

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADAPTASI
PERDAGANGAN ELEKTRONIK (E-DAGANG) DALAM
KALANGAN PERUSAHAAN KECIL DAN SEDERHANA
(PKS)**

HASFAIZAL HASAN

**SARJANA SAINS (PENGURUSAN)
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
DISEMBER 2013**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADAPTASI PERDAGANGAN
ELEKTRONIK (E-DAGANG) DALAM KALANGAN PERUSAHAAN KECIL
DAN SEDERHANA (PKS)**

**Oleh
HASFAIZAL HASAN**

**Desertasi Diserahkan Kepada
Othman Yeop Abdullah Graduate School Of Business,
Universiti Utara Malaysia,
Sebagai Memenuhi Syarat Untuk Pengijazahan Sarjana**

KEBENARAN UNTUK MENGGUNAKAN

Dalam membentangkan desertasi ini sebagai memenuhi keperluan untuk penganugerahan ijazah pasca siswazah daripada Universiti Utara Malaysia (UUM), saya bersetuju bahawa Perpustakaan universiti ini boleh mendapatkan desertasi ini secara percuma untuk pemeriksaan. Saya juga bersetuju bahawa, kebenaran untuk membuat salinan desertasi ini dalam apa cara sekalipun sama ada secara keseluruhan atau sebahagiannya dengan tujuan ilmiah, boleh diberikan oleh penyelia atau semasa ketiadaan mereka, boleh diberikan oleh Dekan Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business di mana saya menjalankan desertasi ini. Adalah difahamkan bahawa, sebarang salinan atau penerbitan atau penggunaan bahagian desertasi ini untuk kepentingan kewangan adalah tidak dibenarkan tanpa kebenaran bertulis daripada saya. Adalah perlu untuk memahami juga bahawa, pengiktirafan yang sewajarnya hendaklah diberikan kepada saya dan pihak UUM untuk sebarang kegunaan kesarjanaan yang boleh dibuat daripada apa-apa bahan yang terdapat dalam desertasi saya.

Sebarang permintaan kebenaran untuk membuat salinan atau menggunakan bahan-bahan dalam desertasi ini secara keseluruhan atau sebahagian daripadanya hendaklah dialamatkan kepada;

Dekan Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business
Universiti Utara Malaysia
06010 UUM Sintok
Kedah Darul Aman.

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dunia dan internet pada masa kini telah mencetuskan satu revolusi terhadap perniagaan berkonsepkan digital yang dikenali sebagai e-dagang. Tercetusnya arena e-dagang ini telah menghasilkan satu konsep yang baru terhadap operasi perniagaan dan secara radikalnya diramal menjadi fenomena baru terhadap perkembangan ekonomi dalam negara yang sedang membangun. Campur tangan sektor Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) dalam institusi e-dagang menjadikan ianya semakin diterima umum sekaligus membuktikan bahawa, dunia kini berada dalam gengaman revolusi elektronik. Penghijrahan PKS terhadap e-dagang menjadi agenda penting kerajaan ekoran peranan PKS yang menyumbang kepada perkembangan ekonomi sekaligus ianya ditakrifkan sebagai enjin ekonomi negara. Pelbagai manfaat dikecapi PKS yang mengadaptasi e-dagang dan seharusnya menjadi intipati galakan untuk mereka berhijrah kepada penggunaan ICT. Namun, terdapat fakta penyelidikan terdahulu yang membuktikan tahap adaptasi e-dagang oleh PKS khususnya di Malaysia adalah masih rendah. Senario ini berpunca daripada pelbagai halangan yang menyulitkan PKS untuk membuat transformasi dalam perniagaan mereka. Walaubagaimanapun, terdapat fakta informatif mengatakan pelbagai faktor boleh mempengaruhi adaptasi e-dagang dalam kalangan PKS. Justeru, penyelidikan ini adalah bertujuan untuk mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi PKS terhadap adaptasi e-dagang. Dengan penggunaan sampel responden seramai 365 orang atau syarikat PKS, soalan kaji selidik berstruktur telah diedarkan kepada pemilik atau pihak pengurusan tertinggi PKS di negeri Terengganu, yang melibatkan tiga kawasan iaitu utara, selatan dan Kuala Terengganu. Penyelidikan ini menguji empat hipotesis yang berhubung kait faktor adaptasi e-dagang. Hasil dapatan menunjukkan faktor kesediaan organisasi dan tekanan luaran adalah signifikan dengan hubungan yang positif. Manakala faktor tanggapan mudah digunakan dan tanggapan berguna secara relatifnya adalah tidak signifikan. Objektif penyelidikan yang ingin mengenal pasti sama ada PKS di Terengganu mengadaptasi aplikasi e-dagang atau tidak secara keseluruhannya dicapai dengan keputusan adaptasi aplikasi yang masih rendah ekoran PKS yang masih familiar dengan aplikasi asas sahaja. Keputusan tersebut membawa kepada cadangan khusus terhadap pemilik PKS untuk mengambil langkah awal bersedia dalam konteks kesediaan organisasi untuk menerima pakai e-dagang. Hal ini termasuklah memenuhi sumber penting adaptasi seperti kewangan, teknologi, nilai, budaya, amalan kerja yang konsisten serta mencari kakitangan yang mahir dalam memastikan penggunaan e-dagang dapat berjalan dengan efektif. Untuk faktor tekanan luaran, PKS diseru menggunakan aplikasi e-dagang secara rutin dan mengambil inisiatif menggunakan aplikasi e-dagang yang lebih maju untuk mempertingkatkan kelebihan persaingan dalam industri.

ABSTRACT

Advances in technology and the internet worldwide nowadays have sparked a revolution of digital business concept known as e-commerce. The outbreaks of e-commerce arena produce a new concept of business operation and radically expected to be new phenomenon of economic development in developing countries. Intervention of the Small and Medium Enterprises (SMEs) in electronic commerce institutions make e-commerce more generally accepted and proving that the world currently is in a new era of electronic. Migrations of SMEs to use e-commerce applications become important agenda by the government due to the role of SMEs as the engine of the national economy and their contribution to the economic development of the country. Various benefits received by SMEs who had adopted e-commerce and this scenario should be the essence of their incentive to use more ICT. However, the facts have proved among previous research of e-commerce adoption by SMEs which particularly low in Malaysia. This scenario is due to the various obstacles which hamper SMEs to make transformation in their business. However, informative facts suggest that a variety of factors that can influence e-commerce adoption among SMEs. Thus, this research aims to identify the factors that influence SMEs to adopt e-commerce. With the use of a sample of 365 respondents or SMEs companies, a structured survey questions were distributed to the owners or top management of SMEs in Terengganu which involves three main areas such as Northern, South and Kuala Terengganu. This study tested four hypotheses related to the factors of e-commerce adoption and found that organizational readiness and external pressure was significantly has a positive relationship with e-commerce adoption. Meanwhile the factors of perceive ease of use and perceive usefulness relatively is not significant. In addition, the objective of the research to identify the SMEs in Terengganu whether adopt with e-commerce or not was fully achieved and found that there is low e-commerce adoption due to the SMEs are still familiar with basic applications. Hence, the results has lead to specific recommendations for SME owners to take the first step to be ready in terms of organizational readiness in their organization to adopt with e-commerce through accomplish their important source of adaptation such as financial, technology, values, culture, consistencies of work practices and locate skilled staff to ensure the use of e-commerce can effectively performed. In term of external pressure, SMEs was suggest to use e-commerce applications on a regular basis and take the initiative to use more advance e-commerce applications to enhance competitive advantages in the industry.

PENGHARGAAN

Dengan nama Allah S.W.T, saya memanjatkan rasa penuh kesyukuran di atas limpah kurnia dan keizinanNya yang telah memberikan kekuatan dan keupayaan kepada saya untuk menyiapkan desertasi ini dengan cukup sempurna. Sebagai tanda penghargaan, saya dengan penuh takzimnya ingin melisankan ucapan jutaan terima kasih khususnya kepada penyelia yang saya segani, Prof. Madya Dr.Azizi Bin Abu Bakar di atas segala nasihat, panduan dan pemerhatian yang tidak ternilai dalam menyelia desertasi ini dari permulaan sehingga saat ini. Sesungguhnya saya amat terhutang budi di atas segala pengorbanan serta bantuan yang diberikan dalam mengatasi pelbagai cabaran dan rintangan sepanjang berlangsungnya proses penyelidikan.

Ucapan setinggi penghargaan dan terima kasih yang tidak terhingga juga ditujukan istimewa buat En.Shahrin Bin Saad selaku pensyarah Universiti Utara Malaysia di atas perkongsian ilmu, tunjuk ajar, bantuan, sokongan dan komentar yang tiada sempadan kepada saya sehingga berjaya menyiapkan desertasi ini dengan cukup sempurna. Tidak dilupakan juga ucapan terima kasih saya kepada semua kakitangan akademik dan bukan akademik UUM terutamanya Perpustakaan Sultanah Bahiyah yang telah menyediakan arena pusat sumber yang cukup cemerlang. Perpustakaan menjadi landasan penting kepada saya ekoran tersedianya tempat yang kondusif serta peluang untuk mengakses pelbagai maklumat ilmiah daripadanya, sehingga dapat ditakrifkan sebagai pihak yang turut menongkat kepada kejayaan desertasi ini.

Di atas rasa cinta dan sayang, segunung penghargaan dan ucapan terima kasih buat kedua ibubapa saya En.Hasan Ali dan Pn.Salma Mamat di atas sokongan yang tiada bernoktah, kesabaran dan doa yang dipanjatkan demi kejayaan saya dalam desertasi dan pengajian saya. Sesungguhnya, dorongan nasihat dan galakan yang dipersembahkan menjadi mercu kekuatan kepada saya untuk berjuang sehingga mencapai apa yang diimpikan. Tidak dilupakan buat guru yang sentiasa diingati, Pn. Rusnani Jusoh dan Pn.Wan Rosmah, adik-beradik dan seluruh ahli keluarga yang tidak pernah lekang menongkat semangat sehingga mewujudkan motivasi dalaman yang tidak ternilai.

Disamping itu, saya mengambil kesempatan ini untuk sama-sama melafazkan ucapan terima kasih buat rakan seperjuangan saya iaitu Rahayu Muhamad Yusuf, Siti Nur Zahirah Omar, Rosniza Ismail, Nur Fauzan Fauzi dan Shazwani Salleh di atas segala kebaikan, perkongsian ilmu, idea dan komen yang bernas kepada saya sepanjang menyiapkan desertasi ini. Sesungguhnya kehadiran mereka cukup membawa erti yang besar dalam membantu menyiapkan desertasi yang telah dijalankan ini.

Terakhir sekali, penghargaan ini ditujukan kepada rakan-rakan yang sering mengikuti perkembangan desertasi ini dengan sokongan moral yang konsisten terutamanya Fadatul Waheeda, Sa'abirin Hamid, Farahani, Hazlina, Rosila, Yuazlida, Shahrul Nizam, Afifi, Fuad, Faiz, Hafizi, Sheikh Hakimie, Sam'un, Farid, Aidil Faizi, Nurazezil, Sharfinani, Hidayat, Zul Afifi, Nur Mastura, Erleen Juliana, Syazwanizam, Syafiq, Arshad, Zaki, Sairul Zamri, Budianto serta seluruh pihak yang terlibat secara langsung ataupun tidak.

ISI KANDUNGAN

TAJUK

MUKA SURAT

Perakuan Kerja Kertas Projek	ii
Kebenaran Untuk Menggunakan	iii
Abstrak	iv
<i>Abstract</i>	v
Penghargaan	vi
Isi Kandungan	viii
Senarai Jadual	xi
Senarai Gambar Rajah	xii
Senarai Singkatan Perkataan	xiii

BAB PERTAMA : PENGENALAN

1.0	Pendahuluan	1
1.1	Latar Belakang Penyelidikan	2
1.2	Penyataan Masalah	9
1.3	Persoalan Penyelidikan	13
1.4	Objektif Penyelidikan	14
1.5	Kepentingan Penyelidikan	15
1.6	Skop Penyelidikan	16
1.7	Organisasi Penyelidikan	17
1.8	Rumusan	19

BAB KEDUA : ULASAN KARYA

2.0	Pendahuluan	20
2.1	Perdagangan Elektronik	22
2.1.1	Definisi Perdagangan Elektronik	23
2.1.2	Sejarah Kemunculan Perdagangan Elektronik	25
2.1.3	Klasifikasi Perdagangan Elektronik	28
2.1.4	Kepentingan Perdagangan Elektronik	29
2.2	Perdagangan Elektronik Dalam Perusahaan Kecil Dan Sederhana (PKS)	32
2.2.1	Definisi Perusahaan Kecil Dan Sederhana (PKS)	35
2.2.2	Sejarah Kewujudan E-Dagang Di Malaysia Dan Perkembangan PKS	40
2.2.3	Peranan Dan Sumbangan Perusahaan Kecil Dan Sederhana (PKS)	52

2.2.4	Manfaat E-Dagang Terhadap Perusahaan Kecil Dan Sederhana (PKS)	55
2.2.5	Halangan PKS Dalam Mengadaptasi E-Dagang	61
2.3	Adaptasi Terhadap Aplikasi Perdagangan Elektronik	65
2.4	Peringkat Adaptasi Perdagangan Elektronik	69
2.5	Faktor-Faktor Mempengaruhi Adaptasi Perdagangan Elektronik	72
2.5.1	Kesediaan Organisasi	73
2.5.2	Tekanan Luaran	76
2.5.3	Tanggapan Mudah Digunakan	78
2.5.4	Tanggapan Berguna	81
2.6	Rumusan	85

BAB KETIGA : HIPOTESIS DAN METODOLOGI

3.0	Pendahuluan	86
3.1	Rangka Kerja Penyelidikan	87
3.1.1	Pembolehubah Bersandar	88
3.1.2	Pembolehubah Tidak Bersandar	89
3.2	Hipotesis	89
3.3	Kaedah Penyelidikan	90
3.4	Ujian Rintis	92
3.5	Sumber Data	94
3.6	Soalan Penyelidikan	95
3.7	Pembangunan Pengukuran	97
3.7.1	Pengukuran Adaptasi Aplikasi E-Dagang	97
3.7.2	Pengukuran Faktor Mempengaruhi Adaptasi E-Dagang	99
3.8	Unit Analisis	101
3.9	Populasi Dan Persampelan	101
3.10	Kaedah Persampelan	104
3.11	Data Analisis	105
3.11.1	Analisis Deskriptif	106
3.11.2	Ujian Kebolehpercayaan	107
3.11.3	Analisis Korelasi Pearson	107
3.11.4	Analisis Regresi Berganda	109
3.12	Rumusan	109

BAB KEEMPAT : DATA ANALISIS DAN HASIL PENYELIDIKAN

4.0	Pendahuluan	112
4.1	Profil Responden Dan Syarikat	113
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	126
4.3	Analisis Ujian Kebolehpercayaan	128
4.4	Analisis Korelasi Pearson	130
4.4.1	Ujian Hipotesis	132
4.4.1.1	Hipotesis 1	133
4.4.1.2	Hipotesis 2	134
4.4.1.3	Hipotesis 3	135
4.4.1.4	Hipotesis 4	136
4.5	Analisis Regresi Berganda	137
4.6	Rumusan	142

BAB KELIMA : PERBINCANGAN, KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.0	Pendahuluan	145
5.1	Perbincangan	146
5.2	Kesimpulan	158
5.3	Batasan Penyelidikan	159
5.4	Cadangan	160
5.5	Cadangan Penyelidikan Masa Hadapan	163

Bibliografi

Lampiran A : Soalan Kaji Selidik

Lampiran B : Data SPSS

SENARAI JADUAL

NAMA JADUAL	MUKA SURAT
Jadual 2.1: Definisi PKS Dalam Beberapa Negara Asia	37
Jadual 2.2: Definisi PKS menurut Perbadanan Perusahaan Kecil dan Sederhana Malaysia	39
Jadual 3.1: Keputusan Kebolehpercayaan Soalan Kaji Selidik Dalam Ujian Rintis	93
Jadual 3.2: Ukuran Aplikasi Perdagangan Elektronik	98
Jadual 3.3: Ukuran Faktor-Faktor Mempengaruhi Adaptasi E-dagang	99
Jadual 3.4: Perangkaan Utama PKS Mengikut Negeri Tahun 2010	102
Jadual 3.5: Penentuan Saiz Sampel Berdasarkan Bilangan Populasi	103
Jadual 3.6: Tafsiran Kekuatan Korelasi Oleh Guilford Rule Of Thumb	108
Jadual 4.1: Profil Responden dan Syarikat	114
Jadual 4.2: Tempoh Jangkamasa Syarikat	117
Jadual 4.3: Tempoh Jangkamasa Penjawatan	119
Jadual 4.4: Jumlah Pekerja Dalam Syarikat	120
Jadual 4.5: Bilangan Komputer Dalam Syarikat	122
Jadual 4.6 : Penggunaan Aplikasi E-Dagang Oleh PKS	123
Jadual 4.7: Statistik Deskriptif	127
Jadual 4.8: Keputusan Ujian Kebolehpercayaan	129
Jadual 4.9: Keputusan Korelasi Pearson	131
Jadual 4.10 : Hubungan Antara Dimensi Kesiediaan Organisasi Dengan Adaptasi E- Dagang	133
Jadual 4.11 : Hubungan Antara Dimensi Tekanan Luaran Dengan Adaptasi E-Dagang	134
Jadual 4.12 : Hubungan Antara Dimensi Tanggapan Mudah Digunakan Dengan Adaptasi E-Dagang	135
Jadual 4.13 : Hubungan Antara Dimensi Tanggapan Berguna Dengan Adaptasi E-Dagang	136
Jadual 4.14 : Model Summary ^b Regrasi Berganda	138
Jadual 4.15 : Anova ^b Regrasi Berganda	139
Jadual 4.16 : Coefficients ^a Regrasi Berganda	139
Jadual 4.17 : Rumusan Keputusan Coefficients Regresi berganda	141

SENARAI GAMBAR RAJAH

NAMA RAJAH

MUKA SURAT

Rajah 3.1: Rangka Kerja Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Adaptasi E-Dagang

88

SENARAI SINGKATAN PERKATAAN

ACCCIM	Associated Chinese Chamber of Commerce & Industry of Malaysia
ARPA	Advance Research Project Agency
B2B	Business to Business
B2C	Business to Customer
B2E	Business to Employee
C2B	Customer to Business
C2C	Customer to Customer
CINIC	China Internet Network Information Center
CRM	Customer Relationship Management
E-DAGANG	Perdagangan Elektronik
E-READINESS	Electronic Readiness
EDI	Electronic Data Interchange
EFT	Electronic Funds Transfer
EFTPOS	Electronic Funds Transfer at Point of Sale
EIU	Economist Intelligence Unit
ETP	Program Transformasi Ekonomi
EUR	Mata Wang Eropah
FAQ	Frequently Ask Question
FTP	File Transfer Protocol
GLC	Government-Link Corporation
H	Hipotesis
H1	Hipotesis Alternate
H0	Null Hipotesis
HTML	Hypertext markup Language
HTTP	Hypertext Transfer Protocol
ICT	Teknologi maklumat dan komunikasi
IT	Information Technology
K-ECONOMY	Knowledge Economy
KDNK	Keluaran Dalam Negara Kasar
MEB	Model Ekonomi Baru
MEPS	Sistem Pembayaran Elektronik Malaysia
MIT	Massachusset Institute of Technology
MITI	Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri
MOI	Kementerian Industri Mesir
MPPK	Majlis Pembangunan PKS Kebangsaan
MSC	Koridor Raya Multimedia
N	Simbol Populasi

NT	Mata Wang Taipei
P	Simbol Signifikan
PKS	Perusahaan Kecil dan Sederhana
POP	Post Office Protocol
R	Simbol Korelasi
RM	Mata Wang Malaysia
S	Simbol Sampel
\$	Simbol Mata Wang
SCM	Supply Chain Management
SIG.	Signifikan
SME	Small Medium Enterprise
SME Corp	Perbadanan Perusahaan Kecil Sederhana
SMEDA	Lembaga Pembangunan Perusahaan Kecil dan Sederhana
SMI / IKS	Industri Kecil Sederhana
SMTP	Simple Mail Transfer Protocol
SPSS	Statistical Package for Social Science
TTP	Transmission Transfer Protocol
UCLA	University of California Los Angeles
USD	Mata Wang Amerika Syarikat
WWW	World Wide Web

BAB PERTAMA

PENGENALAN

1.0 Pendahuluan

Perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) dunia kini telah mengambil alih senario struktur perniagaan sedia ada. Antara kata lainnya, pemecutan dalam ICT dan internet mengubah struktur industri disamping menyediakan persaingan pasaran ke satu tahap yang baru. Transformasi ini bukan sahaja membuka peluang kepada PKS malah, turut menjadi ancaman ekor persaingan sengit syarikat gergasi. Hal ini kerana, PKS secara umumnya masih lagi berada pada tahap strategi pembangunan dan pelaksanaan (Schlemmer dan Webb, 2009). Walaubagaimanapun, dengan kewujudan teknologi kini mampu mendorong penglibatan PKS dalam perdagangan elektronik sebagai salah satu strategi persaingan yang akan mempertingkatkan dan membolehkan mereka memperolehi persaingan yang kompetitif (Caldeira dan Ward, 2002).

Lanjutan perbincangan ini dimulai dengan latar belakang penyelidikan yang memfokuskan kepada e-dagang dalam kalangan PKS di Malaysia. Hal ini bertujuan menyalurkan pemahaman dan idea menyeluruh kepada pembaca terhadap prospek tulang belakang penyelidikan ini. Seterusnya, pernyataan masalah, persoalan dan objektif penyelidikan dinyatakan dengan terperinci dan diteruskan dengan kepentingan, skop, dan organisasi penyelidikan. Terakhirnya, bab ini dirumus secara menyeluruh dalam menyediakan satu informasi penting sebagai pengenalan kepada penyelidikan ini.

The contents of
the thesis is for
internal user
only

BIBLIOGRAFI

- Abdel Nasser H.Zaied. (2012). Barriers to E-Commerce Adoption in Egyptian SMEs. *I.J. Information Engeenering and Electronic Business*. Vol. 3, pp. 9-18.
- Abdul Halim Yusoff. (21 Jun 2012). *Penggunaan ICT Lonjak PKS*. [Online, 18 Mac 2013] daripada <http://www.bharian.com.my/articles/PenggunaanICTlonjakPKS/Article/>
- Abdul Rahman Nasser A.Almoawi. (2011). *E-Commerce Adoption Among Small and Medium Enterprises in Saudi Arabia* (Doctoral Thesis). Universiti Utara Malaysia, Malaysia.
- Abubaker I.M. Abd Raba. (2010). *Electronic Commerce Adoption in Libya: An Empirical Study of Small and Medium Business* (Master Dessertation). Universiti Utara Malaysia, Malaysia.
- ACCCIM. (2012). *The Associated Chinese Chambers of Commerce and Industry of Malaysia (ACCCIM) Report of 2012 SMEs Survey*. [Online, 18 Mac 2013] daripada http://www.acccim.org.my/file/2012%20SME_EN.pdf
- Ahmad Fiesal Othman. (12 Oktober 2010). *PKS catat pertumbuhan 8.5 peratus tahun ini*. [Online, 20 Mac 2013] daripada http://www.bharian.com.my/bharian/articles/PKScatatpertumbuhan8_5peratustahunini/Article
- Ainin Sulaiman. (2000). The Status of E-Commerce Applications in Malaysia. *Information Technology for Development*. Vol. 9, pp. 153-161.
- Akkeren, J. and Cavaye, A.L.M. (1999). Factors Affecting Entry-Level Internet Technology Adoptionby Small Business in Australia: An Empirical Study. *Proceedings of the 10th Australasian Conference on Information Systems*. Wellington, New Zealand, 1-3 December.
- Alamro, S., and Tarawneh, S.A. (2011). Factors Affecting E-Commerce Adoption in Jordanian SMEs. *European Journal of Scientific Research*. Vol. 64, No. 4, pp. 497-506.
- Ali Khatibi., Thyagarajan, V., and Seetharaman, A. (2003). E-commerce in Malaysia Perceived Benefits and Barriers. *The Journal for Decision Makers*. Vol. 28, No. 3, pp. 77-82.
- Ali Khatibi., Haque, Ahasanul., Hishamuddin Ismail., and Shameem AlMahmud. (2007). Factors Driving Electronic Commerce Initiative in Malaysian' Organization. *Journal of Social Sciences*. Vol. 14, No. 1, pp. 1-11.

- Aspirasi Digital. (2008). *Rancangan Malaysia Ke 9 Pembangunan ICT Negara*. Daripada http://www.aspirasidigital.net.my/buletin/buletin13_for_web.pdf
- Bashir Ahmad Fida. (2008). *The Important of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Economic Development*. [Online, 1 Mei 2013] daripada [http://www.thefreelibrary.com/The+Importance+of+Small+and+Medium+Enterprises+\(SMEs\)+in+Economic...-a01073924138](http://www.thefreelibrary.com/The+Importance+of+Small+and+Medium+Enterprises+(SMEs)+in+Economic...-a01073924138)
- Beatty, R.C., Shim, J.P., and Jones, M.C. (2001). Factors Influencing Corporate Web Site Adoption: A Time-Based Assessment. *Information & Management*. Vol. 38, pp. 337-354.
- Berita Harian Online. (22 Febuari 2013). *SME Bank lancar Skim Pembangunan PKS*. [Online, 12 Mac 2013] daripada <http://www.bharian.com.my/articles/SMEBanklancarSkimPembangunanPKS/Article/>
- Carm. (2000). *E-Dagang Di Malaysia: Saranan Polisi Dan Strategi*. [online, 14 Mei 2012] daripada <http://cheabdrani.tripod.com/dagang.html>
- Citizen Infonet. (2013). *Malaysia Mendahului Thailand & Indonesia Dalam Pembelian Online*. [Online, 16 April 2013] daripada <http://mforum.cari.com.my/forum.php?mod=viewthread&tid=715938>
- Chong, A.Y.L., Ooi, K.B., Lin, B., and Raman, M. (2009). Factors Affecting The Adoption Level of C-Commerce: An Empirical Study. *Journal of Computer Information Systems*. pp.13-22.
- Chong, S. (2008). Success in Electronic Commerce Implementation A Cross-Country Study of Small and Medium-Sized Enterprises. *Journal of Enterprise Information Management*. Vol. 21, No. 2, pp. 468-492.
- Daniel, E., and Wilson, H. (2002). Adoption Intentions and Benefits Realized: A Study of Ecommerce in UK SMEs. *Journal of Small Businesses and Enterprise Development*. Vol.9, No.4, pp. 331-348.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 12, No. 3, pp. 319-340.
- Dewan Bahasa Dan Pustaka. (2013). *Internet*. [Online, 11 Mac 2013] daripada <http://prpm.dbp.gov.my/Search.aspx?k=+internet>
- Dutta, S. and Evrard, P. (1999). Information Technology and Organisation within European Small Enterprises. *European Management Journal*. Vol. 17, No. 3, pp. 239-51.

- Caldeira, M., and Ward, J. (2002). Understanding the Successful Adoption and Use of IS/IT in SMEs: An Explanation from Portuguese Manufacturing Industries. *Information System Journal*, Vol. 12, No. 2, pp. 121-152.
- Economist Intelligence Unit. (2007). *The 2007 E-Readiness rankings: Raising the Bar*. [Online, 28 Mac 2018] daripada http://graphics.eiu.com/files/ad_pdfs/2007Ereadiness_Ranking_WP.pdf
- Economist Intelligence Unit. (2009). *E-Readiness rankings 2009: The Usage Imperative*. [Online, 28 Mac 2013] daripada <http://graphics.eiu.com/pdf/E-readiness%20rankings.pdf>
- Fillis, I., Johansson, U. and Wagner, B. (2003). A Conceptualization of the Opportunities and Barriers to E-business Development in the Smaller Firm. *Journal of Small Businesses and Enterprise Development*. Vol. 10, No.3, pp. 336-344.
- Fraser, J., Fraser, N., and McDonald, F. (2000). The Strategic Challenge of Electronic Commerce. *Supply Chain Management: An International Journal*. Vol. 5, No.1, pp. 7-14.
- Gabauer, J., and Segev, A. (2001). *Changing Shape of Supply Chain – How the Internet Could Lead to a More Integrated procurement function*. [online, 2 Mei 2013] daripada <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.25.2702&rep=rep1&type=pdf>
- Getranked. (2012). *E-Commerce in Malaysia*. [Online, 12 Mac 2013] daripada <http://www.getranked.com.my/e-commerce/e-commerce-in-malaysia.html>
- Ghulam Muhammad Kundi., and Dr. Bahadar Shah. (2007). Ebusiness in Pakistan: Opportunities and Threats. *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 12, No. 3, pp. 1-23.
- Grandon, E.E., and Pearson, J.M. (2004). Electronic Commerce Adoption: An Empirical Study of Small and Medium US Businesses. *Information & Management*. Vol. 42, pp. 197-216.
- Mccloskey, D. (2004). Evaluating Electronic Commerce Acceptance with the Technology Acceptance Model. *The Journal of Computer Information Systems*. Vol. 44, No. 2, pp. 49-57.
- MyMetro. (21 Disember 2012). *PKS Tunjang Ekonomi*. [Online, 15 Mac 2013] daripada http://www.hmetro.com.my/myMetro/articles/PKStunjangekonomi/Article/index_html

- Haynes, P.J., Becherer, R.C., and Helms, M.M. (1998). Small and Mid-Sized Business and Internet Use: Unrealized Potential?. *Internet Research: Electronic Networking Application and Policy*. Vol. 8, No. 3, pp. 229-235.
- Husnayati Hussin., and Rafidah Mohamad Noor. (2005). Innovating Business Through E-commerce: Exploring the Willingness of Malaysian SMEs. *The Second International Conference on Innovations in IT (IIT'05)*.
- Husnayati Hussin., Rafidah Mohd Nor., and Mohd Adam Suhaimi. (2008). Perceived Attributes of E-Commerce and the Adoption Decision: The Case of Malaysian SMEs. *Jurnal Teknologi Maklumat & Multimedia*. Vol. 5, pp. 107-125.
- Hong, P.T.T., and Giang, N.B. (2004). Determinants of E-Commerce Adoption in SMEs. *The Fourth International Conference on Electronic Business (ICEB 2004)*, Beijing.
- Iacovou, C., Benbasat, I., and Dexter, A.S. (1995). Electronic Data Interchange and Small Organizations: Adoption and Impact of Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 19, No. 4, pp. 465-485.
- Internet World Stats. (2013). *World Internet Usage and Population Statistics June 30, 2012*. [Online, 5 Mac 2013], daripada <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>
- Jabatan Penerangan Malaysia. (2013-a). *Perdagangan dan E-Dagang*. [Online, 5 Mac 2013], daripada <http://pmr.penerangan.gov.my/index.php/umum/1170-perdagangan-dan-e-dagang.html>
- Jabatan Penerangan Malaysia (2013-b). *Internet, Sejarah dan faedahnya*. [online, 2 April 2013] daripada <http://pmr.penerangan.gov.my/index.php/component/content/article/34-megabait/6741-internet-sejarah-dan-feadahnya.html>
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2012-a). *Banci Ekonomi 2011 Profil Perusahaan Kecil dan Sederhana*. [Online, 15 Mac 2013] daripada http://www.statistics.gov.my/portal/download_Others/files/PKS/BE2011-Profil_Perusahaan_Kecil_Sederhana.pdf
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2012-b). *Sidang Media Laporan Banci Perusahaan Kecil dan Sederhana 2011*. [Online, 10 Mac 2013] daripada http://www.statistics.gov.my/portal/images/stories/files/LatestReleases/BE/BM/BE2011_PKSBM.pdf
- Jagoda, K. (2010). The Use of Electronic Commerce by SMEs. *Entrepreneurial Practice Review*. Vol. 1, No. 3, pp. 36-47.

- Kalakota, R., and Whinston, A. (1997). *Electronic Commerce; A Manager's Guide*. Addison-Wesley, Reading, MA.
- Kamaruzaman, K., and Handrich, Y. M. (2010). E-commerce adoption in Malaysia: Trends, issues and opportunities. *ICT strategic review 2010/11 E-Commerce for Global Reach*. pp. 89-134.
- Kapurubandara, M. and Lawson, R. (2007). SMEs in Developing Countries Face Challenges in Adopting E-Commerce Technologies. *Inaugural IEEE International Conference on Digital Ecosystems and Technologies (IEEE DEST 2007)*.
- Kapurubandara, M. (2009). A framework to E-Transform SMEs in Developing Countries. *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*. Vol. 39, No. 3, pp 1-24.
- Kardaras, D. and Papathanassiou, E. (2000). The Development of B2C E-commerce in Greece: Current Situation and Future Potential. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*. Vol.10, No.4, pp. 284-294.
- Kartiwi, M., and MacGregor, R. C. (2007). Electronic Commerce Adoption Barriers in Small to Medium-Sized Enterprises (SMEs) In Developed and Developing Countries: A Cross-Country Comparison. *Journal of Electronic Commerce in Organization*. Vol. 5, No. 3, pp. 35-51.
- Khan, M.J., Dominic, P.D.D., Khan, A., and Naseebullah. (2010). *Adoption of E-Commerce in Malaysia and its Affect on the Business Performance: An Organizational Perspective*. [Online, 20 Mac 2013] daripada http://ieeexplore.ieee.org/xpls/abs_all.jsp?arnumber=5561340
- Kiong, L.V. (2004). *Analysis of the State of E-Commerce Adoption by the SMEs in Northern Malaysia and Factors that Might Hinder its Adoption: An Empirical Study* (Doctoral Dissertation). University of South Australia, Australia.
- Kuan, K.K.Y., and Chau, P.Y.K. (2001). A Perception-Based Model for EDI Adoption in Small Business Using A Technology-Organization-Environment Framework. *Information & Management*. Vol. 38, pp. 507-521.
- Kurnia, S., Alzougool, B., Ali, M., and Alhashmi S.M. (2009). Adoption of Electronic Commerce Technologies by SMEs in Malaysia. *Proceeding of the 42nd Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii.
- Krill, J. (2013). *Statistics and Facts About Online Shopping*. [Online, 18 April 2013] daripada <http://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>
- Laudon, K.C., and Travers, C.G. (2002). *E-Commerce : Business, Technology, Society*. International Edition. Boston, Massachusetts: Addison Wesley.

- Lawson, R., Alcock, C., Cooper, J., and Burgess, L. (2003). Factors Affecting Adoption of Electronic Commerce Technologies by SMEs: An Australian Study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 10, No. 3, pp. 265-276.
- Leary, M.R. (2004). *Introduction To Behavioral Research Methods (4th ed)*. Boston: Pearson Education.
- Love, P.E.D., Irani, Z., Li, H., Cheng, E.W.L., and Tse, R.Y.C. (2001). An Empirical Analysis of the Barriers to Implementing E-Ecommerce in Small-Medium Sized Construction Contractors in the State of Victoria, Australia. *Construction Innovation: Information, Process, Management*. Vol. 1, pp. 31-41.
- Majlis Pembangunan PKS Kebangsaan. (2011). *Laporan Tahunan PKS 2010/11*. [Online, 20 Mac 2013] daripada http://www.smecorp.gov.my/vn2/sites/default/files/section2_0_3.pdf
- Majlis Pembangunan PKS Kebangsaan. (2012). *Laporan Tahunan PKS 2011/12*. [Online, 20 Mac 2013] daripada <http://www.smecorp.gov.my/vn2/node/129?language=ms>
- Mahamud Bin Ariffin. (2003). *The Acceptance of E-Commerce Among SMEs Entrepreneurs in Northern Area of Kedah Darul Aman State* (Master Thesis). Universiti Utara Malaysia, Malaysia.
- Maryeni, Y.Y., Govindaraju, R., Prihartono, B., and Sudirman, I. (2012). Technological and Organizational Factors Influencing the E-Commerce Adoption by Indonesia SMEs. *Proceeding of the 2012 IEEE ICMIT*.
- Malhotra N. K. (2007). *Marketing Research: An Applied Orientation*. 5th. New Jersey: Pearson/Prentice Hall.
- Mehrtens, J., Cragg, P.B., and Mills, A.M. (2001). A Model of Internet Adoption by SMEs. *Information & Management*. Vol. 39, pp. 165-176.
- Millward, S. (2013). *By 2016, China Will Have 423 Million E-Commerce Shoppers Spending \$457 Billion [INFOGRAPHIC]*. [Online, 18 April 2013] daripada <http://www.techinasia.com/china-ecommerce-shoppers-in-2016/>
- Mohd Fauzi Mohd Jani., and Syed Syah Alam. (2010). *Barriers of Innovation of Food Processing SMIS in Malaysia: An Empirical Study*. pp. 725-734.
- Mohd Khairuddin Hashim., dan Syed Azizi Wafa. (2002). *SME in Malaysia: Development Issues*. Kuala Lumpur: Prentice Hall.

- Mohd Khairuddin Hashim. (2004). *Business Practices in Malaysia Small and Medium-Sized Enterprises*. Sintok:Universiti Utara Malaysia.
- Mohd Rizaimy Shaharudin., Maznah Wan Omar., Shamsul Jamel Elias., Mahazir Ismail., Siti Meriam Ali., and Mohd Ikhmal Fadzil. (2012). Determinants of Electronic Commerce Adoption in Malaysia SMEs' Furniture Industry. *African Journal of Business Management*, Vol. 6, No. 10, pp. 3648-3661.
- Mohd Zaky Zainuddin. (1 Oktober 2012). *RM2.25b Tingkatkan Pertumbuhan PKS*. [Online, 13 Mac 2013] daripada http://www.bharian.com.my/articles/RM2_25btingkatkanpertumbuhanPKS/Article/
- Munirah Binti Khamaruddin. (2003). *Penerimaan Pengguna Terhadap E-Dagang: Kajian Kes Di Universiti Utara Malaysia, Sintok* (Master Project). Universiti Utara Malaysia, Malaysia.
- Nejadirani, F., Rajabzadeh, A., Behraves, M., and Karegar, N. (2011). E-Commerce in Developing Countries Readiness for SMES. *International Conference On Management (ICM 2011) Proceeding*.
- Norfaezah Binti Abd. Halim. (2010). *Sejarah Internet Malaysia*. [Online, 12 Mac 2013] daripada <http://ptmk.ump.edu.my/index.php/artikel/69-telekomunikasi/198-sejarah-internet-malaysia.html>
- Norizan Sharif. (1 September 2012). *Transformasi Ekonomi Bumiputera*. [Online, 15 Mac 2013] daripada http://www.utusan.com.my/utusan/Rencana/20120901/re_01/Transformasi-ekonomi-bumiputera
- O'Daniel, T. (2000). *Electronic Commerce: Management, Economics, Marketing and Technology*. Pelanduk Publication.
- Poon, S. and Swatman, P. M. C. (1997). Small business use of the Internet. *International Marketing Review*. Vol. 14, No. 5, pp. 385-402.
- Qfinance. (2013). *E-Commerce Major Industry Trend*. [Online, 28 Mac 2013] daripada <http://www.qfinance.com/contentFiles/QF01/hjfwf65d/13/0/e-commerce.pdf>
- Rancangan Malaysia Ke-7. [Online, 12 Mac 2013] Daripada <http://www.pmo.gov.my/dokumenattached/RMK/RM7.pdf>
- Rancangan Malaysia Ke-8. [Online, 12 Mac 2013] Daripada <http://www.pmo.gov.my/dokumenattached/RMK/RM8.pdf>

- Rao, S.S., Metts, G., and Monge, C.A.M. (2003). Electronic Commerce Development in Small and Medium Sized Enterprises- A Stage Model and its Implications. *Business Process Management Journal*. Vol. 9, No.1, pp.11-32.
- Rashid, M.A., and Al-Qirim, N.A. (2001). E-commerce Technology Adoption Framework by New Zealand Small to Medium Size Enterprises. *Research Letters in the Information Mathematical Science*. Vol. 2, No. 1, pp. 63-70.
- Republic of Mauritius. (2013). *SME Definition Worldwide*. [Online, 23 April 2013] daripada <http://www.gov.mu/portal/sites/smeportal/students/defiworld.htm>
- Rosli Mohamad., and Noor Azizi Ismail. (2009). Electronic Commerce Adoption in SME: The Trend of Prior Studies. *Journal of Internet Banking and Commerce*. Vol. 14, No. 2, pp. 1-16.
- Sajap Maswan (Dr). (2005). *Perkembangan Internet dan Kesannya Di Dalam Sistem Pendidikan Di Malaysia*. [Online, 25 April 2013] daripada <http://www.sajadstudio.info/artikal/perkemb%20inter.pdf>
- Scull, C., Milewski, A., and Millen, D. (1999). *Envisioning The Web: User Expectations About The Cyber-Experience, ASIS '99. Proceedings of the 62nd ASIS Annual Meeting*, Vol. 36, pp. 17-24.
- Schlemmer, F., and Webb, B. (2009). The Internet as a Complementary Resource for SMEs: The Interaction Effect of Strategic Assets and the Internet. *International Journal of E-Business Research*, Vol. 5, No. 1, pp. 1-24.
- Schnarr, B. (2012). *The History of Web Hosting-A Galactic Network*. [Online, 12 Mac 2013] daripada <http://www.thehistoryof.net/history-of-web-hosting.html>
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2009). *Research Methods for Business - A Skill Building Approach*, 5th Edition, John Wiley & Sons, Inc.
- Senarathna, R.P.I.R., and Wickramasuriya, H.V.A. (2011). Organizational Factor Affecting E-Commerce Adoption in Small and Medium-Sized Enterprises. *Tropical Agricultural Research*. Vol. 22, No. 2, pp. 204-210.
- Sin, T.K. (2009). *An Empirical Study of Internet-Based ICT Adoption Among SMEs in Southern Malaysia* (Doctoral Thesis). Multimedia University Malaysia, Malaysia.
- SME Corp. Malaysia. (2013). Diakses melalui <http://www.smecorp.gov.my/vn2/>

- Statista. (2013). *Global E-Commerce Sales Volume From 2010 to 2013 (In Billion U.S. Dollars)*. [Online, 15 April 2013] daripada <http://www.statista.com/statistics/222128/global-e-commerce-sales-volume-forecast/>
- Stockdale, R., and Standing, C. (2004). Benefits and Barriers of Electronic Marketplace Participation: An SME Perspective. *Journal of Enterprise Information Management*. Vol. 17, No. 4, pp. 301-311.
- Sutanonpaiboon, J., and Pearson, A.M. (2006). E-Commerce Adoption: Perception of Manager/Owners of Small-and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Thailand. *Journal of Internet Commerce*. Vol. 5, No. 3, pp. 53-82.
- Syed Shah Alam., Ali Khatibi., Hishamuddin Bin Ismail., and Ismail Ahmad. (2005). Perceived Benefits of E-Commerce Adoption in the Electronic Manufacturing Companies in Malaysia. *Journal of Social Sciences*. Vol. 1, No. 3, pp. 188-193.
- Syed Shah Alam. (2009). Adoption of Internet in Malaysian SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 19, No. 2, pp. 240-255.
- Syed Shah Alam., Nor Asiah Omar., Nik Mohd Hazrul Nik Hisham. (2011). Applying the Theory of Perceived Characteristics of Innovating (PCI) on ICT Adoption in the SMEs in Malaysia. *Journal of Applied Sciences Research*, Vol. 7, No. 8, pp. 8-17.
- Tan, K.S., Chong, S.C., Lin, B., and Eze, U.C. (2009). Internet-Based ICT Adoption: Evidence from Malaysian SMEs. *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 109, No. 2, pp. 224-244.
- Tan, K.S., Chong, S.C., Lin, B., and Eze, U.C. (2010). Internet-Based ICT Adoption Among SMEs Demographic Versus Benefit, Barriers, and Adoption Intention. *Journal of Enterprise Information Management*. Vol. 23, No. 1, pp. 27-55.
- Teratak PKS. (24 Jun 2012). *Berita PKS Perlu Hayati Hasrat Kerajaan Bangunkan Kecemerlangan Ekonomi - Ahmad Said*. [Online, 13 Mac 2013] daripada <http://smeshack.bernama.com/newsBm.php?id=675462>
- Turban, E., McKay, J., Marshall, P., Lee, J., and King, D. (2000). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. [Online, 15 Mac 2013] daripada <http://www.prenhall.com/divisions/bp/app/turban/cw/ppt/>
- Turban, E., McLean, E. and Wetherbe, J. (2001). *Information Technology for Management: Making Connections for Strategic Advantages*. USA: John Wiley & Sons, Inc.

- Turban, E., King, D., McKay, J., Marshall, P., Lee, J., and Viehland, D. (2008). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Utusan Online. (27 Mac 2010). *MEB Beri Tumpuan Kepada PKS - Mustapa Mohamed*. [Online, 2 Mac 2013] daripada http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2010&dt=0327&pub=Utusan_Malaysia&sec=Terkini&pg=bt_19.htm
- Utusan Online. (18 Julai 2012). *Malaysia Di jangka Catat Transaksi E-Dagang RM 1.9B*. [Online, 2 April 2013] daripada http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2012&dt=0718&pub=Utusan_Malaysia&sec=Ekonomi&pg=ek_02.htm
- Voges, K.E., and Pulakanam, V. (2010). *Factor Influencing Internet Adoption by Small and Medium Size Retail Enterprise in New Zealand*. [Online, 18 Februari 2013] daripada <http://www.wbiconpro.com/6.%20Voges-NZ.pdf>
- Ward, S. (2013). *SME*. [Online 28 April 2013] daripada <http://sbinfocanada.about.com/od/businessinfo/g/SME.htm>
- Yayasan Kepimpinan dan Strategi Malaysia. (2012). *Cabaran IKS – Anjakan Set Minda*. [Online, 7 Februari 2013] daripada <http://yksm.com.my/web/2012/02/24/cabaran-iks/>
- Yuvarani, R., dan Direktori, M.P. (2013). *Peranan Kerajaan Dalam Pembangunan Usahawan*. [Online, 3 Februari 2013], daripada <http://my.ixarticle.com/articles/610659/>
- Zeinab Mohamed El Gawady (Dr). (2005). *The Impact of E-Commerce on Development and Developing Countries Case Study: Egypt and United States*. [Online, 24 April 2013] daripada http://www.must.edu.eg/Publications/Businees_Res5.pdf
- Ziad Hunaiti., Ra'ed (Moh'd Taisir) Masa'deh., Mohammed Mansour., and Ahmad Al-Nawafleh. (2009). Electronic Commerce Adoption Barriers in Small and Medium-Sized Enterprise (SMEs) in Developing Countries: The Case of Libya. *IBIMA Business Review*, Vol. 2, pp. 37-45.
- Zikmund, W.G., Babin, B.J., Carr, J.C., and Griffin, Mitch. (2013). *Business Research Method*. 9th Edition. South-Western, Cengage Learning.