

KEUSAHAWANAN DIGITAL DAN ADAPTASI NILAI DI ERA VUCA: PERSPEKTIF DAN SUARA DALAM KALANGAN BELIA

Nurazzura Mohamad Diah
Baidruel Hairiel Abd Rahim

ABSTRAK

Dunia hari ini sedang mengalami perkembangan baharu yang mengakibatkan situasi empat dimensi, atau VUCA. Perkembangan dinamik ini telah menyebabkan transformasi yang ketara dalam banyak domain dan memaksa setiap individu untuk menghadapi pengalaman perubahan yang semakin meningkat setiap hari. Kehidupan di alaf VUCA amat sukar untuk belia masa kini. Milenium ini memerlukan satu set kemahiran dan kecekapan baharu untuk digunakan sepenuhnya dalam mencari peluang dan menangani halangan untuk membangunkan profesion masa depan. Salah satu usaha utama adalah menggalakkan golongan muda melibatkan diri dalam keusahawanan digital. Matlamat asas keusahawanan digital adalah untuk membangunkan keusahawanan, berdikari, bekerja dalam satu pasukan, membantu antara satu sama lain, membuat analisis dan pertimbangan, dan merangka penyelesaian baharu kepada isu. Penyelidikan ini cuba membongkar nilai dalam kalangan muda melalui perniagaan digital. Kajian ini melibatkan 20 orang pelajar. Semua sampel merupakan pelajar tahun akhir berumur antara 24 dan 26, dan menjalankan perniagaan dalam talian. Temu bual dan pemerhatian mendalam digunakan untuk mengumpul maklumat. Pendekatan tematik digunakan untuk menganalisis data. Mengikut dapatan kajian, keusahawanan digital telah menyebabkan belia lebih memberi perhatian kepada nilai murni seperti empati, yang diperlukan pada era ini. Kedua, belia sedar bahawa transformasi digital memerlukan mereka untuk menjadi warga digital yang bertanggungjawab, dan akhirnya, keusahawanan digital menggalakkan mereka menyokong nilai baharu seperti mengenal pasti peluang, tangkas, berani mengambil risiko, fokus kepada kerjasama, sinergi kreatif, dan mencipta penyelesaian kepada masalah baharu yang dihadapi oleh masyarakat alaf digital. Kesemua nilai ini berfungsi sebagai asas untuk hubungan manusia dengan manusia yang dipromosikan dalam persekitaran perniagaan digital dekad ini. Hari ini, pembelajaran dan penglibatan dalam sektor keusahawanan digital dilihat sebagai gaya hidup, menawarkan keyakinan belia dalam memajukan kehidupan mereka, terutamanya dalam tempoh endemik, meningkatkan tahap kehidupan mereka, dan, yang paling ketara, memberi inspirasi kepada mereka untuk keluar dari zon selesa. Untuk kekal relevan dalam abad kedua puluh satu, belia mesti menjadi warga digital dan sentiasa mengikuti perkembangan dan keperluan industri. Akhir sekali, era VUCA memerlukan golongan muda untuk memperkasakan diri mereka dan menjadi agen perubahan dalam masyarakat madani berdasarkan cita-cita yang luhur dan murni.

Kata kunci: Adaptasi, belia, keusahawanan digital, nilai, VUCA

PENGENALAN

Pada era ini, masyarakat kini berada dalam tempoh yang sentiasa berubah dan tidak dapat diramalkan, sentiasa ragu-ragu, situasi yang kompleks, dan tetapan samar-samar yang memaksa orang ramai untuk lebih menyesuaikan diri dengan perubahan yang berlaku. Semua ini telah pun dibincangkan dan ditafsirkan melalui VUCA: *Volatility, Uncertainty, Complexity*, dan *Ambiguity* (Johansen & Euchner, 2013; Rodriguez & Rodriguez, 2015).

Keusahawanan digital ialah frasa luas yang merujuk kepada proses penubuhan perusahaan baharu dan menghidupkan semula perusahaan sedia ada melalui pembangunan teknologi digital kreatif dan/atau aplikasi baharu teknologi tersebut (European Commission, 2015). Sebagai tambahan kepada definisi sebelum ini, keusahawanan digital boleh ditakrifkan sebagai satu usaha untuk menghasilkan nilai digital keusahawanan melalui penggunaan pelbagai platform digital sosio-teknis untuk menyokong usaha mengumpul, memproses, mengedar, dan menggunakan maklumat digital dengan cekap (Sahut et al., 2019).

Selaras dengan perkembangan pesat teknologi, masyarakat kini bergantung kepada penggunaan teknologi dalam perhubungan dan urusan harian mereka. Oleh sebab platform digital dianggap mudah dan cekap dalam kebanyakan situasi, ia menjadi sesak. Wabak COVID-19 telah mempercepatkan penggunaan ini untuk kesihatan dan kesejahteraan penduduk umum. Pembelian dalam talian disediakan dengan pantas tanpa memerlukan transaksi fizikal. Menurut carian Gedung Google Play, aplikasi perniagaan dan keusahawanan kini semakin mendapat perhatian, seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 1 di bawah:

Jadual 1: Pelantar Perniagaan & Keusahawanan (Terpilih)

Pelantar	Asal	Tahun Operasi	Jumlah Muat Turun
Shopee	Singapura	2015	>10+J
Lazada	Singapura	2012	>100+J
AliExpress	China	2010	>500+J
Zalora	Singapura	2012	>10+J
e-Bay	USA	1995	>100+J
Tokopedia	Indonesia	2019	>100+J

Sumber: Maklumat diperoleh merupakan adaptasi daripada *Google Playstore*

Jadual tersebut dengan jelas menggambarkan bahawa platform digital semakin popular di kalangan pengguna, dan kecenderungan ini akan berterusan dalam alaf VUCA seiring dengan perkembangan pesat teknologi maklumat dan komunikasi. Hakikat bahawa bilangan muat turun telah melepasi berjuta-juta pengguna merupakan petunjuk penting bahawa keusahawanan dan perusahaan berasaskan digital mempunyai potensi yang besar melangkaui halangan geografi dan budaya.

Berdasarkan pemerhatian ini, kami melaporkan kajian ini dengan matlamat untuk memperdalam hubungan antara VUCA, keusahawanan digital, dan keperluan untuk menyesuaikan nilai, terutamanya dalam kalangan generasi muda yang sangat relevan pada masa kini dan masa depan. Esei ini mendekati subjek secara saintifik dengan menilai sumber sekunder yang ada dan menjalankan penyelidikan empirikal. Hasil daripada metodologi penyelidikan yang digunakan dalam mencerna wacana ini, analisis dan ringkasan telah dibuat untuk menjawab soalan asas kajian, yang memfokuskan kepada pemahaman muda tentang keusahawanan digital dalam era VUCA.

OBJEKTIF KAJIAN

Objektif kajian ini adalah seperti berikut:

1. Untuk memahami pengertian keusahawanan digital di alaf VUCA dalam kalangan belia.
2. Untuk meneroka kefahaman belia mengenai adaptasi nilai menerusi keusahawanan digital.

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Menyelami VUCA

VUCA bermaksud *Volatility* (Ketidaktentuan), *Uncertainty* (Ketidakpastian), *Complexity* (Kerumitan), dan *Ambiguity* (Kesamaran) (Johansen & Euchner, 2013; Rodriguez & Rodriguez, 2015). Perubahan tidak dapat dielakkan dalam dunia yang semakin kompleks, dan ia berlaku secara berterusan, cepat, dan dalam cara yang tidak dapat diramalkan. Akibatnya, membuat keputusan adalah sukar kerana terdapat banyak aspek dan teknologi yang tidak diketahui dan sentiasa berubah. Tiada apa-apa yang boleh dinyatakan dengan tepat, dan tiada lagi amalan terbaik untuk menangani perubahan (Sinha & Sinha, 2020). Dalam menghadapi VUCA, masyarakat dianggap sebagai tidak bersedia, tanpa keupayaan untuk bertindak balas, dan menghadapi ketidaksamaan sistem dalam masyarakat dan komuniti. Akibatnya, terdapat keperluan untuk memperkasakan organisasi supaya ia boleh membuat penyesuaian yang tepat, berkesan dan berterusan (Worley & Jules, 2020).

VUCA telah menghasilkan keadaan ketidakpastian yang memerlukan masyarakat memahami dan berkembang dalam perkara berkaitan konteks. Usahawan mesti memahami keperluan kepuasan pelanggan dan memperkasakan semua jabatan dan proses untuk membuat inovasi pengurusan bagi memenuhi keperluan ini. Tambahan pula, seorang usahawan mesti menemui kemungkinan keusahawanan dengan menekankan pelbagai bidang utama (sama ada mikro, makro, atau meso) dan menekankan visi berputar dan strategik seiring untuk membina ketangkasan dan menyepadukan aktiviti dan proses dalam organisasi untuk menjana keupayaan dinamik (Millar et al., 2018).

Untuk mengurus ketidakpastian, ketidakpastian, kerumitan dan kesamaran, adalah penting bagi sesebuah organisasi atau institusi untuk mengenali perbezaan antara setiap entiti ini berdasarkan sumber yang terhad dan meningkatkan prestasi organisasi berasingan mereka (Bennett & Lemoine, 2014). Untuk menangani kesukaran VUCA, adalah perlu untuk mengenal pasti keadaan ekologi dahulu, kemudian menganalisis cabaran dan mencipta penyelesaian (Bolman & Deal, 2015; Sinha & Sinha, 2020). Pemimpin yang telah dilatih dan mempunyai nilai peribadi yang tinggi boleh memenuhi tugas ini.

Dalam menghadapi kesukaran VUCA, seorang pemimpin mesti cepat membuat pertimbangan dan mengambil tindakan. Kepimpinan tangkas (Breen, 2017; Pearse, 2017) ditakrifkan sebagai mengambil lebih banyak risiko dengan menghubungkan bakat dan maklumat serta pengetahuan yang bergerak dengan pantas ke seluruh dunia, (ii) mengekalkan fokus pada komitmen dan penglibatan pekerja merentas generasi, global, budaya dan sempadan demografi, dan (iii) menjadikan kerjasama antara pembekal, rakan kongsi, pelanggan, pekerja sambilan dan perunding sebagai sebahagian daripada budaya organisasi (Breen, 2017; Horney et al., 2010). Tambahan pula, VUCA memerlukan pemimpin yang urus tadbir dan transformasinya bersifat mesra rakyat dan jujur. Kesemua sifat ini menjadikan seorang pemimpin lebih bertanggungjawab dalam era VUCA (Breen, 2017; Pearse, 2017; Sarkar, 2016).

Adalah penting untuk kami menyedari bahawa, dalam menghadapi VUCA, kami terus mengekalkan dan menggunakan alatan dan rangka kerja yang sama, tetapi perubahan persekitaran yang pantas memaksa kami untuk berkembang dan menyesuaikan diri dengan perubahan (Mack & Khare, 2015). Manusia mestilah lebih lincah (Baran & Woznyj, 2021) dalam menangani ketidakpastian, sentiasa membuka ruang maklumat (information), menyusun semula (restructure) kerumitan yang dihadapi, dan bereksperimen (eksperimen) dalam meminimumkan kesamaran (Bennett & Lemoine, 2014).

Aspirasi untuk Keusahawanan Digital

Kajian ini memfokuskan kepada beberapa kumpulan masyarakat dengan latar belakang demografi, wilayah dan budaya yang pelbagai untuk memahami dengan lebih baik konsep dan matlamat keusahawanan digital. Walaupun subjek keusahawanan digital bukanlah perkara baharu yang menjadi wacana penting dalam kajian berkaitan keusahawanan dan teknologi maklumat, situasi

tidak menentu yang berlaku sejak beberapa tahun kebelakangan ini nampaknya mengesahkan peranannya sebagai wadah untuk membangunkan potensi perniagaan dan keusahawanan dalam Malaysia dan seluruh dunia.

Penyelidikan yang dijalankan adalah berkisar pada tahap literasi media sosial, yang mendedahkan tahap yang agak tinggi bagi kumpulan belia, dan terdapat perkaitan yang ketara antara tahap penguasaan media sosial dan ciri-ciri keusahawanan digital (Khalil et al., 2021). Tambahan pula, hasil penyelidikan mendedahkan perkaitan yang ketara antara personaliti dan keusahawanan digital, membolehkan institusi pendidikan menyaring kecenderungan awal sebelum mendaftar dalam kursus yang berkaitan (Nur Fardeana et al., 2020).

Dalam usaha untuk memahami nadi keusahawanan digital dalam kalangan wanita, kajian menunjukkan bahawa tahap penggunaan internet sebagai sumber carian maklumat mengenai keusahawanan dan bidang yang berkaitan dengan pelanggan adalah lebih daripada 70% (Omar & A. Rahim, 2015). Ini menunjukkan kesan platform digital dalam memperkasakan penyertaan wanita dalam keusahawanan digital. Kecenderungan dan sikap keusahawanan juga diukur dalam kajian di kalangan anak muda yang berumur kolej. Mengikuti kajian, sikap keusahawanan adalah kuat, manakala kecenderungan keusahawanan adalah sederhana (Khairul Anuar & Radin Siti Aishah, 2021). Kajian juga telah dijalankan untuk menentukan keperluan kursus keusahawanan digital sebagai mata pelajaran teras di Politeknik Malaysia. Penyelidikan yang membandingkan pengalaman perniagaan dan program pengajian mendapati tiada perbezaan yang ketara, membayangkan bahawa pemberian kursus yang berkaitan adalah kritikal (Roslan & Abd Ghafar, 2021).

Pada peringkat yang lebih luas, kajian yang dijalankan di kalangan usahawan wanita Saudi mendapati bahawa enam daripada lapan perusahaan berskala mikro terselamat daripada akibat wabak COVID-19 akibat daripada keusahawanan digital, di samping amalan nilai dan pemikiran positif dalam keadaan sukar (Alhothali & Al-Dajani, 2022). Ini sebenarnya berkait rapat dengan penubuhan ekosistem yang sesuai untuk kemungkinan pembangunan inisiatif keusahawanan. Elia, Margherita, dan Passiante (2020) mengenal pasti empat faktor penting dalam mewujudkan persekitaran yang mampan untuk keusahawanan digital: pelakon (siapa), aktiviti (apa), motivasi (mengapa), dan organisasi (bagaimana).

Mengikuti dapatan kajian mengenai fungsi teknologi maklumat dalam operasi keusahawanan, teknologi maklumat memainkan empat peranan utama: (i) fasilitator, (ii) mediator, (iii) akibat daripada operasi keusahawanan, dan (iv) *ubiquity* (Steininger, 2019). Pemerhatian mendapati ciri-ciri yang terkandung dalam keusahawanan yang melibatkan entiti keluarga bercanggah dengan ciri-ciri keusahawanan digital bagi jenis syarikat dan keusahawanan yang melibatkan entiti keluarga. Hasilnya, Basly dan Hammouda (2020) membentangkan rangka kerja tertentu untuk menggabungkan aktiviti keusahawanan berasaskan keluarga dan keusahawanan digital.

METODOLOGI

Reka bentuk kajian

Penyelidikan ini meneroka pengetahuan VUCA tentang keusahawanan digital dan kegunaan penyesuaian dalam konteks keusahawanan digital. Hasilnya, kami menggunakan pendekatan kualitatif untuk menyiasat isu ini. Salah satu kaedah yang paling berkesan untuk menyelidik isu sosial ialah reka bentuk penyelidikan kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan ini, kita boleh memahami penjelasan individu untuk tingkah laku dan kepercayaan mereka sendiri (Liamputtong, 2020) mengenai masalah yang sedang diasas. Pertama, kami merasakan bahawa nilai baharu, terutamanya yang berkaitan dengan keusahawanan digital, adalah penting untuk diamalkan pada platform digital. Kedua, pakar percaya bahawa belia memerlukan seseorang untuk mendengar cerita dan pengalaman mereka apabila berhadapan dengan ketidakpastian, ketidakpastian, kerumitan dan kesamaran. Kami membuat kesimpulan bahawa anak-anak muda ini sudah biasa dengan teknologi platform digital sebelum wabak COVID-19. Akibatnya, ini merupakan peluang untuk mendengar dan merasakan nadi mereka mengenai subjek yang sedang dipertimbangkan. Ketiga, anak muda masa kini lebih mudah menyesuaikan diri dan bersedia untuk berkongsi fikiran atau pengalaman mereka melalui temu bual individu.

Sampel dan analisis

Kami menemu bual seramai 20 orang belia berumur antara 24-26 tahun di sebuah institusi pengajian tinggi di Selangor menggunakan teknik pensampelan bertujuan. Anehnya, kesemua responden menceburi bidang keusahawanan digital secara langsung dengan memulakan firma internet berskala kecil. Temu bual tidak berstruktur dan pendekatan pemerhatian digunakan untuk mengumpul data yang diperlukan dan bermakna. Ia cuba menyediakan peserta dengan pelbagai pilihan dan tahap fleksibiliti dalam menyatakan pandangan mereka tentang topik tertentu yang dibangkitkan oleh penyelidik (Patton, 2015). Semua temu bual telah dirakam dengan pengetahuan dan persetujuan para peserta untuk mengekalkan perkataan yang tepat. Selepas itu, temu bual telah ditranskripsikan, dan analisis tematik dilakukan. Nama samaran digunakan di seluruh teks untuk menjaga privasi mereka yang mengambil bahagian dalam kajian ini.

KEPUTUSAN

Tiga keputusan utama terhasil daripada temu bual dengan responden: i) Keusahawanan digital dianggap sebagai platform untuk mengamalkan nilai-nilai murni; ii) pemupukan sikap bertanggungjawab; dan iii) melestari keperluan dan peluang semasa.

(i) Platform pengamalan nilai-nilai murni

Terdapat banyak nilai yang ditonjolkan dalam keusahawanan digital. Nilai-nilai murni ini bukan sahaja memerlukan belia untuk menyokong prinsip seperti amanah, dedikasi, kerja keras, dan seumpamanya, tetapi juga perlu merasai kesan nilai-nilai tersebut dalam diri mereka. Menurut Salina, seorang jurujual kosmetik:

Perniagaan atas talian ketika pandemik telah membuka mata saya untuk lebih mengambil berat tentang kesusahan yang dialami oleh orang lain (peniaga). Perasaan ini telah mendorong saya untuk mengambil tindakan dengan membuka peluang pekerjaan bagi mereka yang kehilangan punca pendapatan untuk meneruskan kelangsungan hidup sebagai ejen/dropship perniagaan saya.

Selain Salina, Maya yang mempromosikan perniagaan hijabnya menyatakan:

Aktiviti atas talian ini telah memberi peluang kepada saya mendidik para pelanggan untuk lebih menghargai antara satu sama lain, menyayangi ahli keluarga dan orang lain dengan lebih. Saya berkongsi beberapa tip, petua dan juga doa yang boleh dibuat oleh semua. Ada kalanya juga saya membalas komen-komen yang diberikan walaupun mereka ini tidak saya kenali...tapi rasa dan emosi kami sama.

Hasilnya, kami merasakan bahawa VUCA telah menyaksikan amalan dan penanaman cita-cita yang mengagumkan dalam komuniti pembelian. Menurut apa yang telah ditunjukkan oleh Salina dan Maya, hakikat bahawa mereka tidak dapat membeli dan menjual barangan secara peribadi tidak menghalang mereka daripada mempunyai nilai cemerlang dan menghargai interaksi manusia.

(ii) Memupuk sikap bertanggungjawab

Pelbagai aktiviti keusahawanan internet telah menjana rasa tanggungjawab terhadap diri sendiri mahupun orang lain. Antaranya ialah mempelajari bakat baharu, keluar dari zon selesa, dan lebih peka dengan persekitaran. Menurut Harris:

Saya dan rakan-rakan tidak terlintas untuk menjalankan perniagaan digital. Namun setelah melihat impak COVID-19, kami telah meneroka dan belajar banyak kemahiran baru agar tidak ketinggalan. Perubahan teknologi, pandemik dan keadaan yang tidak menentu menuntut kami untuk bersiap sedia dengan kemahiran yang relevan selari dengan perubahan semasa. Belia tidak boleh mengambil pendekatan untuk tunggu dan lihat. Mereka mestilah *agile* (tangkas) dalam tindakan mereka.

Pandangan ini dipersetujui oleh Alias:

Saya terpenggil untuk membantu rakan-rakan yang menghadapi masalah ketika PKP. Dengan hasil perniagaan atas talian yang saya usahakan, sedikit sugu hati telah saya hulurkan untuk ringankan beban yang dialami oleh rakan-rakan di kampus. Ada kalanya saya juga menderma pek makanan untuk sarapan atau makan malam.

Berdasarkan konsep kedua, keusahawanan digital telah memberikan golongan muda keupayaan untuk lebih bertanggungjawab dalam hal-hal berkaitan firma mereka. Walaupun perhubungan terhad kepada skrin, sokongan dan bantuan klien menggambarkan bahawa belia masih bertanggungjawab terhadap diri sendiri dan orang lain. Apabila rakan sebaya terjejas oleh senario itu, mereka bertindak untuk membantu melegakan ketegangan.

(iii) Melestari keperluan dan peluang semasa

Banyak permintaan dan peluang baharu untuk kanak-kanak telah timbul akibat daripada dunia VUCA. Kedua-duanya memerlukan golongan muda mengambil risiko dan terlibat dalam aktiviti yang menggunakan teknologi canggih, mencabar minda dan kelihatan lebih kreatif. Arif menyatakan:

Belia harus lebih dinamik di alaf VUCA. Pantas mengenal pasti peluang, bergerak bersama bukan secara bersendirian dan boleh menyelesaikan masalah serta memenuhi keperluan masyarakat.

Mastura menambah:

Tawaran yang diberikan oleh belia sebagai usahawan digital haruslah berbentuk baru selari dengan gaya hidup norma baharu masyarakat kini.

Akhirnya, kami dapati melalui pengalaman Ariff dan Mastura bahawa penglibatan belia adalah penting dalam perniagaan dalam talian. Keusahawanan digital ini dianggap sebagai usaha berterusan untuk belia sentiasa mengemas kini keperluan mereka dan menjadi lebih kritikal, terutama dalam menghadapi ketidakpastian.

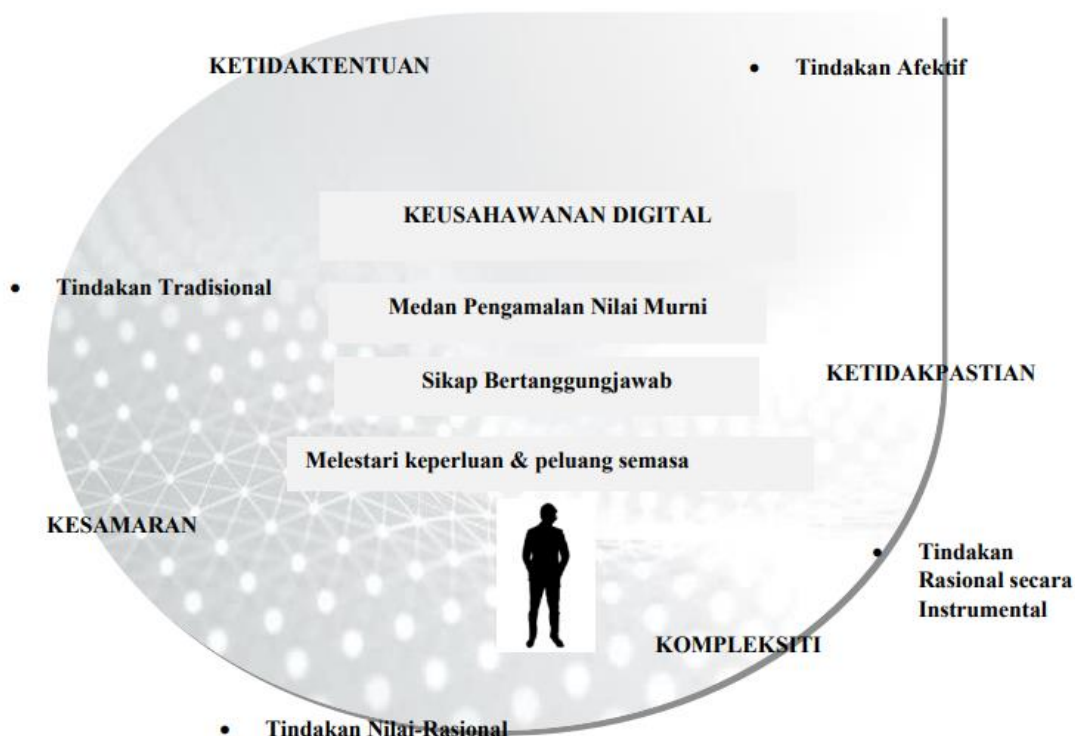
PERBINCANGAN

Dalam menganalisis keusahawanan digital, kami menggunakan teori tindakan sosial yang dipelopori oleh pemikir sosial Max Weber (Ritzer & Stepnisky, 2020; Royce, 2015). Menurut Weber, aktiviti sosial berlaku apabila kita mentafsir "makna subjektif,"

sama ada dalam bentuk penaaakuan, tujuan, atau niat. Teori ini mengkategorikan tindakan sosial kepada empat kategori: (i) emotif, (ii) tradisional, (iii) rasional nilai, dan (iv) rasional secara instrumental (Ritzer & Stepnisky, 2020; Royce, 2015).

Aktiviti afektif ditentukan oleh emosi dan perasaan, yang merupakan tindak balas automatik terhadap peristiwa yang berlaku. Kegembiraan, kebencian, kemarahan, dan kemurungan semuanya merupakan tindak balas tidak sedarkan diri terhadap rangsangan. Bagi perbuatan tradisional, ia merujuk kepada tingkah laku yang menjadi kebiasaan dan memaksa seseorang untuk melakukan sesuatu. Memberi salam kepada rakan sekerja secara berkala, sebagai contoh, boleh dianggap sebagai aktiviti konvensional. Aktiviti nilai-rasional yang ditentukan oleh sistem kepercayaan dalam bentuk etika, estetika, agama, atau bentuk tingkah laku lain adalah bernilai dalam diri mereka sendiri. Manakala bagi tindakan rasional instrumental, ia adalah jangka panjang kerana ia bukan sahaja mempertimbangkan hasil daripada tindakan rasional tetapi juga proses yang berlaku untuk mencapai matlamat. Berdasarkan pengiraan cara dan hujung.

Kami mencipta grafik (Rajah 1) untuk menyedarkan dan menghubungkan maksud perniagaan digital dalam alaf VUCA di kalangan golongan muda yang kami pelajari untuk kertas kajian ini:



Rajah 1: Kerangka Keusahawanan Digital di Alaf VUCA
(Adaptasi daripada Teori Tindakan Sosial oleh Max Weber)

Hasil daripada kesimpulan pertama, bahawa keusahawanan digital menawarkan platform untuk amalan nilai-nilai murni, adalah jelas bahawa peserta belia dalam kajian ini secara kolektif mengamalkan bentuk tindakan Weberian. Kami percaya bahawa ini adalah tindakan konvensional yang mereka pelajari daripada ajaran budaya dan agama. Apabila berhadapan dengan situasi yang tidak menentu, orang ramai mengamalkan nilai murni yang mereka pelajari semasa kanak-kanak di platform digital. Pengamalan nilai-nilai murni ini bukan sahaja berlaku pada peringkat pertama, tetapi juga pada peringkat akhir, yang melibatkan keseluruhan proses yang dicerminkan melalui aktiviti nilai instrumental.

Keusahawanan digital, selain menggalakkan sikap bertanggungjawab. Kami mengasingkan bidang tanggungjawab secara eksplisit kerana domain ini penting untuk perumusan tema yang berbeza daripada temu bual kami dengan peserta untuk penyelidikan ini. Para remaja dalam kajian ini dilihat menggunakan platform perniagaan digital ini untuk mewujudkan sikap bertanggungjawab terhadap orang lain dan diri sendiri. Amalan keusahawanan digital, terutamanya dalam masa yang tidak menentu, telah menjadikan mereka lebih bertanggungjawab dalam melaksanakan tugas dengan bebas. Proses rumit ini mengambil masa, dan kesediaan untuk menjadi orang yang bertanggungjawab bermula sebelum alaf VUCA. Sudah tentu, kami percaya bahawa elemen ini mematuhi tindakan tradisional dan rasional secara instrumental, seperti yang diterangkan oleh Weber.

Akhir sekali, menggunakan keusahawanan digital sebagai wadah untuk mengekalkan permintaan dan peluang semasa merupakan pencetus penting yang perlu dipertimbangkan, terutamanya dalam membantu belia dalam alaf VUCA ini. Belia boleh menerima prospek baharu dalam perniagaan dengan menggunakan media digital dengan berkesan. Ini serupa dengan tingkah laku Weber

yang rasional iaitu secara instrumental. Mengekalkan keperluan dan peluang ialah proses yang membentuk tingkah laku dan identiti dalam kalangan belia yang menggunakan platform keusahawanan digital.

RUMUSAN

Melalui penyelidikan, kami dapat meningkatkan kesedaran masyarakat tentang realiti sosial yang timbul akibat VUCA, yang memerlukan penyertaan aktif sebagai ahli komuniti. VUCA telah memberikan pengajaran berharga dalam konteks keusahawanan digital: sentiasa menyesuaikan strategi dan menyesuaikan diri dengan situasi semasa. Dalam hal ini, keusahawanan digital dianggap sebagai mampan dan berguna dalam menyelesaikan pelbagai masalah di era VUCA. Melalui penyelidikan ini, belia menganggap keusahawanan digital sebagai platform untuk mengamalkan nilai terpuji dan menggalakkan sikap bertanggungjawab dalam kalangan belia sebagai ahli komuniti atau masyarakat. Belia juga melihat keusahawanan digital sebagai satu cara untuk mengekalkan keperluan dan peluang semasa yang muncul di era VUCA. Aktiviti-aktiviti yang dibuat secara kolektif sama ada secara sadar atau tidak, memberikan penjelasan yang lengkap tentang dapatan kajian ini melalui kerangka teori tindakan sosial Weber. Apa dan bagaimana teori ini diaplikasikan, khususnya dalam konteks keusahawanan digital dalam alaf VUCA ini, boleh memberikan penjelasan terhadap fenomena yang diteliti, membolehkan kita sentiasa peka dengan sebarang perubahan yang berlaku atau akan berlaku demi kelangsungan hidup.

RUJUKAN

- Alhothali, G. T., & Al-Dajani, H. (2022). Emotions and Resilience in Saudi Women's Digital Entrepreneurship during the COVID19 Pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 14(8794), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su14148794>
- Baran, B. E., & Woznyj, H. M. (2021). Managing VUCA: The human dynamics of agility. *Organizational Dynamics*, 50(2), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2020.100787>
- Basly, S., & Hammouda, A. (2020). Family Businesses and Digital Entrepreneurship Adoption: A Conceptual Model. *Journal of Entrepreneurship*, 1–39. <https://doi.org/10.1177/0971355720930573>
- Bennett, N., & Lemoine, G. J. (2014). What a difference a word makes: Understanding threats to performance in a VUCA world. *Business Horizons*, 57(3), 311–317. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.01.001>
- Bolman, L. G., & Deal, T. E. (2015). Think-or Sink: Leading in a Vuca World. *Leader to Leader*, Spring, 35–40.
- Breen, J. M. (2017). Leadership Resilience in a VUCA World. *Visionary Leadership in a Turbulent World*, 39–58. <https://doi.org/10.1108/978-1-78714-242-820171003>
- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150(September 2019), 119791. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>
- European Commission. (2015). Digital Transformation of European Industry and Enterprises: A report of the Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship. In *European Commission*. <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/9462/attachments/1/translations/en/renditions/native>
- Horney, N., Pasmore, B., & O'Shea, T. (2010). Leadership Agility: A Business Imperative for a VUCA World. *People & Strategy*, 33(4), 32–38.
- Johansen, B., & Euchner, J. (2013). Navigating the VUCA world. *Research Technology Management*, 56(1), 10–15. <https://doi.org/10.5437/08956308X5601003>
- Khairul Anuar, A. L., & Radin Siti Aishah, R. A. R. (2021). HUBUNGAN SIKAP KEUSAHAWANAN DENGAN KECENDERUNGAN KEUSAHAWANAN DIGITAL DALAM KALANGAN PELAJAR UNIVERSITI PENGURUSAN DAN SAINS (MSU) (The Relationship Between Entrepreneurial Attitudes and Digital Entrepreneurial Tendencies Among Management and Sciences Unive. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 7(22), 1–18. www.gbse.com.my
- 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. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v6i2.651>
- Liamputtong, P. (2020). *Qualitative Research Methods (5th Edition)*. Oxford University Press.
- Mack, O., & Khare, A. (2015). Perspective in a VUCA World. In O. Mack, A. Khare, A. Krämer, & T. Burgartz (Eds.), *Managing in a VUCA World* (pp. 3–19). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-16889-0>
- Millar, C. C. J. M., Groth, O., & Mahon, J. F. (2018). Management innovation in a VUCA world: Challenges and recommendations. *California Management Review*, 61(1), 5–14. <https://doi.org/10.1177/0008125618805111>
- Nur Fardeana, A., Radin Siti Aishah, R. A. R., & Norasmah, O. (2020). Tahap personaliti Big Six dan hubungannya dengan kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar kolej komuniti. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 45(1(SI)), 101–110.
- Omar, F. I., & A. Rahim, S. (2015). Penyertaan Digital Dan Ciri Keusahawanan. *Malaysian Journal of Communication*, 31(1), 241–256.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods (4th Edition)*. Sage Publications Ltd. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Pearse, N. J. (2017). Change Management in a VUCA World. In *Visionary Leadership in a Turbulent World* (Vol. 10, Issue 33, pp. 81–105). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/978-1-78714-242-820171005>
- Ritzer, G., & Stepnisky, J. (2020). *Classical Sociological Theory (8th ed)*. Sage Publications Ltd.
- Rodriguez, A., & Rodriguez, Y. (2015). Metaphors for today's leadership: VUCA world, millennial and "Cloud Leaders." *Journal of Management Development*, 34(7), 854–866. <https://doi.org/10.1108/JMD-09-2013-0110>
- Roslan, R., & Abd Ghafar, N. (2021). E-Commerce Challenges Among Digital Entrepreneurship Students, Department of

- Commerce. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 4(13), 41–52.
<https://doi.org/10.35631/ijemp.413004>
- Royce, E. (2015). Classical Social Theory and Modern Society. In Rowman & Littlefield. Rowman & Littlefield.
- Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2019). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, 56(3), 1159–1169.
<https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8>
- Sarkar, A. (2016). We live in a VUCA World: the importance of responsible leadership. *Development and Learning in Organizations*, 30(3), 9–12. <https://doi.org/10.1108/DLO-07-2015-0062>
- Sinha, D., & Sinha, S. (2020). Managing in a VUCA World : Possibilities and Pitfalls. *J. Technol. Manag. Grow. Econ.*, 11(1), 17–21.
- Steininger, D. M. (2019). Linking information systems and entrepreneurship: A review and agenda for IT-associated and digital entrepreneurship research. *Information Systems Journal*, 29(2), 363–407. <https://doi.org/10.1111/isj.12206>
- Worley, C. G., & Jules, C. (2020). COVID-19's Uncomfortable Revelations About Agile and Sustainable Organizations in a VUCA World. *Journal of Applied Behavioral Science*, 56(3), 279–283. <https://doi.org/10.1177/0021886320936263>

Nurazzura Mohamad Diah
Jabatan Sosiologi & Antropologi, AHAS KIRKHS
Universiti Islam Antarabangsa Malaysia, 53100 Gombak
E-mel: nurazzura@iium.edu.my

Baidruel Hairiel Abd Rahim
Fakulti Pendidikan, Bahasa, Psikologi & Muzik
Universiti SEGI, 47810 Petaling Jaya
E-mel: BaidruelRahim@segi4u.my