

# **PENGGUNAAN BISNES ONLINE KIT DALAM KHIDMAT BANTU USAHAWAN IKS NEGERI JOHOR**

**Faridah Shariyah Binti Sharuddin**  
**Kolej komuniti Ledang**  
[faridah@kklej.edu.my](mailto:faridah@kklej.edu.my)

**Mohd Amirul bin Ramlan**  
[amirul@kklej.edu.my](mailto:amirul@kklej.edu.my)

## **Abstrak**

Penggunaan media sosial telah banyak membantu para usahawan IKS dalam memasarkan produk mereka keluar dari pasaran setempat dan mampu membawa perniagaan mereka ke pasaran global. Namun, sejauhmanakah usahawan IKS memanfaatkan media sosial dan teknologi dalam perniagaan mereka dengan lebih efisien. Justeru, penyelidik telah melakukan kajian mengkaji pendapatan usahawan sebelum dan selepas penggunaan Bisnes Online Kit, satu produk inovasi; satu manual tatacara ringkas mengemaskini maklumat perniagaan dan mengendalikan media sosial perniagaan. Kajian ini ingin menilai sejauhmanakah Penggunaan Bisnes Online Kit Dalam Khidmat Bantu Usahawan IKS Negeri Johor. Metodologi kajian menggunakan Ujian Pra dan Ujian Pos bagi melihat perubahan pendapatan usahawan, Borang Soal Selidik Kajian Terhadap Persepsi Peserta dan Tahap Kemahiran Peserta Selepas Penggunaan Bisnes Online Kit. Dapatan kajian menunjukkan Bisnes Online Kit telah meningkatkan pendapatan usahawan IKS. Responden sangat setuju bahawa Bisnes Online Kit ini sangat mudah difahami dan boleh menjadi rujukan mereka dengan peratus tertinggi 70.3%. Tahap Kemahiran peserta menunjukkan peratus tertinggi 78.4% menunjukkan bahawa responden sangat setuju bahawa Bisnes Online Kit membuatkan mereka sentiasa bersemangat dan bermotivasi untuk membina dan mengemaskini Facebook Page dan Instagram perniagaan dan berasa seronok dan gembira serta bertambah minat mengemaskini maklumat perniagaan mereka di media sosial. Manakala 73% responden sangat setuju bahawa Bisnes Online Kit membantu mereka untuk menghasilkan ayat-ayat iklan yang menarik bagi menarik perhatian pembeli.

Kata kunci: Bisnes Online Kit, Media Sosial, Usahawan IKS, Inovasi, Eusahawan.

## **1.0 Pendahuluan**

Penggunaan media sosial kini telah berkembang pesat dan menjadi perhatian dalam industri yang melibatkan perniagaan, pendidikan, perdagangan dan sebagainya. Malaysia juga merupakan salah satu negara yang dikenalpasti mempunyai pengguna yang aktif di internet dan memiliki akaun media sosial dan potensi memiliki prospek yang tinggi dalam mengimplementasikan media sosial dalam kehidupan harian. Penggunaan media sosial berkembang luas dalam sektor perniagaan dan

pemasaran sebagai penyampaian maklumat dalam bidang perniagaan (Ahmad Munir, 2011). Lantaran itu, fenomena usahawan industri kecil dan sederhana yang menceburkan diri dalam perniagaan menggunakan platform media sosial juga semakin berleluasa. Menurut statistik yang dikeluarkan Suruhanjaya Syarikat Malaysia, jumlah syarikat dan perniagaan yang berdaftar juga meningkat pada tahun 2013 iaitu sebanyak 329 895 termasuk perniagaan atas talian berbanding pada tahun 2012 sebanyak 324 761. Ramai usahawan IKS mengambil pendekatan media sosial dalam mempromosikan perniagaan mereka melalui Facebook, Instagram, Laman Web dan sebagainya.

Usahawan menggunakan platform media sosial dalam mempromosikan produk mereka walaupun perniagaan mereka dikenali atau tidak ekoran persaingan yang sengit (Suriatie & Aisyah, 2017). Media sosial menjadi pilihan usahawan kerana ianya menjimatkan kos berbanding kos yang mahal yang perlu dibayar kepada pihak stesyen televisyen. Rentetan itu, Perbadanan Ekonomi Digital Malaysia atau dikenali sebagai MDEC telah melancarkan Program E-Usahawan pada tahun 2015. Program E-Usahawan ini bertujuan memberi pendedahan dan memurnikan inspirasi keusahawanan digital dalam kalangan belia Malaysia dan para usahawan mikro Perusahaan Kecil dan Sederhana untuk menjana pendapatan lumayan menerusi platform digital. Program ini mendedahkan peserta dengan kemahiran menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram dan Laman Web agar dapat meningkatkan jualan mereka dan produk mereka dikenali ramai. Kejayaan boleh dicapai sekiranya usahawan menggunakan kemahiran teknologi dan mempunyai ciri-ciri keusahawanan yang jitu (Faradilla & Samsudin, 2015).

Objektif E-Usahawan boleh dicapai dengan peranan tenaga pengajar dalam melaksanakan program dengan kaedah yang berkesan bagi membantu usahawan yang langsung tiada kemahiran komputer dan pengetahuan tentang media sosial dan hanya mengamalkan kaedah pemasaran tradisional. Dalam konteks ini, suatu pembaharuan perlu dilakukan ke atas kaedah dan pendekatan proses pengajaran yang lebih kreatif dan inovatif perlu digunakan. Bagi memupuk minat belajar dikalangan pelajar memerlukan tenaga pengajar yang kreatif dan inovatif bagi mengendalikan proses pengajaran dan pembelajaran (Mohd Noorhadi & Zurinah, 2017). Penyelidik telah memberi latihan kepada usahawan di dalam kursus eusahawan dengan menggunakan produk inovasi Bisnes Online Kit, satu manual yang menerangkan tentang langkah demi langkah membina dan mengendalikan maklumat perniagaan di Facebook Page dan Instagram dengan ringkas dan mudah. Projek inovasi Bisnes Online Kit yang dihasilkan ini menggunakan konsep “easy learning” iaitu pembelajaran sendiri tanpa bergantung sepenuhnya kepada tenaga pengajar. Bisnes Online Kit ini direka menjadi menarik dan mudah digunakan oleh usahawan dan bakal usahawan terutama kepada mereka yang baru berjinak-jinak menggunakan media sosial dalam memasarkan produk.

## 2.0 KAJIAN-KAJIAN LEPAS

Penyelidik telah menemui kajian-kajian yang telah dijalankan oleh beberapa penyelidik lain berkaitan tajuk kajian dan produk inovasi yang dibangunkan oleh penyelidik sebelum menjalankan kajian ini.

Menurut Wan Hafizie & Norshuhada (2013) di dalam kajiannya yang bertajuk Penggunaan Media Sosial: Elemen Kebolehlihatan Usahawan Industri Kecil Sederhana (IKS). Kajiannya mendapati pendekatan media sosial menjadi fenomena dan penting kepada persekitaran perniagaan. Teknologi Pemasaran melalui media sosial boleh digunakan oleh usahawan IKS bagi memastikan aktiviti pemasaran khususnya dapat dipertingkatkan. Secara tidak langsung ia dijangka memberikan kesan positif kepada kebolehlihatan syarikat usahawan IKS.

Menurut Wan Hafizie & Norshuhada (2017) di dalam kajiannya yang bertajuk Media Sosial Memberi Peranan Penting Sebagai Platform Pemasaran Untuk Usahawan Industri Kecil & Sederhana (IKS). Mereka mendapati pendekatan media sosial menjadi fenomena dan penting kepada persekitaran perniagaan. Peningkatan jualan melalui media sosial sememangnya boleh dipraktikkan oleh usahawan Industri Kecil dan sederhana (IKS) bagi memastikan aktiviti pemasaran khususnya dapat dipertingkatkan. Penggunaan teknologi hari ini telah membantu para usahawan menjangkau masa depan perniagaan mereka dengan lebih efisien dan lebih memberikan langkah penelitian yang lebih teratur dalam membuat perancangan hala tuju perniagaan. Kepelbagaian teknologi pada hari ini membantu usahawan IKS untuk keluar dari pasaran kecil mereka dan mampu membawa nama perniagaan ke peringkat lebih tinggi dan global.

Menurut Faradillah et.al (2017) didalam kajiannya yang bertajuk Penggunaan Internet Dalam Kalangan Usahawan Wanita: Akses, Kemahiran dan Motivasi menunjukkan bahawa aplikasi yang sering diakses dan digunakan adalah aplikasi yang menjadi perhatian ramai seperti whatsapp, Facebook dan Instagram. Responden juga mempunyai kemahiran dan bermotivasi menggunakan internet dengan kadar yang tinggi dan ini jelas menunjukkan bahawa usahawan wanita sangat bergantung kepada penggunaan internet dalam urusan perniagaan mereka dengan tahap kemahiran dan motivasi yang tinggi.

Menurut Faradillah & Samsuddin (2017) empat factor utama dapat dianggap sebagai factor kritikal kepada kejayaan iaitu pengalaman pengurusan, pengalaman industri, keadaan ekonomi dan kemahiran perancangan. Selain itu, bersesuaian dengan peredaran masa dan perkembangan teknologi, dapat dilihat bahawa modal jaringan sosial juga merupakan antara factor yang mendorong kejayaan usahawan wanita. Justeru kemahiran menggunakan teknologi serta ciri keusahawanan yang jitu merupakan perkara penting dan perlu ada dalam diri setiap usahawan bagi mencapai kejayaan.

### **3.0 METHODOLOGI KAJIAN**

#### **3.1 Rekabentuk Kajian**

Bisnes Online Kit telah diuji bagi mengukur sejauhmana produk inovasi ini dapat membantu pengguna-pengguna projek inovasi ini. Bagi menjawab persoalan ini, penyelidik telah melaksanakan dua (2) kaedah pengujian seperti berikut.

##### **3.1.1 Ujian Pra dan Ujian Pos bagi Pendapatan Perniagaan**

Bagi memastikan keberkesanan projek inovasi Bisnes Online Kit, ujian pra dan ujian pos telah dijalankan ke atas responden projek yang bertujuan untuk menguji tahap prestasi penjaanaan pendapatan mereka. Ujian Pra telah diuji terhadap responden sebelum mereka menggunakan Bisnes Online Kit. Soalan Ujian Pos ini telah diuji terhadap responden selepas mereka menggunakan Bisnes Online Kit.

##### **3.1.2 Soal Selidik terhadap responden**

Bagi memastikan projek ini memberi manfaat yang optimum kepada penggunanya dan dalam masa yang sama untuk penambahbaikan produk di masa akan datang, penyelidik telah membangunkan Soal Selidik Kajian Tinjauan Terhadap Persepsi Responden Selepas Menggunakan Bisnes Online Kit dan Tahap Kemahiran Responden Selepas Menggunakan Bisnes Online Kit.

#### **3.2 POPULASI DAN PENSAMPELAN**

Populasi kajian terdiri daripada 40 orang peserta Kursus E-Usahawan Kolej Komuniti ledang yang terdiri daripada Usahawan Industri Kecil dan Sederhana Negeri Johor. Penyelidik menjadikan 37 orang peserta eusahawan sebagai sampel kajian. Ini kerana mereka adalah peserta yang menjalankan perniagaan.

#### **3.3 SKOP KAJIAN**

Kajian ini dijalankan di Daerah Tangkak di Negeri Johor. Hasil kajian ini boleh digunapakai oleh pelbagai pihak yang berkepentingan seperti Malaysian Digital Economy Corporation Sdn Bhd (MDeC), Jabatan Pendidikan Kolej Komuniti (JPKK), Pegawai Keusahawanan, Master Trainers Namun kajian lanjutan boleh dijalankan dengan meluaskannya kepada kajian di semua Kolej Komuniti yang menjalankan kursus eusahawan ini di seluruh Malaysia.

#### **3.4 Instrumen Kajian**

Instrumen kajian yang digunakan dalam kajian ini ialah borang soal selidik yang diadaptasi daripada penyelidik iaitu Kajian yang dibangunkan oleh Nur Azlina Jalaluddin, Nurhasyinda Shahidan (2015), yang bertajuk Inovasi Produk Cash Explorace Kit sebagai Alat Bantu Mengajar (ABM): Sesi Pengajaran dan Pembelajaran (PdP) bagi Program Perakaunan Perniagaan. Namun, penyelidik telah membuat penambahbaikan dan menyesuaikan berdasarkan tajuk kajian. Hal ini bertujuan untuk mencapai objektif kajian yang dijalankan oleh penyelidik.

### 3.5 BORANG SOAL SELIDIK

Borang soal selidik yang digunakan untuk menjawab persoalan kajian serta mencapai objektif kajian yang telah ditetapkan terbahagi kepada tiga (3) iaitu:

Borang 1	
Bahagian A: Maklumat Diri	Jantina, bangsa, umur dan latar belakang perniagaan
Bahagian B	10 soalan tertutup (skala Likert 5 point: Rujuk Jadual 2)
Bahagian C	12 soalan tertutup (skala Likert 5 point: Rujuk Jadual 3)

Jadual 1: Ringkasan Kandungan Borang Soal Selidik

#### 3.5.1 Soal selidik Kajian Tinjauan Terhadap Persepsi Peserta Eusahawan dan Tahap Kemahiran Peserta Eusahawan Selepas Menggunakan Bisnes Online Kit

Rujuk Jadual 1

ITEM	SKALA
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Tidak Pasti	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Jadual 1: Skala Pemeringkatan Likert

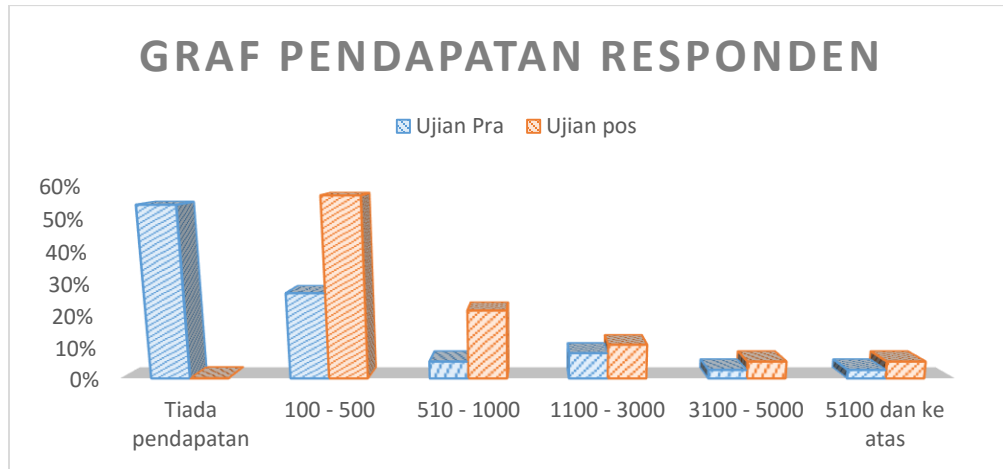
### 3.6 KAEDAH ANALISIS DATA

Data yang telah diperolehi daripada responden dianalisis menggunakan aplikasi Hambaran Elektronik (MS Excell) bagi mendapatkan dapatan kajian dalam bentuk peratus. Kaedah ini digunakan bagi Soal Selidik Kajian Tinjauan Terhadap Persepsi Peserta Eusahawan dan Tahap Kemahiran Peserta Eusahawan Selepas Menggunakan Bisnes Online Kit

## 4.0 DAPATAN KAJIAN

### 4.1 HASIL DAPATAN KAJIAN

#### 4.1.1.1 Ujian Pra dan Ujian Pos



**Rajah 2.0: Graf perbandingan pencapaian Ujian Pra dan Ujian Pos**

Berdasarkan Rajah 2, terbukti bahawa Bisnes Online Kit dapat meningkatkan pencapaian pendapatan dengan lebih baik. Hal ini ditunjukkan dengan ketara perbandingan pendapatan responden dalam Ujian Pra dan Ujian Pos yang telah dijalankan oleh penyelidik sebelum dan selepas penggunaan Bisnes Online Kit iaitu dua puluh (20) orang (54%) responden yang langsung tiada pendapatan semasa Ujian Pra dan selepas Ujian Pos iaitu selepas penggunaan Bisnes Online Kit peratus terus menjadi 0 % bagi tiada pendapatan. Selain itu, bagi Ujian Pos peratus peningkatan pendapatan paling tinggi adalah sebanyak 56.8% berbanding Ujian Pra iaitu 27 %.

Kadar Pendapatan	Ujian Pra	Ujian pos
Tiada pendapatan	54%	0%
100 - 500	27%	56.8%
510 - 1000	5.4%	21.6%
1100 - 3000	8.1%	10.8%
3100 - 5000	2.7%	5.4%
5100 dan ke atas	2.7%	5.4%

#### 4.1.2 Kajian Tinjauan Terhadap Persepsi Peserta Selepas Penggunaan Bisnes Online Kit.

##### i) Demografi Responden

Responden kajian ini terdiri daripada 73 % perempuan dan 27 % lelaki yang juga merangkumi 89.2% Melayu, 8.1 % Cina dan 2.7% lain-lain. Manakala 51.4% responden berumur diantara 20 tahun kebawah, 24.3 % berumur 31-40 tahun, 13.5% berumur 21-30, 5.1% berumur 41-50 dan 2.7% berumur 51 tahun dan ke atas.

##### ii) Persepsi Responden Selepas Penggunaan Bisnes Online Kit

Terdapat sepuluh (10) soalan adalah berkenaan dengan persepsi responden tentang penggunaan Bisnes Online Kit. Dapatan daripada soalselidik diringkaskan dalam Jadual 7.

NO.	ITEM	SKALA				
		1	2	3	4	5
1.	Kandungan Bisnes Online Kit mudah dipelajari	0 %	0 %	0 %	37.8%	62.2%
2.	Pengajar memberi bantuan dan bimbingan kepada peserta menggunakan Bisnes Online Kit	0 %	0 %	0 %	43.2%	56.8%
3.	Peserta dapat mengaplikasikan pengetahuan/kemahiran di dalam Bisnes Online Kit bagi menjalankan perniagaan.	0 %	0 %	0 %	40.5%	59.5%
4.	Peserta faham bagaimana untuk membina dan menjana pendapatan selepas menggunakan Bisnes Online Kit	0 %	0 %	0 %	37.8%	62.2%
5.	Bisnes Online Kit Kursus ini menerapkan nilai-nilai murni.	0 %	0 %	0 %	40.5%	59.5%
6.	Bisnes Online Kit mudah difahami	0 %	0 %	0 %	29.7%	70.3%
7.	Bisnes Online Kit dapat menjadi rujukan peserta	0 %	0 %	0 %	29.7%	70.3%
8.	Kandungan Bisnes Online Kit menyatakan mengenai penerangan dan langkah-langkah penyediaan FACEBOOK PAGE dan INSTAGRAM yang teratur	0 %	0 %	%	45.9%	56.8%
9.	Bisnes Online Kit sangat membantu dalam mengendalikan Facebook Page dan Instagram untuk perniagaan saya	0 %	0 %	0%	43.2%	56.8%
10.	Modul bermanfaat dan boleh digunakan sepanjang masa	0 %	0 %	0%	43.2%	56.8%
<b>PURATA KESELURUHAN ITEM KONSEP</b>		0.27%	0%	0%	39.15%	61.12

\*\*\*petunjuk:  peratus tertinggi

**Jadual 7.0: Kajian Tinjauan Terhadap persepsi Responden Selepas Penggunaan Bisnes Online Kit**

Berdasarkan maklumbalas tersebut, peratus tertinggi adalah 70.3% bagi item nombor enam (6) dan tujuh (7). Ini menunjukkan responden sangat setuju bahawa Bisnes Online Kit ini sangat mudah difahami dan boleh menjadi rujukan mereka sepanjang masa bagi mengendalikan perniagaan mereka.

### iii) Tahap Kemahiran Responden Selepas Penggunaan Bisnes Online Kit

Terdapat dua belas (12) soalan berkenaan Produk Bisnes Online Kit bagi membolehkan responden memberi pandangan masing-masing. Dapatan daripada soalselidik diringkaskan dalam Jadual 8.

NO.	ITEM	SKALA				
		1	2	3	4	5
1.	Bisnes Online Kit membantu saya untuk menjana idea perniagaan.	0%	0%	0%	35.1%	64.9%
2.	Bisnes Online Kit membantu saya untuk memilih produk perniagaan yang sesuai	0%	0%	0%	32.4%	67.6%
3.	Bisnes Online Kit membantu saya untuk membina Facebook page	0%	0%	0%	37.8%	62.2%
4.	Bisnes Online Kit membantu saya untuk menyediakan maklumat produk, testimoni dan strategi menarik perhatian pelanggan FANPAGE DAN INSTAGRAM	0%	0%	0%	35.1%	64.9%
5.	Bisnes Online Kit membantu saya untuk menghasilkan ayat-ayat iklan yang menarik bagi menarik perhatian pembeli	0%	0%	0%	27%	73%
6.	Saya dapat memasarkan produk secara atas talian menggunakan FACEBOOK PAGE dan INSTAGRAM	0%	0%	0%	29.7%	69.5%
7.	Saya sentiasa bersemangat dan bermotivasi untuk membina dan mengemaskini FACEBOOK PAGE DAN INSTAGRAM saya	0%	0%	0%	21.6%	78.4%
8.	Saya SERONOK dan GEMBIRA membina FACEBOOK PAGE DAN INSTAGRAM	0%	0%	13.5%	24.3%	78.4%
9.	Saya bertambah minat mengemaskini maklumat perniagaan saya di media sosial	0%	0%	21.6%	21.6%	78.4%
10.	Saya berpendapat Bisnes Online Kit ini sangat menarik	0 %	0 %	0%	35.1%	64.9%
11.	Saya berpendapat Program E-USAHAWAN ini memberi banyak ilmu memasarkan produk jualan saya menggunakan media sosial	0 %	0 %	0%	35.1%	64.9%
12.	Saya bersedia untuk menjadi usahawan online	0 %	0 %	0%	35.1%	64.9%

**Jadual 8.0: Kajian Tinjauan Terhadap Tahap Kemahiran Responden Selepas Penggunaan Bisnes Online Kit**



Berdasarkan maklumbalas tersebut, peratus tertinggi adalah 78.4% bagi item nombor tujuh (7), lapan (8), sembilan (9) menunjukkan bahawa responden sangat setuju bahawa Bisnes Online Kit membuatkan mereka sentiasa bersemangat dan bermotivasi untuk membina dan mengemaskini Facebook Page dan Instagram perniagaan mereka. Mereka juga berasa seronok dan gembira membina Facebook Page dan Instagram mereka dengan menggunakan Bisnes Online Kit ini. Responden juga sangat setuju bahawa mereka bertambah minat mengemaskini maklumat perniagaan mereka di media sosial. Manakala 73% responden sangat setuju bahawa Bisnes Online Kit membantu mereka untuk menghasilkan ayat-ayat iklan yang menarik bagi menarik perhatian pembeli.

## **5.0 CADANGAN DAN KESIMPULAN**

### **5.1 CADANGAN PENAMBAHBAIKAN**

Berdasarkan dapatan daripada eksperimen projek yang dijalankan, beberapa cadangan penambahbaikan boleh diaplikasikan bagi BISNES ONLINE KIT. Cadangan penambahbaikan tersebut adalah seperti berikut:

1. Projek inovasi ini akan menjadi lebih menarik sekiranya direkabentuk menggunakan Mobile Learning atau APPS dan boleh dikomersialkan.
2. KIT ini juga boleh dikomersialkan di seluruh Malaysia kerana ianya boleh membantu komuniti untuk membangunkan perniagaan digital mereka.
3. Sentiasa mengemaskini isi kandungan agar mengikuti perkembangan terkini.

### **5.2 KESIMPULAN KAJIAN**

Bisnes Online Kit telah banyak membantu para usahawan terutama kepada mereka yang baru berjinak-jinak dengan pemasaran digital malahan pelajar institusi pendidikan tinggi dan warga pendidik juga amat digalakkan menggunakan Bisnes Online Kit dalam pembelajaran dan pengajaran. Kandungan Bisnes Online Kit adalah ilmu asas yang menunjukkan langkah demi langkah dengan garapan yang mudah agar mudah difahami dan dikuasai oleh pengguna.

Bisnes Online Kit ini wajar dimiliki oleh semua usahawan kerana ianya boleh dijadikan panduan dan rujukan dalam membuat sesuatu iklan tanpa perlu bimbingan daripada orang lain. Pengguna tidak perlu mengeluarkan kos yang tinggi dan menjimatkan masa dalam mengendalikan perniagaan mereka pada setiap masa.

Bisnes Online Kit perlu dikomersialkan agar dapat digunapakai oleh semua mereka yang memerlukan terutama kepada para usahawan industri kecil dan sederhana. Usahawan boleh menjalankan perniagaan secara digital standing dengan pesaing sekaligus meningkatkan pendapatan mereka dan usahawan mampu membwa produk mereka ke pasaran global dan ini akan meningkatkan ekonomi negara.

## **RUJUKAN**

(n.d.).

- Ahmad Munir, W. A. (2011). Kesan Sumber-Sumber Teknologi dan Kemahiran Pengurusan E-Dagang Ke Atas Keupayaan Organisasi di Malaysia. . *International Conference On Management Proceeding*.
- Azila binti Baharuddin, N. H. (2016). Impak Kursus Digita; Entrepreneurship Kepada Pelajar Kolej Komuniti Wilayah Selangor.
- Buang, S. M. (2017). Pendekatan Penggunaan Medium E-Pemasaran Dalam Kalangan Usahawan Wanita. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*. Vol 1, No. 1, 47-57 I gbse.com.my eI=ISSN 24621714.
- Faradillah Iqmar Omar, S. A. (2015). Penyertaan Digital Dan Ciri Keusahawanan Dalam Pemerikasaan Usahawan Wanita Di Malaysia. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication, Jilid 31*, 241-256.
- Rahim, F. I. (2015). Faktor Kejayaan Usahawan Wanita Dalam Talian : Suatu Tinjauan Awal.
- Rahim, F. I. (2017). Penggunaan Internet Dalam Kalangan Wanita : Akses, Kemahiran dan Motivasi. *Jurnal Komunikasi. Malaysia Journal of Communication*, Jilid 33 (3) : 21-36.
- Shiratuddin, M. H. (2017). Media Sosial Memberi Peranan Penting Sebagai Platform Pemasaran Untuk Usahawan Industri Kecil & sederhana (IKS).
- Shiratuddin, M. H. (2017). Penggunaan Media Sosial : Elemen Kebolehlihatan Usahawan Industri Kecil Sederhana (IKS). *Prosiding PERKEM VIII* (pp. Jilid 3: 1511-1520). ISSN:2231962X.
- Tahir, M. N. (2017). Kepentingan Penggunaan Media Sosial Teknologi Maklumat Dalam IPTA. *Journal of Social Science and Humanities*, Vol. 12 No. 3 ISSN :1823-884X.