



INTERNATIONAL JOURNAL
OF ENTREPRENEURSHIP AND
MANAGEMENT PRACTICES
(IJEMP)

www.gaexcellence.com/ijemp



**TIKTOK SEBAGAI PEMANGKIN EKONOMI PELAJAR
ASNAF:
KE ARAH PENDIGITALAN USAHAWAN MUDA**

*TIKTOK AS A CATALYST FOR ECONOMIC EMPOWERMENT OF ASNAF
STUDENTS: A PATHWAY TOWARD THE DIGITAL TRANSFORMATION OF
YOUNG ENTREPRENEURS*

Afifah Azmi¹, Kasmawati Zakaria^{2*}, Adi Syahid Mohd Ali³, Puteri Faida Alya Zainuddin⁴,
Raisa Rastom⁵, Nurul Shahidah Ahmad Nasir⁶

¹Akademi Pengajian Bahasa, Univeriti Teknologi MARA, Kampus Arau, Perlis, Malaysia



afifah169@uitm.edu.my



<https://orcid.org/0009-0009-5180-1733>

²Akademi Pengajian Bahasa, Univeriti Teknologi MARA, Kampus Arau, Perlis, Malaysia



kasmawatizakaria@uitm.edu.my



<https://orcid.org/0009-0003-3094-2744>

³Pusat Pengajian Kerajaan, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah, Malaysia



adisyahid@uum.edu.my



<https://orcid.org/0000-0002-9312-658X>

⁴ Fakulti Sains Komputer dan Matematik, Universiti Teknologi MARA, Kampus Rembau, Negeri Sembilan, Malaysia



puterifaida@uitm.edu.my



<https://orcid.org/0009-0002-3054-8651>

⁵Akademi Pengajian Bahasa, Univeriti Teknologi MARA, Kampus Arau, Perlis, Malaysia



raisa@uitm.edu.my



<https://orcid.org/0009-0005-0485-4606>

⁶Pusat Pengajian Pengurusan Teknologi dan Logistik, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah, Malaysia



nurul_shahidah3@oyagsb.uum.edu.my



<https://orcid.org/0009-0006-7720-2331>

*Corresponding Author

Article Info:

Article history:

Received date: 30.03.2026

Revised date: 14.04.2026

Accepted date: 17.05.2026

Published date: 03.06.2026

Abstrak:

Transformasi digital telah membuka ruang baharu dalam keusahawanan, khususnya melalui penggunaan platform media sosial seperti TikTok. Golongan pelajar asnaf di UiTM Perlis berpotensi besar untuk memanfaatkan medium ini sebagai sumber penjanaan ekonomi serta sebagai langkah awal ke arah pendigitalan usahawan muda. Kertas konsep ini membincangkan peranan platform ini sebagai pemangkin

To cite this document:

Azmi, A., Zakaria, K., Ali, A. S. M., Zainuddin, P. F. A., Rastom, R., Nasir, N. S. A. (2026). TikTok Sebagai Pemangkin Ekonomi Pelajar Asnaf: Ke Arah Pendigitalan Usahawan Muda. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 9(34), 133-145.

ekonomi bagi pelajar asnaf di UiTM Perlis dengan memberi tumpuan kepada peluang, cabaran dan strategi yang boleh digunakan untuk meningkatkan keterlibatan mereka dalam ekosistem digital. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif berasaskan analisis dokumen, merangkumi laporan rasmi, artikel akademik dan sumber berkaitan media sosial serta keusahawanan digital. Dapatan yang dijangka ialah penggunaan TikTok bukan sahaja dapat meningkatkan kemahiran keusahawanan digital dalam kalangan pelajar asnaf di UiTM Perlis, malah turut membina keyakinan diri, jaringan sosial serta daya saing mereka di pasaran. Secara keseluruhan, kertas konsep ini menekankan potensi media sosial tersebut sebagai medium strategik dalam melahirkan generasi usahawan muda berdaya saing dan berdaya tahan dalam ekonomi digital semasa.

DOI: 10.35631/IJEMP.934009

Kata Kunci:

Ekonomi Digital, Keusahawanan, Pelajar Asnaf Di UiTM Perlis, Pendigitalan, TikTok

Abstract:

Digital transformation has opened new avenues in entrepreneurship, particularly through the use of social media platforms such as TikTok. *Asnaf* students (underprivileged students eligible for zakat) at UiTM Perlis possess significant potential to leverage this medium as a source of economic generation and as an initial step toward the digitalization of young entrepreneurs. This concept paper discusses the role of this platform as an economic catalyst for *asnaf* students at UiTM Perlis, focusing on the opportunities, challenges and strategies that can be employed to enhance their engagement within the digital ecosystem. This study utilizes a qualitative approach based on document analysis, encompassing official reports, academic articles and sources related to social media and digital entrepreneurship. The expected findings suggest that the use of TikTok not only enhances digital entrepreneurship skills among *asnaf* students at UiTM Perlis but also builds self-confidence, social networks, and market competitiveness. Overall, this concept paper emphasizes the potential of media social as a strategic medium in producing a generation of young entrepreneurs who are competitive and resilient in the current digital economy.

Keyword:

Asnaf Students at UiTM Perlis, Digital Economy, Digitalization, Entrepreneurship, TikTok.



© The authors (2026). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. For commercial re-use, please contact ijemp@gaexcellence.com

Pengenalan

Dalam era digital masa kini, platform media sosial bukan sahaja berfungsi sebagai medium komunikasi, bahkan telah berkembang menjadi ruang keusahawanan yang berpotensi besar. Antara platform yang mendapat perhatian ialah TikTok, yang pada awalnya terkenal sebagai aplikasi hiburan, namun kini telah berevolusi menjadi medium pemasaran dan penjualan

pendapatan (Abidin & Rahim, 2022). Fenomena ini membuktikan bahawa pendigitalan mampu membuka peluang ekonomi baharu, terutamanya kepada golongan belia termasuk pelajar institusi pengajian tinggi.

Bagi pelajar asnaf, cabaran ekonomi yang dihadapi sering kali menjadi penghalang untuk melibatkan diri dalam bidang keusahawanan konvensional yang memerlukan modal besar. Namun, dengan kemunculan platform seperti TikTok, halangan tersebut dapat diminimumkan kerana ia menyediakan ruang pemasaran digital yang murah, mudah diakses dan mesra pengguna (Muda & Hamzah, 2021). Tambahan pula, pelajar asnaf di institusi seperti UiTM Perlis mempunyai potensi besar untuk memanfaatkan teknologi ini kerana mereka bukan sahaja celik digital, malah sudah terbiasa dengan penggunaan media sosial dalam kehidupan seharian.

Dalam konteks Malaysia, literatur menunjukkan peningkatan minat pelajar universiti untuk menjadikan media sosial sebagai ruang keusahawanan alternatif. Kajian oleh Hassan et al. (2021) mendapati bahawa penggunaan media sosial memberi kesan positif terhadap perkembangan kemahiran komunikasi, pemasaran dan jaringan sosial dalam kalangan pelajar. Hal ini bertepatan dengan aspirasi kerajaan melalui Pelan Induk Ekonomi Digital Malaysia (MyDIGITAL) yang menekankan penglibatan belia dalam ekonomi digital sebagai satu langkah strategik ke arah kemampunan sosioekonomi (Unit Perancang Ekonomi, Jabatan Perdana Menteri, 2021).

Justeru, kertas konsep ini bertujuan untuk meninjau peranan TikTok sebagai pemangkin ekonomi dalam kalangan pelajar asnaf di UiTM Perlis. Kajian ini memberi tumpuan kepada analisis dokumen berkaitan dasar, laporan dan penulisan akademik yang membincangkan isu ekonomi digital, keusahawanan belia dan penglibatan asnaf dalam pendidikan tinggi. Pendekatan ini diharap dapat membuka ruang pemahaman baharu tentang bagaimana platform digital seperti TikTok boleh menjadi inisiatif awal ke arah pendigitalan usahawan muda dalam kalangan pelajar asnaf.

Pernyataan Masalah

Golongan pelajar asnaf di institusi pengajian tinggi sering berhadapan dengan cabaran kewangan yang boleh menjejaskan proses pembelajaran mereka. Bantuan zakat dan biasiswa merupakan sumber utama yang membantu kelangsungan kehidupan mereka, namun realitinya sokongan tersebut tidak selalu mencukupi untuk menampung kos sara hidup yang semakin meningkat (Aziz et al., 2020). Situasi ini menuntut usaha tambahan bagi pelajar asnaf untuk mencari alternatif menjana pendapatan tanpa menjejaskan komitmen akademik.

Dalam konteks ini, media sosial seperti TikTok dilihat berpotensi menjadi platform keusahawanan digital yang mampu membuka peluang kepada pelajar asnaf untuk menambah pendapatan. Walau bagaimanapun, kajian empirikal yang meneliti penggunaan media sosial tersebut dalam kalangan pelajar asnaf di institusi pengajian tinggi khususnya di UiTM Perlis masih terhad, sedangkan isu ini penting bagi memahami peranan ekonomi digital dalam memperkasakan komuniti asnaf. Selain itu, masih terdapat kekangan dari segi pengetahuan, kemahiran dan kesedaran pelajar tentang bagaimana TikTok boleh digunakan sebagai medium pemasaran serta strategi membina jenama perniagaan (Abidin & Rahim, 2022).

Tambahan pula, analisis literatur sedia ada lebih banyak menekankan kepada keusahawanan pelajar secara umum, tanpa memberi fokus kepada kumpulan pelajar asnaf yang mempunyai cabaran sosioekonomi tersendiri (Muda & Hamzah, 2021). Kekosongan dalam penyelidikan ini menimbulkan persoalan tentang sejauh mana TikTok dapat berfungsi sebagai pemangkin ekonomi untuk golongan pelajar asnaf dan apakah bentuk strategi yang sesuai untuk memastikan potensi ini dimanfaatkan secara optimum.

Sehubungan itu, kertas konsep ini cuba menjawab persoalan tersebut dengan meneliti dokumen-dokumen berkaitan ekonomi digital, pendidikan tinggi dan keusahawanan pelajar. Tumpuan diberikan kepada konteks pelajar asnaf di UiTM Perlis sebagai kajian kes awal, dengan harapan ia dapat memberi sumbangan kepada perbincangan tentang pendigitalan usahawan muda dalam kalangan komuniti asnaf di Malaysia.

Objektif Kajian

Mengenal pasti peranan dan strategi TikTok sebagai platform keusahawanan digital pelajar asnaf di UiTM Perlis.

Menilai implikasi penjanaan ekonomi pelajar asnaf di UiTM Perlis melalui platform TikTok.

Kajian Kepustakaan

Bahagian kajian kepustakaan ini membincangkan tiga aspek utama berkaitan penggunaan TikTok dalam konteks keusahawanan digital pelajar asnaf, iaitu peranan TikTok dalam keusahawanan digital, implikasi penggunaan TikTok terhadap pembangunan ekonomi dan kemahiran digital serta strategi penggunaan TikTok Dan nilai keusahawanan Islam..

Peranan TikTok dalam Keusahawanan Digital

TikTok telah menjadi platform yang signifikan dalam mempromosikan produk dan perkhidmatan, terutamanya bagi usahawan muda. Melalui ciri seperti TikTok Shop, platform ini membantu usahawan mikro, kecil dan sederhana (MSMEs) di ASEAN, termasuk Malaysia, dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperluas pasaran mereka melalui pemasaran digital yang lebih kreatif dan interaktif (Newsroom TikTok, 2023; ASEAN-BAC Malaysia, 2025; Bernama, 2024).

Selain itu, pelbagai inisiatif turut dilaksanakan bagi memperkasa golongan asnaf dalam bidang keusahawanan digital. Antaranya ialah program "Jana Ekonomi Digital Asnaf" (JEDA) yang memberi pendedahan kepada usahawan asnaf berkaitan aktiviti keusahawanan, latihan pemasaran digital dan pemantauan perniagaan secara berfasa selama enam bulan. Program ini membantu peserta memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan pendapatan dan mencapai pelanggan yang lebih luas (Newsroom TikTok, 2023).

Implikasi terhadap Pembangunan Ekonomi dan Kemahiran Digital

Penggunaan TikTok memberi impak positif terhadap pembangunan ekonomi pelajar asnaf dengan meningkatkan kemahiran digital mereka. Kajian oleh Afandi dan Najahudin (2022) menunjukkan bahawa strategi pemasaran digital melalui media sosial, termasuk TikTok, dapat meningkatkan akses pasaran, kecekapan operasi dan kelestarian kewangan bagi usahawan asnaf.

Dalam konteks pendidikan digital pula, TikTok Malaysia telah melaksanakan inisiatif “*Surf’s Up*” yang melibatkan pelajar universiti sebagai “*Deputy of Digital Literacy*”. Program ini bertujuan meningkatkan kesedaran berkaitan keselamatan internet dan penggunaan media sosial secara bertanggungjawab. Inisiatif tersebut secara tidak langsung membantu pelajar membina literasi digital, kemahiran komunikasi serta kesedaran terhadap etika penggunaan platform digital (Newsroom TikTok, 2024).

Strategi Penggunaan TikTok dan Nilai Keusahawanan Islam

Strategi penggunaan TikTok yang berkesan dapat membawa implikasi positif bagi pelajar asnaf dari segi peningkatan ekonomi dan kesedaran nilai Islam dalam keusahawanan. Menurut kajian oleh Harun et al. (2024), teknologi digital, termasuk TikTok, mempengaruhi model inovasi perniagaan dalam kalangan usahawan asnaf di Malaysia, dengan menekankan nilai-nilai Islam dalam amalan perniagaan mereka.

Selain itu, kajian oleh Meerangani et al. (2023) turut menekankan bahawa platform digital berpotensi memperkasakan usahawan zakat asnaf melalui peningkatan literasi media dan kemahiran digital. Kajian tersebut mengenal pasti beberapa pendekatan utama seperti akses pasaran yang lebih luas, latihan digital dan sokongan kewangan sebagai faktor yang membantu meningkatkan daya saing usahawan asnaf dalam era ekonomi digital.

Metodologi Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbentuk analisis dokumen bagi meneliti penggunaan TikTok dalam kalangan pelajar asnaf, khususnya dari aspek keusahawanan digital, pembangunan kemahiran dan implikasi sosial. Pendekatan kualitatif dipilih kerana ia membolehkan penyelidik memahami fenomena penggunaan media sosial secara mendalam melalui penelitian terhadap sumber-sumber bertulis dan kandungan digital yang berkaitan.

Fokus kajian tertumpu kepada analisis terhadap strategi penggunaan TikTok serta implikasinya terhadap pembangunan ekonomi, kemahiran digital dan nilai keusahawanan dalam kalangan pelajar asnaf di UiTM Perlis.

Sumber Data

Data kajian diperoleh melalui analisis dokumen daripada pelbagai sumber sekunder yang berkaitan dengan penggunaan TikTok dan keusahawanan digital. Antara sumber yang digunakan termasuk laporan akademik, artikel jurnal, artikel media arus perdana dan dokumen berkaitan pembangunan usahawan asnaf serta ekonomi digital.

Selain itu, kajian turut menggunakan pemerhatian tidak formal terhadap kandungan TikTok yang berkaitan dengan aktiviti keusahawanan dan pemasaran digital. Pemerhatian ini melibatkan aspek seperti bentuk kandungan, strategi penyampaian, interaksi pengguna dan pendekatan promosi yang digunakan dalam platform tersebut. Pemerhatian dilakukan bagi menyokong dan memperkuat dapatan daripada analisis dokumen.

Kaedah Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan kaedah analisis tematik. Melalui kaedah ini, data diteliti, dikategorikan dan disusun mengikut tema-tema utama yang berkaitan dengan objektif kajian. Antara tema yang dikenal pasti termasuk strategi penggunaan TikTok, pembangunan ekonomi, peningkatan kemahiran digital, pembangunan usahawan muda dan penerapan nilai etika dalam keusahawanan digital. Seterusnya, tema-tema tersebut disintesiskan dalam bentuk huraian naratif dan jadual ringkasan bagi memudahkan pemahaman tentang peranan TikTok sebagai medium yang berpotensi memperkasa pelajar asnaf dalam bidang keusahawanan digital.

Populasi Kajian

Kajian ini memfokuskan kepada pelajar asnaf di UiTM Perlis yang menggunakan atau berpotensi menggunakan TikTok untuk tujuan keusahawanan. Pemilihan subjek kajian dilakukan berdasarkan kriteria keaktifan mereka dalam media sosial atau penglibatan awal dalam keusahawanan digital. Walau bagaimanapun, kajian ini tidak melibatkan pengumpulan data lapangan seperti temu bual atau soal selidik, sebaliknya tertumpu kepada analisis sumber sekunder dan pemerhatian terhadap kandungan digital yang berkaitan.

Etika Kajian

Semua dokumen yang dianalisis adalah sumber awam atau diperoleh dengan kebenaran. Identiti pelajar yang diperhatikan tidak didedahkan, dan pemerhatian dilakukan secara tidak formal serta bersifat deskriptif sahaja. Dengan pendekatan ini, kajian dapat mengekalkan etika penyelidikan yang tinggi tanpa menjejaskan ketepatan dan keberkesanan analisis.

Peranan dan Strategi TikTok bagi Penjanaan Ekonomi Pelajar Asnaf di UiTM Perlis

TikTok merupakan platform digital yang memberi peluang besar kepada pelajar asnaf di UiTM Perlis untuk mengembangkan kemahiran keusahawanan, meningkatkan pendapatan, dan menyebarkan nilai etika melalui medium yang interaktif dan mudah diakses. Untuk memanfaatkan peranan platform ini secara optimum, pelajar dijangka menggunakan pelbagai strategi bersepadu yang mendukung aspirasi ekonomi dan pembangunan kemahiran digital.

Peranan TikTok bagi Penjanaan Ekonomi Pelajar Asnaf di UiTM Perlis

Berikut merupakan antara peranan TikTok yang dikenal pasti dalam membantu penjanaan ekonomi pelajar asnaf di UiTM Perlis.

Promosi Produk dan Perkhidmatan

TikTok membolehkan pelajar memperkenalkan produk dan perkhidmatan mereka melalui video pendek yang menarik, interaktif dan mudah dikongsi. Dengan penggunaan muzik, animasi dan visual yang kreatif, pelajar dapat menarik perhatian audiens secara lebih berkesan berbanding media tradisional. Fungsi ini membantu meningkatkan kesedaran pasaran terhadap produk, membina imej jenama serta membuka peluang jualan baru yang boleh menyumbang kepada peningkatan pendapatan (Meerangani et al., 2022)

Peningkatan Kemahiran Digital dan Pemasaran

Melalui penggunaan TikTok, pelajar dijangka memperoleh kemahiran praktikal dalam pengurusan akaun media sosial, penciptaan kandungan kreatif, pengiklanan digital serta analisis prestasi pemasaran. Pengalaman ini bukan sahaja memperkukuh kemahiran digital pelajar, tetapi juga menyediakan asas pengetahuan untuk membina strategi pemasaran yang lebih kompleks pada masa hadapan, menjadikan mereka lebih bersedia untuk menembusi pasaran digital (Norazman Harun et al., 2021).

Penyebaran Nilai Moral dan Etika

TikTok juga berperanan sebagai medium untuk menyebarkan nilai moral dan etika dalam aktiviti keusahawanan. Pelajar asnaf dijangka menekankan prinsip seperti amanah, kejujuran dan tanggungjawab sosial dalam semua interaksi perniagaan digital. Pendekatan ini bukan sahaja meningkatkan kredibiliti dan reputasi produk, tetapi juga memupuk nilai positif dalam kalangan pengikut dan pelanggan, seterusnya membentuk imej usahawan muda yang beretika (Siti Khalilah et al., 2022).

Pembangunan Aspirasi Keusahawanan Jangka Panjang

Pengalaman memasarkan produk di TikTok dijangka menyumbang kepada peningkatan keyakinan diri, kreativiti dan aspirasi pelajar untuk menjadi usahawan berdikari. Platform ini menyediakan ruang untuk pelajar mencuba pelbagai pendekatan, mengukur keberkesanan strategi mereka dan belajar daripada maklum balas audiens. Dengan cara ini, aplikasi berkenaan bukan sahaja berfungsi sebagai medium pemasaran, tetapi juga sebagai alat pembelajaran praktikal yang memperkukuh aspirasi keusahawanan jangka panjang (Sabrinah Adam et al., 2021; *Malay Mail*, 2023).

Strategi Pelajar dalam Memanfaatkan TikTok bagi Penjanaan Ekonomi Pelajar Asnaf

Berikut merupakan antara strategi yang digunakan oleh pelajar asnaf dalam memanfaatkan TikTok bagi tujuan penjanaan ekonomi.

Kandungan Kreatif dan *Storytelling*

Strategi ini melibatkan penciptaan video pendek yang bukan sahaja menarik secara visual tetapi juga mempunyai naratif yang jelas dan berkesan. *Storytelling* membantu audiens memahami kelebihan produk, cerita di sebalik usahawan serta nilai yang ditawarkan. Dengan pendekatan ini, pelajar dapat membina hubungan emosional dengan pengikut, meningkatkan tahap kepercayaan, dan mendorong pembelian secara lebih efektif (Meerangani et al., 2022; Shahrin et al., 2022).

Pemanfaatan *Trend* dan *Hashtag* Popular

Pelajar dijangka memanfaatkan *trend* semasa dan *hashtag* yang relevan untuk memperluas jangkauan kandungan mereka. Strategi ini membolehkan video pelajar muncul dalam carian popular dan menarik audiens baru yang mungkin menjadi pelanggan. Dengan menyesuaikan kandungan mereka mengikut *trend* semasa, pelajar dapat mengekalkan relevansi di platform,

meningkatkan *engagement* dan membina pengikut setia (Nur Farahin et al., 2022; Malay Mail, 2023).

Pengurusan Akaun Sistematis

Pengurusan akaun secara terancang termasuk menetapkan jadual *posting*, menganalisis prestasi video dan berinteraksi secara konsisten dengan pengikut. Strategi ini membantu pelajar memahami tingkah laku audiens, menilai keberkesanan kandungan dan membuat penambahbaikan berterusan. Selain itu, pengurusan yang sistematik meningkatkan profesionalisme pelajar sebagai usahawan digital dan memaksimumkan potensi platform dalam penjanaaan ekonomi (Sabrinah Adam et al., 2021).

Integrasi Nilai Islam dan Etika dalam Pemasaran

Strategi ini menekankan amalan nilai moral dalam setiap aspek pemasaran digital. Pelajar dijangka menonjolkan amanah, kejujuran dan tanggungjawab sosial dalam video, kapsyen dan interaksi dengan pelanggan. Pendekatan ini bukan sahaja meningkatkan kredibiliti perniagaan, tetapi juga membina reputasi positif sebagai usahawan muda beretika, seterusnya memberi impak jangka panjang terhadap kepercayaan pelanggan (Siti Khalilah et al., 2022).

Kesinambungan Strategi untuk Pengaruh Jangka Panjang

Strategi-strategi ini dijangka memberi kesan kumulatif terhadap pencapaian pelajar, termasuk peningkatan pendapatan, kemahiran digital, daya saing dan keyakinan untuk menceburi keusahawanan secara berdikari. Pelaksanaan berterusan dan konsisten membolehkan TikTok berfungsi bukan sahaja sebagai medium promosi, tetapi juga sebagai alat pembangunan kemahiran dan aspirasi keusahawanan yang berkesan (Meerangani et al., 2022; Sabrinah Adam et al., 2021). Kelima-lima strategi ini ditunjukkan dalam Rajah 1 di bawah.



Rajah 1: Strategi TikTok bagi Penjanaaan Ekonomi Pelajar Asnaf di UiTM Perlis

Implikasi Penjanaaan Ekonomi Pelajar Asnaf di UiTM Perlis melalui TikTok

Pelaksanaan penjanaaan ekonomi menggunakan TikTok dijangka memberi pelbagai implikasi positif kepada pelajar asnaf di UiTM Perlis, merangkumi aspek kemahiran digital,

pembangunan usahawan, sosial, dan nilai etika. Implikasi ini tidak hanya terhad kepada peningkatan pendapatan, tetapi juga menyumbang kepada pembangunan kapasiti pelajar secara holistik.

Peningkatan Kemahiran Digital

Penggunaan TikTok sebagai medium pemasaran dijangka membolehkan pelajar mengasah kemahiran digital seperti penciptaan kandungan, pengurusan akaun media sosial, analisis *engagement* dan pemahaman algoritma platform. Implikasi ini penting kerana kemahiran digital yang mantap menjadi asas untuk pelajar memanfaatkan peluang ekonomi lain dalam era digital (Nor Faiz Azizan & Mohammed Hardy Loh Rahim, 2021).

Pembangunan Usahawan Muda yang Berdaya Saing

Dengan penglibatan aktif di TikTok, pelajar dijangka membina kemahiran keusahawanan praktikal, meningkatkan keyakinan diri, kreativiti dan keupayaan merancang strategi pemasaran. Implikasi ini membolehkan pelajar bersaing dengan lebih berkesan di pasaran digital, memupuk aspirasi untuk menjadi usahawan berdikari serta menyumbang kepada pembentukan identiti usahawan muda yang proaktif (Meerangani et al., 2022; Sabrinah Adam et al., 2021).

Pembentukan Nilai Moral dan Etika

Aktiviti keusahawanan digital melalui TikTok memberi ruang kepada pelajar menyebarkan nilai etika dan prinsip Islam seperti amanah, kejujuran dan tanggungjawab sosial. Implikasi ini bukan sahaja meningkatkan kredibiliti perniagaan, tetapi juga menyokong pembentukan karakter pelajar sebagai individu yang beretika dan bertanggungjawab, seterusnya membina reputasi positif dalam kalangan pelanggan (Siti Khalilah et al., 2022).

Kesan Sosial dan Peningkatan Jaringan Komuniti

TikTok juga dijangka memberi impak sosial kerana interaksi dengan pengikut dan kolaborasi bersama usahawan lain membantu pelajar membina jaringan profesional. Implikasi ini memperluas peluang kerjasama, mentor dan sokongan sosial yang boleh menyokong pertumbuhan perniagaan jangka panjang (*Malay Mail*, 2023).

Impikasi Jangka Panjang terhadap Aspirasi Ekonomi

Aktiviti konsisten menggunakan TikTok dijangka mendorong pelajar untuk mengekalkan aspirasi keusahawanan jangka panjang, meningkatkan literasi digital dan membina daya saing ekonomi. Implikasi ini menyokong transformasi pelajar asnaf menjadi usahawan muda yang berdaya saing, berdikari dan beretika dalam menghadapi cabaran ekonomi moden (Norazman Harun et al., 2021; Meerangani et al., 2022). Rajah 2 di bawah menunjukkan implikasi penjana ekonomi pelajar asnaf melalui TikTok.



Rajah 2: Implikasi Penjanaan Ekonomi Pelajar Asnaf melalui TikTok

Kesimpulan

TikTok telah muncul sebagai platform yang berperanan penting dalam memperkasakan pelajar asnaf untuk menjana ekonomi secara kreatif dan berkesan, sekaligus membuka peluang untuk transformasi ke arah pendigitalan usahawan muda. Penglibatan aktif pelajar dalam media sosial tersebut membolehkan mereka meningkatkan kemahiran digital seperti pembuatan kandungan, penyuntingan video, pemasaran dalam talian dan pengurusan platform media sosial dengan lebih profesional. Kemahiran ini bukan sahaja memberi kelebihan dalam konteks ekonomi jangka pendek, tetapi juga menyediakan asas yang kukuh untuk pembangunan kompetensi usahawan muda yang berdaya saing dalam era digital.

Selain daripada aspek teknikal, TikTok turut menyumbang kepada pembentukan nilai moral dan etika dalam kalangan pelajar. Pelajar diajar untuk mengurus perniagaan dengan tanggungjawab, disiplin serta mengutamakan kejujuran dan integriti dalam setiap transaksi. Nilai-nilai ini penting bagi membina usahawan yang bukan sahaja cekap dari segi ekonomi tetapi juga beretika dan bertanggungjawab terhadap komuniti.

Platform ini juga memberi ruang untuk memperluas jaringan sosial, membina kolaborasi dan meningkatkan sokongan komuniti. Interaksi sosial melalui aplikasi berkenaan membolehkan pelajar belajar daripada pengalaman rakan-rakan, menambah idea kreatif, serta membina kerjasama yang menguntungkan dari segi pemasaran dan penjenamaan produk. Dengan jaringan sosial yang kukuh, pelajar dapat mencapai lebih banyak peluang pemasaran dan membina asas hubungan yang menyokong perkembangan perniagaan mereka.

Dalam jangka panjang, penglibatan pelajar asnaf di TikTok membantu memperkukuh aspirasi ekonomi, memupuk sikap berdikari dan membina keyakinan dalam menghadapi cabaran

ekonomi masa depan. Platform ini bukan sahaja menjana pendapatan segera, tetapi juga menyediakan peta laluan yang jelas untuk pembangunan usahawan muda yang inovatif, berdaya saing, dan bersedia menghadapi persaingan global. Dengan gabungan kemahiran digital, kreativiti, nilai moral dan jaringan sosial yang kukuh, TikTok berpotensi berfungsi sebagai alat transformasi ekonomi yang signifikan bagi pelajar asnaf, memperkukuh asas mereka ke arah kejayaan usahawan muda di masa hadapan.

Penghargaan:	Penulis merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada Universiti Teknologi Mara Cawangan Perlis atas sokongan dan kemudahan yang diberikan sepanjang kajian ini dijalankan.
Penyataan Pembiayaan:	Kajian ini menerima sokongan kewangan daripada Dana Dalam Negeri (DDN)/ Fakulti (DDF)/ Jabatan (DDJ) di bawah Geran Inovatif Zakat (GIZA) 2024.
Pernyataan Konflik Kepentingan:	Penulis mengisytiharkan bahawa tiada konflik kepentingan berkaitan penerbitan kertas kerja ini. Semua penulis telah menyumbang kepada kajian ini dan telah meluluskan versi akhir manuskrip untuk penyerahan kepada International Journal of Entrepreneurship and Management Practices (IJEMP).
Pernyataan Etika:	Kajian ini tidak melibatkan sebarang responden manusia, haiwan, atau data sensitif yang memerlukan kelulusan etika. Penulis mengesahkan bahawa penyelidikan ini telah dijalankan selaras dengan prinsip integriti akademik dan piawaian etika penerbitan yang diterima umum.
Pernyataan Sumbangan Penulis:	Semua penulis telah menyumbang secara signifikan terhadap pembangunan manuskrip ini. Penulis pertama bertanggungjawab terhadap pengkonsepian kajian, penyediaan draf manuskrip dan pengolahan data awal. Penulis kedua berperanan sebagai penulis koresponden, mengendalikan komunikasi dengan pihak jurnal dan proses penyerahan manuskrip. Penulis ketiga dan keempat menyumbang kepada analisis data dan tafsiran dapatan kajian, manakala penulis kelima dan keenam bertanggungjawab terhadap semakan akhir manuskrip. Semua penulis telah membaca dan meluluskan versi akhir manuskrip sebelum penyerahan.

Rujukan

- Abidin, I. Z., & Rahim, H. L. (2022). Social media entrepreneurship: Exploring TikTok as a platform for youth entrepreneurs in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(1), 156-170.
- Afandi, M., & Najahudin, N. (2022). *Overview of digital marketing strategy among asnaf entrepreneurs in Malaysia*. Atlantis Press. <https://www.atlantispress.com/article/126015069.pdf>
- ASEAN-BAC Malaysia. (2025, April 9). *Empowering ASEAN micro, small and medium enterprises on TikTok Shop*. ASEAN Business Advisory Council Malaysia. <https://aseanbac.com.my/2025/04/09/empowering-asean-micro-small-and-medium-enterprises-on-tiktok-shop/>
- Aziz, N. A., Shahril, N., & Yusof, R. (2020). Financial challenges among zakat recipients in higher education: A case study in Malaysia. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 6(2), 77–88.
- Bernama. (2024, September 4). *TikTok Shop marks Merdeka with over 100,000 MSMEs trained through government partnerships in 2024*. *The Star*. <https://www.thestar.com.my/news/nation/2024/09/04/tiktok-shop-marks-merdeka-with-over-100000-msmes-trained-through-government-partnerships-in-2024>
- Harun, H., Rahman, F., & Aziz, N. (2024). *The relationship between digital technology and business innovation model among asnafpreneurs in Malaysia*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/379061420_The_Relationship_Between_Digital_Technology_and_Business_Innovation_Model_Among_Asnafpreneurs_in_Malaysia
- Hassan, N., Ibrahim, N., & Aziz, A. (2021). Social media and student entrepreneurship: A Malaysian perspective. *Journal of Education and Social Sciences*, 18(3), 23-35.
- Khairul Azhar Meerangani, Abdul Hamid, M. F., & Jofri, M. H. (2022). *Empowerment of Majlis Agama Islam Negeri Sembilan's Asnaf Entrepreneurs in The Digital Era*. UiTM Journal.
- Malay Mail / Bernama. (2023, March 15). *Perlis entrepreneurs use TikTok, digital skills learned at Nadi centres to boost sales and reach customers nationwide*. Malay Mail. <https://www.malaymail.com>
- Malay Mail. (2024, June 22). *30 asnaf entrepreneurs selected for digital economy boost under JEDA initiative*. Malay Mail. <https://www.malaymail.com/news/money/2024/06/22/deputy-minister-30-asnaf-entrepreneurs-selected-for-digital-economy-boost-under-jeda-initiative/140970>
- Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC). (2021). *MyDIGITAL: Malaysia Digital Economy Blueprint*. Putrajaya: MDEC.
- Meerangani, K., Hashim, S., Wahab, N., Abdul Hamid, M., Zulkefli, A. A., & Nurkhanif, M. (2022). *The influence of information technology on the payment of zakat in Melaka*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(10), 10.6007/IJARBSS/v12-i10/14944.
- Meerangani, S., Ismail, R., & Kamarudin, M. (2023). *Digital platform potential for asnaf zakat entrepreneurs: A systematic literature review*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(12), 1–17. <https://hrmars.com/index.php/IJARBSS/article/view/16214/Digital-Platform-Potential-For-Asnaf-Zakat-Entrepreneurs-A-Systematic-Literature-Review>

- Muda, M., & Hamzah, A. (2021). Digital entrepreneurship and social media marketing: Opportunities for youth empowerment. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 9(2), 45-60.
- Newsroom TikTok. (2023). *Empowering ASEAN MSMEs on TikTok Shop*. TikTok Newsroom. <https://newsroom.tiktok.com/en-my/empowering-asean-msmes-on-tiktok-shop>
- Newsroom TikTok. (2024). *Digital literacy deputies pledge for a safe internet*. TikTok Newsroom. <https://newsroom.tiktok.com/en-my/digital-literacy-deputies-pledge-for-a-safe-internet>
- Nor Faiz Azizan & Mohammed Hardy Loh Rahim. (2021). *A bibliometric analysis on entrepreneurial digital competencies*. UiTM Journal.
- Norazman Harun, et al. (2021). *The Relationship Between Digital Technology and Business Innovation Model Among Asnafpreneurs in Malaysia*. AMH International.
- Nur Farahin Khalil, Nor Aishah Buang & Norasmah Othman. (2022). *Literasi Media Sosial Pelajar Politeknik Terhadap Aspirasi Kerjaya Keusahawanan Digital*. M Social Sciences.
- Sabrinah Adam, Nursyazwani Mohd Fuzi & Aslan Amat Senin, et al. (2021). *The effectiveness of digital entrepreneurship towards higher education institution in Malaysia: the case of B40 students in southern region universities*. Eprints UTM.
- Shahrin, M., Ab Wahid, R., & Mohamed Isa, A. (2022). *Forward Thinking in Building Sustainability Practice in Malaysia: A New Trend in Evaluating the Digital Brand Storytelling in Malaysian Social Enterprise Brand*. European Journal of Business and Management Research.
- Siti Khalilah Basaruddin, et al. (2022). *Educational Empowerment Through Islamic Digital Entrepreneurship: A Study on Asnaf Students Development*. Global Academic Excellence.
- Unit Perancang Ekonomi, Jabatan Perdana Menteri. (2021). *Malaysia Digital Economy Blueprint / Pelan Induk Ekonomi Digital Malaysia (MyDIGITAL)*. Putrajaya: Economic Planning Unit.