

KAJIAN KECENDERUNGAN KEUSAHAWANAN PELAJAR DI UNIVERSITI
KUALA LUMPUR

Oleh

MOHD NASRUL HAKIM B JALALUDIN

Tesis ini diserahkan kepada Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business,
Universiti Utara Malaysia sebagai memenuhi syarat keperluan Ijazah Sarjana Sains
(Pengurusan) Universiti Utara Malaysia



Othman Yeop Abdullah
Graduate School of Business

Universiti Utara Malaysia

PERAKUAN KERJA KERTAS PROJEK
(Certification of Project Paper)

Saya, mengaku bertandatangan, memperakukan bahawa
(I, the undersigned, certified that)

MOHD NASRUL HAKIM BIN JALALUDIN (812004)

Calon untuk Ijazah Sarjana

(Candidate for the degree of) **MASTER OF SCIENCE (MANAGEMENT)**

Telah mengemukakan kertas projek yang bertajuk

(has presented his/her project paper of the following title)

KAJIAN KECENDERUNGAN KEUSAHAWANAN PELAJAR DI UNIVERSITI KUALA LUMPUR

Seperti yang tercatat di mukasurat tajuk dan kulit kertas project
(as it appears on the title page and front cover of the project paper)

Bahawa kertas projek tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan.

(that the project paper acceptable in the form and content and that a satisfactory knowledge of the field is covered by the project paper).

Nama Penyelia : **NOR PUJAWATI BINTI MD SAID**
(Name of Supervisor)

Tandatangan : _____
(Signature)

Tarikh : **9 APRIL 2015**
(Date)

KEBENARAN MERUJUK

Kertas penyelidikan ini dikemukakan sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan pengijazahan sarjana Universiti Utara Malaysia. Saya bersetuju membenarkan pihak perpustakaan Universiti mempamerkannya sebagai bahan rujukan umum. Saya bersetuju bahawa sebarang bentuk salinan sama ada secara keseluruhan atau sebahagian daripada kertas projek atau Dekan, Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business. Sebarang bentuk salinan dan cetakan bagi tujuan komersial dan keuntungan adalah dilarang sama sekali tanpa kebenaran bertulis daripada pengkaji. Pernyataan rujukan kepada pengkaji dan Universiti Utara Malaysia perlu dinyatakan jika sebarang bentuk rujukan dibuat ke atas kertas projek ini.

Kebenaran untuk menyalin atau menggunakan kertas penyelidikan ini sama ada secara keseluruhan atau sebahagian hendaklah dipohon melalui :

Dekan,
Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business
Universiti Utara Malaysia
06010
Kedah Darul Aman

ABSTRAK

Pembelajaran dan pembudayaan keusahawanan di institusi pengajian tinggi bukanlah sesuatu yang baru dan ianya merupakan antara strategi penting dalam mendorong para pelajar memilih keusahawanan sebagai kerjaya pilihan selepas graduasi. Namun kajian kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan masih perlu diteruskan dalam memastikan keberkesanan faktor-faktor yang terlibat dalam menjadi pendorong terhadap pembabitan pelajar dalam bidang keusahawanan. Pelajar yang memulakan perniagaannya lebih awal semasa di alam kampus berpotensi untuk memposisikan perniagaannya sebagai kerjaya pilihan bahkan boleh meningkatkan taraf ekonomi negara dengan cara menyumbang dari sudut pendapatan dan menawarkan peluang pekerjaan. Tujuan kajian ini adalah untuk mengukur kecenderungan pelajar terhadap aktiviti keusahawanan melalui beberapa faktor di Universiti Kuala Lumpur. Seramai 133 orang pelajar kelas Asas Keusahawanan dan Pengenalan Kepada Teknousahawan telah dipilih secara rawak sebagai responden kajian ini. Instrumen kajian yang digunakan adalah kaedah soal selidik. Data dianalisis secara statistik deskriptif dengan menggunakan perisian *Statistical Package for Social Science* (SPSS Versi 19.0). Hasil kajian yang diperolehi menunjukkan kecenderungan pelajar terhadap bidang keusahawanan secara keseluruhannya adalah positif. Selain itu, dapatan kajian menunjukkan sokongan keluarga dan idola adalah signifikan terhadap kecenderungan keusahawanan pelajar. Manakala penglibatan pelajar dalam aktiviti keusahawanan menunjukkan tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara keduanya. Kesimpulannya, semua pihak yang terlibat harus memberi perhatian dan mengambil langkah yang sewajarnya untuk terus membantu meningkatkan potensi pelajar untuk menceburi bidang keusahawanan dan menjadikan keusahawanan sebagai kerjaya pilihan setelah bergraduasi.

Kata Kunci : Kecenderungan keusahawanan, mahasiswa, sokongan keluarga, penglibatan, idola

ABSTRACT

Learning and entrepreneurial culture in higher education institutions is not something new and it is also among the important strategy in encouraging students to choose entrepreneurship as a career choice after graduation. However, the tendency of students to the study of entrepreneurship is still necessary to ensure the effectiveness of factors involved in a role of the participation of students in the field of entrepreneurship. Students who started their business earlier while in campus have the potential to reposition its business as their career choice and can even help in improving the country's economy by contributing in terms of income and offer employment opportunities. The aim of this study was to measure the tendency of students to entrepreneurial activities through a number of factors at Universiti Kuala Lumpur. A total of 133 students from class of Introduction to Entrepreneurship and Technopreneurship were randomly selected as respondents. The instrument used was questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics using SPSS Statistical Package for Social Science (SPSS version 19.0). The results show a tendency towards entrepreneurship as a whole is positive. Moreover, the results show that family support and idol is significant to entrepreneurship students. While involvement in entrepreneurial activity showed no significant difference between the two. In conclusion, all parties involved must pay attention and take appropriate measures to continue to help improve students' potential for entrepreneurship and entrepreneurship as a career option after graduation.

Keywords : Inclination in Entrepreneurship, tendency, students, family support, participation, idol.

PENGHARGAAN

Dengan Nama Allah Yang Maha Pemurah Lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah, syukur ke hadrat Ilahi atas rahmat dan nikmat yang telah dikurniakanNya sehingga saya dapat menyempurnakan penulisan ilmiah ini dengan jayanya.

Terlebih dahulu saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada penyelia yang saya hormati iaitu Puan Nor Pujawati bt Md Said yang sentiasa bersedia memberi bimbingan, tunjuk ajar, teguran dan nasihat yang membina sepanjang saya menyempurnakan tugas ini.

Ribuan terima kasih jua buat isteri tercinta iaitu Puan Wardatul Aishah bt Musa dan anak –anak yang dikasihi iaitu Mohd Uwais, Muhammad Umair, Muhammad Ulwan, Muhammad Uzair dan Muhammad Uthman yang banyak berkorban masa demi untuk melihat kejayaan seorang suami dan ayah sebagai tunggak keluarga.

Tidak ketinggalan juga ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada ibu saya iaitu Hajjah Zaini bt Abd Majid, bapa mertua saya iaitu En Musa b Awang serta semua ahli keluarga rakan-rakan dan juga kepada orang perseorangan yang turut membantu secara langsung mahupun tidak langsung dalam menjayakan penulisan ini. Sekali lagi saya panjatkan doa kesyukuran ke hadrat Ilahi, agar segala usaha yang disumbangkan mendapat keberkatan dari Allah S.W.T di dunia dan akhirat.

Sekian,terima kasih.

MOHD NASRUL HAKIM BIN JALALUDIN
812004, MSc

ISI KANDUNGAN

TAJUK	MUKASURAT
TAJUK	i
PERAKUAN KERTAS KERJA	ii
KEBENARAN MERUJUK	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PENGHARGAAN	vi
ISI KANDUNGAN	vii
SENARAI RAJAH	xii
SENARAI JADUAL	xiii
BAB 1 : PENGENALAN	1
1.1 Latar belakang kajian	1
1.2 Permasalahan kajian	7
1.3 Persoalan kajian	8
1.4 Objektif kajian	9
1.5 Signifikasi kajian	10
1.5.1 Pelajar	10
1.5.2 Ibu bapa	10
1.5.3 Universiti	10
1.5.4 Sumbangan Ilmu Pengetahuan	10

1.6 Skop dan batasan kajian	11
1.7 Organisasi kajian	11
BAB 2 : KAJIAN LITERATUR	13
2.1 Pengenalan	13
2.2 Faktor dalaman	14
2.2.1 Faktor Demografi	14
2.2.2 Faktor Sokongan Keluarga	15
2.3 Idola	17
2.4 Aktiviti Keusahawanan	18
2.5 Kecenderungan keusahawanan	19
2.6 Teori Kelakuan Terancang	21
2.7 Rumusan	22
BAB 3 : METODOLOGI KAJIAN	23
3.1 Pengenalan	23
3.2 Konseptual kajian	23
3.3 Hipotesis kajian	24
3.4 Rekabentuk kajian	25
3.5 Skala pengukuran	25
3.6 Definisi operasional	25
3.6.1 Kecenderungan keusahawanan	26
3.6.2 Sokongan Keluarga	26

3.6.3 Idola	26
3.6.4 Penglibatan dalam aktiviti keusahawanan	27
3.7 Kajian rintis	27
3.8 Sampel kajian	28
3.9 Prosedur pengumpulan data	28
3.10 Analisis data	29
3.11 Penutup	30
BAB 4 : ANALISA KAJIAN	31
4.0 Pengenalan	31
4.1 Kadar maklum balas	31
4.2 Analisis dapatan kajian – Demografi	32
4.2.1 Analisis jantina responden	32
4.2.2 Analisis asal responden	33
4.2.3 Analisis program pengajian responden	33
4.2.4 Analisis penglibatan aktiviti keusahawanan	33
4.3 Analisis Frekuensi	34
4.3.1 Sokongan Keluarga	34
4.3.2 Idola	38
4.3.3 Kecenderungan Keusahawanan	41
4.4 Analisis Inferensi	44
4.4.1 Analisis korelasi: Sokongan keluarga dengan kecenderungan	

keusahawanan	44
4.4.2 Analisis korelasi: Idola dengan kecenderungan keusahawanan	45
4.4.3 Analisis korelasi: Sokongan keluarga dan idola dengan kecenderungan keusahawanan	46
4.4.4 Analisis Ujian-T: Hubungan antara Aktiviti Keusahawanan dengan Kecenderungan Keusahawanan	47
4.4.5 Analisis regresi linear berganda: Hubungan antara sokongan keluarga dan idola terhadap kecenderungan keusahawanan	48
4.5 Rumusan	50
BAB 5 : PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN	51
5.1 Pengenalan	51
5.2 Mengenalpasti hubungan di antara sokongan keluarga dengan kecenderungan keusahawanan.	51
5.3 Mengenalpasti hubungan di antara idola dengan kecenderungan keusahawanan.	52
5.4 Mengenalpasti hubungan di antara aktiviti keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan.	53
5.5 Mengenalpasti hubungan antara sokongan keluarga dan idola terhadap kecenderungan keusahawanan	54
5.6 Implikasi kajian	55
5.7 Cadangan penyelidikan masa hadapan	57
5.8 Penutup	58

RUJUKAN		59
APPENDIKS	- Borang Kaji Selidik	64
	- Data SPSS	72

SENARAI RAJAH

Rajah		Muka Surat
3.1	Kerangka Konseptual	24
4.1	Graf Frekuensi Khidmat Nasihat	34
4.2	Graf Sokongan Moral Daripada Keluarga	36
4.3	Graf Galakan Ibu Bapa Terhadap Keusahawanan	37
4.4	Graf Rakan Sebaya	38
4.5	Graf Pensyarah	39
4.6	Graf Usahawan	40
4.7	Graf Berani Mengambil Risiko	41
4.8	Graf Ganjaran	42
4.9	Graf Tekad Usahawan	43

SENARAI JADUAL

Jadual	Muka Surat
3.1 Hasil kajian rintis	28
4.1 Taburan responden mengikut jantina	32
4.2 Taburan responden mengikut asal	32
4.3 Taburan responden mengikut program	33
4.4 Taburan responden mengikut penglibatan aktiviti keusahawanan	33
4.5 Analisis korelasi Pearson- <i>r</i> bagi sokongan keluarga dan kecenderungan keusahawanan	45
4.6 Analisis korelasi Pearson- <i>r</i> bagi idola dan kecenderungan keusahawanan	46
4.7 Analisis korelasi Pearson- <i>r</i> bagi hubungan antara sokongan keluarga dan idola dengan kecenderungan keusahawanan.	47
4.8 Ujian T bagi kecenderungan keusahawanan mengikut perbezaan min penglibatan pelajar dalam aktiviti keusahawanan	48
4.9 Nilai R^2 dalam pengukuran hubungan antara sokongan keluarga dan idola terhadap kecenderungan keusahawanan	48
4.10 Jadual ANOVA bagi hubungan sokongan keluarga dan idola terhadap kecenderungan keusahawanan	49
4.11 Pekali regresi bagi sokongan keluarga dan idola bagi mengukur kecenderungan keusahawanan	50

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Latar belakang kajian

Keusahawanan adalah kata terbitan daripada perkataan usahawan. Istilah ini lahir daripada perkataan usaha yang bermaksud daya upaya termasuk ikhtiar, kegiatan dan lain-lain perkara untuk melaksanakan sesuatu pekerjaan (Kamus Dewan, 2014). Bagi ahli ekonomi, usahawan merupakan individu yang menyatukan faktor-faktor buruh, material dan faktor lain yang menjadikannya lebih bernilai, dan individu yang membuat perubahan, pembaharuan serta inovasi. Bagi ahli psikologi pula, usahawan merupakan mereka yang didorong oleh kuasa tertentu seperti keperluan terhadap sesuatu, untuk mengkaji atau mengelakkan daripada kongkongan orang lain. Menurut perspektif peniaga, usahawan mungkin merupakan ancaman atau pesaing tetapi dalam masa yang sama merupakan rakan niaga, pembekal atau pelanggan kepada peniaga lain dan mungkin seorang yang mencari cara baru untuk menggunakan sumber secara lebih baik serta mencipta lebih banyak peluang pekerjaan (Karl Vesper, 1980).

Berdasarkan definisi-definisi tersebut bolehlah disimpulkan bahawa keusahawanan merupakan satu proses mencipta sesuatu yang baru dengan usaha dan masa serta melibatkan pelbagai risiko kewangan, fizikal dan sosial untuk mendapatkan ganjaran yang berbentuk kewangan, kepuashatian dan kebebasan.

Menurut Hisrich dan Peters (2002), dalam bidang ekonomi, keusahawanan bukan sahaja menyumbang kepada peningkatan pendapatan per kapita, malah bertindak sebagai pemangkin perubahan struktur sosial dan masyarakat. Perkembangan keusahawanan dan pertambahan usahawan menunjukkan perkembangan ekonomi yang positif bagi sesebuah negara. Inovasi yang terhasil melalui keusahawanan akan memperkembangkan penawaran dan kepelbagaian dalam ekonomi.

Populasi rakyat di negara ini didominasi oleh golongan belia, iaitu dalam lingkungan 15 tahun hingga 40 tahun. Selaras dengan wawasan dan matlamat negara kita yang menuju ke arah negara perindustrian dan seterusnya negara maju pada tahun 2020, Malaysia semestinya memerlukan penglibatan dan sumbangan para usahawan terutama di kalangan generasi muda sebagai pelapis kepimpinan negara.

Dalam peringkat Institut Pengajian Tinggi (IPT), pendedahan dan kesedaran terhadap keusahawanan telah diperluaskan lagi. Subjek dan kursus keusahawanan ditawarkan kepada pelajar adalah bertujuan memperkenalkan pelajar kepada konsep-konsep dan teori-teori asas keusahawanan. Ini melibatkan pelbagai takrif-takrif keusahawanan, sifat keusahawanan, serta kemahiran dan pengetahuan yang diperlukan oleh seorang usahawan. Selain itu juga kurikulum yang ditawarkan ini turut membincangkan sumbangan usahawan, ciri-ciri usahawan serta biografi usahawan berjaya sebagai contoh tauladan yang baik.

Keusahawanan merupakan salah satu dari aktiviti kokurikulum di Universiti Kuala Lumpur. Aktiviti keusahawanan akan mendedahkan pelajar kepada pelbagai aspek kemahiran dan menyerlahkan lagi potensi diri pelajar seperti kemahiran menyelesaikan masalah, kemahiran berkomunikasi, kemahiran kepimpinan dan kemahiran berfikir secara kritis dan kreatif.

Peraturan-peraturan pendidikan (Kurikulum Kebangsaan 1997) memperjelaskan bahawa kurikulum kebangsaan sebagai suatu program pendidikan termasuk kurikulum dan kegiatan kokurikulum yang merangkumi semua pengetahuan, kemahiran, nilai, unsur kebudayaan dan kepercayaan untuk membantu perkembangan seseorang pelajar dengan sepenuhnya dari segi jasmani, rohani, mental dan emosi. Universiti Kuala Lumpur turut memberi tumpuan pembangunan diri pelajarnya secara holistik iaitu mencakupi aspek jasmani, emosi, rohani dan intelek melalui salah satu aktivitinya iaitu aktiviti keusahawanan.

Pendidikan keusahawanan di Malaysia harus dilaksanakan sebagai salah satu strategi melalui Rangka Rancangan Jangka Panjang Ketiga (RRJP Ke-3) dengan tujuan untuk menambah bilangan sumber manusia yang mahir, berkebolehan membangunkan inovasi dan teknologi serta menggalakkan perniagaan bagi mencapai matlamat masyarakat perdagangan dan perindustrian menjelang tahun 2020 (Malaysia 2001, 2006).

Oleh hal yang demikian, Pelan Strategik Pendidikan Tinggi Negara 2011-2015 fasa 2 telah meletakkan fokus kepada usaha mengarusperdanakan pendidikan keusahawanan untuk meningkatkan daya keusahawanan dalam kalangan pelajar yang akhirnya akan menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara. Justeru itu, pada 13 April 2010 Kementerian Pengajian Tinggi telah melancarkan dasar pembangunan keusahawanan Institut Pengajian Tinggi yang bertujuan untuk menggalakkan pendidikan dan pembangunan keusahawanan yang lebih terancang dan holistik dalam kalangan Institusi Pengajian Tinggi. (Pelan Strategik Pendidikan Tinggi Negara 2011-2015, Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia). Fenomena ini menggambarkan bidang keusahawanan semakin penting dan mendapat tempat di dalam sistem

pendidikan negara untuk diceburi oleh para pelajar di setiap institusi pengajian tinggi di Malaysia.

Universiti Kuala Lumpur (UniKL) merupakan universiti peneraju dalam bidang teknologi kejuruteraan yang ditubuhkan pada 20 Ogos 2002 dan dimiliki sepenuhnya oleh MARA. Di samping menjadi universiti teknikal di peringkat institusi pendidikan negara, Universiti Kuala Lumpur turut membentuk para pelajar dan graduannya dengan kemahiran teknikal yang kukuh serta kemahiran keusahawanan yang tinggi dalam memenuhi keperluan pasaran industri selaras dengan misi korporatnya iaitu melahirkan usahawan dan teknousahawan global.

Misi dan visi ini adalah seiring dengan misi korporat Majlis Amanah Raya (MARA) di mana Universiti Kuala Lumpur merupakan salah satu anak syarikat MARA yang berhasrat untuk menerajui bidang keusahawanan, pendidikan dan pelaburan untuk penguasaan ekuiti Bumiputera. MARA juga meletakkan sasaran bagi melahirkan usahawan yang berjaya dan inovatif, membentuk modal insan global dan berintegriti, menyumbang kepada pemilikan ekuiti serta memudahkan sistem penyampaian.

Kementerian Pengajian Tinggi (KPT) telah memperkenalkan Dasar Pembangunan Keusahawanan Institusi Pengajian Tinggi pada 13 April 2010 sebagai langkah menggalakkan pembangunan modal insan dalam melahirkan siswazah usahawan yang sentiasa bersedia menghadapi cabaran pembangunan ekonomi yang berlandaskan ilmu pengetahuan dan berkemahiran.

Misi pengajian tinggi negara adalah untuk membangunkan mahasiswa yang kompeten, berinovasi serta berakhlak mulia untuk memenuhi keperluan negara dan antarabangsa (Kementerian Pengajian Tinggi, 2003). Rata-rata matlamat pendidikan negara adalah untuk melahirkan pelajar yang seimbang antara akademik dan

kemahiran-kemahiran yang dikuasainya. Pembangunan Holistik Pelajar dalam konteks Pelan Strategik Pengajian Tinggi Negara (PSPTN) adalah satu usaha untuk memastikan pelajar yang dihasilkan mempunyai kemahiran-kemahiran yang khusus. Keterampilan pelajar tidak hanya diukur melalui kecemerlangan akademik bahkan jua melibatkan kemampuan dalam mengubah persepsi masyarakat mengenai budaya keusahawanan yang semakin popular. Keterlibatan pelajar di dalam aktiviti keusahawanan akan membolehkan mereka menguasai pelbagai kemahiran yang menjadi tuntutan para majikan masa kini amnya dan kemahiran untuk pembangunan diri khususnya.

Bekas Menteri Pengajian Tinggi yang lalu, Datuk Seri Mohamed Khaled Nordin telah mengumumkan yang dasar berkenaan mempunyai enam teras strategik. Salah satu daripadanya ialah menubuhkan pusat keusahawanan di setiap IPT untuk merancang, menyelaraskan, memantau dan menilai program serta aktiviti pendidikan keusahawanan (Kementerian Pengajian Tinggi, 2010). Jabatan Pengajian Tinggi juga telah mengorak langkah dengan menyasarkan pelaksanaan kursus kokurikulum berkredit di semua institusi pengajian tinggi seawal sesi pengajian 2010/2011 di mana salah satu teras kokurikulum tersebut adalah dari teras keusahawanan. Perubahan-perubahan yang dilakukan di dalam sistem pendidikan negara adalah seiring dengan tuntutan semasa di mana pergantungan kepada majikan adalah diminimumkan manakala bekerja sendiri adalah digalakkan.

Universiti Kuala Lumpur terdiri daripada 12 kampus cawangan hasil gabungan insititusi-institusi pendidikan seperti *British Malaysian Institute (BMI)*, *Malaysian Spanish Institute (MSI)*, *Malaysian French Institute (MFI)* dan lain-lain lagi yang mempunyai pengkhususan dan lokaliti yang berbeza. Sebagai contoh, kampus BMI di Gombak mengkhususkan bidang elektrik dan elektronik, kampus di Lumut, Perak

menumpukan teknologi marin dan perkapalan, MFI di Bangi dalam bidang automotif dan sebagainya. Sungguhpun begitu, elemen keusahawanan tetap diterapkan dengan pelbagai aktiviti-aktiviti keusahawanan yang telah dijalankan di peringkat Universiti Kuala Lumpur seperti Karnival Jom Jadi Usahawan (2J1U), seminar Saya Mahu Jadi Usahawan Berjaya (SEDAYA), Kursus Latihan Pembentukan Usahawan (LPU), Keahlian *Student Entrepreneurship Association* (SEA), penglibatan di dalam Dewan Perniagaan Alumni UniKL (DPAU), Kem Tunas Usahawan dan Pemadanan Perniagaan antara pelajar dan usahawan luar yang menjadi rakan strategik Universiti Kuala Lumpur.

Kepelbagaian aktiviti ini adalah seiring dengan usaha Institut Keusahawanan Negara, Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri yang telah menubuhkan Program Keusahawanan Siswa (PKS) sejak tahun 1989 yang bertujuan untuk membudayakan semangat keusahawanan di kalangan siswa di Institusi pengajian tinggi. PKS ini terdiri daripada Program Pembangunan Usaha Siswa (PPUS), Kursus Asas Keusahawanan Siswa (KAKS), Student Mall, Konvensyen dan Karnival Keusahawanan Siswa (KARNIAWAN), dan *Student in Free Enterprise* (SIFE).

Penerapan ilmu keusahawanan dalam kalangan pelajar khususnya di Universiti Kuala Lumpur dilakukan secara berterusan bagi membolehkan mereka untuk tidak bergantung sepenuhnya kepada kerja makan gaji apabila sudah bergraduasi. In disokong oleh Buang (2008) yang menyatakan aktiviti keusahawanan akan membolehkan pelajar menukar mentaliti daripada bekerja makan gaji kepada bekerja sendiri.

Penglibatan pelajar di dalam aktiviti keusahawanan yang dianjurkan oleh kampus masing-masing akan mendedahkan mereka kepada pelbagai kemahiran. Antara kemahiran tersebut adalah kemahiran khusus di dalam keusahawanan seperti

kebolehan untuk mengenal pasti peluang perniagaan dan kebolehan untuk merangka perancangan perniagaan. Kepelbagaian aktiviti keusahawanan yang dianjurkan di Universiti Kuala Lumpur adalah untuk mencambahkan minat terhadap budaya keusahawanan selain untuk mencungkil bakat sedia ada yang wujud dalam diri pelajar.

1.2 Permasalahan kajian

Universiti Kuala Lumpur telah ditubuhkan pada tahun 2002 oleh Majlis Amanah Rakyat (MARA) sebagai salah satu intitusi pendidikan MARA atau lebih dikenali sebagai IPMa. Sebagai sebuah IPMa di peringkat tertinggi di kalangan IPMa yang lain seperti Institut Kemahiran MARA (IKM), Kolej Politek MARA (KPTM), GiatMARA, German Malaysian Institute (GMI) dan Maktab Rendah Sains MARA (MRSM), Universiti Kuala Lumpur telah menetapkan misi dan visinya untuk menjadi sebuah universiti teknikal yang melahirkan golongan usahawan dan teknousahawan di kalangan pelajar dan stafnya. Oleh itu, aktiviti keusahawanan bukan lagi menjadi satu bidang yang asing dalam kalangan pelajar di Universiti Kuala Lumpur. Aktiviti-aktiviti keusahawanan kerap kali dianjurkan oleh Universiti Kuala Lumpur sama ada melalui seminar, bengkel, pertandingan perniagaan dan sebagainya. Galakan dan sokongan yang padu telah diberikan oleh pihak pengurusan Universiti Kuala Lumpur kepada pelajarnya.

Elemen teoritikal turut disampaikan melalui pensyarah keusahawanan melalui kelas-kelas keusahawanan seperti subjek Pengenalan Kepada Keusahawanan dan Asas-asas Teknousahawan. Subjek ini wajib diambil oleh semua pelajar dalam semua pengkhususan pengajian. Namun begitu, di sebalik aspek kurikulum dan kokurikulum yang disediakan oleh pihak Universiti Kuala Lumpur, tiada sebarang data dan kajian

husus dijalankan untuk mengukur tahap kecenderungan keusahawanan dan minat pelajar terhadap keusahawanan.

Bilangan pelajar Universiti Kuala Lumpur yang menunjukkan minat terhadap keusahawanan kian bertambah dari setahun ke setahun. Namun begitu, berdasarkan pemerhatian yang dibuat di kalangan pelajar pengajian perniagaan, teknologi maklumat dan kejuruteraan teknologi menunjukkan para pelajar kurang kemahiran dalam membuat perkaitan di antara proses keusahawanan dengan penubuhan perniagaan. Sebahagian daripada mereka hanya menumpukan kepada aspek pembelajaran dan aktiviti kesedaran tetapi kurang yakin untuk memulakan perniagaan. Pelbagai faktor dalaman dan luaran dikenalpasti untuk mendapatkan justikasi yang lebih jelas berkaitan permasalahan ini. Justeru, kajian ini berpeluang untuk memahami dengan lebih jelas terutama perkaitan yang melibatkan sokongan keluarga, aktiviti yang dijalankan serta pengaruh idola dengan kecenderungan keusahawanan. Dengan memahami kecenderungan pelajar dalam bidang keusahawanan dan cara minda mereka berfikir akan membolehkan mereka dibantu dari aspek penerapan pemikiran keusahawanan dalam segenap kursus pengajian di samping memperkukuhkan kemahiran sendiri pelajar.

1.3 Persoalan kajian

Persoalan bagi kajian ini adalah berdasarkan isu-isu yang dibincangkan dalam permasalahan kajian dengan menganalisa hubungan antara sokongan keluarga, idola, aktiviti keusahawanan dan kecenderungan keusahawanan. Persoalan kajian adalah seperti berikut :

1. Apakah hubungan di antara sokongan keluarga dengan kecenderungan keusahawanan?

2. Apakah hubungan di antara idola dengan terhadap kecenderungan keusahawanan?
3. Apakah hubungan antara sokongan keluarga dan idola dengan kecenderungan keusahawanan?
4. Apakah terdapat perbezaan antara pelajar yang menyertai atau tidak menyertai aktiviti keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan?
5. Apakah terdapat kesan sokongan keluarga dan idola dengan kecenderungan keusahawanan?

1.4 Objektif kajian

Tujuan utama penyelidikan ini adalah untuk mengkaji hubungkait antara sokongan keluarga, idola dan aktiviti keusahawanan terhadap kecenderungan keusahawanan di kalangan pelajar Universiti Kuala Lumpur. Justeru, objektif kajian ini dijalankan adalah bertujuan untuk :

1. Mengenalpasti hubungan di antara sokongan keluarga dengan kecenderungan keusahawanan.
2. Mengenalpasti hubungan di antara idola dengan terhadap kecenderungan keusahawanan.
3. Mengenalpasti hubungan antara sokongan keluarga dan idola dengan kecenderungan keusahawanan.
4. Mengenalpasti perbezaan antara pelajar yang menyertai atau tidak menyertai aktiviti keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan.
5. Mengenalpasti kesan sokongan keluarga dan idola dengan kecenderungan keusahawanan?

1.5 Signifikasi kajian

1.5.1 Pelajar

Kajian ini boleh menjadi motivasi kepada pelajar untuk lebih cenderung dan minat terhadap aktiviti keusahawanan di universiti Kuala Lumpur sekaligus menjadikan bidang usahawan sebagai matlamat kerjaya pilihan di masa hadapan.

1.5.2 Ibu bapa

Kajian ini akan membolehkan ibu bapa pelajar memberi sokongan kepada anak-anak mereka untuk menceburi bidang keusahawanan dan menjadikan bidang ini sebagai satu kerjaya. Selain itu, ibu bapa juga boleh melihat komitmen dan kesungguhan unversiti dalam membangun dan membimbing pelajar di dalam bidang keusahawanan

1.5.3 Universiti

Kajian ini akan membolehkan pihak Universiti mencapai dan melaksanakan misi dan visi universiti dalam melahirkan pelajar yang menjadikan bidang usahawan sebagai kerjaya pilihan dan tidak mengharapkan kepada budaya makan gaji semata.

1.5.4 Sumbangan Ilmu Pengetahuan

Kajian ini dapat membantu mengenalpasti sama ada faktor-faktor seperti sokongan keluarga, aktiviti keusahawanan atau usahawan idola terhadap kecenderungan keusahawanan di kalangan mahasiswa. Sebagai tambahan, kajian ini boleh digunakan sebagai penanda aras untuk kajian di masa depan. Penemuan daripada kajian ini juga dapat memberi gambaran dalam memahami dengan lebih lanjut tentang faktor-faktor keusahawanan di universiti.

1.6 Skop dan batasan kajian

Memandangkan tahap kecenderungan keusahawanan di kalangan pelajar Universiti Kuala Lumpur adalah bersifat subjektif dan bersandarkan profil dan demografi mereka, responden yang dikenalpasti adalah para pelajar yang menghadiri kelas subjek Asas Keusahawanan dan Pengenalan Kepada Teknousahawan. Dapatan kajian ini turut mewakili keseluruhan pelajar. Selain itu, faktor masa juga menjadi kekangan yang mana kajian dijalankan dalam tempoh yang sangat terhad dan memerlukan kerjasama daripada pensyarah keusahawanan untuk membenarkan laluan masa semasa kelas bagi tujuan edaran dan kutipan semula borang kajiselidik.

1.7 Organisasi kajian

Kajian ini distrukturkan kepada lima (5) bab utama iaitu bermula dari Bab 1 iaitu Pengenalan sehingga Bab 5 (Perbincangan, Cadangan dan Kesimpulan) sebagaimana berikut iaitu Bab 1 yang membincangkan latarbelakang kajian yang dijalankan, permasalahan, persoalan, objektif serta signifikasi kajian yang akan memberi impak terhadap orang persekitaran dan sebagai sumbangan terhadap khazanah ilmu. Bab 2 iaitu Kajian Literatur membuat tinjauan kajian-kajian lepas berdasarkan pembolehubah tidak bersandar (IV) dengan pembolehubah bersandar. Dalam konteks ini pembolehubah tidak bersandar terdiri daripada sokongan keluarga, penglibatan dalam aktiviti keusahawanan dan idola manakala kecenderungan keusahawanan bertindak sebagai pembolehubah bersandar (DV). Bab 3 pula menjelaskan berkaitan metodologi yang merangkumi kaedah dan kerangka penyelidikan yang terdiri daripada konseptual kajian, hipotesis kajian, rekabentuk kajian, definisi operasional, kajian rintis, sampel kajian, prosedur pengumpulan serta analisis data. Bab 4 Analisa Kajian serta membincangkan mengenai analisis data yang

telah dijalankan. Antara perbincangan tersebut ialah mengenai analisis deskriptif dan analisis inferensi dapatan kajian. Bab 5 menerangkan aspek Perbincangan, Cadangan dan Kesimpulan mengenai tafsiran hasil dapatan kajian, implikasi kajian dan beberapa cadangan penambahbaikan kajian yang boleh dijalankan pada masa akan datang.

BAB 2

KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengenalan

Bab ini membentangkan sorotan kajian-kajian lepas yang berkaitan dengan hipotesis terhadap kajian ini. Penekanan akan dibuat terhadap tiga (3) faktor pembolehubah tidak bersandar iaitu faktor dalaman iaitu demografi dan sokongan keluarga, faktor luaran seperti idola dan penglibatan terhadap aktiviti keusahawanan serta hubungkaitnya dengan kecenderungan terhadap keusahawanan.

Seorang usahawan merupakan peneraju ekonomi sesebuah negara dan sumbangan mereka amat penting dalam usaha mewujudkan masyarakat yang makmur. Ini penting kepada negara agar melahirkan lebih ramai bakal-bakal usahawan bagi meneruskan pertumbuhan ekonomi dalam era globalisasi ini. Oleh itu, pembentukan golongan usahawan melalui pendidikan dan kesedaran adalah sangat perlu. Nor Aishah and Yufiza (2006) menyatakan, pendidikan keusahawanan harus dilihat sebagai satu proses sepanjang hayat.

Penekanan mengenai kesedaran keusahawanan telah diwujudkan di semua institusi pengajian tinggi termasuk di Universiti Kuala Lumpur dengan cara memberi pendedahan dan latihan kepada pelajar agar melazimi aktiviti keusahawanan. Aktiviti keusahawanan melibatkan kemahiran dan keupayaan adalah untuk meneroka peluang dan mencipta risiko, membangunkan kreativiti dan inovasi dalam aktiviti berkaitan perniagaan dan pekerjaan (Jamaludin et al, 2009). Aktiviti keusahawanan juga akan mempersiapkan-siagakan pelajar kepada melahirkan sifat-sifat yang wajib ada pada diri

seorang usahawan seperti kesediaan mengambil risiko, tidak puas hati dengan kejayaan, sentiasa mahu belajar, pandai menjual idea, berperwatakan menarik serta bijak dalam mempengaruhi orang (Jamaludin et al, 2009).

Aktiviti keusahawanan menjadi salah satu teras kokurikulum dalam kehidupan pelajar di kampus-kampus bagi memudahkan mereka terlibat secara langsung dengan aktiviti-aktiviti keusahawanan. Dalam kajian ini, sebagai pembolehubah tidak bersandar yang pertama, faktor dalaman terdiri daripada jantina, tempat asal dan sokongan ahli keluarga. Ini kerana penyelidik ingin mengenalpasti dengan jelas faktor yang manakah paling kuat menyumbang kepada kecenderungan keusahawanan. Begitu juga dengan faktor luaran, aktiviti keusahawanan yang dianjurkan oleh pihak universiti dan ciri-ciri keusahawanan yang dikaji dapat memberikan jawapan kepada persoalan kajian yang melihat kepada kecenderungan keusahawanan. Seperti juga ciri-ciri personal, faktor-faktor ini juga menjadi pemangkin kepada aktiviti keusahawanan dalam kalangan pelajar selepas tamat belajar (Hisrich dan Peters, 1995).

Kajian ini akan turut mengukur kecenderungan mereka terhadap bidang keusahawanan di kampus Universiti Kuala Lumpur.

2.2 Faktor dalaman

2.2.1 Faktor Demografi

Sungguhpun Universiti Kuala Lumpur mempunyai misi dan visi untuk melahirkan usahawan graduan dengan menganjurkan pelbagai aktiviti keusahawanan untuk pelajar-pelajarnya semasa mereka sedang mengikuti pengajian masing-masing, tidak banyak kajian kecenderungan keusahawanan di institusi itu dijalankan

menyebabkan potensi mengulangi kesilapan pendekatan yang sangat tinggi. Namun begitu terdapat kajian melibatkan institusi pengajian tinggi telah dijalankan untuk dijadikan sorotan kajian lepas. Melalui Yusof dan Sapiah (2010), kajian mereka terhadap kecenderungan keusahawanan dalam kalangan pelajar-pelajar di Universiti Utara Malaysia (UUM) mendapati pelajar lelaki lebih tinggi sedikit berbanding pelajar perempuan. Sabree (2002) turut mendapat hasil yang sama melalui hasil kajian beliau terhadap pelatih Institut Kemahiran MARA (IKM) yang mana telah menunjukkan pelajar lelaki lebih cenderung untuk meminati bidang keusahawanan berbanding pelajar perempuan.

Namun begitu, Kirkwood (2007) mempunyai pandangan yang berbeza bahawa kecenderungan keusahawanan lebih diminati oleh kaum lelaki boleh diperdebatkan. Yusof dan Sapiah (2010) pula mengkaji pelajar-pelajar bumiputera tingkatan empat di tiga buah sekolah sekitar Skudai, Johor menunjukkan bahawa pelajar perempuan mempunyai kecenderungan terhadap bidang keusahawanan berbanding pelajar lelaki.

2.2.2 Faktor Sokongan Keluarga

Institusi keluarga merupakan permulaan pembentukan individu dan masyarakat. Melalui peranan ibu bapa, anak akan dibentuk mengikut acuan yang mereka kehendaki. Ini bersesuaian dengan maksud sabda Nabi :

Abu Hurairah RA meriwayatkan bahawa Nabi s.a.w berkata : “Setiap anak adam dilahirkan secara fitrah, maka ibu bapanya yang mencorakkannya sebagai Yahudi, Nasrani atau Majusi.” (Hadis Sahih Bukhari).

Hadis ini menegaskan betapa kuatnya pengaruh pendidikan awal kanak-kanak dalam mencorakkan peribadi individu pada masa akan datang. Oleh yang demikian kesedaran mengenai kepentingan keusahawanan ini perlulah wujud dalam diri ibu bapa

terlebih dahulu. Memang tidak dinafikan bahawa, ramai ibu bapa di kalangan masyarakat Islam yang tidak berpengalaman dalam bidang perniagaan. Ini menyebabkan mereka tidak dapat menjadi idola (*role model*) kepada anak-anak mereka. Walau bagaimanapun mereka haruslah menggalakkan sebarang usaha anak-anak mencuba bidang ini dan tidak bertindak menghalang niat mereka. Mereka juga harus menyemai nilai-nilai keusahawanan seperti berani mengambil risiko, kreatif dan sabar sejak kecil lagi. Ini secara tidak langsung akan mengembangkan potensi diri mereka.

Rajani & Sarada (2008) dan Ahmad Yasruddin, Nik Abdul Aziz & Nik ‘Azzati (2010) mempunyai pendapat yang sama dengan menyatakan sokongan keluarga mempunyai kedudukan yang tinggi dalam bidang keusahawanan sekaligus mendorong usahawan itu bekerja dengan lebih produktif dan proaktif dalam mengimbangkan antara kehidupan keluarga dan kerjaya.

Kajian literatur daripada Ishfaq, Muhammad Musarrat & Muhammad Ramzan (2011) terhadap graduan Pakistan menunjukkan bahawa sokongan keluarga mempunyai pengaruh yang kuat dalam bidang keusahawanan. Ini turut disokong oleh penyelidik Shamsul Hana (2012) yang menyatakan sokongan keluarga memainkan peranan penting dan sentiasa menyediakan ruang untuk anak-anak mereka bekerja dalam perniagaan sendiri di masa hadapan. Fauzia & Mehmood (2013) pula menyatakan, istilah faktor “tolakan” dan “tarikan” sangat berhubungkait di antara sokongan keluarga dengan kecenderungan keusahawanan. Kedua-dua faktor tersebut tidaklah bersifat eksklusif dan ianya lebih tepat untuk menyatakan bahawa terdapat pelbagai dorongan motivasi dalam menjadikan seseorang itu cenderung ke arah bidang keusahawanan. Faktor “tolakan” melibatkan aspek negatif yang menghalang daripada seseorang itu berniaga manakala faktor “tarikan” adalah aspek yang

mendorong seseorang itu bertindak merealisasikan idea dan memulakan perniagaannya.

2.3 Idola

Untuk melahirkan pelajar yang mampu berhadapan dengan aktiviti keusahawanan sebenar, salah satu faktor yang mempunyai impak yang tersendiri adalah melalui pengaruh idola terhadap laluan keusahawanannya. Kamus Dewan Edisi Keempat memberi maksud idola sebagai : “Orang yg sangat diminati (dikagumi dsb), tokoh politik, penyanyi, bintang filem dsb; mengidolakan meminati atau mengagumi seseorang atau sesuatu dgn keterlaluan, memuja-muja”

Idola bersifat dominan kerana mereka menyediakan latihan sosial untuk usahawan (Postigo, Iacobucci et al. 2006). Bygrave (2004) menegaskan bahawa seseorang idola yang berjaya dalam bidangnya lebih khususnya dalam perniagaan lebih dipercayai dan dicontohi. Ini berdasarkan andaian bahawa dengan melihat sendiri kejayaan seseorang itu dalam bidang perniagaannya, usahawan atau bakal usahawan akan mendapat aspirasi dan semangat untuk berusaha bersungguh-sungguh di dalam perniagaan masing-masing (Caputo & Dolinsky, 1998).

Justeru, berdasarkan peri-pentingnya peranan idola tersebut, Wong & Lena (2005) menekankan bahawa peranan pendidik dan rakan-rakan pelajar di universiti turut dikaji dari segi bagaimana mereka mampu memberi dorongan kepada pelajar untuk cenderung ke arah keusahawanan.

Bosma et.al. (2011) Kirkwood (2007) dan Morris (1998) bersepakat bahawa para idola juga boleh meningkatkan keinginan seseorang menjadi usahawan dengan memberikan galakan dalam menjadikan cita-cita kepada realiti.

Menurut Gibb (2002(a)) dan Neck dan Green (2011), peranan para idola dalam bidang keusahawanan dapat digambarkan dalam bentuk empat (4) fungsi berkait sebagaimana berikut:

- i) Sebagai sumber inspirasi dan motivasi. Para idola membentuk satu kesedaran dan memotivasikan seseorang untuk memulakan perniagaan dan cetusan idea.
- ii) Meningkatkan tahap keyakinan sendiri. Ini bermaksud para idola mampu menjadikan seseorang itu yakin untuk mencapai matlamat yang dikehendaki.
- iii) Pengajaran melalui contoh tauladan yang baik. Para idola berperanan menyediakan garis panduan untuk tindakan yang dilalui.
- iv) Pengajaran melalui sokongan. Ini menjurus kepada peranan para idola dalam memberikan sokongan berterusan dan nasihat dari semasa ke semasa.

2.4 Aktiviti keusahawanan

Dalam mengkaji keberkesanan terhadap aktiviti keusahawanan dan ciri-ciri keusahawanan dalam kalangan pelajar, hasil daripada kajian Mohd Amir Sharifudin et al. (1995) ke atas tiga buah sekolah menengah di Selangor untuk melihat keberkesanan Program Usahawan Muda dalam kalangan pelajar menunjukkan pelajar-pelajar yang telah mengikuti program tersebut berjaya meningkatkan minat berniaga dan motivasi tinggi di semua sekolah terutamanya sekolah berasrama penuh. Bertentangan dengan kajian Zahari (1998), peribadi usahawan tidak dapat dibentuk sepenuhnya dalam kalangan pelajar Politeknik Sultan Haji Ahmad Shah (POLISAS) dan mereka tidak berminat untuk menjadi usahawan. Oleh itu, matlamat pendidikan keusahawanan di POLISAS tidak dapat dicapai sepenuhnya.

Brown (1999) menegaskan bahawa pengisian aktiviti keusahawanan seharusnya menekankan lebih banyak unsur praktikal dan tidak formal dalam membantu membentuk minat pelajar dalam bidang keusahawanan.

2.5 Kecenderungan keusahawanan

Di dalam memupuk kecenderungan pelajar untuk menjadi seorang usahawan, adalah sangat penting bagi para pendidik dan universiti memahami bagaimana seseorang usahawan melihat dunia dan mempelajarinya melalui kaca mata mereka yang mana kemudiannya membentuk aliran pemikiran mereka. Sarasvathy (2008) melalui kajian empirikalnya mendapati bahawa seseorang usahawan yang dinamik melihat dunia sebagai sebuah ruang yang penuh dengan kepelbagaian kemungkinan, membentuk pelbagai peluang baru, mencipta berbanding mencari pasaran, menerima dan menguruskan kegagalan serta berinteraksi dengan pelbagai pihak, hanya semata-mata bertujuan untuk mencipta masa depan berbanding hanya meramalkannya (Schlesinger et al., 2012).

Neck and Greene (2011) menyatakan :

“Persekitaran keusahawanan terdiri daripada ketidakpastian, tidak boleh diramal dan memerlukan set pemikiran tertentu, yang sememangnya bersifat kontradik dengan suasana pembelajaran yang dilalui. Satu kaedah keusahawanan membenarkan pelajar kita untuk dipandu ke arah sifat disiplin. Kaedah yang mewakili set kemahiran atau teknik yang dapat membantu pelajar membentuk latihan yang memerlukan mereka berfikir dan bertindak dalam kerangka keusahawanan. Kami percaya bahawa dengan memperkenalkan keusahawanan sebagai metod latihan praktikal yang sama pentingnya, jika tidak lebih penting, seperti kandungan yang selalu dilihat dalam buku teks. Sebagaimana yang kami maklumkan sebelum ini, maklumat adalah komoditi masakini; justeru; kita perlu kaedah pembelajaran yang mampu bertahan terhadap cabaran dan perubahan dari aspek pengisian dan konteks.”

Oleh itu, kepelbagaian modul dan aktiviti keusahawan yang berstruktur mampu mempengaruhi pandangan dan memupuk minat pelajar melaksanakan

kegiatan ekonomi di dalam dan di luar kawasan universiti. Shapero dan Sokol (1982) menyatakan bahawa terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk memilih dalam menjadi seorang usahawan iaitu faktor dorongan keusahawanan dan faktor situasi. Antara jenis-jenis faktor dorongan keusahawanan adalah seperti anjakan negatif, tempoh peralihan, tarikan positif dan tolakan positif. Di samping itu, persepsi dorongan, persepsi kebolehan menganjurkan aktiviti keusahawanan adalah dipengaruhi faktor situasi. Perincian empat faktor yang mendorong seseorang itu menuju ke arah keusahawanan ialah :

- i) Anjakan negatif berlaku apabila suatu keadaan yang mana seseorang itu mengasingkan dirinya dari masyarakat persekitarannya akibat krisis yang dialami sehingga mendorong mereka untuk memilih laluan keusahawanan. Sebagai contoh, seseorang yang telah mencapai kemuncak kebosanan terhadap rutin kerjayanya dan mencari jalan keluar dari situ.
- ii) Tempoh peralihan digambarkan sebagai transisi yang berlaku di antara seseorang yang menjadi pelajar kepada pekerja, seorang askar kepada menjadi orang awam serta antara kehidupan di penjara dan sebagai orang yang bebas.
- iii) Tarikan positif adalah kesan dorongan yang baik menceburi bidang keusahawanan daripada mentor, pelabur, bakal rakan kongsi dan pelanggan. Ianya turut dikenali sebagai pengaruh positif.
- iv) Tolakan positif merupakan ruang dan peluang yang disediakan atau tersedia untuk sesuatu pendidikan dan aktiviti keusahawanan itu diadakan bagi membolehkan seseorang itu menjadi usahawan. Sebagai contoh, tolakan ibu bapa yang memberikan galakan sepenuhnya kepada anak-anak untuk menceburi bidang perniagaan.

Selain itu, faktor situasi yang membantu terhadap kecenderungan keusahawanan terdiri daripada tiga (3) ciri iaitu :

- i) Persepsi dorongan melalui latar belakang budaya, keluarga dan masyarakat setempat. Masyarakat Cina terdiri daripada contoh pengaruh budaya perniagaan yang paling ketara. Mereka cenderung untuk terlibat dalam bidang perniagaan tidak kira di mana jua.
- ii) Persepsi kebolehan menganjurkan aktiviti keusahawanan, antara lain melibatkan sokongan daripada pelbagai pihak luaran dan dalaman, bantuan pembiayaan dan modal serta model ikutan atau idola yang boleh dicontohi.
- iii) Penglibatan secara langsung dalam aktiviti keusahawanan dapat menawarkan kepada seseorang itu ilmu dan pengalaman terutamanya dalam urusan pentadbiran organisasi, keberanian mengambil risiko dan kebolehan merancang serta kemahiran membuat keputusan.

2.6 Teori Kelakuan Terancang

Menurut Dollinger (1995), faktor-faktor psikologi, sosiologi dan latar belakang mempengaruhi kebolehan seseorang individu untuk menjadi seorang usahawan. Pelajar Universiti Kuala Lumpur datang dari latar belakang yang berbeza. Keinginan untuk berperilaku diterangkan oleh Ajzen (1991) melalui sikap, norma subjektif dan tahu kawal kelakuan atau lebih dikenali dengan teori Kelakuan Terancang atau *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Menurut Ambak et al. teori ini menyatakan sikap yang merujuk kepada penilaian keseluruhan kelakuan seseorang, norma subjektif dikenali sebagai suatu kepercayaan seseorang sama ada orang lain memberi makna atau kesan terhadap sesuatu kelakuan yang akan mereka lakukan manakala tahu kawalan kelakuan pula ditentukan oleh keinginan seseorang mengenai

adanya faktor yang akan memudahkan atau menghalang melaksanakan sesuatu perilaku.

2.7 Rumusan

Dapatlah dirumuskan di sini bahawa kajian-kajian lepas mempunyai yang terdiri daripada kajian berkaitan dengan sokongan keluarga, idola dan penglibatan aktiviti keusahawanan mempunyai sebahagian dapatan yang berbeza terhadap menentukan kecenderungan keusahawanan.

BAB 3

METODOLOGI KAJIAN

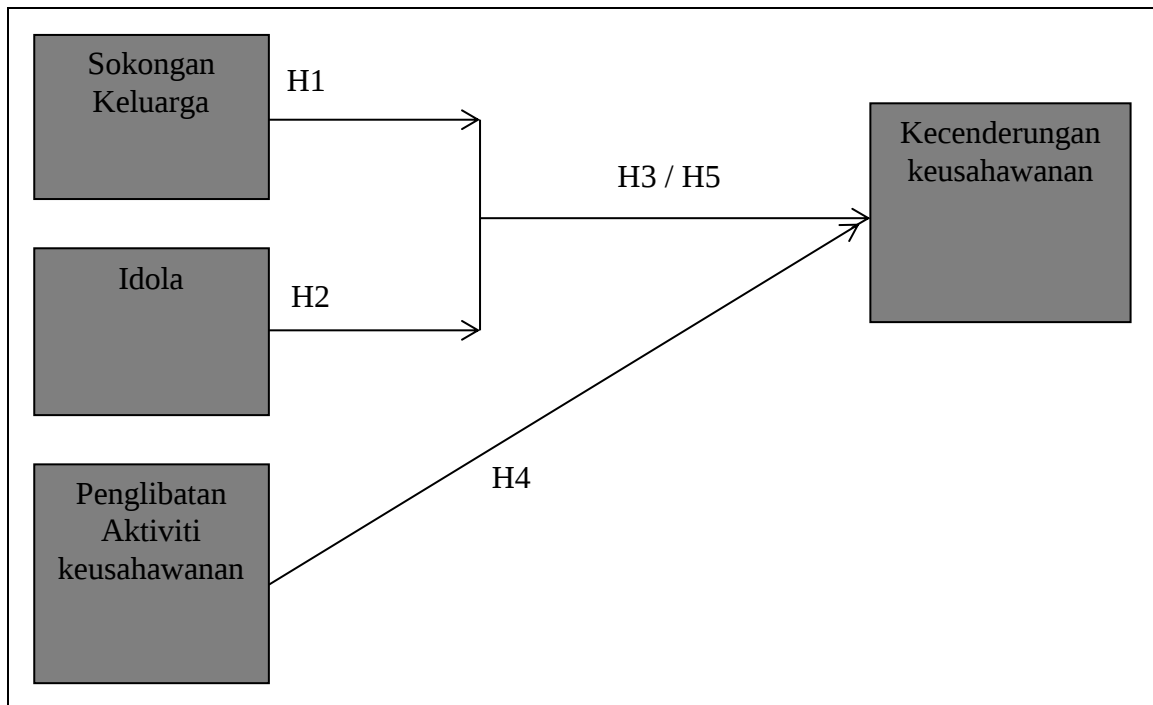
3.1 Pengenalan

Bab ini menjelaskan metodologi yang digunakan oleh pengkaji untuk mengumpulkan dan menganalisis maklumat-maklumat penting untuk menjalankan kajian ini. Bab ini juga akan mengetengahkan kerangka kajian, pembangunan hipotesis kajian, rekabentuk kajian, pengesahan kajian rintis, persampelan, proses pengumpulan data serta teknik menganalisis data.

3.2 Konseptual kajian

Kajian ini akan mengukur hubungan di antara sokongan keluarga dengan kecenderungan keusahawanan, hubungan di antara idola dengan kecenderungan keusahawanan dan hubungan di antara aktiviti keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan.

Kerangka konseptual mengenai kajian ini menunjukkan hubungan antara sokongan keluarga, idola serta penglibatan pelajar dalam aktiviti keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan.



Rajah 3.1 Kerangka Konseptual

3.3 Hipotesis kajian

1. H1 – Terdapat hubungan yang signifikan antara sokongan keluarga dengan kecenderungan keusahawanan;
2. H2 – Terdapat hubungan yang signifikan antara idola dengan kecenderungan keusahawanan;
3. H3 – Terdapat hubungan yang signifikan antara sokongan keluarga dan idola dengan kecenderungan keusahawanan;
4. H4 – Terdapat perbezaan yang signifikan antara pelajar yang menyertai atau tidak menyertai aktiviti keusahawanan terhadap kecenderungan keusahawanan;
5. H5 – Terdapat kesan yang signifikan terhadap sokongan keluarga dan idola dengan kecenderungan keusahawanan.

3.4 Rekabentuk kajian

Kajian ini telah dibahagikan kepada tiga peringkat. Peringkat pertama adalah fasa rekabentuk kajian iaitu untuk menentukan tujuan kajian, persoalan kajian dan hipotesis kajian. Peringkat kedua pula ialah peringkat pengumpulan data manakala peringkat ketiga ialah peringkat menganalisis data.

3.5 Skala pengukuran

Skala sela yang paling banyak digunakan adalah skala yang telah dipopularkan oleh Likert pada tahun 1932 (Rohana, 2004). Terdapat lima skala yang digunakan di dalam kajian ini iaitu sangat setuju (5), setuju (4), kurang setuju (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1).

3.6 Definisi operasional

Bahagian ini akan membincangkan mengenai definisi operasional bagi setiap istilah yang akan digunakan di dalam kajian ini.

3.6.1 Kecenderungan keusahawanan

Kecenderungan keusahawanan digambarkan sebagai faktor motivasi yang mempengaruhi individu untuk meneruskan sesuatu hasil keusahawanan (Hisrich, Peters & Shephard, 2008). Dalam kajian ini, kecenderungan keusahawanan didefinisikan sebagai minat pelajar untuk menjadi usahawan siswa dan menjadikan bidang keusahawanan sebagai kerjaya selepas graduasi.

Barjoyai Bardai (2000) menyatakan bahawa keusahawanan merujuk kepada sikap, nilai, pengetahuan dan kemahiran yang membolehkan seseorang itu mampu dan cekap untuk mencari, mengenal, merebut peluang dan menterjemahkannya kepada strategi dan usaha perniagaan bagi mendapatkan keuntungan.

Tiga jenis dimensi yang akan dikaji dalam memberikan gambaran yang lebih jelas tentang maksud kecenderungan keusahawanan adalah berani mengambil risiko, ganjaran dan tekad keusahawanan.

3.6.2 Sokongan Keluarga

Sokongan keluarga merujuk kepada bantuan yang diberikan dari aspek emosi, tenaga, rasa tanggungjawab, kewangan dan sebagainya dalam membantu memupuk semangat berniaga dalam diri pelajar. Anak-anak mendapat didikan awal dari rumah di mana ibu bapa adalah pencorak utama diri mereka. Anak-anak banyak terpengaruh dengan cara didikan ibu bapa mereka khususnya dalam bidang keusahawanan. Kajian telah menunjukkan bahawa ibu bapa mempengaruhi sikap anak-anak untuk berkecimpung dalam bidang keusahawanan atau sebaliknya. Anak-anak yang mempunyai ibu bapa atau keluarga terdekat yang bekerja sendiri didapati lebih cenderung kepada bidang keusahawanan berbanding mereka yang tidak mempunyai latar belakang tersebut (Birley Sue, 2001).

Sokongan keluarga juga merupakan langkah pertama untuk membina hubungan, membantu menyelesaikan masalah dan sebagainya serta memberi faedah yang baik kepada setiap individu.

Kajian akan mengenalpasti sokongan keluarga dari aspek khidmat nasihat, sokongan moral dan galakan keluarga kepada pelajar terhadap keusahawanan.

3.6.3 Idola

Idola dalam kajian ini ialah individu yang boleh memberikan nasihat, sokongan dan panduan dalam menjadikan seorang pelajar itu cenderung dengan aktiviti keusahawanan. Ini adalah seiring dengan pandangan dari Hisrich, Peters & Shepherd (2005) yang menyatakan idola ini ialah seseorang yang mempengaruhi

kerjaya pilihan atau tindakan seseorang pelajar. Idola juga mempunyai peranan yang besar serta mempunyai pengaruh terhadap laluan keusahawanan dari segi maklumat, panduan dan sokongan moral berkaitan bidang perniagaan.

Fokus dalam konsep idola yang ditekankan dalam kajian ini terdiri daripada rakan, pensyarah dan usahawan.

3.6.4 Penglibatan dalam aktiviti keusahawanan

Penglibatan pelajar dalam aktiviti-aktiviti yang diadakan di universiti adalah untuk membentuk tiga domain utama sebagaimana yang telah digariskan oleh Kementerian Pengajian Malaysia iaitu dari aspek kognitif, afektif dan psikomotor. Penglibatan pelajar dalam aktiviti keusahawanan khususnya boleh membantu mereka dalam memupuk minat untuk berkecimpung dalam bidang usahawan sebagaimana yang telah dinyatakan oleh Brown (1999) yang menggariskan beberapa struktur utama dalam pendedahan keusahawanan adalah untuk melahirkan pelajar yang boleh berfikir secara kritikal, memberi pengalaman dan boleh merancang masa depan dengan menjadikan aktiviti keusahawanan ini sebagai punca rezeki utama setelah bergraduasi.

3.7 Kajian rintis

Bagi memastikan soal-selidik yang digunakan dalam kajian ini mempunyai darjah kebolehpercayaan yang tinggi, satu kajian rintis telah dijalankan sebelum mengumpulkan data sebenar. Bagi tujuan ini, pengkaji telah mengedarkan soal-selidik secara rawak kepada 20 orang pelajar Universiti Kuala Lumpur. 10 daripadanya dicetak pada kertas, manakala 10 lagi adalah atas talian. Dengan menggunakan prosedur analisis kebolehpercayaan pekali alpha Cronbach, soal-selidik ini secara keseluruhannya mempunyai kebolehpercayaan yang tinggi (.91). Berdasarkan perincian bahagian soalan pula, kebolehpercayaan yang tinggi juga direkodkan.

Sehubungan dengan itu, soal-selidik ini boleh digunakan untuk pengumpulan data sebenar kajian. Keputusan kajian rintis ini seperti yang dipaparkan dalam Jadual 3.1 berikut:

Jadual 3.1: Hasil kajian rintis

Pembolehubah	N	Alpha Cronbach
Sokongan keluarga	8	.739
Idola	7	.890
Kecenderungan keusahawanan	25	.834
Jumlah keseluruhan	44	.909

3.8 Sampel kajian

Sampel kajian bermaksud bilangan responden yang terlibat dengan kajian (Sekaran, 2003) yang akan dijalankan. Di dalam kajian ini, sampel kajian adalah terdiri daripada pelajar lelaki dan perempuan di Universiti Kuala Lumpur yang sedang mengambil subjek Asas Keusahawanan dan Pengenalan Kepada Teknousahawan di kampus masing-masing.

Terdapat 100 set soal-selidik bercetak, dan 100 email yang telah diedarkan kepada para responden untuk mendapatkan dapatan kajian di dalam kajian ini. Berdasarkan jumlah ini, sebanyak 133 set soal-selidik yang lengkap telah dikembalikan kepada penyelidik. Secara terperinci, 80 set adalah soal-selidik bercetak, dan 53 yang lain adalah soal-selidik atas talian.

3.9 Prosedur pengumpulan data

1.1.1 Jenis-jenis Data

Pada asasnya, terdapat dua jenis data yang digunakan dalam kajian ini. Walaubagaimanapun, pengkaji memikirkan penggunaan data primer lebih sesuai berbanding data sekunder untuk menilai situasi semasa dalam negara. Selain itu, kaedah data sekunder tersebut kurang digunakan melainkan untuk tujuan mendapatkan kefahaman yang lebih terhadap suasana semasa melalui pembacaan literatur.

1.1.2 Instrumen Penyelidikan dan Carakerja

Data primer didapati melalui kajiselidik dengan menggunakan pra-format soalan borang kajiselidik sebagai instrumen penyelidikan. Borang-borang tersebut diemelkan secara atas talian kepada para pensyarah dan pegawai keusahawanan untuk dimajukan kepada para pelajar pada 23 Februari 2015. Namun begitu selepas seminggu tempoh yang diberikan tamat, penyertaan daripada para pelajar sangat terhad menyebabkan pengkaji menggunakan kaedah edaran secara manual di kelas Asas Keusahawanan dan Pengenalan Kepada Teknousahawan dengan kerjasama para pensyarah.

3.10 Analisis data

Data di dalam kajian ini telah dianalisis menggunakan perisian program *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 19. Analisis korelasi Pearson digunakan bagi mengukur hubungan antara sokongan keluarga dan idola dengan kecenderungan keusahawanan pelajar manakala aktiviti keusahawanan sebagai penglibatan pelajar diukur menggunakan ujian-T (*T-Test*). Analisis regresi linear berganda juga dijalankan untuk mengukur sejauh mana sokongan keluarga dan idola memberi kesan kepada kecenderungan keusahawanan di kalangan pelajar.

Nilai korelasi yang diukur akan diinterpretasi melalui jadual korelasi oleh Cohen dan Holliday (1982) dalam Bryman dan Cramer (2011) sebagaimana di bawah.

<u>Pekali Korelasi</u>	<u>Huraian</u>
0 – 0.19	Sangat rendah
.20 – 0.39	Rendah
0.40 – 0.69	Sederhana
0.70 – 0.89	Tinggi
0.90 – 1.0	Sangat tinggi

3.11 Rumusan

Bab ini membincangkan mengenai metodologi kajian yang merangkumi aspek, konseptual kajian, hipotesis kajian, reka bentuk kajian, definisi operasional, pengumpulan data, sampel kajian, prosedur pengumpulan data dan analisis data. Di dalam bab 4, pengkaji mengkhususkan penerangan secara terperinci mengenai dapatan kajian yang telah dijalankan oleh pengkaji

BAB 4

ANALISA KAJIAN

4.0 Pengenalan

Bab ini akan membincangkan mengenai dapatan kajian yang telah dijalankan ke atas pelajar yang mengikuti kelas bagi subjek Asas Keusahawanan dan Pengenalan Kepada Teknousahawan di Universiti Kuala Lumpur. Penganalisisan data adalah bagi menjawab persoalan kajian yang telah diterangkan di dalam Bab 1. Penganalisisan data ini telah dijalankan menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 19.0 dan kajian ini telah dianalisis menggunakan kaedah deskriptif.

4.1 Kadar maklum balas

Dalam kajian ini, sebanyak 200 set borang kaji selidik yang terdiri daripada 100 set soal-selidik bercetak dan 100 email mengenai soal-selidik atas talian telah diedarkan kepada pelajar-pelajar Universiti Kuala Lumpur. Berdasarkan jumlah ini, sebanyak 133 set soal-selidik yang lengkap telah dikembalikan kepada penyelidik. Secara terperinci, 80 set adalah soal-selidik bercetak, dan 53 yang lain adalah soal-selidik atas talian.

4.2 Analisis dapatan kajian – Demografi

Analisis deskriptif yang dijalankan dalam kajian ini adalah melibatkan analisis demografi responden seperti jantina, asal, program pengajian, dan penglibatan dalam aktiviti keusahawanan. Perincian setiap faktor demografi adalah seperti berikut:

4.2.1 Analisis jantina responden

Jadual 4.1 Taburan responden mengikut jantina

Jantina	Frekuensi	Peratus	Peratus sah	Peratus terkumpul
Lelaki	68	51.1%	51.1%	51.1%
Perempuan	65	48.9%	48.9%	100%
Jumlah	133	100%	100%	

Berdasarkan Jadual 4.1 di atas, kajian ini melibatkan 133 orang responden. 68 (51.1%) responden adalah lelaki, dan 65 (48.9%) responden adalah perempuan. Ini menunjukkan taburan responden hampir seimbang di antara lelaki dan perempuan dalam kajian ini.

4.2.2 Analisis asal responden

Jadual 4.2 : Taburan responden mengikut asal

Asal	Frekuensi	Peratus	Peratus sah	Peratus terkumpul
Bandar	67	50.4%	50.4%	50.4%
Luar bandar	66	49.6%	49.6%	100%
Jumlah	133	100%	100%	

Berdasarkan Jadual 4.2 di atas, pecahan responden mengikut asal menunjukkan peratusan yang hampir sama iaitu 67 (50.4%) berasal daripada bandar manakala 66 (49.6%) berasal daripada luar bandar.

4.2.3 Analisis program pengajian responden

Jadual 4.3 : Taburan responden mengikut program

Program pengajian	Frekuensi	Peratus	Peratus sah	Peratus terkumpul
Sarjana muda	108	81.2%	81.2%	81.2%
Diploma	25	18.8%	18.8%	100%
Jumlah	133	100%	100%	

Jadual 4.3 menunjukkan taburan kekerapan dan peratusan responden mengikut program. Taburan menunjukkan, responden dari program sarjana muda adalah dominan di dalam kajian ini dengan bilangan seramai 108 orang (81.2%) manakala responden dari program diploma adalah seramai 25 orang (18.8%) sahaja.

4.2.4 Analisis penglibatan aktiviti keusahawanan

Jadual 4.4 : Taburan responden mengikut penglibatan aktiviti keusahawanan

Penglibatan dalam aktiviti keusahawanan	Frekuensi	Peratus	Peratus sah	Peratus terkumpul
Pernah	75	56.4%	56.4%	56.4%
Tidak pernah	58	43.6%	43.6%	100%
Jumlah	133	100%	100%	

Berdasarkan Jadual 4.4 di atas, pecahan responden mengikut penglibatan dalam aktiviti keusahawanan menunjukkan 75 (56.4%) daripadanya pernah terlibat dalam aktiviti keusahawanan, manakala 58 (43.6%) yang lain tidak pernah terlibat.

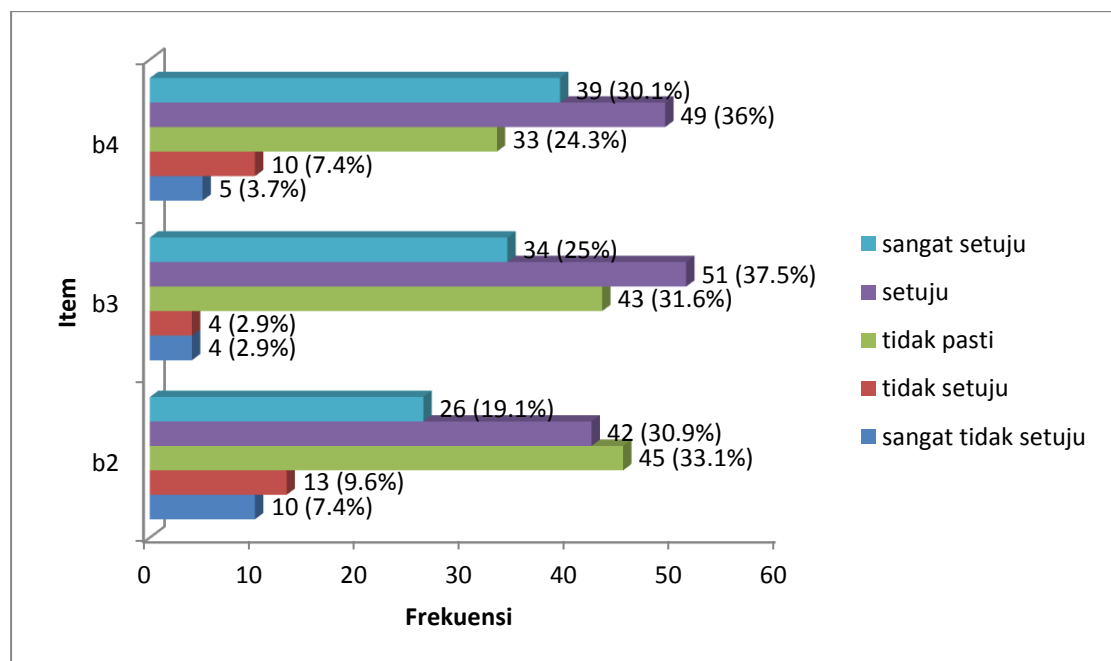
Berdasarkan jawapan terbuka oleh pelajar yang pernah terlibat dalam aktiviti keusahawanan, antara aktiviti yang mereka pernah sertai adalah Latihan Pembentukan Usahawan (kursus), Seminar Saya Mahu Jadi Usahawan Berjaya (seminar) dan Karnival Usahawanan Desa (karnival).

4.3 Analisis Frekuensi

4.3.1 Sokongan Keluarga

Dalam kajian ini, terdapat tiga dimensi yang diambil kira untuk mengukur sokongan keluarga. Ini termasuk khidmat nasihat, sokongan moral, dan galakan daripada keluarga. Perincian frekuensi dan peratusan maklum balas pelajar adalah seperti berikut:

4.3.1.1 Khidmat nasihat

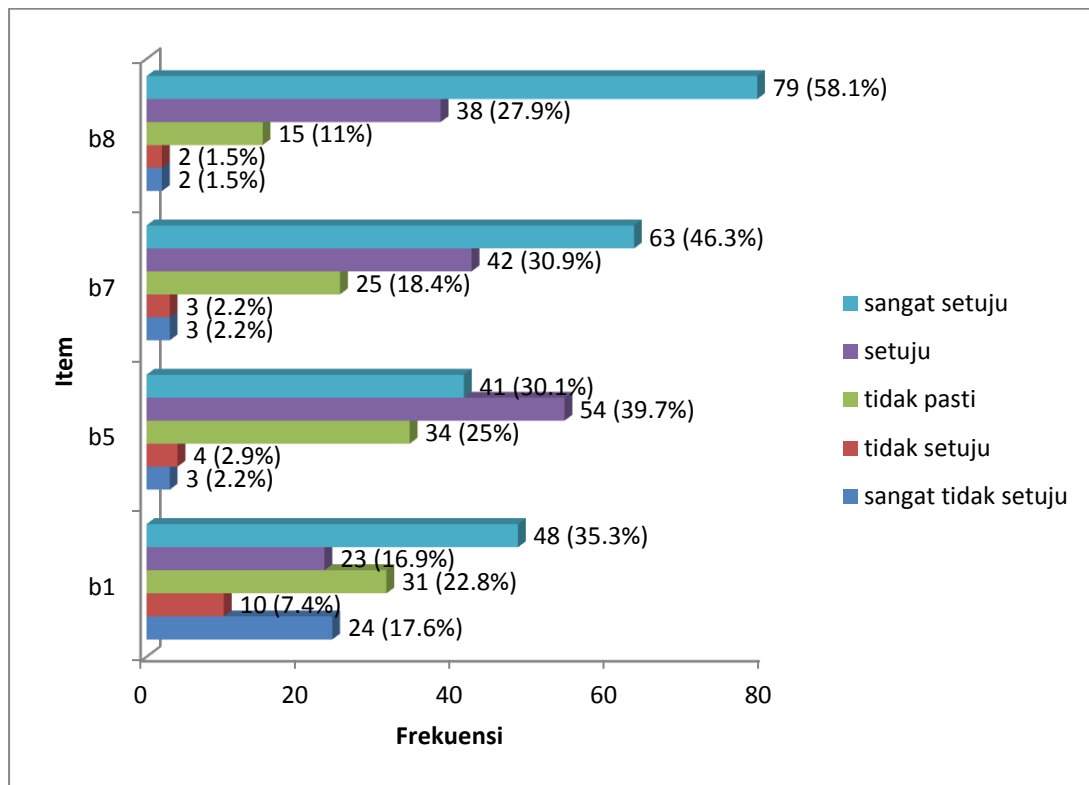


Rajah 4.1 : Graf frekuensi khidmat nasihat

Dalam konteks maklum balas pelajar terhadap khidmat nasihat pada Rajah 4.1, terdapat 3 item diambil kira untuk mengukur dimensi ini. Item yang dimaksudkan adalah (b2) Keluarga saya ada menawarkan maklumat berguna mengenai produk dan perkhidmatan kepada saya; (b3) Keluarga saya akan memberikan maklumat berguna tentang kelebihan dan kekurangan sesuatu produk atau perkhidmatan; dan (b4) Keluarga saya akan memberitahu saya tentang apa yang perlu jangkakan dari perniagaan saya.

Merujuk kepada item b2, 68 (50%) pelajar memberi maklum balas positif bahawa keluarga mereka ada menawarkan maklumat berguna mengenai produk dan perkhidmatan. Bagi item b3, 85 (62.5%) pelajar memberi maklum balas positif bahawa keluarga mereka akan memberikan maklumat berguna tentang kelebihan dan kekurangan sesuatu produk atau perkhidmatan. Bagi item b4 pula, 88 (66.1%) pelajar memberi maklum balas positif bahawa keluarga mereka akan memberitahu tentang apa yang perlu jangkakan dari perniagaan yang pelajar tersebut jalankan. Berdasarkan frekuensi dan peratusan ini, dapat disimpulkan bahawa lebih daripada 50 peratus pelajar mendapat khidmat nasihat daripada keluarga berkaitan bidang keusahawanan.

4.3.1.2 Sokongan moral



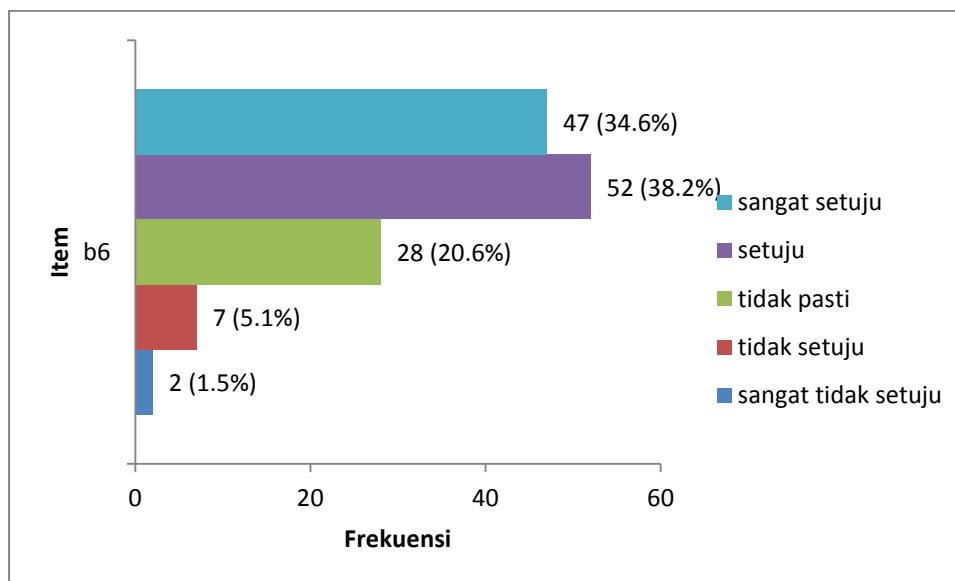
Rajah 4.2 : Graf sokongan moral daripada keluarga

Dalam konteks sokongan moral, terdapat 4 item diambil kira untuk mengukur dimensi ini. Item yang dimaksudkan adalah (b1) Terdapat ahli keluarga saya yang berniaga secara sepenuh masa; (b5) Keluarga saya akan memaklumkan kepada saya bahawa apa yang lakukan adalah tepat; (b7) Keluarga saya akan menenangkan saya jika saya berasa kecewa; dan (b8) Keluarga saya akan membantu saya ketika saya ditimpa masalah.

Berdasarkan analisis frekuensi dan peratusan, item b1 menunjukkan 71 (52.2%) ada ahli keluarga pelajar yang berniaga secara sepenuh masa. Bagi item b5, 95 (69.8%) pelajar menyatakan bahawa keluarga mereka akan memaklumkan apa yang lakukan oleh pelajar adalah tepat. Apabila pelajar merasa kecewa, 105 (77.2%) pelajar menyatakan ada ahli keluarga yang akan menenangkan mereka, manakala 117

(86%) pelajar menyatakan ahli keluarga mereka akan membantu jika mereka ditimpa masalah. Berdasarkan frekuensi dan peratusan ini, dapat disimpulkan bahawa lebih daripada 50 peratus pelajar mendapat sokongan moral daripada keluarga berkaitan bidang keusahawanan.

4.3.1.3 Galakan



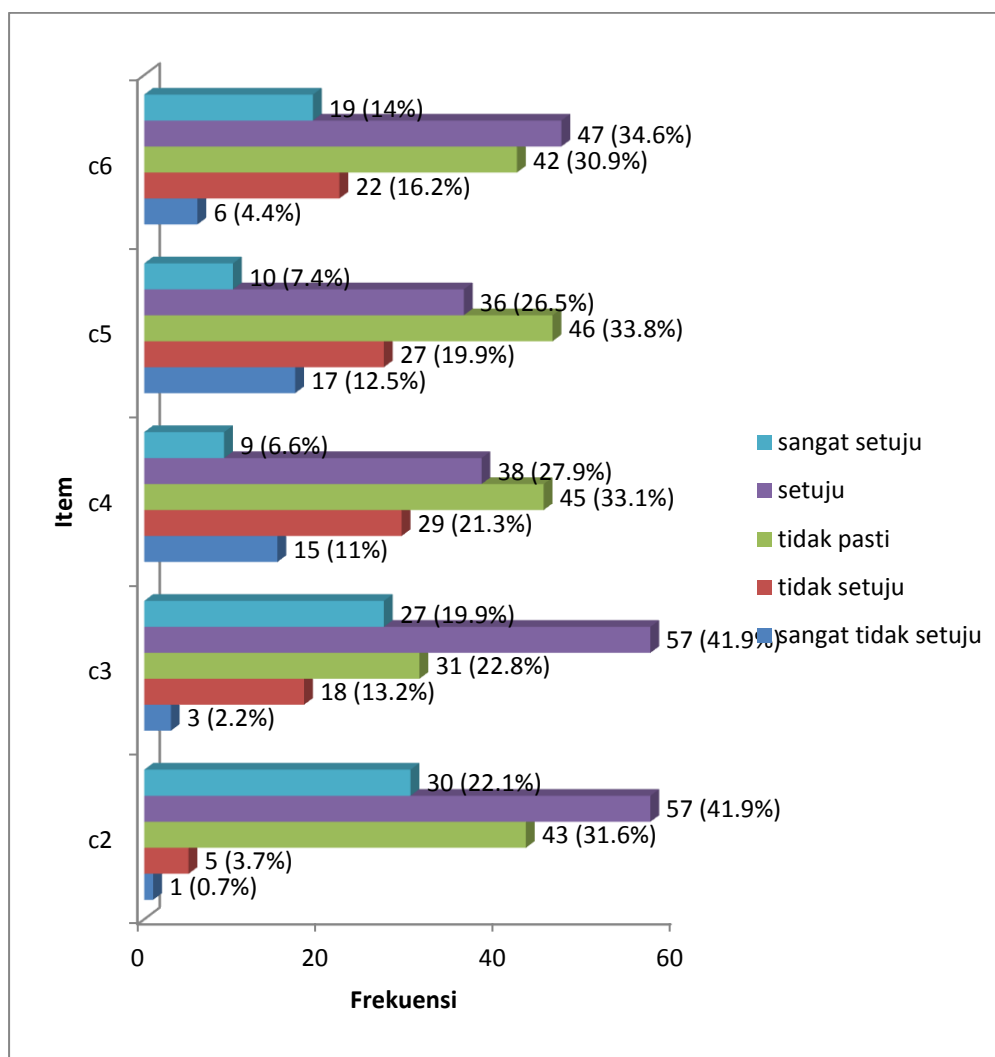
Rajah 4.3 : Graf Galakan Ibu Bapa terhadap Keusahawanan

Dalam konteks galakan oleh keluarga pada Rajah 4.3 pula, dimensi ini diukur dengan 1 item, iaitu item b6 (Keluarga saya akan memberikan maklum balas yang positif tentang kaedah untuk berhadapan dengan masalah). Berdasarkan analisis frekuensi dan peratusan, 99 (72.8%) pelajar menyatakan bahawa keluarga mereka akan memberikan maklum balas yang positif tentang kaedah untuk berhadapan dengan masalah. Ini kerana keluarga adalah sumber galakan dan sokongan yang penting terhadap anak-anak.

4.3.2 Idola

Dalam kajian ini, terdapat tiga dimensi yang diambil kira untuk mengukur peranan idola dalam bidang keusahawanan. Idola yang dimaksudkan ialah rakan, pensyarah dan usahawan. Perincian frekuensi dan peratusan maklum balas pelajar adalah seperti berikut:

4.3.2.1 Rakan



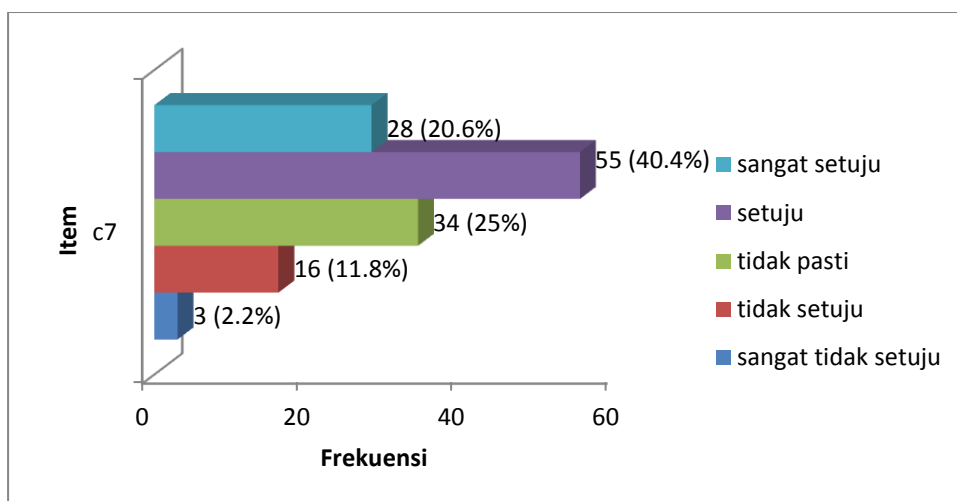
Rajah 4.4 : Graf Rakan Sebaya

Dalam konteks rakan, terdapat 5 item diambil kira untuk mengukur dimensi ini. Item yang dimaksudkan adalah (c2) Saya mengambil kira pandangan rakan karib mengenai keputusan perniagaan saya; (c3) Saya percaya rakan karib saya

berpandangan saya harus menjadi usahawan; (c4) Saya berminat dalam bidang keusahawanan kerana ramai rakan sebaya di situ; (c5) Saya berminat menjalankan aktiviti keusahawanan kerana rakan saya terlibat sama; dan (c6) Rakan-rakan adalah sumber utama dalam maklumat berkaitan perniagaan.

Berdasarkan analisis frekuensi dan peratusan, item c2 menunjukkan 87 (64%) pelajar mengambil kira pandangan rakan karib mengenai keputusan perniagaan mereka. Bagi item c3, 84 (61.8%) pelajar percaya rakan karib berpandangan mereka harus menjadi usahawan. Bagi item c4, 47 (33.9%) pelajar berminat dalam bidang keusahawanan kerana ramai rakan sebaya mereka di situ. Bagi item c5, 46 (33.9%) pelajar berminat menjalankan aktiviti keusahawanan kerana rakan mereka terlibat sama. Bagi item c6 pula, 66 (48.6%) pelajar menyatakan bahawa rakan-rakan adalah sumber utama mereka dalam maklumat berkaitan perniagaan. Berdasarkan frekuensi dan peratusan ini, dapat disimpulkan bahawa sekurang-kurangnya 30 peratus pelajar menjadikan rakan mereka sebagai idola dalam bidang keusahawanan.

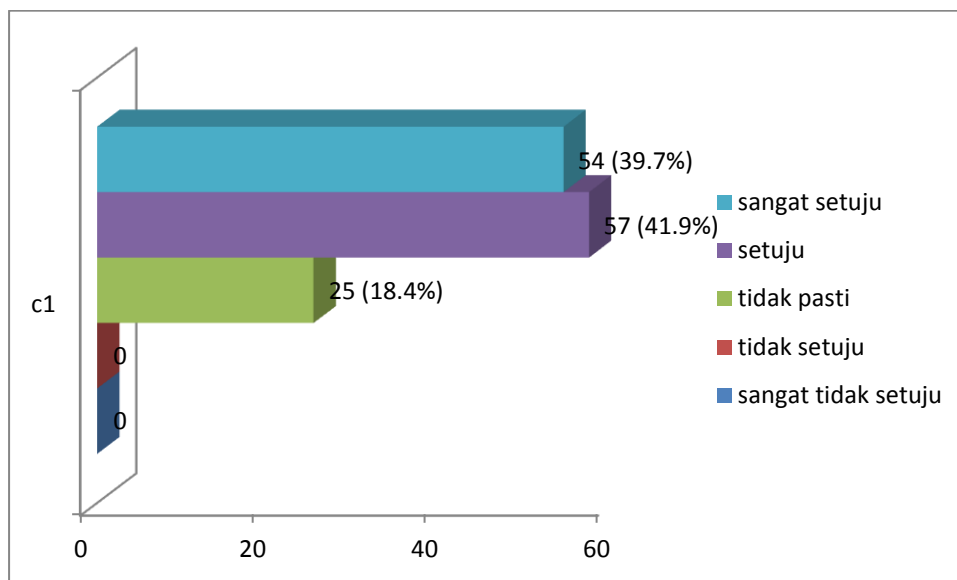
4.3.2.2 Pensyarah



Rajah 4.5 : Graf Pensyarah

Dalam konteks pensyarah, terdapat 1 item diambil kira untuk mengukur dimensi ini iaitu item c7. Berdasarkan analisis frekuensi dan peratusan, 83 (61%) pelajar menyatakan bahawa pensyarah adalah sumber utama dalam menyampaikan maklumat berkaitan perniagaan. Ini kerana pensyarah yang terlibat dalam pembangunan keusahawanan dapat menjadi sumber inspirasi para pelajar untuk menceburi bidang keusahawanan di samping menjadi mentor kepada perniagaan mereka.

4.3.2.3 Usahawan



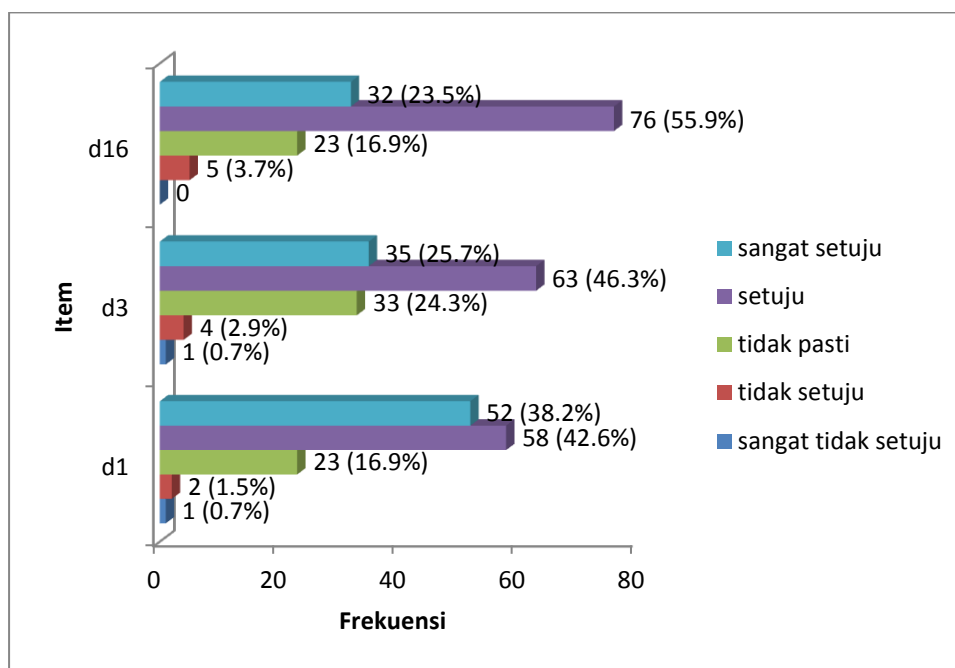
Rajah 4.6 : Graf Usahawan

Dalam konteks Rajah 4.6 di atas, terdapat 1 item diambil kira untuk mengukur dimensi ini iaitu item c1. Berdasarkan analisis frekuensi dan peratusan, 111 (81.6%) pelajar menyatakan bahawa mereka mengagumi keupayaan idola mereka dalam memotivasikan orang lain.

4.3.3 Kecenderungan Keusahawanan

Dalam kajian ini, terdapat tiga dimensi yang diambil kira untuk mengukur kecenderungan mereka untuk melibatkan diri dalam bidang keusahawanan. Dimensi yang dimaksudkan ialah berani mengambil risiko, ganjaran dan tekad keusahawanan. Perincian frekuensi dan peratusan maklum balas pelajar adalah seperti berikut:

4.3.3.1 Berani ambil risiko

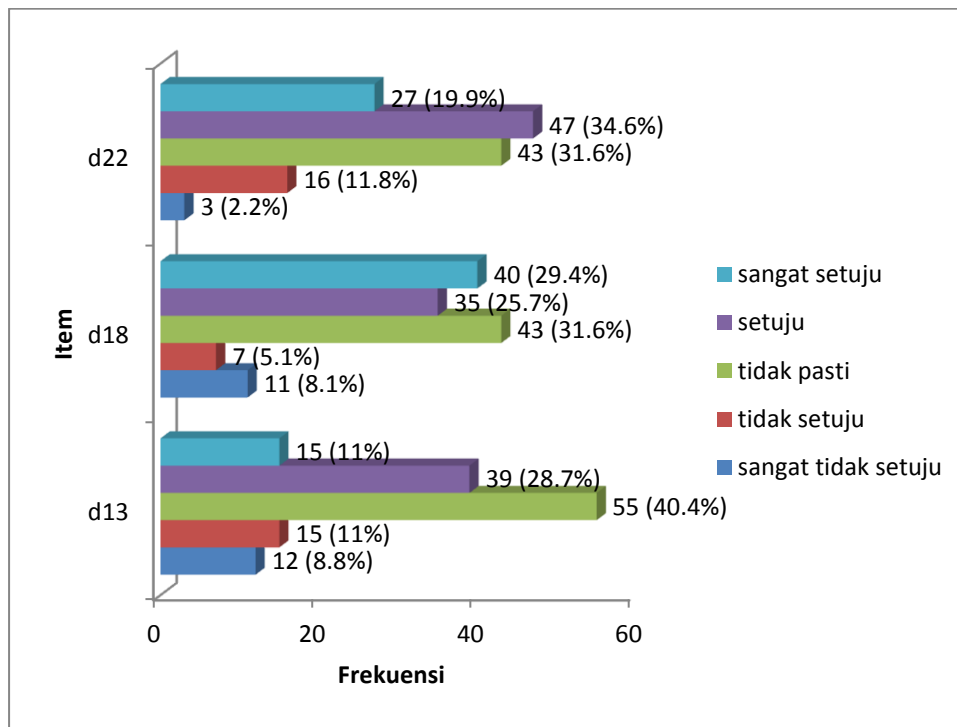


Rajah 4.7 – Graf Berani Mengambil Risiko

Dalam konteks keberanian pelajar untuk mengambil risiko dalam bidang keusahawanan, terdapat 3 item diambil kira untuk mengukur dimensi ini. Item tersebut ialah (d1) Saya sanggup menghadapi risiko untuk berusaha mencapai kejayaan; (d3) Saya anggap sesuatu risiko itu boleh diambil jika peluang untuk ianya berjaya adalah 60%; dan (d16) Saya sentiasa bersedia menghadapi masalah-masalah yang mungkin timbul.

Berdasarkan analisis frekuensi dan peratusan di Rajah 4.7, item d1 menunjukkan 110 (80.8%) pelajar sanggup menghadapi risiko untuk berusaha mencapai kejayaan. Bagi item d3, 98 (72%) pelajar menganggap sesuatu risiko itu boleh diambil jika peluang untuk ianya berjaya adalah 60%. Bagi item d16 pula, 108 (79.4%) pelajar sentiasa bersedia menghadapi masalah-masalah yang mungkin timbul. Berdasarkan analisis ini, dapat disimpulkan bahawa lebih daripada 70 peratus pelajar berani mengambil risiko untuk menceburi bidang keusahawanan.

4.3.3.2 Ganjaran



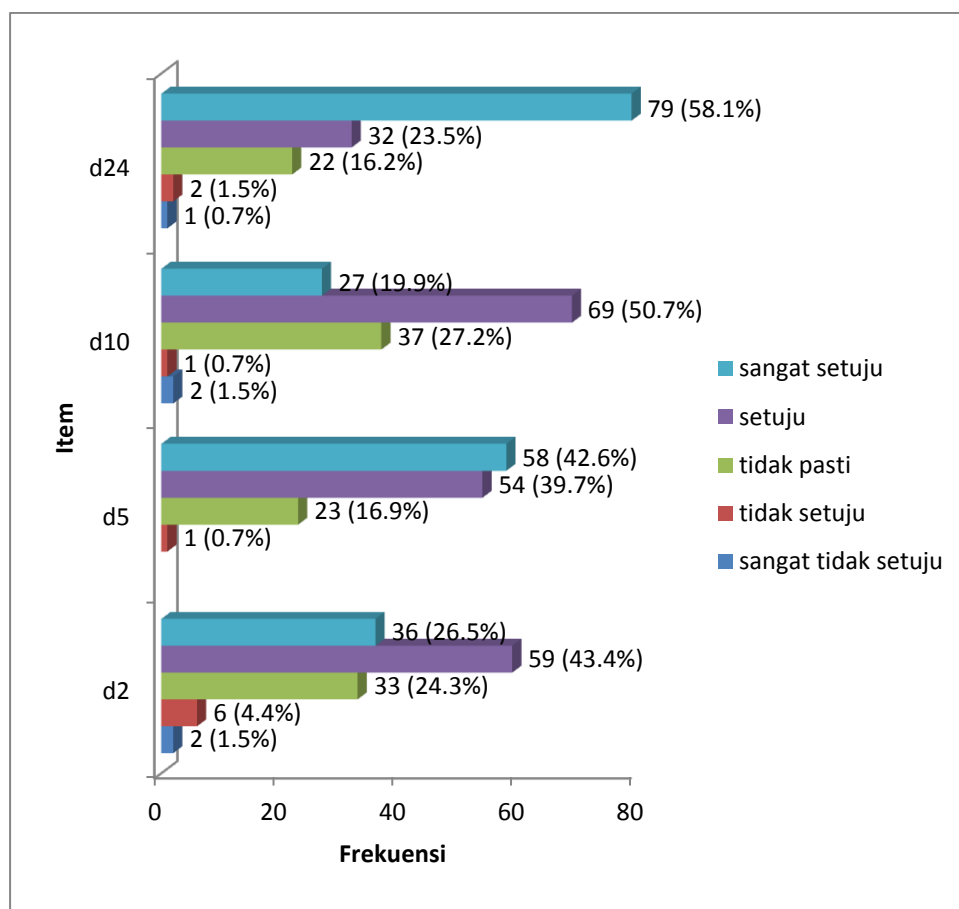
Rajah 4.8 : Graf Ganjaran

Dalam konteks ganjaran dalam bidang keusahawanan, terdapat 3 item diambil kira untuk mengukur dimensi ini. Item ini ialah (d13) Saya tidak suka melakukan kerja biasa yang tidak mencabar walaupun pendapatannya lumayan; (d18) Kerja yang membosankan tidak menjadi masalah bagi saya asalkan ganjarannya tinggi; dan (d22)

Saya tidak kisah bekerja dalam keadaan yang tidak pasti asalkan ianya memberikan keuntungan yang berpatutan kepada saya.

Berdasarkan analisis frekuensi dan peratusan, item d13 menunjukkan 54 (39.7%) pelajar tidak suka melakukan kerja biasa yang tidak mencabar walaupun pendapatannya lumayan. Bagi item d18, 75 (55.1%) pelajar boleh menjalankan kerja yang membosankan jika mendapat ganjaran yang tinggi. Bagi item d22 pula, 74 (54.5%) pelajar tidak kisah untuk bekerja dalam keadaan yang tidak pasti asalkan ianya memberikan keuntungan yang berpatutan kepada mereka. Berdasarkan analisis ini, dapat disimpulkan bahawa lebih daripada 35 peratus pelajar mengambil kira ganjaran yang akan mereka peroleh dalam menceburi bidang keusahawanan.

4.3.3.3 Tekad usahawan



Rajah 4.9 : Graf Tekad Usahawan

Dalam konteks tekad usahawan di Rajah 4.9, terdapat 4 item diambil kira untuk mengukur dimensi ini. Item ini ialah (d2) Saya percaya bahawa kebolehan saya adalah lebih daripada sederhana; (d5) Apabila saya membuat sesuatu, saya akan pastikan bahawa ianya siap dengan sempurna; (d10) Selalunya saya berusaha mengatasi kesukaran dengan mencuba idea baru; (d24) Saya bertekad untuk menjadi seorang usahawan berjaya.

Berdasarkan analisis frekuensi dan peratusan, item d2 menunjukkan 95 (69.9%) pelajar percaya bahawa kebolehan mereka adalah lebih daripada sederhana. Bagi item d5, 112 (82.3%) pelajar akan memastikan kesempurnaan dalam setiap perkara yang dilakukan. Bagi item d10, 96 (70.6%) pelajar selalunya berusaha mengatasi kesukaran dengan mencuba idea baru. Bagi item d24 pula, 111 (81.6%) pelajar bertekad untuk menjadi seorang usahawan berjaya. Berdasarkan analisis ini, dapat disimpulkan bahawa lebih daripada 65 peratus pelajar tekad untuk menjadi seorang usahawan.

4.4 Analisis Inferensi

4.4.1 Analisis korelasi: Sokongan keluarga dengan kecenderungan keusahawanan

Dengan menggunakan analisis korelasi Pearson- r , dapatan kajian adalah seperti dalam Jadual 4.5 di bawah. Merujuk kepada jadual tersebut, pekali korelasi bagi pemboleh ubah sokongan keluarga dengan kecenderungan keusahawanan adalah positif, iaitu .611 pada aras signifikan .000. Berdasarkan Cohen dan Holliday (1982) dalam Bryman dan Cramer (2011), nilai korelasi ini adalah sederhana. Ini menjadikan sokongan keluarga mempunyai korelasi yang positif dan sederhana terhadap kecenderungan keusahawanan. Dengan kata lain, kajian ini boleh mengandaikan

bahawa sokongan keluarga dapat mempengaruhi kecenderungan keusahawanan di kalangan pelajar.

Jadual 4.5: Analisis korelasi Pearson-*r* bagi sokongan keluarga dan kecenderungan keusahawanan.

		Sokongan keluarga	Kecenderungan
Sokongan keluarga	Pearson Correlation	1	.611 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	133	133
Kecenderungan	Pearson Correlation	.611 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	133	133

^{**} Signifikan pada aras $r < 0.01$ (2-tailed).

4.4.2 Analisis korelasi : Idola dengan kecenderungan keusahawanan

Dengan menggunakan analisis korelasi Pearson-*r*, dapatan kajian adalah seperti dalam Jadual 4.6 di bawah. Merujuk kepada jadual tersebut, pekali korelasi bagi pemboleh ubah idola dengan kecenderungan keusahawanan adalah positif, iaitu .514 pada aras signifikan .000. Berdasarkan Cohen dan Holliday (1982) dalam Bryman dan Cramer (2011), nilai korelasi ini adalah sederhana. Ini menjadikan idola mempunyai korelasi yang positif dan sederhana terhadap kecenderungan keusahawanan. Dengan kata lain, kajian ini boleh mengandaikan bahawa idola dapat mempengaruhi kecenderungan keusahawanan di kalangan pelajar.

Jadual 4.6: Analisis korelasi Pearson-*r* bagi hubungan antara idola dan kecenderungan keusahawanan.

		Idola	Kecenderungan
Idola	Pearson Correlation	1	.514**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	133	133
Kecenderungan	Pearson Correlation	.514**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	133	133

** Signifikan pada aras $r < 0.01$ (2-tailed).

4.4.3 Analisis korelasi: Sokongan Keluarga dan Idola dengan kecenderungan keusahawanan

Dengan menggunakan analisis korelasi Pearson-*r*, dapatan kajian adalah seperti dalam Jadual 4.7 di bawah. Merujuk kepada jadual tersebut, pekali korelasi bagi pemboleh ubah pengaruh (mengambil kira gabungan sokongan keluarga dan idola) dengan kecenderungan keusahawanan adalah positif, iaitu .669 pada aras signifikan .000. Berdasarkan Cohen dan Holliday (1982) dalam Bryman dan Cramer (2011), nilai korelasi ini adalah sederhana. Ini menjadikan pengaruh mempunyai korelasi yang positif dan sederhana terhadap kecenderungan keusahawanan. Dengan kata lain, kajian ini boleh mengandaikan bahawa sokongan keluarga dan idola dapat mempengaruhi kecenderungan keusahawanan di kalangan pelajar.

Jadual 4.7: Analisis korelasi Pearson- r bagi hubungan antara pengaruh (mengambil kira gabungan sokongan keluarga dan idola) terhadap kecenderungan keusahawanan.

		Pengaruh	Kecenderungan
Pengaruh	Pearson Correlation	1	.669**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	133	133
Kecenderungan	Pearson Correlation	.669**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	133	133

** Signifikan pada aras $r < 0.01$ (2-tailed).

4.4.4 Analisis Ujian-T: Hubungan antara Aktiviti Keusahawanan dengan Kecenderungan Keusahawanan

Dengan menggunakan analisis Ujian-t tidak bersandar pada Rajah 4.8 di bawah, dapatan kajian menunjukkan tiada perbezaan kecenderungan keusahawanan yang signifikan antara pelajar yang pernah terlibat dalam aktiviti keusahawanan dan pelajar yang tidak pernah terlibat. Dapatan ini disokong oleh Jadual 4.4, di mana nilai p signifikan dikira adalah lebih daripada .05.

Jadual 4.8: Ujian-t bagi kecenderungan keusahawanan mengikut perbezaan penglibatan pelajar dalam aktiviti keusahawanan

Pemboleh ubah	Penglibatan	N	Min	SP	<i>p</i> sig.	df
Kecenderungan keusahawanan	Pernah terlibat	75	3.91	.463	.054	131
	Tidak pernah	58	3.75	.455		
Signifikan pada aras $p < .05$						

4.4.5 Analisis Regresi Linear Berganda: : Hubungan antara sokongan keluarga dan idola terhadap kecenderungan keusahawanan

Dalam kajian ini, analisis regresi linear berganda seterusnya dijalankan untuk mengukur sejauh mana sokongan keluarga dan idola memberi kesan kepada kecenderungan keusahawanan di kalangan pelajar. Merujuk kepada Jadual 4.9 (*model summary*), dapatan kajian menunjukkan 45.5% ($.675^2 \times 100$) perubahan kedua-dua pemboleh ubah bebas ini berada dalam variasi kecenderungan keusahawanan. Ini bermakna, 45.5% variasi sokongan keluarga dan idola diramalkan memberi kesan kepada kecenderungan keusahawanan. Sebaliknya, 54.5% adalah daripada faktor-faktor selainnya.

Jadual 4.9: nilai R^2 dalam pengukuran hubungan antara sokongan keluarga dan idola terhadap kecenderungan keusahawanan

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675 ^a	.455	.447	.34537

a. Predictors: (Constant), idola, sokongan_keluarga

b. Dependent Variable: kecenderungan

Dapatan ini juga disokong oleh Jadual ANOVA (Jadual 4.10), di mana nilai signifikan dikira adalah .000. Oleh kerana nilai ini lebih kecil daripada .05, ini bermakna model regresi adalah signifikan (boleh digunakan) untuk meramalkan kesan sokongan keluarga dan idola terhadap perubahan kecenderungan keusahawanan.

Jadual 4.10: Jadual ANOVA bagi hubungan sokongan keluarga dan idola terhadap kecenderungan keusahawanan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.963	2	6.482	54.339	.000 ^a
	Residual	15.507	130	.119		
	Total	28.470	132			

a. Predictors: (Constant), idola, sokongan_keluarga

b. Dependent Variable: kecenderungan

Bagi mengukur perubahan kecenderungan keusahawanan yang diramalkan, satu persamaan regresi boleh digunakan. Berdasarkan jadual 4.11, kesemua pembolehubah mempunyai nilai signifikan .000. Oleh kerana nilai ini adalah signifikan ($p < .05$), persamaan regresi ini adalah melibatkan kesemua pembolehubah. Persamaan regresi ini adalah seperti berikut:

$$\text{Kecenderungan keusahawanan} = 1.779 + 0.330(\text{sokongan keluarga}) + 0.218(\text{idola})$$

Jadual 4.11: Pekali regresi bagi sokongan keluarga dan idola bagi mengukur kecenderungan kesuahawanan

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	1.779	.200		8.875	.000	1.382	2.175
sokongan_keluarga	.330	.049	.481	6.757	.000	.234	.427
idola	.218	.049	.314	4.418	.000	.120	.315

a. Dependent Variable: kecenderungan

4.5 Rumusan

Bab ini membincangkan mengenai dapatan kajian yang menjawab semua hipotesis yang telah ditulis oleh pengkaji. Secara kesimpulannya, dapatan kajian menunjukkan terdapatnya hubungan yang signifikan pada persoalan kajian satu dan tiga manakala bagi persoalan kajian kedua dapatan kajian mendapati tiada perbezaan di antara pembolehubah bersandar dan tidak bersandar tersebut.

BAB 5

PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN

5.1 Pengenalan

Bab ini membincangkan mengenai tafsiran hasil dapatan kajian yang telah dijalankan. Selain daripada itu, bab ini turut menghuraikan implikasi kajian dan beberapa cadangan penambahbaikan kajian yang boleh dijalankan pada masa akan datang. Secara umumnya kajian ini adalah berdasarkan kepada tiga objektif utama sebagaimana yang telah dijelaskan dalam bab 1. Walaubagaimanapun, penerangan mengenainya telah diterangkan di dalam bab 4.

5.2 Menenalpasti hubungan di antara sokongan keluarga dengan kecenderungan keusahawanan.

Berdasarkan dapatan kajian yang telah dijalankan, pengkaji mendapati terdapatnya hubungan yang signifikan dan positif antara sokongan keluarga dan kecenderungan keusahawanan pada kadar yang tinggi iaitu .611 pada aras signifikan .000. Ini membuktikan bahawa sokongan keluarga mempunyai korelasi yang positif terhadap kecenderungan keusahawanan. Dengan kata lain, kajian ini boleh mengandaikan bahawa sokongan keluarga dapat mempengaruhi kecenderungan

keusahawanan di kalangan pelajar. Keadaan ini membuktikan bahawa elemen kekeluargaan itu sangat penting untuk seseorang itu cenderung kepada keusahawanan. Selain itu, keluarga yang rapat boleh mempengaruhi tingkahlaku seseorang sama ada secara positif atau negatif. Malah keluarga juga merupakan satu sistem yang sangat berkuasa dalam membentuk suatu perhubungan yang baru dan sebagainya serta saling bergantung di dalamnya (Nicholas dan Schwartz,1995).

Kajian lepas daripada Neck dan Greene (2011) menyatakan persepsi peniaga Norway dalam menceburi bidang keusahawanan adalah didorongi oleh beberapa faktor. Di antara faktor tersebut ialah nilai budaya, dorongan keluarga, ajaran guru di sekolah dan pandangan rakan sebaya. Malah keputusan kajian menunjukkan bahawa 70 % pengasas perniagaan mempunyai ibu bapa yang bekerja sendiri atau berniaga. Hasil kajian Sabree (2002) turut mendapati anak kepada usahawan mempunyai kecenderungan lebih untuk menjadi usahawan. Ini mungkin disebabkan oleh faktor pendedahan yang dilalui sejak kecil lagi. Persepsi anak tersebut tentang keusahawanan sudah tentu dipengaruhi oleh pemikiran bapanya.

Kajian daripada Shamsul Hana (2012) turut mempunyai pendapat yang sama di mana sokongan keluarga mempengaruhi keputusan seseorang sama ada untuk bekerja sendiri atau makan gaji. Ini turut disokong oleh Green & Saridakis, 2007; Ahmad Yasruddin et. al, 2011; Nor Aishah & Yufiza, 2006; Rajani & Sarada, 2008), mereka menyatakan hubungan keluarga dan sosial adalah penyokong yang berguna buat seseorang usahawan.

5.3 Mengenalpasti hubungan di antara idola dengan kecenderungan keusahawanan.

Jadual 4.6 menunjukkan simbol r adalah positif. Justeru ia menunjukkan korelasi positif di antara idola dengan keusahawanan di Universiti Kuala Lumpur. Analisis keputusan menunjukkan bahawa idola para usahawan mempunyai hubungan yang positif dengan kecenderungan keusahawanan ($r=0.514$). Responden yang mempunyai idola akan lebih cenderung terhadap bidang keusahawanan.

Dapatan ini menyokong teori kognitif sosial yang menjelaskan bahawa pengaruh idola secara tidak langsung boleh memberi kesan terhadap pemilihan pekerjaan melalui efikasi sendiri, minat dan hasil yang dijangkakan (Shamsul Hana, 2012). Menurut Kennedy, Drennan & Renfrew (2003), mereka menyatakan bahawa pelajar yang mendapat pengaruh daripada idola lebih cenderung membuka perniagaan dengan rela hati berbanding mereka yang tidak mempunyai idola. Kenyataan ini dikaitkan dengan kajian Bosma et.al. (2011), yang mana idola mempunyai pengaruh terhadap keputusan seseorang individu untuk memulakan perniagaan.

5.4 Mengenalpasti hubungan di antara aktiviti keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan.

Bagi objektif ketiga ini, dapatan kajian menunjukkan tiada perbezaan kecenderungan keusahawanan yang signifikan antara pelajar yang pernah menyertai dan tidak pernah menyertai program keusahawanan di Universiti Kuala Lumpur. Walaubagaimanapun, pendidikan dan pendedahan awal serta pembudayaan keusahawanan secara berterusan tanpa mengira lapisan umur merupakan elemen keusahawanan yang dapat mendorong pelajar untuk cenderung dalam bidang keusahawanan. Ini kerana, seseorang usahawan yang berjaya perlu dibentuk untuk berani ke hadapan supaya mampu menghadapi cabaran yang besar, pandai merebut peluang (Zaidatol Akmaliah & Habibah, 1997) dan mempunyai beberapa ciri yang

lain yang boleh diepalajari sepanjang mereka melibatkan diri di dalam aktiviti keusahawanan yang dianjurkan oleh Universiti.

Kajian ini bertentangan dengan hasil kajian Mohd Amir Sharifudin et al. (1995) ke atas tiga buah Sekolah Menengah di Selangor bagi tujuan menentukan keberkesanan Program Usahawan Muda di kalangan pelajar, rata-rata ia menunjukkan pelajar-pelajar yang telah mengikuti program tersebut telah berjaya meningkatkan minat berniaga dan motivasi tinggi di semua sekolah terutamanya sekolah berasrama penuh. Kajian ini turut berbeza pandangan Ahmad Berek (1976) yang menyatakan usahawan boleh dilahirkan melalui latihan-latihan atau rancangan-rancangan keusahawanan. Oleh itu aktiviti-aktiviti yang telah dijalankan oleh pihak universiti untuk mencambuahkan minat para pelajar ke dalam bidang keusahawanan sekaligus melatih mereka untuk menceburi keusahawanan adalah tidak signifikan berdasarkan maklumat daripada responden.

5.5 Mengenalpasti kesan hubungan antara sokongan keluarga dan idola terhadap kecenderungan keusahawanan

Dalam kajian ini, perkaitan dalam hubungan dikenalpasti di antara sokongan keluarga dan idola dalam mendorong kecenderungan keusahawanan di kalangan pelajar. Dapatan kajian menunjukkan 45.5% variasi sokongan keluarga dan idola menyumbang kepada kecenderungan keusahawanan manakala 54.5% adalah daripada faktor-faktor selainnya.

Walaubagaimanapun, hanya dua daripada tiga pembolehubah bebas (sokongan keluarga dan idola) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kecenderungan keusahawanan dengan masing-masing mempunyai nilai Beta piawai bagi .481 dan

.314 pada aras signifikan .000. Di sebaliknya, tiada hubungan yang signifikan antara penglibatan aktiviti keusahawanan terhadap kecenderungan keusahawanan.

5.6 Implikasi kajian

Berdasarkan dapatan kajian yang telah diperolehi di dalam kajian ini menunjukkan sokongan keluarga memainkan peranan penting dalam memupuk minat dan ciri-ciri keusahawanan dalam kalangan pelajar. Keluarga boleh bertindak sebagai agen pendorong dalam membantu memupuk kecenderungan pelajar dalam bidang keusahawanan.

Selain itu, idola juga memainkan peranan penting dalam memupuk kecenderungan pelajar dalam bidang keusahawanan. Idola berperanan memberikan khidmat nasihat, sokongan serta bertindak sebagai rujukan pelajar yang cenderung dalam bidang keusahawanan.

Di peringkat Universiti Kuala Lumpur, pihak universiti harus memberikan lebih tumpuan terhadap maklumbalas yang telah diberikan oleh para responden dalam kajian ini kerana mereka mewakili keseluruhan 26,000 pelajar yang masih meneruskan pengajian dalam bidang masing-masing. Satu modul keusahawanan khusus harus dirangka bagi memastikan misi dan visi Universiti Kuala Lumpur yang menggariskan pembentukan dan pembangunan graduan usahawan dan teknousahawan dapat dicapai.

Menurut Rajani & Sarada (2008) dan Ahmad Yasruddin, Nik Abdul Aziz & Nik ‘Azzati (2010), sokongan keluarga mempunyai kedudukan yang tinggi dalam bidang keusahawanan sekaligus mendorong usahawan itu bekerja dengan lebih produktif dan proaktif dalam mengimbangkan antara kehidupan keluarga dan kerjaya. Sungguhpun dapatan kajian memberikan kesan yang positif dari aspek faktor

sokongan keluarga terhadap kecenderungan keusahawanan pelajar, bukan semua pihak keluarga khususnya ibu bapa menggalakkan anak-anak mereka berniaga lebih-lebih menjadikan keusahawanan itu sebagai kerjaya pilihan. Justeru, pendedahan mengenai keusahawanan harus diperkenalkan oleh pihak universiti kepada para ibu bapa sama ada semasa taklimat atau sebarang sesi bersama ibu bapa selain pengiktirafan anugerah keusahawanan semasa hari konvokesyen. Restu daripada keluarga adalah penting dalam menjamin kejayaan pelajar dalam setiap perkara yang diceburi.

Bagi faktor penglibatan aktiviti keusahawanan, sungguhpun hasil kajian menunjukkan faktor tersebut tidak mempengaruhi seseorang pelajar untuk menceburi bidang keusahawanan, aktiviti sedemikian harus dipergiatkan untuk memberi lebih banyak pendedahan dan membentuk corak pemikiran keusahawanan. Aktiviti-aktiviti bersifat praktikal seperti pertandingan jualan perniagaan, ekspo keusahawanan di samping klinik dan kaunseling bisnes secara berterusan serta disulam dengan elemen pengisian teoritikal di dalam kelas Asas Keusahawanan dan Pengenalan Kepada Teknousahawan dalam membina ekosistem keusahawanan di dalam kampus Universiti Kuala Lumpur.

Hasil kajian ini juga boleh mendorong para pelajar untuk mengenalpasti individu-individu atau pihak-pihak yang boleh membantu memudahkan proses pembelajaran mereka dalam bidang keusahawanan. Pergaulan bersama rakan-rakan yang terlibat aktif dalam perniagaan dan pensyarah keusahawanan yang berpetahuan luas mampu memberikan perspektif yang lebih konkrit dan menjana motivasi yang tinggi dari sanubari pelajar. Pihak universiti pula boleh menjemput para usahawan yang pakar dalam industri masing-masing dengan mengadakan jalinan industri sebagai rakan strategik universiti dan menghimpunkan mereka bersama para pelajar

yang cenderung ke arah keusahawanan di dalam sebuah komuniti keusahawanan. Peranan mereka dalam komuniti tersebut mampu memberi nilai tambah terhadap mencambahkan lagi kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan.

5.7 Cadangan penyelidikan masa hadapan

Kajian kecenderungan keusahawanan harus diteruskan berikutan hasrat kerajaan untuk menggalakkan belia khususnya pelajar di institusi pengajian tinggi memilih bidang keusahawanan sebagai kerjaya pilihan dan tidak bergantung kepada sektor pekerjaan atau makan gaji semata-mata. Bagi menambahbaik kajian ini pada masa akan datang, pengkaji mencadangkan :

1. Kajian ini boleh ditambah dari sudut pembolehubah tidak bersandar agar dapatan kajian boleh dilihat dengan lebih meluas.
2. Adanya kajian yang akan mengkaji perbandingan kecenderungan keusahawanan antara pelajar yang mengambil subjek teknousahawan dengan yang tidak mengambilnya sepanjang pengajiannya.
3. Adanya kajian yang akan mengkaji perbandingan di antara pelajar Universiti Kuala Lumpur yang berminat untuk menjadi usahawan dengan alumni yang kini memilih keusahawanan sebagai mata pencarian utama.
4. Pengkaji juga boleh menambah faktor-faktor motivasi dalam mendorong pelajar menjadi seorang usahawan.
5. Adanya kajian yang akan membina model keusahawanan yang sesuai untuk pelajar ikuti bagi membolehkan mereka mendapat pengalaman dan mempelajari bidang keusahawanan di institut masing-masing dan menjadikan mereka seorang usahawan setelah bergraduasi.

5.8 Penutup

Penemuan daripada dapatan kajian menunjukkan dua daripada tiga faktor yang diperkenalkan sebagai objektif kajian mempunyai hasil yang positif terhadap kecenderungan keusahawanan. Kajian menunjukkan faktor sokongan keluarga dan idola memainkan peranan yang penting dalam membimbing pelajar menjadi usahawan. Manakala faktor penglibatan aktiviti usahawan bersifat negatif dan tidak signifikan. Ketiga-tiga faktor tersebut adalah terlibat secara langsung terhadap laluan keusahawanan Universiti Kuala Lumpur.

Sokongan keluarga, rakan-rakan taulan yang lain adalah sangat penting kepada setiap individu yang memilih untuk menjadi usahawan. Idola yang turut merujuk rakan sebaya, para pensyarah, usahawan berjaya atau sesiapa sahaja yang boleh menggalakkan dan memotivasikan seseorang itu menjadi usahawan. Mereka boleh bertindak sebagai guru, koordinator mahupun fasilitator untuk menggalakkan para pelajar berjaya dalam bidang keusahawanan berdasarkan pengalaman masing-masing.

Secara kesimpulannya, terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keputusan dan tindakan seseorang pelajar untuk terlibat dalam bidang keusahawanan. Dapatan daripada kajian ini boleh digunakan oleh para pengkaji seterusnya, universiti mahupun kerajaan untuk mendapatkan ilmu dan pengetahuan ke arah melahirkan lebih ramai usahawan berjaya di kalangan Universiti Kuala Lumpur.

RUJUKAN

- Ahmad Yasruddin Md Yasin, Nik Abdul Aziz Nik Mahmood and Nik Azyyati Nik Jaafar. (2011). Students` entrepreneurial inclination at a Malaysian Polytechnic: a preliminary investigation. *International Education Studies*, 4(2), 198-205. Retrieved from <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ies/article/view/7981/7510>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Barjoyai Bardai (2000). *Keusahawanan dan Perniagaan Bahagian 1*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasan dan Pustaka.
- Birley Sue (2001), Owner-Manager Attitudes to Family and Business Issues: A 16 Country Study, *Entrepreneur Theory and Practice*, Vol 26, Issue 2, hh. 63-76
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Praag, M.V. and Verheul, I. (2011). Entrepreneurship and role models. *Tinbergen Institute Discussion Paper*. Retrieved from <http://repub.eur.nl/res/pub/22907/2011-0613.pdf>
- Brown, C. (1999). "Teaching new dogs new tricks: The rise of entrepreneurship education in graduate schools of business." *DIGEST* 99(2): 1-4.
- Bryman, A. dan Cramer, D. (2011). Quantitative data analysis with IBM SPSS 17, 18 & 19: *A guide for social scientists*, USA
- Buang, N. A (2008). Kajian Keperluan Pendidikan Keusahawanan Secara Formal Dalam Kalangan Pelajar Fakulti Kejuruteraan dan Alam Bina dan Fakulti Pendidikan, UKM. Fakulti Pendidikan, UKM.
- Bygrave, W. D. Z., A., Ed. (2004). The portable MBA in entrepreneurship. *The entrepreneurial process*. New Jersey, John Wiley & Sons, Inc.
- Caputo, R. K. and A. Dolinsky (1998). "Women's choice to pursue self-employment: The role of financial and human capital of household members." *Journal of Small Business Management* 36(3): 8-17.

- Deakins, D., K. Glancey, et al. (2005). "Enterprise education: The role of Head Teachers." *International Entrepreneurship and Management Journal* 1: 241-263.
- Gartner, W.B. 1988. Who is an entrepreneur? is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–32.
- Ghazali, A., B. C. Ghosh, et al. (1995). "The determinants of self-employment choice Among university graduates in Singapore." *International Journal of Management* 12(1): 26-35.
- Gibb, A. (2002(a)). "Creating conducive environments for learning and entrepreneurship: Living with, dealing with, creating and enjoying uncertainty and complexity." *Industry & Higher Education* 16(3): 135-148
- Green, F.J. and Saridakis, G. (March,2007). *Understanding the factors influencing Graduate entrepreneurship*. Retrieved from http://www.agcas.org.uk/agcas_resources/164-Understanding-the-Factors-Influencing-Graduate-Entrepreneurship
- Hisrich, R. D., M. P. Peters, et al. (2005). *Entrepreneurship*. NY, USA, McGraw-Hill Irwin
- Hisrich Robert. D & Peters Micheal P. (2002), *Entrepreneurship, Edisi 5*. USA: McGraw Hill, ms. 10
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1995). *Entrepreneurship(3rd ed)*. Boston: Irwin McGraw-Hill.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). The nature and importance of entrepreneurship. In *Entrepreneurship (7th ed.)*, p. 5-20. New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.
- Ishfaq Ahmed, Muhammad Aamir and Hafiza Arooj Ijaz. (2011). External factors and entrepreneurial career intentions; moderating role of personality traits. *International Journal of Academic Research*, 3(5), 262-267. Retrieved from Google database.
- Ismail, M; Khalid, S.A; Othman, M; Jusoff, K; Abdul Rahman, N; Mohammed, K.M

& Shekh, R.Z. (2009). Kecenderungan Keusahawanan Di Kalangan Mahasiswa Malaysia. *Jurnal Antarabangsa Perniagaan dan Pengurusan*, Vol. 4, No. 10, ms 54-60.

Jamaludin Haji Badusah, Rosna Awang Hashim, Mohd Majid Konting, Turiman Suandi, Maria Salih & Norhafezah Yusof. (2009). *Pembangunan Pelajar : Memperkasakan Kokurikulum Institusi Pengajian Tinggi*. Penerbit Universiti Putra Malaysia. Selangor

Kamus Dewan secara online <http://www.karyanet.com.my/>, 1 Ogos 2005

Karl Vesper (1980), *New Venture Strategies*, New Jersey: Prentice Hall, h.2

Kementerian Pendidikan Malaysia [KPM]. (2003). Sukatan pelajaran kurikulum bersepadu sekolah menengah bahasa Melayu. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka

Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia(2010). Policies and Strategies, Entrepreneurship Development Policy, Malaysia Institutions of Higher Education

Kennedy, J., Drennan,J., Renfrow,P. and Watson, B. (2003). The influence of role models on students` entrepreneurial intentions. *Queensland Review*, 10(1).pp 37-52.

Kirkwood, J. (2007). "Igniting the entrepreneurial spirit: Is the role parents play gendered?" *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 13(1): 39-59.

Krejcie, R.V and Morgan D.W (1970) Determining Sample Size for Research Activities. Education and Psychological Measurement.

Kuratko, D.F. 2005. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–97.

Malaysia. (2006). *Rancangan Malaysia Kesembilan 2006-2010*. Dicapai pada 20 April 2012 di <http://www.statistic.gov.m>

Morris, M.H. 1998. *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for*

Individuals, Organizations, and Societies. Westport, CT: Quorum.

Neck, H.M., and Greene, P.G. 2011. Entrepreneurship education: Known worlds and New frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55–70.

Nor Aishah and Yufiza (2006). Motivating factors that influence class F contractors to become entrepreneurs. *Jurnal Pendidikan*, 31 ,107-121.Retrieved from <http://journalarticle.ukm.my/186/1/1.pdf>

Postigo, S., D. Iacobucci, et al. (2006). Undergraduates students as a source of Potential entrepreneurs: A comparative study between Italy and Argentina. *International entrepreneurship education: Issues and newness*. A. Fayolle and H. Klandt. Cheltenham, UK, Edward Elgar Publishing, Inc.

Rajani,N. and Sarada,D. (2008). Women entrepreneurship and support systems. *Student Home Community Sci*, 2(2), 107-112. Retrieved from <http://www.krepublishers.com/02-Journals/S-HCS/HCS-02-0-000-08-Web/HCS-02-2-087-08-Abst-Text/HCS-02-2-107-08-064-Rajani-N/HCS-02-2-107-08-064-Rajani-NTt.pdf>

Rohana Yusof. (2004). *Penyelidikan Sains Sosial*. PTS Publications & Distributors. Pahang

Routledge Cohen, L. dan Holliday, M (1982). *Statistics for social scientists*, London: Harper and Row.

Sabree Hj. Hussin (2002). *Pengenalan kepada perniagaan: mengurus perniagaan Dalam perspektif Malaysia*. Singapore: Thomson Learning

Sahih Bukhari, *Kitab al-Janaiz*, Bab Ma Qila fi Aulad al Musyrikin, no. 1296

Sarasvathy, Saras D. (2008), *What Makes Entrepreneurs Entrepreneurial?.*, Vol., pp. 1-9, . Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=909038>

Sekaran, U. 2003. *Research methods for business: A skill-building approach*. (2nd Ed.).New York: John Wiley & Sons

- Schlesinger, L., Kiefer, C., and Brown, P. (2012). *Just Start: Take Action, Embrace Uncertainty, Create the Future*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press. Schön, D
- Shamsul Hana Abd Rani (2012). A study of relationship between family support, role model and financial support towards entrepreneurial inclination among UUM non-business students. *Unpublished Master Thesis*. Universiti Utara Malaysia, Kedah.
- Shapero, A & Sokol, L (1982). The social dimensions of entrepreneurship. in C.A.Kent (eds), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- Van Auken, H., P. Stephens, et al. (2006). "Role model influences on entrepreneurial intentions: A comparison between USA and Mexico." *The International Entrepreneurship and Management Journal* 2(3): 325-336.
- Wong, P. K. and L. Lena. (2005). "Antecedents for entrepreneurial propensity in Singapore." Retrieved April 5, 2006, from <http://unpanl.un.org/intradoc/groups/public/documents/APCITY/UNPAN023984.pdf>
- Yusof Bin Boon & Sapiah Binti Bohari (2010). Kesediaan untuk menceburi bidang keusahawanan di kalangan pelajar-pelajar bumiputera tingkatan empat di tiga buah sekolah sekitar Skudai, Johor. Diakses pada 15 Ogos 2015: www.fp.utm.my/
- Zahari Omar. 1998. Mata pelajaran Keusahawanan di Politeknik Sultan Haji Ahmad Shah (POLISAS): Satu tinjauan kurikulum ke arah pencapaian matlamat. *Tesis Sarjana*. Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Zaidatol Akmaliah Lope Pihie dan Habibah Elias (1997b). *Keusahawanan dan motivasi diri*. Universiti Putra Malaysia.