

AGRIKULTUR BUKAN PILIHAN TERAKHIR: MEMBINA PERSPEKTIF BAHARU BELIA TERHADAP PEMACU KEJAYAAN AGROPRENEUR MUDA

Atikah Nor Johari*, Nadiyah Mahmad Nasir, Azlini Che Hassan, Syafiqah Md Nayan, Nuraini Abdullah

Fakulti Perniagaan & Komunikasi, Universiti Malaysia Perlis, Kampus UniCITI Alam, 02100 Padang Besar, Perlis, Malaysia

**atikahnor@unimap.edu.my*

ABSTRAK

Kepentingan sektor agrikultur terhadap keterjaminan makanan dan pertumbuhan ekonomi masih belum selari dengan imejnya sebagai pilihan kerjaya terakhir. Jurang antara persepsi tradisional dengan kejayaan agropreneur muda yang dipacu teknologi, inovasi produk dan pengkomersialan menuntut pembentukan semula naratif agrikultur sebagai sektor moden, berdaya saing dan bernilai tinggi. Sehubungan itu, kajian ini bertujuan menganalisis peranan pemerkasaan teknologi, inovasi produk dan pengukuhan pengkomersialan dalam menyumbang kepada kejayaan agropreneur muda, menjelaskan bagaimana kejayaan tersebut membentuk perspektif baharu belia, serta membangunkan kerangka konseptual berasaskan *Dynamic Capabilities Theory* dan *Social Cognitive Theory*. Kajian menggunakan pendekatan konseptual melalui sorotan literatur integratif terhadap artikel Scopus, Web of Science, karya seminal dan laporan rasmi berkaitan. Data dianalisis melalui pengkodan, matriks literatur dan sintesis tematik. Dapatan menunjukkan bahawa teknologi, inovasi dan pengkomersialan saling melengkapi dalam meningkatkan kecekapan, penciptaan nilai, peluasan pasaran, daya saing dan kelangsungan perusahaan. Kejayaan agropreneur muda yang diketengahkan secara autentik dan relevan pula berpotensi menjadi bukti sosial yang mengubah pandangan belia terhadap sektor agrikultur. Sumbangan utama kajian ini terletak pada pengintegrasian dua dimensi yang lazimnya dibincangkan secara berasingan, iaitu keupayaan agropreneur muda membina kejayaan perusahaan dan peranan kejayaan tersebut dalam membentuk semula persepsi belia terhadap sektor agrikultur. Kerangka yang dicadangkan turut memperluas pemahaman konseptual tentang agropreneurship serta menyediakan asas bagi pembangunan dasar, program pendedahan dan intervensi sokongan yang lebih berasaskan bukti. Sehubungan itu, kajian masa hadapan perlu mengesahkan kerangka ini secara empirikal merentas lokasi, komoditi dan profil belia yang berbeza bagi menilai ketekalan, kebolegunaan dan kekuatan hubungan yang dicadangkan.

Kata Kunci: Agropreneur Muda; Pemerkasaan Teknologi; Inovasi Produk; Pengkomersialan; Kejayaan Agropreneur Muda, Sorotan Literatur Integratif.

PENGENALAN

Sektor agrikultur kini berdepan dengan tekanan yang semakin mendesak untuk meningkatkan produktiviti, menjamin keterjaminan makanan, mengukuhkan daya tahan rantai nilai dan pada masa yang sama menyediakan peluang ekonomi yang lebih bermakna kepada golongan muda. Namun begitu, perubahan dalam sektor ini tidak boleh hanya bergantung pada peningkatan hasil pengeluaran semata-mata. Kajian-kajian terdahulu menunjukkan bahawa nilai yang lebih berimpak boleh diwujudkan melalui inovasi produk, aktiviti pemprosesan, pemasaran dan pengkomersialan, khususnya apabila usahawan mempunyai keupayaan

untuk menyesuaikan perusahaan dengan perubahan teknologi dan kehendak pasaran (Berdegué *et al.*, 2025; Leitão *et al.*, 2024).

Walaupun sektor agrikultur semakin dipacu oleh teknologi dan inovasi, sektor ini masih dianggap sebagai pekerjaan tradisional, kurang menarik dan kurang berprestij dalam kalangan generasi muda. Persepsi ini menjadi cabaran kerana kejayaan transformasi sektor agrikultur turut bergantung pada kesediaan belia melihat agropreneurship sebagai satu pilihan kerjaya yang realistik, bernilai dan mempunyai masa depan. Kajian terkini menunjukkan bahawa pendedahan kepada agropreneurship yang profesional, berteknologi dan berjaya boleh membantu membentuk pandangan yang lebih positif dalam kalangan generasi muda (Pranandari & Paramita, 2025). Dalam konteks Malaysia, sektor agrikultur terus memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi negara dan mencatatkan pertumbuhan sebanyak 3.1 peratus pada tahun 2024, berbanding 0.2 peratus pada tahun sebelumnya (*Department of Statistics Malaysia [DOSM]*, 2025). Dasar Agromakanan Negara 2021-2030 pula memberikan penekanan kepada pemodenan, penggunaan teknologi, inovasi, daya tahan dan kemampanan sebagai asas kepada transformasi sektor agromakanan negara (Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan [KPKM], 2021). Usaha ini turut diperkukuh melalui Program Agropreneur Muda yang bertujuan menggalakkan penglibatan belia serta mengubah tanggapan bahawa agrikultur merupakan bidang yang kurang berdaya maju (KPKM, 2025).

Justeru, kajian ini memberikan perhatian kepada kejayaan agropreneur muda sebagai bukti bahawa agrikultur boleh berkembang sebagai bidang perusahaan moden dan berdaya saing. Pemerkasaan teknologi, inovasi produk dan pengukuhan pengkomersialan dilihat sebagai faktor penting yang dapat meningkatkan pendapatan, meluaskan pasaran, memperkukuh daya tahan dan menjamin kelangsungan perusahaan. Kejayaan yang dapat dilihat dalam kalangan agropreneur muda ini bukan sahaja penting dari sudut ekonomi, malah berpotensi membentuk perspektif baharu belia bahawa agrikultur bukan lagi pilihan terakhir, sebaliknya satu bidang kerjaya yang moden, bernilai dan mempunyai masa depan yang berpotensi tinggi.

ASAS TEORI DAN PEMBANGUNAN KERANGKA KONSEPTUAL

Kerangka konseptual kajian ini mengintegrasikan *Dynamic Capabilities Theory* dan *Social Cognitive Theory* bagi menerangkan dua proses yang berbeza tetapi saling berkaitan, iaitu proses pembentukan kejayaan pada peringkat perusahaan agro dan proses pembentukan perspektif pada peringkat individu belia. *Dynamic Capabilities Theory* digunakan untuk menjelaskan bagaimana pemerkasaan teknologi, inovasi produk dan pengukuhan pengkomersialan membolehkan agropreneur muda menyesuaikan sumber, memperbaharui proses dan memanfaatkan perubahan pasaran sehingga menghasilkan kejayaan yang dicerminkan melalui peningkatan pendapatan, pertumbuhan perniagaan, peluasan pasaran, kecekapan operasi, daya saing dan kelangsungan perusahaan. Manakala *Social Cognitive Theory* pula menerangkan bagaimana kejayaan tersebut, apabila didedahkan kepada belia melalui interaksi komuniti, media sosial, program pembangunan agropreneur muda, pendidikan atau perkongsian pengalaman, boleh menjadi sumber pembelajaran sosial yang membentuk penilaian baharu terhadap sektor agrikultur. Oleh itu, kerangka ini tidak mengandaikan bahawa kejayaan agropreneur muda hanya memberikan manfaat ekonomi kepada pemilik perusahaan, tetapi turut mempunyai nilai sosial, iaitu keupayaan untuk mencabar stereotaip bahawa agrikultur merupakan pekerjaan tradisional, kurang berstatus dan pilihan kerjaya terakhir.

Dynamic Capabilities Theory

Dynamic Capabilities Theory diperkenalkan oleh Teece dan Pisano (1994) serta dikembangkan oleh Teece *et al.* (1992) untuk menjelaskan kemampuan firma menyesuaikan dan menyusun semula sumber dalam persekitaran yang berubah. Teece (2007) seterusnya menghuraikannya melalui tiga proses utama, iaitu mengenal pasti peluang dan ancaman (*sensing*), memanfaatkan peluang (*seizing*) serta memperbaharui sumber dan model perniagaan (*transforming*). Dalam kerangka kajian ini, pemeraksanaan teknologi mencerminkan kemampuan agropreneur muda mengesan perkembangan teknologi, memperoleh pengetahuan baharu dan mengintegrasikan teknologi digital, automasi serta inovasi ke dalam operasi agrikultur. Manakala inovasi produk pula menggambarkan kemampuan mengenal pasti perubahan keperluan pengguna dan menterjemahkannya kepada produk baharu, produk bernilai tambah, peningkatan kualiti serta pembezaan produk. Akhir sekali, pengukuhan pengkomersialan mewakili kemampuan memanfaatkan nilai yang dicipta melalui penjenamaan, pemasaran fizikal dan digital, jaringan strategik, saluran agihan serta penembusan pasaran. Ketiga-tiga faktor tersebut tidak dilihat sebagai sumber yang bersifat statik, tetapi sebagai kemampuan yang membolehkan agropreneur muda menyesuaikan, menggabungkan dan menyusun semula sumber mengikut perubahan teknologi dan pasaran. Sorotan sistematik dalam konteks agropreneurship menunjukkan bahawa kemampuan aras tinggi mempunyai hubungan yang penting dengan prestasi perusahaan, khususnya dalam ekonomi sedang membangun, manakala kajian agrikultur menunjukkan bahawa kemampuan dinamik menyokong pembaharuan model perusahaan, proposisi nilai dan hubungan pasaran (Leitão *et al.*, 2024; Schiavon *et al.*, 2022). Oleh itu, teori ini menyokong andaian bahawa kejayaan agropreneur muda terhasil bukan semata-mata daripada pemilikan tanah, modal atau input, tetapi daripada kebolehan menggunakan teknologi, membangunkan inovasi dan mengkomersialkan produk secara adaptif serta berterusan.

Social Cognitive Theory

Social Cognitive Theory diasaskan oleh Albert Bandura dan berkembang daripada *Social Learning Theory* yang dikemukakan pada tahun 1977 sebelum diperluas secara lebih menyeluruh melalui karya *Social Foundations of Thought and Action* pada tahun 1986. Bandura (1986, 2001) menjelaskan bahawa pemikiran dan tindakan manusia terbentuk melalui hubungan timbal balik antara faktor peribadi atau kognitif, tingkah laku dan persekitaran sosial, yang dikenali sebagai *reciprocal determinism*. Teori ini menegaskan bahawa individu tidak hanya belajar melalui pengalaman langsung, tetapi juga melalui *observational learning* dan *vicarious experience*, iaitu pemerhatian terhadap tindakan, strategi dan hasil yang dicapai oleh orang lain. Dalam kerangka kajian ini, agropreneur muda yang berjaya berfungsi sebagai *role model* yang memberikan bukti sosial bahawa kejayaan dalam sektor agrikultur boleh dicapai melalui penggunaan teknologi moden, penghasilan produk inovatif dan pengkomersialan yang berkesan. Pendedahan kepada kejayaan tersebut boleh mempengaruhi jangkaan hasil belia, iaitu penilaian bahawa agropreneurship berpotensi memberikan pendapatan, pertumbuhan perniagaan, status kerjaya dan peluang masa depan yang positif. Pada masa yang sama, kejayaan individu yang mempunyai persamaan dari segi umur, lokasi dan latar sosioekonomi boleh menjadikan pencapaian tersebut kelihatan lebih relevan dan boleh dicapai. Sorotan sistematik menunjukkan bahawa kesan *role model* terhadap hasil keusahawanan bergantung pada identiti model, tahap kehidupan pemerhati dan konteks pendedahan, manakala kajian terkini menunjukkan bahawa pendedahan kepada *role model* mempengaruhi pembelajaran, keyakinan dan penilaian terhadap kerjaya keusahawanan, termasuk dalam komuniti luar bandar (Abbasiachavari & Moritz, 2020; Passavanti *et al.*, 2024; Naranjo-Valencia *et al.*, 2025). Dalam kajian ini, *Social Cognitive Theory* tidak digunakan untuk mendakwa bahawa kejayaan agropreneur muda secara automatik menghasilkan niat keusahawanan, tetapi untuk menjelaskan proses yang lebih awal, iaitu bagaimana kejayaan yang diperhatikan dan dianggap relevan dapat mengubah

perspektif belia daripada melihat agrikultur sebagai pilihan terakhir kepada melihatnya sebagai bidang moden, bernilai dan berdaya masa depan.

METODOLOGI KAJIAN

Reka Bentuk Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan konseptual melalui sorotan literatur integratif bagi menghimpunkan, menilai secara kritis dan mensintesis pengetahuan berkaitan kejayaan agropreneur muda serta pembentukan perspektif baharu belia terhadap agropreneurship. Pendekatan sorotan integratif dipilih kerana kaedah ini membolehkan penggabungan kajian teori, empirikal dan konseptual daripada pelbagai reka bentuk penyelidikan untuk membentuk pemahaman yang lebih menyeluruh serta menghasilkan kerangka konseptual baharu (Torraco, 2005; Whittemore & Knafl, 2005). Menurut Snyder (2019), sorotan literatur yang dilaksanakan secara sistematik dan telus bukan sahaja berfungsi untuk merumuskan kajian terdahulu, tetapi juga membolehkan penyelidik mengenal pasti pola, percanggahan, jurang pengetahuan dan hubungan baharu antara konsep.

Strategi Pencarian dan Pemilihan Literatur

Literatur dikenal pasti melalui pangkalan data *Scopus* dan *Web of Science* dengan menggunakan gabungan kata kunci seperti *young agropreneur*, *youth agripreneurship*, *agribusiness success*, *technology adoption*, *digital agriculture*, *product innovation*, *commercialisation*, *dynamic capabilities*, *entrepreneurial role model*, *social cognitive theory* dan *youth perception towards agriculture*. Keutamaan diberikan kepada artikel penyelidikan dan artikel sorotan daripada jurnal berwasit yang diindeks dalam *Scopus* dan *Web of Science* serta diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2026. Walau bagaimanapun, karya seminal oleh Teece, Pisano dan Shuen (1997), Teece (2007), serta Bandura (1986, 2001) turut dikekalkan bagi menjelaskan asas, perkembangan dan aplikasi teori yang digunakan dalam kajian. Selain itu, laporan rasmi daripada Jabatan Perangkaan Malaysia, Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan serta agensi berkaitan turut digunakan secara terpilih bagi memberikan pencerahan dalam konteks Malaysia. Pemilihan artikel dibuat berdasarkan kesesuaiannya dengan objektif kajian, kekuatan asas teori, kejelasan metodologi serta kaitannya dengan pemeraksanaan teknologi, inovasi produk, pengkomersialan, kejayaan agropreneur muda dan pembentukan persepsi belia. Artikel yang bertindih, tidak berwasit, tidak mempunyai akses kepada maklumat metodologi yang jelas atau tidak berkaitan secara langsung dengan fokus kajian telah dikecualikan.

Proses Analisis dan Sintesis

Analisis literatur dilaksanakan melalui proses pengekodan dan sintesis tematik. Maklumat berkaitan konteks kajian, asas teori, pemboleh ubah, kaedah, dapatan utama dan jurang kajian direkodkan dalam matriks literatur sebelum dibandingkan secara merentas kajian. Proses ini melibatkan pengurangan data, penyusunan maklumat, perbandingan tema dan pembentukan kesimpulan, selaras dengan pendekatan sorotan integratif yang dicadangkan oleh Whittemore dan Knafl (2005). Berdasarkan persamaan konsep dan pola dapatan, literatur dikelompokkan kepada lima tema utama, iaitu pemeraksanaan teknologi, inovasi produk, pengukuhan pengkomersialan, kejayaan agropreneur muda dan pembentukan perspektif baharu belia. *Dynamic Capabilities Theory* digunakan sebagai lensa untuk mentafsir hubungan antara keupayaan teknologi, inovasi dan pengkomersialan dengan kejayaan agropreneur muda (Teece *et al.*, 1992; Teece, 2007), manakala *Social Cognitive Theory* digunakan untuk menganalisis bagaimana kejayaan yang diperhatikan dapat membentuk kepercayaan dan perspektif belia terhadap agropreneurship (Bandura, 1986,

2001). Hasil analisis ini seterusnya digunakan untuk membangunkan kerangka konseptual kajian.

DAPATAN SOROTAN LITERATUR DAN PERBINCANGAN

Pemacu Kejayaan Agropreneur Muda

Dapatan sorotan literatur menunjukkan bahawa kejayaan agropreneur muda tidak terhasil daripada satu faktor tunggal, sebaliknya terbentuk melalui gabungan keupayaan teknologi, inovasi dan pasaran yang saling melengkapi. Teece *et al.* (1992) menjelaskan bahawa sumber yang dimiliki oleh sesebuah perusahaan hanya dapat menghasilkan kelebihan apabila perusahaan berupaya mengintegrasikan, membangunkan dan menyusun semula sumber tersebut mengikut perubahan persekitaran. Teece (2007) kemudiannya memperincikan proses tersebut melalui keupayaan mengenal pasti peluang (*sensing*), memanfaatkan peluang (*seizing*) dan mentransformasikan sumber serta proses perniagaan (*transforming*). Dalam konteks agropreneurship, sorotan sistematik oleh Leitão *et al.* (2024) menunjukkan bahawa keupayaan aras tinggi, termasuk inovasi, pengurusan, teknologi dan penyesuaian strategik, lebih konsisten dikaitkan dengan peningkatan prestasi berbanding pemilikan sumber atau keupayaan operasi semata-mata. Oleh itu, tanah, modal, tenaga kerja dan input pertanian belum mencukupi untuk menjamin kejayaan agropreneur muda sekiranya sumber tersebut tidak diterjemahkan kepada peningkatan produktiviti, produk bernilai tambah dan akses pasaran. Berdasarkan sintesis ini, pemerksaan teknologi, inovasi produk dan pengukuhan pengkomersialan dikonsepkan sebagai tiga keupayaan utama yang membolehkan agropreneur muda mencipta, menyampai dan mengekalkan nilai perusahaan.

Pemerksaan Teknologi

Pemerksaan teknologi tidak seharusnya diukur berdasarkan pemilikan mesin, aplikasi atau platform digital semata-mata, tetapi berdasarkan keupayaan agropreneur muda menggunakan teknologi untuk membuat keputusan, proses pengeluaran dan hubungan dengan pasaran. Cannas (2023) mendapati bahawa transformasi digital dalam perusahaan kecil dan sederhana agromakanan memerlukan perubahan serentak pada pengetahuan, kemahiran, rutin organisasi dan cara sumber diselaraskan. Penerimgunaan teknologi tanpa perubahan keupayaan dalaman tidak semestinya menghasilkan prestasi yang lebih baik. Dapatan ini disokong oleh Benavides-Espinosa *et al.* (2024), yang menunjukkan bahawa transformasi digital boleh meningkatkan prestasi perniagaan agromakanan apabila teknologi diintegrasikan dengan strategi dan proses organisasi. Bowen dan Morris (2024) pula mendapati bahawa perusahaan agromakanan berbeza daripada segi keupayaan mereka mengenal pasti, menggabungkan dan menggunakan sumber digital, sekali gus menunjukkan bahawa teknologi yang sama tidak memberikan hasil yang seragam kepada semua perusahaan. Justeru, teknologi hanya menjadi sumber pemerksaan apabila sesuai dengan skala operasi, mampu dikuasai oleh agropreneur muda dan digunakan untuk mengurangkan kos, meningkatkan kualiti, memperoleh maklumat pasaran atau mempercepatkan tindak balas terhadap perubahan. Dalam konteks agropreneur muda, teknologi yang mudah dicapai dan relevan dengan masalah perusahaan mungkin lebih bernilai berbanding teknologi canggih yang mahal tetapi tidak dapat disepadukan dengan kemahiran serta operasi sedia ada (Bowen & Morris, 2024; Cannas, 2023).

Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan mekanisme penting yang membolehkan agropreneur muda beralih daripada pengeluaran komoditi kepada penciptaan produk yang mempunyai nilai tambah, identiti dan kedudukan pasaran yang lebih jelas. Inovasi ini boleh merangkumi pembangunan produk baharu, pemprosesan hasil pertanian, penambahbaikan kualiti, pembungkusan,

pemanjangan jangka hayat produk dan pembezaan mengikut keperluan pengguna. Frau dan Keszey (2024) menunjukkan bahawa penggunaan data dalaman dan luaran dapat menyokong inovasi produk agromakanan kerana maklumat tentang pelanggan, prestasi produk dan perubahan pasaran membantu perusahaan mengenal pasti peluang serta mereka bentuk tawaran yang lebih relevan. Walau bagaimanapun, pembaharuan produk tidak semestinya membawa kepada kejayaan. Produk yang baharu tetapi tidak memenuhi keperluan pengguna, tidak mempunyai kualiti yang konsisten, sukar dihasilkan pada skala komersial atau dijual pada harga yang tidak sesuai mungkin gagal menghasilkan pulangan. Oleh itu, inovasi perlu dinilai berdasarkan nilai yang diwujudkan kepada pelanggan dan perusahaan, bukan hanya berdasarkan bilangan produk baharu yang dihasilkan. Sintesis literatur turut menunjukkan bahawa inovasi produk bergantung pada hubungan dengan faktor lain seperti teknologi menyediakan maklumat dan kecekapan untuk membangunkan produk, manakala pengkomersialan menentukan sama ada produk tersebut dapat diterima oleh pasaran dan diterjemahkan kepada jualan (Frau & Keszey, 2024; Leitão *et al.*, 2024).

Pengukuhan Pengkomersialan

Pengukuhan pengkomersialan merupakan proses yang menghubungkan pengeluaran dan inovasi dengan hasil ekonomi melalui penjenamaan, penentuan harga, promosi, pemasaran digital, jaringan perniagaan, logistik, saluran agihan dan peluasan pasaran. Bowen dan Morris (2024) menunjukkan bahawa teknologi digital membuka peluang kepada perusahaan agromakanan untuk berhubung secara langsung dengan pengguna dan membentuk saluran pasaran baharu, tetapi keupayaan memanfaatkan peluang tersebut bergantung pada cara usahawan menggabungkan sumber yang terhad secara kreatif. Ini bermakna kewujudan akaun media sosial atau penyertaan dalam platform e-dagang tidak semestinya menunjukkan bahawa sesebuah perusahaan memiliki keupayaan pengkomersialan yang kukuh. Sebaliknya, pengkomersialan memerlukan pemahaman terhadap segmen pelanggan, kedudukan produk, kestabilan bekalan, penetapan harga, pengurusan pesanan dan keupayaan memenuhi permintaan secara konsisten. Kehadiran digital yang menggambarkan kompetensi dan profesionalisme perusahaan agrikultur juga didapati dapat meningkatkan daya tarikan sektor tersebut kepada generasi muda, tetapi kesannya bergantung pada kredibiliti maklumat dan bagaimana kompetensi perusahaan diterjemahkan kepada khalayak (Pranandari & Paramita, 2025). Berdasarkan sintesis ini, pengkomersialan bukan sekadar aktiviti promosi pada peringkat akhir, tetapi berfungsi sebagai mekanisme penukaran nilai yang menentukan sama ada manfaat teknologi dan inovasi dapat diterjemahkan kepada pendapatan, pertumbuhan dan kelangsungan perniagaan (Bowen & Morris, 2024).

Kejayaan Agropreneur Muda sebagai Hasil Pelbagai Dimensi

Literatur yang disorot memperlihatkan bahawa kejayaan agropreneur muda tidak wajar dinilai berdasarkan jualan atau keuntungan sahaja. Ukuran kewangan memang penting, tetapi mungkin tidak menggambarkan keupayaan perusahaan untuk bertahan, berkembang dan menghadapi perubahan. Sebuah perusahaan boleh mencatatkan jualan yang tinggi dalam jangka pendek tetapi masih mengalami aliran tunai yang lemah, pergantungan kepada satu pelanggan, kos operasi yang tinggi atau ketidakstabilan bekalan. Oleh itu, kejayaan perlu merangkumi peningkatan pendapatan, pertumbuhan skala perniagaan, kecekapan operasi, peluasan pasaran, daya saing, inovasi berterusan, penciptaan pekerjaan dan kelangsungan perusahaan. Leitão *et al.* (2024) menunjukkan bahawa prestasi agropreneurship merupakan konsep pelbagai dimensi yang dipengaruhi oleh gabungan keupayaan pengurusan, pembangunan, transaksi dan inovasi. Dalam konteks Malaysia, Radin Firdaus *et al.* (2024) mendapati bahawa potensi pendapatan dan pasaran, pengetahuan, kemahiran, sikap dan insentif mempengaruhi kecenderungan golongan muda untuk melibatkan diri dalam agrikultur hortikultur. Namun, kajian tersebut lebih menjelaskan sebab belia memasuki bidang agrikultur berbanding bagaimana perusahaan milik belia membina kejayaan selepas menceburi sektor tersebut. Jurang ini menguatkan keperluan untuk membezakan antara penglibatan dalam

agropreneurship dengan keupayaan mencapai kejayaan, kerana keputusan untuk menyertai sektor agrikultur tidak semestinya menjamin pertumbuhan atau kelangsungan perusahaan (Leitão *et al.*, 2024; Radin Firdaus *et al.*, 2024).

Kejayaan Agropreneur Muda dan Pembentukan Perspektif Baharu Belia

Hubungan antara kejayaan agropreneur muda dengan pembentukan perspektif baharu belia dapat dijelaskan melalui Social Cognitive Theory. Bandura (1986, 2001) menegaskan bahawa individu membentuk pengetahuan, kepercayaan dan jangkaan melalui interaksi antara faktor kognitif, tingkah laku dan persekitaran sosial. Melalui pembelajaran pemerhatian dan pengalaman tidak langsung, belia boleh menilai sesuatu pilihan kerjaya dengan memerhatikan tindakan, cabaran dan pencapaian individu lain. Dalam konteks kajian ini, agropreneur muda yang berjaya boleh berfungsi sebagai *role model* yang menunjukkan bahawa agrikultur dapat diusahakan melalui teknologi, inovasi produk dan strategi pasaran yang profesional. Namun, kewujudan agropreneur muda yang berjaya tidak secara automatik mengubah perspektif belia. Kejayaan tersebut perlu didedahkan, dilihat sebagai relevan dan ditafsirkan sebagai sesuatu yang realistik serta boleh dicapai. Sorotan terhadap 86 kajian oleh Abbasianchavari dan Moritz (2020) menunjukkan bahawa kesan *role model* keusahawanan berbeza mengikut identiti model, tahap kehidupan pemerhati dan konteks pendedahan. Passavanti *et al.* (2024) turut menunjukkan bahawa kesepadanan antara ciri *role model* dengan individu yang memerhati boleh mempengaruhi pembelajaran keusahawanan, efikasi sendiri dan hasil keusahawanan. Oleh itu, agropreneur muda tempatan yang sama umur, berkongsi latar dan persekitaran dengan belia berpotensi menjadi model sosial yang lebih mudah dihubungkan berbanding tokoh yang terlalu jauh daripada realiti setempat (Abbasianchavari & Moritz, 2020; Passavanti *et al.*, 2024).

Walaupun bagaimanapun, pengaruh *role model* perlu ditafsirkan secara kritikal kerana pendedahan kepada usahawan tidak semestinya menghasilkan pandangan yang positif. Naranjo-Valencia *et al.* (2025) mendapati bahawa dalam konteks luar bandar, *role model* mempengaruhi niat keusahawanan melalui norma subjektif dan kawalan tingkah laku yang dipersepsikan, tetapi sikap tidak memainkan peranan pengantaraan yang sama. Dapatan tersebut menunjukkan bahawa belia mungkin mengagumi seseorang agropreneur muda tanpa semestinya melihat bidang tersebut sebagai pilihan yang sesuai untuk diri mereka, terutamanya apabila mereka merasakan tidak mempunyai modal, kemahiran, tanah, jaringan atau sokongan keluarga. Kajian tersebut turut menunjukkan bahawa model dalam persekitaran luar bandar boleh memberikan kesan negatif apabila pengalaman yang diperhatikan dikaitkan dengan kemiskinan, beban kerja, keterpinggiran dan peluang mobiliti yang terhad. Oleh itu, kisah kejayaan agropreneur perlu disampaikan secara seimbang dengan menunjukkan proses pembelajaran, penggunaan teknologi, strategi pasaran, cabaran dan bentuk sokongan yang membolehkan kejayaan dicapai. Paparan yang hanya menonjolkan keuntungan atau pencapaian luar biasa boleh menyebabkan kejayaan dilihat sebagai tidak realistik, manakala pendedahan yang autentik berpotensi membantu belia menilai agropreneurship sebagai kerjaya yang boleh dicapai melalui usaha, pengetahuan dan sokongan yang bersesuaian (Naranjo-Valencia *et al.*, 2025; Pranandari & Paramita, 2025).

Sintesis dan Perbincangan Keseluruhan

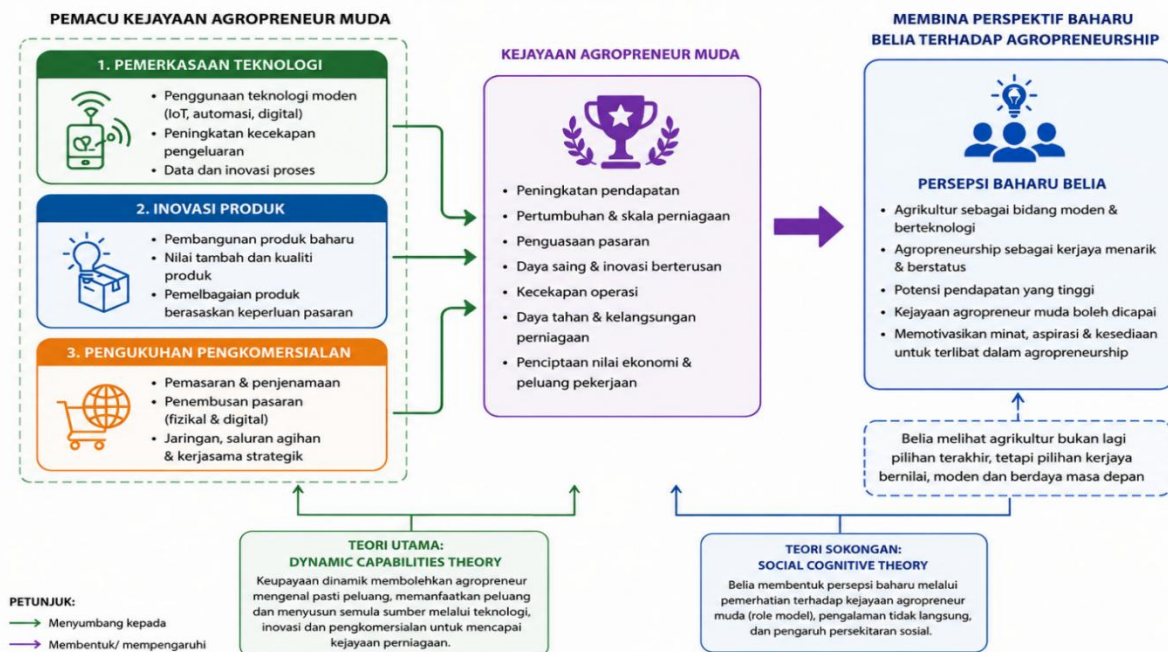
Secara keseluruhannya, dapatan sorotan membentuk satu proses yang bersifat berurutan tetapi saling bergantung. Pemerkasaan teknologi membolehkan agropreneur meningkatkan kecekapan, mengakses maklumat dan memperbaharui proses. Inovasi produk menterjemahkan maklumat dan pengetahuan tersebut kepada tawaran yang mempunyai nilai tambah. Manakala pengukuhan pengkomersialan memastikan nilai itu sampai kepada pengguna dan diterjemahkan kepada hasil ekonomi. Kelemahan pada salah satu komponen boleh mengehadkan keberkesanan komponen yang lain. Teknologi tanpa inovasi mungkin hanya mempercepatkan proses sedia ada, inovasi tanpa pengkomersialan berisiko gagal

mencapai pengguna, manakala pemasaran tanpa produk yang berkualiti sukar menghasilkan permintaan yang berkekalan. Hubungan ini menyokong *Dynamic Capabilities Theory* kerana kejayaan bergantung pada keupayaan agropreneur menyelaraskan dan memperbaharui sumber, bukan mengurus setiap faktor secara terpisah (Teece *et al.*, 1992 Teece, 2007; Leitão *et al.*, 2024).

Pada tahap sosial, kejayaan agropreneur muda mempunyai nilai yang melangkaui prestasi perusahaan kerana ia boleh menjadi bukti sosial bahawa agrikultur ialah sektor yang moden, profesional dan berpotensi menjana masa depan yang baik. Walau bagaimanapun, perubahan perspektif belia bergantung pada pendedahan, kredibiliti, persamaan konteks dan kebolehcapaian kejayaan tersebut, selaras dengan *Social Cognitive Theory* dan literatur *role model* keusahawanan (Bandura, 2001; Abbasianchavari & Moritz, 2020; Naranjo-Valencia *et al.*, 2025).

Sumbangan utama kerangka kajian ini terletak pada pengintegrasian dua tahap analisis yang lazimnya dikaji secara berasingan. *Dynamic Capabilities Theory* menerangkan bagaimana kejayaan agropreneur muda dibentuk melalui pemerkasaan teknologi, inovasi produk dan pengukuhan pengkomersialan, manakala *Social Cognitive Theory* menjelaskan bagaimana kejayaan tersebut diperhatikan, ditafsirkan dan diberikan makna oleh belia. Namun demikian, hubungan yang dicadangkan masih bersifat konseptual dan belum boleh dianggap sebagai hubungan sebab-akibat yang telah terbukti dalam konteks kajian. Oleh itu, pengujian empirikal diperlukan untuk menilai kekuatan hubungan antara konstruk, mengenal pasti faktor yang paling dominan serta menentukan sejauh mana pendedahan terhadap kejayaan agropreneur muda benar-benar mampu membentuk perspektif baharu belia terhadap agrikultur sebagai bidang yang moden, berdaya maju dan mempunyai masa depan.

Kerangka Konseptual



Gambar rajah 1.1. Kerangka Konseptual Pemacu Kejayaan Agropreneur Muda dan Pembentukan Perspektif Baharu Belia terhadap Agropreneurship

CADANGAN KAJIAN PADA MASA HADAPAN

Kajian akan datang disarankan memperluas skop dengan menguji kerangka ini dalam pelbagai konteks, termasuk negeri/ negara, jenis komoditi, skala perusahaan dan kumpulan belia yang berbeza. Selain menilai peranan pemeraksanaan teknologi, inovasi produk dan pengukuhan pengkomersialan terhadap kejayaan agropreneur muda, kajian seterusnya boleh memasukkan faktor lain seperti akses pembiayaan, sokongan institusi, jaringan perniagaan, literasi digital dan persekitaran pasaran. Kajian juga wajar meneliti bagaimana pendedahan kepada kisah kejayaan agropreneur muda mempengaruhi persepsi, minat dan penyertaan belia dalam sektor agrikultur. Penggunaan pendekatan kuantitatif, kualitatif, kaedah campuran dan kajian longitudinal dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh serta memperkukuh kebolegunaan kerangka dalam pembangunan dasar dan program agropreneur muda.

KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, kajian ini menegaskan bahawa kejayaan agropreneur muda terbentuk melalui hubungan yang saling melengkapi antara pemeraksanaan teknologi, inovasi produk dan pengukuhan pengkomersialan. Keupayaan menggunakan teknologi secara strategik meningkatkan kecekapan dan akses kepada maklumat, inovasi produk menghasilkan nilai tambah yang relevan dengan keperluan pengguna, manakala pengkomersialan memastikan nilai tersebut diterjemahkan kepada pendapatan, pertumbuhan, daya saing dan kelangsungan perniagaan. Berdasarkan *Dynamic Capabilities Theory*, kejayaan ini bergantung pada kebolehan agropreneur muda mengenal pasti peluang, memanfaatkannya serta menyusun semula sumber mengikut perubahan teknologi dan pasaran. Pada masa yang sama, *Social Cognitive Theory* menjelaskan bahawa kejayaan agropreneur muda yang didedahkan secara autentik, relevan dan dekat dengan realiti setempat boleh berfungsi sebagai bukti sosial serta *role model* yang membentuk pandangan lebih positif dalam kalangan belia. Oleh itu, kejayaan agropreneur muda bukan sahaja membawa nilai ekonomi kepada perusahaan, tetapi turut mempunyai nilai sosial dalam mencabar tanggapan bahawa agrikultur ialah bidang tradisional dan pilihan kerjaya terakhir. Integrasi kedua-dua teori ini menghasilkan satu kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana keupayaan strategik membentuk kejayaan pada peringkat perusahaan, manakala kejayaan tersebut seterusnya membantu membina perspektif baharu belia bahawa agrikultur ialah sektor yang moden, inovatif, berdaya maju dan mempunyai masa depan, meskipun hubungan yang dicadangkan masih perlu diuji secara empirikal dalam konteks yang lebih luas.

RUJUKAN

- Abbasianchavari, A., & Moritz, A. (2020). The impact of role models on entrepreneurial intentions and behavior: a review of the literature. *Management review quarterly*, 71(1), 1-40.
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American Psychologist*, 44(9), 1175–1184.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1–26.
- Begho, T., & Daubry, T. P. (2025). A review of the pathway to reducing youth unemployment in Sub Saharan Africa through agriculture and agribusiness. *Discover Global Society*, 3(1), 81.
- Benavides-Espinosa, M. del M., Ribeiro-Soriano, D., & Gieure, C. (2024). How can agrifood businesses improve their performance? The role of digital transformation. *British Food Journal*, 126(4), 1682–1697.

- Berdegué, J. A., Trivelli, C., & Vos, R. (2025). Employment impacts of agrifood system innovations and policies: A review of the evidence. *Global Food Security*, 44, Article 100832.
- Bowen, R., & Morris, W. (2024). Digital entrepreneurship in agrifood business: a resource bricolage perspective. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(2-3), 482-497.
- Cannas, R. (2023). Exploring digital transformation and dynamic capabilities in agrifood SMEs. *Journal of Small Business Management*, 61(4), 1611–1637.
- Checchinato, F., Colapinto, C., & Finotto, V. (2024). Exploring the online presence of food SMEs: A study on digital marketing approaches. *Cogent Business & Management*, 11(1), Article 2398190.
- Department of Statistics Malaysia. (2025, July 1). Gross domestic product (GDP) by state, 2024. <https://www.dosm.gov.my/portal-main/release-content/gross-domestic-product-gdp-by-state-2024>
- Frau, M., & Keszey, T. (2024). Seeding innovation: The role of internal and external digital data in agri-food product innovation. *British Food Journal*, 126(13), 286–302.
- Jalil, M. F., Ali, A., & Kamarulzaman, R. (2022). Does innovation capability improve SME performance in Malaysia? The mediating effect of technology adoption. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 23(4), 253–267.
- Kementerian Pertanian dan Industri Makanan. (2021). Dasar Agromakanan Negara 2021–2030 (DAN 2.0).
- Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan. (2025, December 5). Program Agropreneur Muda. <https://www.kpkkm.gov.my/bm/geran-dan-insentif/program-agropreneur-muda>
- Leitão, F. O., Paiva, E. L., & Thomé, K. M. (2024). Agribusiness capabilities and performance: A systematic literature review and research agenda. *British Food Journal*, 126(2), 595–622.
- Naranjo-Valencia, J. C., Quintero-Agudelo, M. F., Vásquez-Grisales, D., & Serna-Gómez, H. M. (2025). Role model and entrepreneurial intention in the rural context. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 105.
- Passavanti, C., Primario, S., & Rippa, P. (2024). How entrepreneurial role models impact entrepreneurial outcomes: A gender perspective. *The International Journal of Management Education*, 22(3), Article 101011.
- Pranandari, A., & Paramita, W. (2025). Signaling competence of agricultural businesses through social media presence to attract Gen Z. *Digital Business*, 5(1), Article 100117.
- Radin Firdaus, R. B., Ebekozien, A., Samsurijan, M. S., & Rosli, H. (2024). What drives the young Malaysian generation to become horticulture farmers? A qualitative approach. *Millennial Asia*, 15(3), 465–486.
- Schiavon, O. P., May, M. R., & Batinga de Mendonça, A. T. B. (2022). Dynamic capabilities and business model innovation in sustainable family farming. *Innovation & Management Review*, 19(3), 252–265.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of sustainable enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350.
- Teece, D. J., & Pisano, G. (1994). The dynamic capabilities of firms: An introduction. *Industrial and Corporate Change*, 3(3), 537–556.
- Teece, D. J., Pisano, G. P., & Shuen, A. (1992). Dynamic capabilities and strategic management. Center for Research in Management, University of California, Berkeley.
- Torraco, R. J. (2005). Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples. *Human Resource Development Review*, 4(3), 356–367.
- Whittemore, R., & Knafl, K. (2005). The integrative review: Updated methodology. *Journal of Advanced Nursing*, 52(5), 546–553.