mempamerkan inovasi terkini perniagaan. Kesimpulannya, kerajaan mempunyai peranan penting dalam memupuk keusahawanan. Keusahawanan justeru bukan sekadar memulakan perniagaan, sebaliknya mengenai usaha mencipta peluang, memacu inovasi dan memupuk pembangunan ekonomi. Kerajaan yang menyokong dan menggalakkan keusahawanan bukan sahaja membantu usahawan, tetapi juga menyumbang kepada kesejahteraan keseluruhan ekonomi dan masyarakat mereka.

6. Kesimpulan

Keusahawanan kini dilihat sebagai agen perubahan yang boleh membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Klofsten et al., 2019). Banyak usaha telah dilakukan untuk menggalakkan lebih ramai orang melibatkan diri dalam bidang keusahawanan. Dengan kepesatan Revolusi Perindustrian 4.0 di seluruh dunia, usahawan perlu bertindak lebih pantas seiring dengan perkembangan sistem dan produk teknologi. Generasi muda merupakan golongan yang boleh menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi yang pesat. Perniagaan dalam talian menyediakan saluran untuk meluaskan capaian pasaran domestik dan antarabangsa. Teknologi digital memberi impak positif jika digunakan dalam perniagaan. Usahawan perlu menggunakan teknologi untuk meningkatkan hasil, mengurangkan kos operasi, dan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pekerja (Giotopoulos et al., 2022). Selain itu, penggunaan teknologi digital juga dapat meluaskan capaian pasaran perniagaan ke negara lain. Penggunaan media sosial membolehkan banyak aktiviti perniagaan, seperti penyampaian maklumat, promosi dan pemasaran, dan maklumbalas dijalankan (Russo-Spena et al., 2022).

7. Batasan Kajian dan Cadangan Kajian Masa Hadapan

Walaupun keputusan empirikal kajian ini menyokong model semasa, terdapat beberapa batasan yang perlu dikenalpasti. Pertama, saiz sampel kecil yang digunakan oleh penyelidik

menghadkan keupayaan untuk menyamaratakan keputusan. Kedua, reka bentuk penyelidikan keratan rentas boleh menghalang menyimpulkan kesan kausalitas. Oleh itu, reka bentuk penyelidikan membujur boleh membantu untuk mengesahkan hubungan sebab akibat di antara pembolehubah ini. Ketiga, kajian semasa hanya mengkaji set pembolehubah yang terhad, dan banyak faktor lain boleh menjejaskan hubungan yang dicadangkan. Oleh itu, kajian masa depan mungkin boleh meneroka kesan faktor yang baru.

Pembiayaan

Kajian ini disokong oleh Geran Penyelidikan Dalaman (FIRG) Fakulti Sains Pentadbiran dan Pengajian Polisi (kod projek:600-ICAEN/FIRG-01/2021). Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada peserta yang terlibat dalam kajian ini.

Penghargaan

Penulis ingin merakamkan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada pihak yang terlibat dengan kajian soal selidik dan juga kepada penilai makalah di atas cadangan penambahbaikan.

Rujukan

- Ahmed, H. M., & Ahmed, Y. A. (2021). Constraints of youth entrepreneurs in Ethiopia. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 11*(1), 337-346.
- Ali, O., Ally, M., & Dwivedi, Y. (2020). The state of play of blockchain technology in the financial services sector: A systematic literature review. *International Journal of Information Management, 54*, 102199.
- Alimon, M. F., & Azmi, A. A. C. (2023). Tax policy-integrating investment tax allowance and corporate governance by institutionalisation process: A conceptual paper. *Journal of Entrepreneurship and Business (JEB), 11*(1), 27-43.
- Al-Kwafi, O. S., Tien Khoa, T., Ongsakul, V., & Ahmed, Z. U. (2020). Determinants of female entrepreneurship success across Saudi Arabia. *Journal of Transnational management, 25*(1), 3-29.
- Arpanutud, P., Keeratipibul, S., Charoensupaya, A., & Taylor, E. (2009). Factors influencing food safety management system adoption in Thai food-manufacturing firms: Model development and testing. *British Food Journal, 111*(4), 364-375.
- Cai, W., Gu, J., & Wu, J. (2021). How entrepreneurship education and social capital promote nascent entrepreneurial behaviours: The mediating roles of entrepreneurial passion and self-efficacy. *Sustainability, 13*(20), 11158.
- Cantner, U., Cunningham, J. A., Lehmann, E. E., & Menter, M. (2021). Entrepreneurial ecosystems: A dynamic lifecycle model. *Small Business Economics, 57*, 407-423.
- Cao, Z., & Shi, X. (2021). A systematic literature review of entrepreneurial ecosystems in advanced and emerging economies. *Small Business Economics, 57*, 75-110.
- Centobelli, P., Cerchione, R., Chiaroni, D., Del Vecchio, P., & Urbinati, A. (2020). Designing business models in circular economy: A systematic literature review and research agenda. *Business Strategy and the Environment, 29*(4), 1734-1749.
- Che Embi, N. A., Jaiyeoba, H. B., & Yussof, S. A. (2019). The effects of students' entrepreneurial characteristics on their propensity to become entrepreneurs in Malaysia. *Education+ Training, 61*(7/8), 1020-1037.
- Costa, S. F., Santos, S. C., Wach, D., & Caetano, A. (2018). Recognizing opportunities across campus: The effects of cognitive training and entrepreneurial passion on the business opportunity prototype. *Journal of Small Business Management, 56*(1), 51-75.

- Cueto, L. J., Frisnedi, A. F. D., Collera, R. B., Batac, K. I. T., & Agaton, C. B. (2022). Digital innovations in MSMEs during economic disruptions: Experiences and challenges of young entrepreneurs. *Administrative Sciences, 12*(1), 8.
- Dancey, C. P., & Reidy, J. (2007). *Statistics without Math's for psychology*. Pearson Education.
- de Noronha, M. E. S., Longo, L. R., Doritta Brandão Majorana, C., & Santos Filho, J. F. D. (2023). Competencies for the internationalization of unicorn startups. *Latin American Business Review, 1-22*.
- Donaldson, T., & Dunfee, T. W. (1999). *Ties that bind: A social contracts approach to business ethics*. Harvard Business School Press.
- Giotopoulos, I., Kontolaimou, A., & Tsakanikas, A. (2022). Digital responses of SMEs to the COVID-19 crisis. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 28*(7), 1751-1772.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. Prentice Hall.
- He, J., Nazari, M., Zhang, Y., & Cai, N. (2020). Opportunity-based entrepreneurship and environmental quality of sustainable development: A resource and institutional perspective. *Journal of Cleaner Production, 256*, 120390.
- Hoffman A. J. (1999). Institutional evolution and change: Environmentalism and the US chemical industry. *Academy of Management Journal, 42*(4), 351–371.
- Jabatan Perangkaan Malaysia (2022). *Key Statistics of Labor Force in Malaysia, September 2022*. Retrieved from https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/cthemByCat&cat=124&bul_id=dkk0WCtZL01MVjl3NWFBeWp5VmZsQT09&menu_id=Tm8zcnRjdVRNWWlpWjRlbmtlaDk1UT09
- Jabbour, C. J. C., Seuring, S., de Sousa Jabbour, A. B. L., Jugend, D., Fiorini, P. D. C., Latan, H., & Izeppi, W. C. (2020). Stakeholders, innovative business models for the circular economy and sustainable performance of firms in an emerging economy facing institutional voids. *Journal of Environmental Management, 264*, 110416.
- Kabbara, D., & Hagen, B. (2023). A life cycle view on unicorn start-ups: Drivers of long-term high growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 30*(6), 1210-1240.
- Kabonga, I., Zvokuomba, K., & Nyagadza, B. (2021). The challenges faced by young entrepreneurs in informal trading in Bindura, Zimbabwe. *Journal of Asian and African Studies, 56*(8), 1780-1794.
- Kamall, Y., Shafinaz, A., & Azura, A. (2023). Critical success factors that determine the entrepreneurial readiness among the B40 women in Selangor. *Journal of Entrepreneurship and Business (JEB), 11*(1), 140-163.
- Kazancoglu, I., Sagnak, M., Kumar Mangla, S., & Kazancoglu, Y. (2021). Circular economy and the policy: A framework for improving the corporate environmental management in supply chains. *Business Strategy and the Environment, 30*(1), 590-608.
- Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (2021). *Dasar Keusahawanan Negara 2030*. Retrieved from <https://www.pmo.gov.my/ms/2019/08/dasar-keusahawanan-nasional/>.
- Klofsten, M., Fayolle, A., Guerrero, M., Mian, S., Urbano, D., & Wright, M. (2019). The entrepreneurial university as driver for economic growth and social change-Key strategic challenges. *Technological Forecasting and Social Change, 141*, 149-158.
- Kollmann, T. (2019). *E-business*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Kraus, S., Jones, P., Kailer, N., Weinmann, A., Chaparro-Banegas, N., & Roig-Tierno, N. (2021). Digital transformation: An overview of the current state of the art of research. *Sage Open, 11*(3), 21582440211047576.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. 1970. Determining sample sizes for research activities. *Educational and Psychological Measurement, 607-610*

- Kuckertz, A., Scheu, M., & Davidsson, P. (2023). Chasing mythical creatures—A (not-so-sympathetic) critique of entrepreneurship's obsession with unicorn startups. *Journal of Business Venturing Insights*, 19, e00365.
- Lang, C., & Liu, C. (2019). The entrepreneurial motivations, cognitive factors, and barriers to become a fashion entrepreneur: A direction to curriculum development for fashion entrepreneurship education. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 12(2), 235-246.
- Li, K., Kim, D. J., Lang, K. R., Kauffman, R. J., & Naldi, M. (2020). How should we understand the digital economy in Asia? Critical assessment and research agenda. *Electronic Commerce Research and Applications*, 44, 101004.
- Liao, Y. K., Nguyen, V. H. A., Chi, H. K., & Nguyen, H. H. (2022). Unraveling the direct and indirect effects of entrepreneurial education and mindset on entrepreneurial intention: The moderating role of entrepreneurial passion. *Global Business and Organizational Excellence*, 41(3), 23-40.
- López-Meri, A., Alonso-Muñoz, L., & Casero-Ripollés, A. (2021). What is behind the entrepreneurship intention in journalism? Entrepreneur typologies based on student perceptions. *Journalism Practice*, 15(3), 402-419.
- Mohd Noor, N. H., & Malek, E. N. (2021). An application of theory of planned behavior in determining student entrepreneurship intention. *Jurnal Intelek*, 16(1), 207-214.
- Mohd Noor, N. H., Mohd Arshad, M. R., & Kamarunzaman, N. Z. (2018). Entrepreneurship education and entrepreneurship intention: A case study of changemakers mindset (design thinking) module. *ASEAN Entrepreneurship Journal (AEJ)*, 4(1), 109-119.
- Mohd Noor, N. H., Mohamad Fuzi, A., & El Ashfahany, A. (2023). Institutional support and self-efficacy as catalysts for new venture performance: A study of iGen entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 12(3/4), 173-196.
- Noor, N. H. M., (2024). Inclination towards entrepreneurship among university students: Reasoning about causal relationships. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 7(25), 170-189
- Noor, N. H. M., Omar, N., Fuzi, A. M., Zaini, S. M., & Beta, R. M. D. M. (2024). Advocating women entrepreneurs' success in a developing country: An explanatory analysis. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 12(1).
- Noor, N. H. M., Yaacob, M. A., & Omar, N. (2021). Redefining the link between subjective norm and entrepreneurship intention: Mediating effect of locus of control. *Journal of International Business, Economics and Entrepreneurship*, 6(1), 9-9.
- Oftedal, E. M., Iakovleva, T. A., & Foss, L. (2018). University context matter: An institutional perspective on entrepreneurial intentions of students. *Education+ Training*, 60(7/8), 873-890.
- Pallant, J. (2011). *Survival manual. A step-by-step guide to data analysis using SPSS*, 4(4).
- Rangaswamy, A., Moch, N., Felten, C., Van Bruggen, G., Wieringa, J. E., & Wirtz, J. (2020). The role of marketing in digital business platforms. *Journal of Interactive Marketing*, 51(1), 72-90.
- Rebecca, R. (2021). *Ministry To Create Tech-Savvy Entrepreneurs*. Retrieved from <https://www.thestar.com.my/news/education/2021/02/28/ministry-to-create-tech-savvy-entrepreneurs>.
- Russo-Spena, T., Tregua, M., D'Auria, A., & Bifulco, F. (2022). A digital business model: an illustrated framework from the cultural heritage business. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(8), 2000-2023.
- Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, 56, 1159-1169.
- Scott, W. R. (1995). *Institutions And Organizations. Foundations For Organizational Science*. London: A Sage Publication Series.
- Shrestha, N. (2021). Factor analysis as a tool for survey analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 9(1), 4-11.

- Stenholm, P., & Nielsen, M. S. (2019). Understanding the emergence of entrepreneurial passion: The influence of perceived emotional support and competences. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 25(6), 1368-1388.
- Thompson, N. A., & Illes, E. (2020). Entrepreneurial learning as practice: A video-ethnographic analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(3), 579-599.
- Trischler, M. F. G., & Li-Ying, J. (2023). Digital business model innovation: Toward construct clarity and future research directions. *Review of Managerial Science*, 17(1), 3-32.
- Unit Perancang Ekonomi Malaysia (2021). Rangka tindakan (blueprint) Ekonomi Digital Malaysia. Retrieved from <https://www.epu.gov.my/sites/default/files/2021-02/rangka-tindakan-blueprint-ekonomi-digital-Malaysia.pdf>.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. *Academy Of Management Review*, 11(4), 801-814.
- Vlados, C., & Chatziniolaou, D. (2020). Macro, meso, and micro policies for strengthening entrepreneurship: Towards an integrated competitiveness policy. *Journal of Business & Economic Policy*, 7(1), 1-12.
- Zollo, L., Rialti, R., Tron, A., & Ciappei, C. (2021). Entrepreneurial passion, orientation, and behavior: The moderating role of linear and nonlinear thinking styles. *Management Decision*, 59(5), 973-994.