

Analisis Pola Penyertaan Peserta Terhadap Kursus Pendigitalan E-Commerce

Shafarizan Abd Samad^{1,*}, Azmiah Aziz¹

¹Program Teknologi Maklumat, Kolej Komuniti Arau, Perlis, Malaysia

Email: ^{1,*}shafarizan@kkarau.edu.my, ²azmiah@staf.kkarau.edu.my

Email Penulis Korespondensi: shafarizan@kkarau.edu.my

Abstrak-Kursus Shopee Afiliasi adalah satu kursus pendek yang dianjurkan oleh Unit Teknologi Maklumat di bawah bidang keusahawanan digital bagi meningkatkan pengetahuan komuniti mengenai asas digital e-commerce. Platform digital e-commerce yang diperkenalkan adalah Shopee Afiliasi yang memberikan peluang kepada peserta untuk menjana pendapatan sampingan secara sistematik yang disediakan menerusi platform tersebut. Seramai 54 peserta komuniti melalui 2 kursus di 2 buah negeri di Utara telah dikenalpasti dan menjadi responden bagi kajian ini. Kajian ini bertujuan untuk menilai keberkesanan pelaksanaan kursus Shopee afiliasi dari segi penyampaian isi kandungan, kemahiran dalam bidang kursus, yakin menggunakan pengetahuan dan kemahiran yang dipelajari, membantu peningkatan kerjaya, memulai perniagaan dan mengembangkan perniagaan. Analisis deskriptif mendapati peserta menilai keberkesanan kursus ini pada tahap sederhana hingga amat baik, dengan majoriti peserta tidak menilai lemah. Namun item cara penyampaian pengajar mendapat skor minimum, menandakan ada aspek kursus yang mungkin kurang berkesan dari pandangan segelintir responden. Di samping itu objektif kajian ini juga menganalisis perubahan sendiri peserta dalam aspek pengetahuan, kemahiran, dan keyakinan peserta sebelum (*PRE*) dan selepas (*POST*) menghadiri kursus. Analisis bagi objektif ini menggunakan Ujian *Wilcoxon Signed-Rank*. Kesemua item penilaian bagi objektif ini menunjukkan perbezaan yang signifikan secara statistik antara nilai sebelum dan selepas kursus iaitu $p < 0.05$. Ini menunjukkan kursus yang dijalankan memberi kesan yang signifikan terhadap setiap item yang diuji. Sebagai perbandingan nilai *PRE* dan *POST* bagi setiap item menggunakan ujian *Wilcoxon*, dapat disimpulkan bahawa wujud peningkatan yang ketara dalam tahap pengetahuan peserta selepas kursus. Ini dibuktikan dengan nilai-p yang sangat kecil (< 0.001) bagi semua item. Peningkatan signifikan dalam skor *POST* bagi semua item menandakan bahawa peserta bukan sahaja mendapat pengetahuan, tetapi juga menunjukkan bahawa komuniti peserta telah terdedah kepada maklumat dan kemahiran penting dalam bidang keusahawanan digital. Ini memberi petunjuk awal kepada impak positif kursus dalam membentuk komuniti yang lebih celik dan bersedia meneroka bidang digital, terutamanya dalam konteks perniagaan afiliasi. Seterusnya, kajian ini diharapkan dapat membantu penyedia latihan untuk merancang strategi dan kesinambungan latihan kepada komuniti ke arah pemantapan penajaan pendapatan sampingan serta penggunaan digital e-commerce secara maksimum bagi menambahbaik ekonomi peserta.

Kata Kunci: Shopee Afiliasi; E-Commerce; Pendigitalan; Kolej Komuniti.

1. PENDAHULUAN

Keusahawanan adalah faktor terbesar kepada aktiviti ekonomi bagi sesebuah negara. Malaysia mempergiatkan aktiviti keusahawanan melalui Dasar Ekonomi Baru (DEB), Dasar Pembangunan Nasional (DPN) dan Dasar Wawasan Negara (DWN) atas dasar sokongan serta pemfokusan yang jitu terhadap aktiviti pembangunan keusahawanan. Namun penggunaan teknologi digital merubah landskap aktiviti keusahawanan tatkala dunia tanpa sempadan telah menjarah sebahagian aktiviti manusia berupa dunia tanpa sempadan serta akses yang lebih cepat dan mudah dengan hanya dihujung jari.

Teknologi digital mencetuskan transformasi aktiviti keusahawanan digital serta corak perniagaan yang dulunya diusahakan secara konvensional kini semuanya hanya melalui capaian teknologi komunikasi dan maklumat. Keusahawanan digital di Malaysia telah memberi ruang kepada masyarakat untuk terlibat dalam menggunakan platform e-dagang serta pemasaran atas talian (Harisfathillah & Tambi, 2023). Rata-rata usahawan telah beralih kepada pengaplikasian platform e-dagang atau e-elektronik serta meningkatkan ilmu pemasaran melalui dalam talian. Menurut Nur Hanim dan Noordeyana lagi, telah wujud hubungan yang signifikan antara tahap kemahiran keusahawanan dengan tahap literasi keusahawanan digital dalam kalangan masyarakat akibat terdusunya pandemik Covid-19.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Kursus Shopee Afiliasi memberi peluang kepada komuniti untuk terlibat dalam keusahawanan digital melalui platform e-dagang. Menerusi kajian Erifiyanti, Rifa, Pane, Trijayanti dan Simanjuntak (2023) terdapat hubungan yang signifikan antara tahap kemahiran keusahawanan dengan tahap literasi keusahawanan digital dalam kalangan masyarakat akibat pandemik Covid-19. Nadhiroh, Kusumaningtyas dan Amirudin (2024) menjelaskan bahawa pemasaran afiliasi adalah satu bentuk perniagaan yang paling efektif bagi sesiapa yang memerlukan pendapatan secara atas talian.

Kajian Noersabila, Ardiansyah dan Witantra (2023) terhadap komuniti di suatu wilayah di Indonesia mendapati afiliasi Shopee menggunakan dengan sebaiknya kemudahan media sosial seperti *instagram* untuk meningkatkan ekonomi mereka melalui platform Shopee Afiliasi. Kemunculan para *content creator* mempromosikan program Shopee serta memberikan komisen melalui Shopee Afiliasi semakin diminati dalam kalangan komuniti di Indonesia sebagai punca pendapatan masing-masing.

Sementara kajian Khalil, Buang dan Othman (2021) terhadap kalangan pelajar di politeknik mendapati tahap literasi media sosial bagi kebanyakan pelajar adalah berada pada pengetahuan asas mengenai penggunaan media sosial tetapi kurang dalam aplikasi yang lebih khusus seperti pemasaran digital dan juga analisis data. Namun terdapat pelajar yang aktif menggunakan media sosial untuk tujuan pembelajaran menunjukkan minat yang lebih tinggi dalam kerjaya keusahawanan digital. Kajian mereka juga mendapati kekurangan pendedahan kepada aplikasi praktikal media sosial dalam konteks perniagaan mengurangkan keyakinan pelajar dalam membudayakan kerjaya keusahawanan digital. Keusahawanan digital telah menjadi semakin penting di Malaysia, namun masih terdapat cabaran dalam meningkatkan literasi digital dan kemahiran keusahawanan dalam kalangan masyarakat (Harisfathillah & Tambi, 2023). Kursus Shopee Afiliasi diperkenalkan untuk memberi pendedahan asas kepada komuniti bagi menjana pendapatan sampingan melalui platform e-dagang, namun keberkesannya perlu dinilai secara sistematik.

Keberkesanan kursus Shopee Affiliasi dalam meningkatkan literasi keusahawanan digital dalam kalangan komuniti adalah sangat perlu untuk melihat perubahan dalam pengetahuan, kemahiran, dan keyakinan peserta sebelum dan selepas menghadiri kursus Shopee Afiliasi. Hasil kajian ini juga akan memberikan impak terhadap minat, motivasi, dan aktiviti keusahawanan digital dalam kalangan peserta. Di samping itu juga keperluan untuk menilai keberkesanan kursus Shopee Affiliasi adalah sebagai salah satu inisiatif pemasaran digital untuk meningkatkan literasi dan kemahiran keusahawanan digital dalam kalangan masyarakat. Walaupun keusahawanan digital semakin penting, masih terdapat cabaran dalam meningkatkan kemahiran komuniti, dan kursus Shopee Affiliasi diperkenalkan untuk menangani isu ini, namun keberkesannya perlu dikaji secara empirikal.

2.1.1 Objektif Kajian

- a. Menilai keberkesanan pelaksanaan kursus Shopee Afiliasi oleh peserta yang melibatkan item,
 1. Penyampaian isi kandungan menepati objektif
 2. Cara penyampaian menarik
 3. Kandungan kursus teratur
 4. Tempat kursus sesuai
 5. Penyampaian jelas dan difahami
 6. Masa dan tempoh kursus mencukupi
- b. Menganalisis perubahan dalam sendiri peserta sebelum (pre) dan selepas (post) yang melibatkan item,
 1. Pengetahuan dalam bidang kursus
 2. Kemahiran dalam bidang kursus
 3. Yakin menggunakan pengetahuan dan kemahiran yang dipelajari
 4. Membantu peningkatan kerjaya
 5. Membantu memulakan perniagaan
 6. Membantu mengembangkan perniagaan

2.1.2 Persoalan kajian

- a. Menilai apakah keberkesanan pelaksanaan kursus Shopee Afiliasi oleh peserta yang melibatkan item,
 1. Penyampaian isi kandungan menepati objektif
 2. Cara penyampaian menarik
 3. Kandungan kursus teratur
 4. Tempat kursus sesuai
 5. Penyampaian jelas dan difahami
 6. Masa dan tempoh kursus mencukupi
- b. Menganalisis adakah terdapat perubahan sendiri peserta sebelum (pre) dan selepas (post) yang melibatkan item,
 1. Pengetahuan dalam bidang kursus
 2. Kemahiran dalam bidang kursus
 3. Yakin menggunakan pengetahuan dan kemahiran yang dipelajari
 4. Membantu peningkatan kerjaya
 5. Membantu memulakan perniagaan
 6. Membantu mengembangkan perniagaan

2.2 Metodologi Kajian

Kursus ini adalah satu kursus yang dijalankan oleh Unit Pembelajaran Sepanjang Hayat bagi memberi pendedahan asas kepada komuniti bagi menjana pendapatan sampingan melalui Shopee Afiliasi. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif di mana persampelan adalah secara *'purposive sampel'* maka kesemua responden telah diambil sebagai responden. Kajian yang dijalankan adalah bagi menilai pola maklumbalas peserta yang mengikuti kursus Shopee Afiliasi sebelum dan selepas penyertaan. Data diperolehi melalui kaedah soal selidik pra iaitu data dikumpulkan sebelum peserta memulakan sesi pembelajaran; dan pasca kursus iaitu data dikumpulkan selepas peserta menamatkan kursus.

Responden dikehendaki menilai tahap kemahiran mereka berdasarkan skala Likert dari 0 (tiada kemahiran langsung) hingga 4 (sangat mahir). Terdapat tiga (3) bahagian utama dalam borang soal selidik yang disediakan iaitu; a) Maklumat Demografi Peserta. Analisis demografi ini menganalisis profil demografi peserta kursus Shopee Affiliasi,

seperti jantina, umur, dan bangsa. Bahagian kedua adalah penilaian pelaksanaan kursus yang mana pada analisis ini menilai persepsi peserta terhadap keseluruhan keberkesanan kursus Shopee Affiliasi, termasuk isi kandungan, penyampaian, bahan dan manfaat yang diperoleh sementara bahagian yang ketiga menganalisis perubahan sendiri dalam pengetahuan, kemahiran, dan keyakinan, peningkatan kerjaya, memulakan dan mengembangkan perniagaan sebelum dan selepas menghadiri kursus.

2.3 Analisis Kajian

2.3.1 Maklumat Demografi

Jadual 1 menunjukkan maklumat demografi responden. Kajian ini melibatkan 54 peserta iaitu 33.3 peratus terdiri daripada wanita, manakala 66.7 peratus terdiri daripada lelaki. Responden juga terdiri daripada 83.3 peratus berbangsa Melayu dan selebihnya 9.3 peratus adalah berbangsa Cina, 5.6 peratus berbangsa India dan 1.9 peratus terdiri daripada lain-lain bangsa. Melalui tinjauan umur, kebanyakan responden yang menyertai kursus berumur antara 18 hingga 25 tahun (14.8 %), 26 tahun hingga 34 tahun sebanyak 22.2 peratus, 35 hingga 43 tahun sebanyak 55.6 peratus, 44 tahun sehingga 52 tahun sebanyak 5.6 peratus, manakala responden berumur 50 tahun ke atas mencatatkan 1.9 peratus (Jadual 1).

Jadual 1. Maklumat demografi

Profil	Kekerapan	Peratusan (%)
Jantina		
Lelaki	18	33.3
Perempuan	36	66.7
JUMLAH	54	100.0
Kaum		
Melayu	45	83.3
Cina	5	9.3
India	3	5.6
lain-lain	1	1.9
Jumlah	54	100.0
Umur		
18 hingga 25	8	14.8
26 hingga 34	12	22.2
35 hingga 43	30	55.6
44 hingga 52	3	5.6
53 hingga 61	1	1.9
Jumlah	54	100.0

2.3.2 Kaedah Pengumpulan Data

Data telah dikumpulkan daripada para peserta sebelum dan selepas menghadiri kursus bagi menilai keberkesanan pelaksanaan program yang dijalankan. Berikut adalah hasil analisis yang telah dijalankan.

Item-item yang diuji adalah seperti berikut:

Jadual 2. Item-item soalan kajian

Item	Penerangan
A1	Penyampaian isi kandungan mencapai objektif
A2	Cara penyampaian menarik
A3	Kandungan kursus teratur
A4	Tempat kursus sesuai
A5	Penyampaian jelas dan difahami
A6	Masa dan tempoh kursus mencukupi
B1	Pengetahuan dalam bidang kursus
B2	Kemahiran dalam bidang kursus
B3	Yakin menggunakan pengetahuan dan kemahiran yang dipelajari
B4	Membantu peningkatan kerjaya
B5	Membantu memulakan perniagaan
B6	Membantu mengembangkan perniagaan

Manakala skala penilaian ataupun pembolehubah tidak bersandar (data) dibahagikan kepada pemeringkatan skala sebagaimana yang disyorkan melalui Abdul Ghafar (2000) mengikut skala seperti berikut:

1 = Lemah

2 = Sederhana

3 = Baik

4 = Amat Baik

2.3.3 Analisis Penilaian keberkesanan pelaksanaan kursus

Jadual 3 menunjukkan dapatan bagi item-item objektif kajian pertama.

Jadual 3. Analisis Deskriptif bagi objektif kajian pertama

Item	Bilangan Responden (N)	Skor Minimum	Skor Maksimum	Interpretasi
A1	54	2	4	Semua responden menilai dari sederhana hingga amat baik. Tiada yang menilai “lemah”.
A2	54	1	4	Terdapat responden yang menilai “lemah”, menunjukkan variasi pandangan.
A3	54	2	4	Penilaian berkisar dari sederhana ke amat baik. Tiada responden memberi skor minimum.
A4	54	2	4	Sama seperti A3, menunjukkan persepsi yang agak positif.
A5	54	2	4	Tiada penilaian “lemah”, menunjukkan kepuasan sederhana ke atas.
A6	54	2	4	Persepsi responden menunjukkan tahap keberkesanan yang sekurang-kurangnya sederhana.

Secara umumnya, peserta menilai keberkesanan kursus ini pada tahap sederhana hingga amat baik, dengan majoriti tidak menilai “lemah”. Item A2 mendapat skor minimum 1, menandakan ada aspek kursus yang mungkin kurang berkesan dari pandangan segelintir responden.

2.3.4 Analisis bagi objektif kajian kedua yang melibatkan perubahan sendiri peserta (data pre dan post).

Objektif kajian kedua adalah melibatkan item B1 hingga B6. Data yang diperolehi daripada soal selidik adalah data ordinal. Oleh itu analisis perlu dilakukan dengan menggunakan kaedah tak berparameter. Ujian yang sesuai digunakan adalah *Ujian Wilcoxon Signed-Rank*. Berikut adalah hasil *Ujian Wilcoxon Signed-Rank* bagi setiap pasangan PRE dan POST untuk item B1 hingga B6.

Jadual 4. Ujian *Wilcoxon Signed-Rank* bagi setiap pasangan PRE dan POST

Item	Statistik Wilcoxon	Nilai p (p-value)	Keputusan
B1	0.0	1.78×10^{-10}	Signifikan ($p < 0.05$)
B2	0.0	2.42×10^{-10}	Signifikan
B3	0.0	1.94×10^{-10}	Signifikan
B4	0.0	1.52×10^{-9}	Signifikan
B5	9.5	1.88×10^{-9}	Signifikan
B6	30.0	1.15×10^{-8}	Signifikan

Kesemua item B1 hingga B6 menunjukkan **perbezaan yang signifikan secara statistik** antara nilai sebelum dan selepas kursus ($p < 0.05$). Ini menunjukkan kursus yang jalankan memberi kesan yang signifikan terhadap setiap item yang diuji. Melalui perbandingan nilai **PRE** dan **POST** bagi setiap item menggunakan ujian *Wilcoxon*, dapat disimpulkan bahawa wujud **peningkatan yang ketara dalam tahap pengetahuan** peserta selepas kursus. Ini dibuktikan dengan nilai-p yang sangat kecil (< 0.001) bagi semua item. Peningkatan signifikan dalam skor **POST** bagi semua item menandakan bahawa peserta bukan sahaja mendapat pengetahuan, tetapi juga menunjukkan bahawa **komuniti peserta telah terdedah kepada maklumat dan kemahiran penting dalam bidang keusahawanan digital**. Ini memberi petunjuk awal kepada impak positif kursus dalam membentuk komuniti yang lebih celik dan bersedia meneroka bidang digital, terutamanya dalam konteks perniagaan afiliasi.

a. Analisis penilaian bagi item B1 hingga B3.

Item	Statistik Wilcoxon	Nilai p (p-value)	Keputusan
B1	0.0	1.78×10^{-10}	Signifikan
B2	0.0	2.42×10^{-10}	Signifikan
B3	0.0	1.94×10^{-10}	Signifikan

Ketiga-tiga item ini (B1–B3) mewakili aspek pengetahuan dalam kursus. Statistik *Wilcoxon* = 0.0 menunjukkan perbezaan skor pra dan pasca yang sangat ketara, dengan semua nilai-p < 0.000 . Ini membuktikan bahawa kursus berkesan secara signifikan dalam meningkatkan tahap pengetahuan peserta. Kursus Shopee Afiliasi berjaya meningkatkan tahap pengetahuan peserta secara signifikan berdasarkan dapatan statistik. Perubahan ini sangat konsisten, menunjukkan bahawa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik selepas menyertai kursus.

b. Analisis penilaian untuk item B4 hingga B6

Item	Statistik Wilcoxon	Nilai p (p-value)	Keputusan
B4	0.0	1.52×10^{-9}	Signifikan

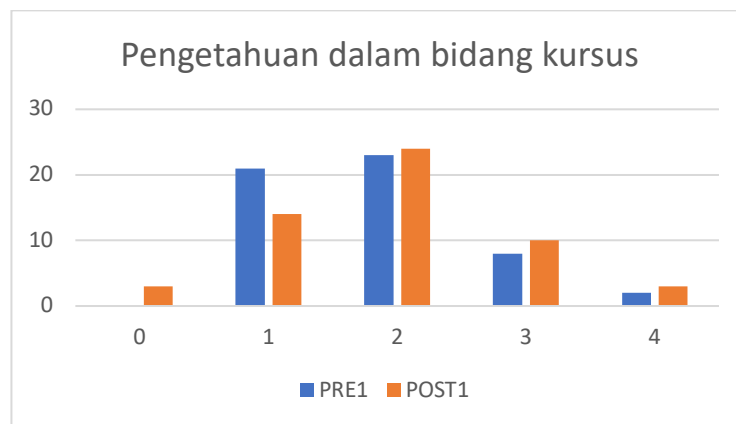
Item Statistik Wilcoxon Nilai p (p-value) Keputusan

B5	9.5	1.88×10^{-9}	Signifikan
B6	30.0	1.15×10^{-8}	Signifikan

Item B4–B6 mewakili aspek praktikal dan aplikasi komuniti, iaitu keyakinan untuk memulakan atau mengembangkan perniagaan. Walaupun statistik Wilcoxon bertambah dari 0 ke 30 (B6), semua nilai-p masih sangat signifikan dan ianya membuktikan bahawa impak kursus Shopee Affiliate terhadap peserta adalah kukuh. Perubahan ini menunjukkan bahawa kursus memberi pengaruh positif kepada literasi keusahawanan digital dalam kalangan peserta, yang boleh memberi kesan berganda kepada komuniti. Kursus ini bukan sahaja memperkasa peserta dengan pengetahuan, tetapi juga meningkatkan keyakinan, kemahiran praktikal dan kesiapsiagaan mereka untuk memulakan dan mengembangkan perniagaan. Ini menunjukkan impak nyata kursus terhadap pembangunan komuniti usahawan digital.

c. Item B1 – Pengetahuan dalam bidang kursus

Di bawah merupakan carta yang menunjukkan perbandingan jumlah responden bagi setiap tahap pengetahuan (skor 1 hingga 4) sebelum (PRE) dan selepas (POST) kursus Shopee Afiliasi.



Rajah 1. Carta Perbandingan Pengetahuan.

PRE1

Ramai peserta berada pada skor 1 dan 2, menandakan pengetahuan asas / sederhana. Sangat sedikit yang berada pada tahap tinggi (skor 4).

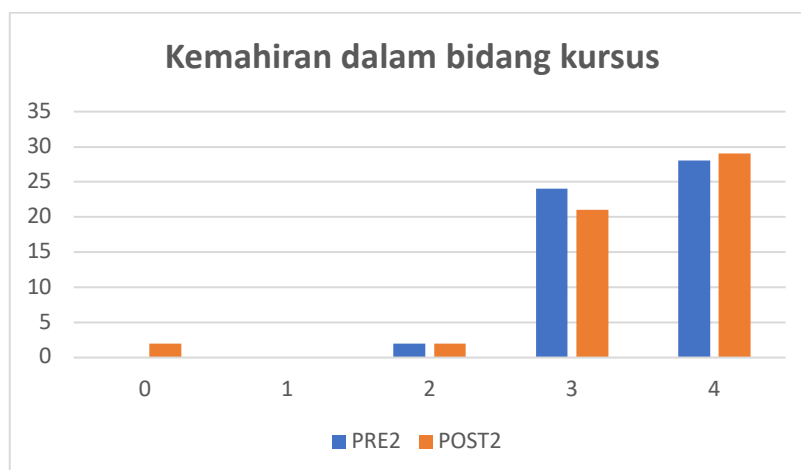
POST1

Bilangan peserta pada skor 2 dan ke atas (termasuk skor 3 & 4) meningkat. Skor 0 adalah peserta yang tidak menjawab untuk soalan ini.

Dapatan bagi Item B1 – Pengetahuan dalam bidang kursus

Berdasarkan perbandingan graf bar antara skor pra (PRE1) dan pasca (POST1), dapat dilihat peningkatan jelas dalam tahap pengetahuan peserta. Sebelum kursus, majoriti berada pada tahap sederhana ke bawah, namun selepas kursus, berlaku anjakan positif dengan lebih ramai peserta mencapai tahap pengetahuan yang lebih tinggi. Ini menunjukkan bahawa kursus Shopee Afiliasi telah berjaya menyampaikan ilmu yang berkesan dan difahami oleh peserta.

d. Item B2 - Kemahiran dalam bidang kursus



Rajah 2. Carta Perbandingan Kemahiran.

PRE2

Sebahagian besar peserta berada pada skor 3 dan 4, menandakan kemahiran sedia ada adalah sederhana hingga tinggi. Sangat sedikit berada di skor 2.

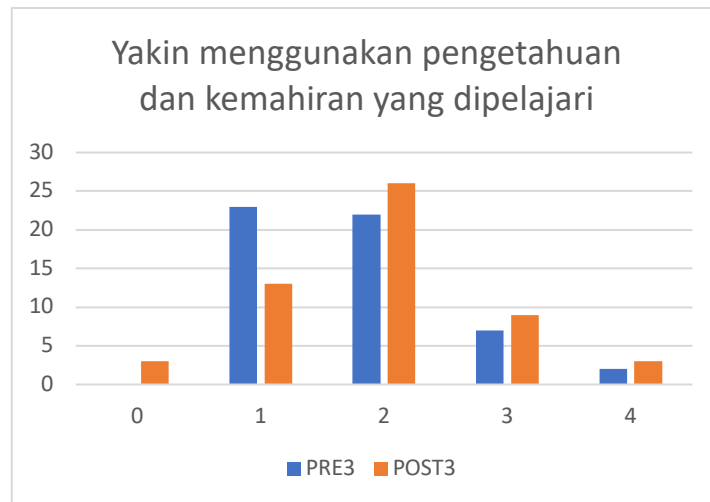
POST2

Terdapat peningkatan yang jelas pada skor 4, iaitu kemahiran tertinggi. Bilangan peserta pada skor 3 hampir sama dengan PRE2. Skor 0 adalah peserta yang tidak menjawab soalan ini.

Dapatan bagi Item B2 - Kemahiran dalam bidang kursus

Berdasarkan perbandingan PRE2 dan POST2, didapati majoriti peserta sudah mempunyai kemahiran asas yang baik sebelum kursus. Namun, selepas kursus, peningkatan kepada tahap mahir (skor 4) semakin jelas. Ini membuktikan bahawa kursus Shopee Afiliasi bukan sahaja memberi pendedahan baharu, malah memperkukuh kemahiran praktikal peserta dalam bidang keusahawanan digital.

e. Item B3 - Yakin menggunakan pengetahuan dan kemahiran yang dipelajari.



Rajah 3. Yakin menggunakan pengetahuan dan kemahiran yang dipelajari.

PRE3

Majoriti peserta berada pada skor 1 dan 2, mencerminkan keyakinan yang sederhana atau rendah sebelum menghadiri kursus. Sebilangan kecil berada pada tahap 3 dan sangat sedikit pada tahap maksimum (skor 4).

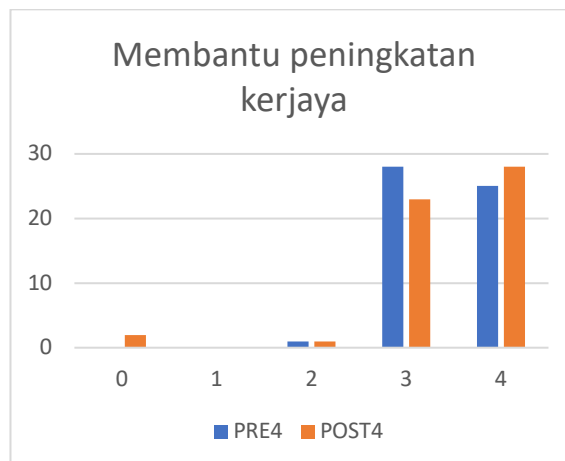
POST3

Berlaku peningkatan ketara pada skor 2 dan 3, menunjukkan pertambahan peserta yang semakin yakin. Bilangan peserta pada skor 1 menurun dengan ketara — menunjukkan ramai peserta beralih daripada keyakinan rendah kepada sederhana/tinggi. Skor 4 (keyakinan maksimum) juga meningkat walaupun secara sederhana.

Dapatan bagi Item B3 - Yakin menggunakan pengetahuan dan kemahiran yang dipelajari.

Sebelum kursus, ramai peserta hanya yakin pada tahap rendah dan sederhana untuk mengaplikasikan ilmu. Namun selepas kursus, berlaku peningkatan yang jelas ke tahap keyakinan yang lebih tinggi. Ini menunjukkan bahawa kandungan, pendekatan penyampaian dan amalan dalam kursus telah berjaya meningkatkan keberanian dan kesediaan peserta untuk menggunakan kemahiran mereka dalam situasi sebenar, sekaligus menyokong pembinaan komuniti yang celik keusahawanan digital.

f. Item B4 - Membantu peningkatan kerjaya.



Rajah 4. Carta Perbandingan Peningkatan Kerjaya.

PRE4

Sebahagian besar peserta memberi skor 3 dan 4, menunjukkan mereka telah menjangka kursus ini berpotensi membantu kerjaya. Hampir tiada yang memberi skor rendah (0–2), menandakan persepsi awal yang positif.

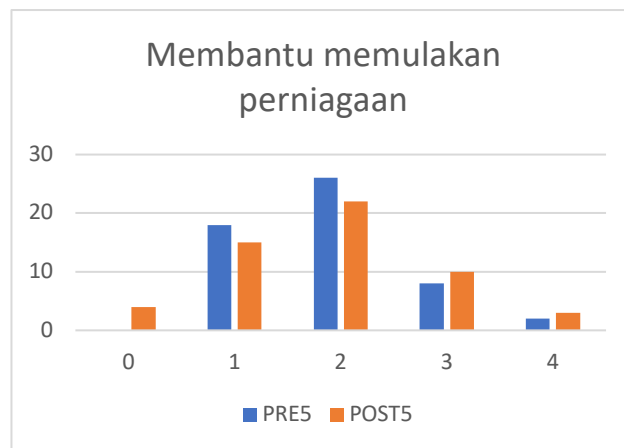
POST4

Terdapat peningkatan pada skor 4, iaitu bilangan peserta yang sangat bersetuju bahawa kursus membantu kerjaya meningkat. Skor 3 sedikit menurun, bermaksud sebahagian peserta yang sebelum ini berada di skor 3 telah berubah kepada skor 4 selepas kursus. Masih terdapat sebilangan kecil skor 1–2, tetapi tidak signifikan dari segi peratus. Skor 0 adalah peserta yang tidak menjawab soalan ini.

Dapatan bagi Item B4 - Membantu peningkatan kerjaya.

Data menunjukkan bahawa peserta telah menjangkakan kursus ini boleh membantu kerjaya mereka sejak awal, namun selepas kursus, keyakinan ini meningkat dengan lebih jelas. Bilangan peserta yang memberikan skor maksimum (4) bertambah, membuktikan bahawa pengalaman sepanjang kursus memberikan mereka nilai tambah yang realistik terhadap prospek kerjaya mereka. Ini mencerminkan keberkesanan kursus dalam menyokong pembangunan kerjaya serta memperkasa komuniti dengan kemahiran bernilai tinggi dalam ekonomi digital.

g. Item B5 – Membantu memulakan perniagaan.



Rajah 5. Carta Perbandingan Bantuan.

PRE5

Majoriti peserta memberikan skor 1 dan 2, menunjukkan keyakinan awal yang masih rendah hingga sederhana dalam memulakan perniagaan. Sangat sedikit yang menjawab skor 3 atau 4 (keyakinan tinggi).

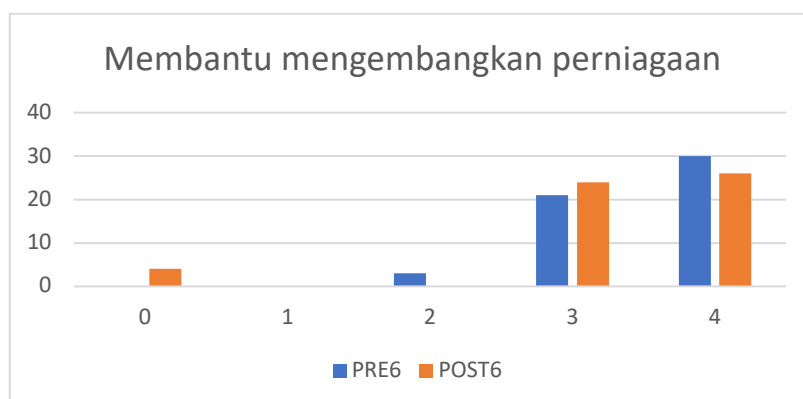
POST5

Terdapat peningkatan pada skor 3 dan 4, menunjukkan peningkatan keyakinan dalam memulakan perniagaan. Bilangan pada skor 1 dan 2 menurun, memberi petunjuk bahawa peserta telah beralih daripada kurang yakin kepada lebih yakin.

Dapatan bagi Item B5 – Membantu memulakan perniagaan.

Carta menunjukkan peralihan yang ketara dalam tahap keyakinan peserta untuk memulakan perniagaan selepas mengikuti kursus. Walaupun ramai yang pada awalnya hanya memberi skor sederhana (1–2), kursus ini berjaya menaikkan tahap kesediaan mereka ke skor yang lebih tinggi (3–4). Ini membuktikan bahawa kursus bukan sahaja bersifat informatif, tetapi juga berfungsi sebagai pemangkin tindakan kepada mereka yang ingin memulakan kerjaya sebagai usahawan atas talian.

h. Item B6 – Membantu mengembangkan perniagaan.



Rajah 6. Carta Perbandingan Mengembangkan Perniagaan.

PRE6

Majoriti peserta memberikan skor 3 dan 4, menunjukkan bahawa sebahagian besar peserta sudah mempunyai keyakinan sederhana hingga tinggi dalam mengembangkan perniagaan sebelum mengikuti kursus. Bilangan peserta pada skor rendah (1-2) adalah sangat sedikit.

POST6

Skor 3 dan 4 kekal dominan, tetapi terdapat sedikit perubahan iaitu skor 3 meningkat, menunjukkan beberapa peserta beralih dari skor 4 ke skor 3.

Dapatan bagi Item B6 – Membantu mengembangkan perniagaan.

Sebelum menyertai kursus, kebanyakan peserta sudah memiliki tahap keyakinan yang tinggi untuk mengembangkan perniagaan. Selepas kursus, tahap ini kekal tinggi dengan sedikit perubahan dari segi peralihan skor 4 kepada 3, yang mungkin disebabkan oleh penilaian lebih realistik setelah mengetahui cabaran sebenar dalam strategi pengembangan. Walaupun terdapat sedikit penurunan pada skor tertinggi, hasil keseluruhan masih menunjukkan bahawa kursus berjaya mengekalkan motivasi dan kesediaan peserta untuk terus mengembangkan perniagaan mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan terhadap semua item, kursus Shopee Afiliasi yang dijalankan ini memberi impak yang amat baik terhadap sendiri bagi semua peserta dari aspek pengetahuan, kemahiran, keyakinan, dan impak terhadap kerjaya serta komuniti. Ini dibuktikan melalui analisa yang diperolehi menunjukkan kesemua item adalah signifikan. Peserta melaporkan peningkatan dalam aspek penguasaan kemahiran digital dan keyakinan untuk memulakan atau mengembangkan perniagaan melalui platform e-dagang. Keberkesanan kursus ini membuktikan bahawa pendedahan dan latihan praktikal dalam keusahawanan digital mampu memperkasakan komuniti untuk menjana pendapatan sampingan secara sistematik.

Ini sejajar menerusi kajian Yanti, Nasution, dan Sundari (2023) yang mendapati masyarakat di Indonesia mula memanfaatkan kemajuan teknologi terutama yang terlibat dengan perniagaan digital seperti Shopee Affiliasi mampu mendatangkan pendapatan yang lumayan serta dapat mengurangkan kadar pengangguran di Indonesia. Sementara kajian Sari dan Aesthetika (2024) melihat program Shopee Afiliasi memberikan kemudahan untuk generasi Z yang gemar akan penggunaan teknologi digital yang *instan*. Namun, analisis terhadap pelaksanaan kursus yang melibatkan item cara penyampaian menarik yang mendapat skor minimum, menandakan ada aspek kursus yang mungkin kurang berkesan dari pandangan segelintir responden. Ini menunjukkan tidak semua peserta mempunyai variasi pandangan yang sama terhadap cara penyampaian pengajar serta perbezaan ini harus diraikan dengan terbuka. Sebagai tanda aras, pada masa hadapan pengajar disyorkan untuk mempelbagaikan atau merubah cara penyampaian dengan lebih menarik.

3.1 Pembahasan

Menerusi penyelidikan Erifiyanti, Rifa, Pane, Trijayanti dan Simanjuntak (2023), mereka mencadangkan perbandingan keberkesanan program Shopee dengan platform e-dagang lain seperti Lazada atau Tokopedia dalam konteks pemasaran menggunakan platform e-dagang. Ini memberikan saranan untuk kajian pada masa hadapan, tinjauan boleh dilakukan terhadap platform e-dagang lain yang wujud di Malaysia serta cadangan variasi kursus yang boleh dilaksanakan di Kolej Komuniti Arau. Sementara Khalil, Buang, dan Othman (2021) menerusi kajian mereka terhadap kumpulan pelajar di politeknik yang mengikuti program keusahawanan e-dagang mencadangkan kajian jangka panjang untuk melihat perubahan sikap, minat, dan ciri-ciri keusahawanan pelajar dari awal pengajian hingga selepas tamat pengajian. Secara tidak langsung objektif kajian kedua boleh ditambah baik dengan melaksanakan kajian longitudinal sebagai alternatif bagi melihat perubahan sendiri peserta secara lebih lama dan lebih komprehensif.

4. KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, kursus Shopee Afiliasi yang dijalankan oleh Kolej Komuniti Arau telah mencapai semua objektif yang ditetapkan. Program ini bukan sahaja berupaya menambah baik tahap pengetahuan dan kemahiran peserta, malah berpotensi memperkasakan komuniti setempat dalam aspek literasi keusahawanan digital. Ini membuktikan bahawa kursus seperti ini wajar diteruskan dan diperluas pelaksanaannya. Kajian ini juga menegaskan pentingnya kesinambungan dan penambahbaikan siri latihan bagi memastikan peserta terus mendapat manfaat dan mampu mengaplikasikan ilmu yang diperolehi dalam konteks sebenar.

Oleh itu, kursus Shopee Afiliasi merupakan satu inisiatif yang relevan dan berimpak positif dalam memajukan literasi keusahawanan digital dalam kalangan komuniti. Kajian ini menggunakan persampelan purposif yang terhad kepada dua negeri sahaja, maka kajian lanjutan dengan sampel lebih besar dan pelbagai lokasi disarankan untuk mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh. Kajian kualitatif juga boleh dijalankan untuk mendalami pengalaman peserta secara lebih terperinci.

REFERENCES

Abdul Ghafar, M. N. (2000). *Penyelidikan Pendidikan*. Penerbit Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, Johor.

- Erifiyanti, R., Rifa, S., Pane, N., Trijayanti, A., & Simanjuntak, K. F. (2023). Pengaruh Content Marketing Shopee Affiliate terhadap Minat Pembeli. *Rizky Efirianti Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 214(4), 2986–6340. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7952615>
- Harisfathillah, N. H., & Tambi, N. (2023). Kecenderungan Kerjaya Keusahawanan Era COVID-19. *Akademika*, 93(1), 317-330.
- Khalil, N. F., Buang, N. A., & Othman, N. (2021). Literasi Media Sosial Pelajar Politeknik Terhadap Aspirasi Kerjaya Keusahawanan Digital. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(2), 22-32.
- Nadhiroh, N., Kusumaningtyas, A., & Amirudin, C. (2024). Optimalisasi Pemanfaatan Gadget Pada Remaja Untuk E-Commerce Melalui Shopee Affiliate. *Inisiasi*, 77-84.
- Noersabila, E. L., Ardiansyah, A., & Witandra, A. P. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Affiliator Shopee Dalam Mempromosikan Produk Shopee Affiliator Marketing Communication In Promoting Product. *Jurnal Inovasi dan Kreativitas (JIKa) Volume 3* doi: 10.30656/jika.v3i2.6336
- Yanti, I., Nasution, M. I. P., & Sundari, S. S. A. (2023). Peran Shopee affiliate terhadap peluang kerja. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB) Vol, 2(01)*.
- Sari, V. M., & Aesthetika, N. M. (2024). Shopee afiliasi sebagai strategi komunikasi pemasaran di era new media. *Journal of human, culture, society, and education*, 1(1), 29-36.