

KECENDERUNGAN KEUSAHAWANAN SOSIAL DALAM
KALANGAN PELAJAR UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

OLEH

NOR SYAKIRA BINTI KASIM



UUM
Universiti Utara Malaysia

Tesis dihantar kepada
Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan, Universiti Utara Malaysia,
Bagi memenuhi Syarat untuk Sarjana Sains (Pengurusan)



**Pusat Pengajian Pengurusan
Perniagaan**

SCHOOL OF BUSINESS MANAGEMENT

Universiti Utara Malaysia

PERAKUAN KERJA KERTAS PENYELIDIKAN
(Certification of Research Paper)

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

NOR SYAKIRA BINTI KASIM (811076)

Calon untuk Ijazah Sarjana

(Candidate for the degree of)

MASTER OF SCIENCE (MANAGEMENT)

telah mengemukakan kertas penyelidikan yang bertajuk
(has presented his/her research paper of the following title)

**KECENDERONGAN KEUSAHAWANAN SOSIAL DALAM KALANGAN PELAJAR UNIVERSITI UTARA
MALAYSIA**

Seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit kertas penyelidikan
(as it appears on the title page and front cover of the research paper)

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

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

Nama Penyelia : **DR. ARMANURAH MOHAMAD**
(Name of Supervisor)

Tandatangan :
(Signature)

Tarikh : **05 JANUARI 2016**
(Date)

KEBENARAN PENGGUNAAN

Dalam membentangkan tesis ini, ianya sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan untuk Ijazah Sarjana dari Universiti Utara Malaysia, saya bersetuju bahawa perpustakaan universiti boleh membuat tesis ini ia boleh didapati secara percuma untuk rujukan. Saya juga bersetuju memberi kebenaran kepada sesiapa untuk membuat salinan tesis ini dalam apa jua bentuk secara keseluruhan atau sebahagiannya sahaja bagi tujuan akademik namun mestilah mendapat kebenaran daripada penyelia saya atau dan Dekan Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan. Difahamkan bahawa pengiktirafan yang sewajarnya diberikan kepada saya dan Universiti Utara Malaysia untuk sebarang kegunaan ilmiah yang boleh dibuat daripada apa-apa bahan yang terdapat dalam tesis saya.

Permintaan bagi kebenaran untuk menyalin atau menggunakan lain bahan dalam kertas disertasi / projek ini secara keseluruhan atau sebahagian hendaklah dialamatkan kepada:

Dekan Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan

Universiti Utara Malaysia

06010 UUM Sintok

Kedah Darul Aman

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk meninjau kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar Universiti Utara Malaysia (UUM). Terdapat lima objektif kepada kajian ini, iaitu: (1) meninjau tahap kecenderungan keusahawanan sosial pelajar UUM; (2) meninjau tahap sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial pelajar UUM; (3) mengenal pasti sama ada terdapat perbezaan dalam kecenderungan keusahawanan sosial pelajar UUM berdasarkan faktor demografi; (4) mengenal pasti sama ada terdapat hubungan antara sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dengan kecenderungan keusahawanan sosial pelajar UUM; dan (5) mengenal pasti sama ada sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial pelajar UUM. Teori Tingkah Laku Terancang (Ajzen, 1991) digunakan sebagai asas kajian. Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif secara kaedah tinjauan dimana soal selidik digunakan untuk pengumpulan data. Sampel kajian terdiri daripada 385 orang pelajar sarjana muda UUM. Dapatan kajian menunjukkan tahap kecenderungan keusahawanan sosial, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial pelajar UUM berada pada tahap sederhana tinggi, kecuali sikap pada tahap tinggi. Kajian ini juga mendapati terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman berniaga, penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM, latar belakang keluarga terdekat terlibat dalam aktiviti sukarelawan dan pengalaman pelajar sebagai sukarelawan. Namun, tidak terdapat perbezaan yang signifikan terhadap kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan latar belakang keluarga terdekat berniaga. Analisis korelasi pearson menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara sikap, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dan pengaruh norma terhadap kecenderungan keusahawanan sosial. Analisis regresi berganda menunjukkan sikap mempunyai pengaruh tertinggi terhadap kecenderungan keusahawanan sosial, diikuti pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial. Implikasi kajian ini ialah untuk memupuk dan meningkatkan kecenderungan keusahawanan sosial pelajar IPT, pihak universiti perlu mengambil kira faktor sikap pelajar terhadap keusahawanan sosial, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial di samping meningkatkan aktiviti keusahawanan sosial yang boleh disertai pelajar.

Kata kunci: Keusahawanan sosial, kecenderungan keusahawanan sosial, sikap, pengaruh norma, persepsi kawalan terhadap keusahaawanan sosial.

ABSTRACT

This study aimed to explore social entrepreneurial intention among Universiti Utara Malaysia (UUM) students. There are five objectives of this study, namely: (1) to determine the level of social entrepreneurial intention among UUM student; (2) to examine the level of attitude, social norm, perceived behavioural control on social entrepreneurship among UUM students; (3) to identify social entrepreneurship differences based on demographic factors; (4) to identify relationship between attitude, social norm and perceived behavioral control on social entrepreneurship towards social entrepreneurial intention; (5) to identify influence of attitude, social norm and perceived behavioral control on social entrepreneurship towards social entrepreneurial intention. The Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) was used as the basis for the study. This study used quantitative approach with survey method and questionnaire was used for data collection. The sample consisted of 385 undergraduate students at UUM. The findings showed that the levels of social entrepreneurial intention, social norm, and perceive behavior control among UUM students were moderately high, except for attitude which was at the high level. This study also showed differences in social entrepreneurial intention based on participation in entrepreneurship courses in UUM, family background in voluntary activity and students experience as a voluntary. However, there was no significant difference in social entrepreneurial intention based on close family background in business. Pearson correlation analysis showed a significant relationship between attitudes, perceived behavioral control on social entrepreneurship, and social norms toward social entrepreneurial intention. Multiple regression analysis also showed that the attitude has the highest influence on the social entrepreneurial intention, followed by the social norm and perceived behavioral control on social entrepreneurship. The implications of this research is that, in order to inculcate and increase social entrepreneurial intention among university students, the university should take into consideration the factor of attitude, social norm and perceived control behavior on social entrepreneurship while enhancing social entrepreneurial activities that can be attended by students.

Key word; Social entrepreneur, social entrepreneurial intention, attitude, social norm, perceived behavioral control on social entrepreneurship.

PENGHARGAAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah yang memberikan kekuatan dan kesempatan untuk saya menyiapkan tesis ini. Dengan rahmat dan keizinan Allah, kajian ini berjaya disempurnakan. Banyak pihak terlibat dengan memberikan bantuan serta sokongan untuk menyempurnakan kajian ini.

Penghargaan dan jutaan terima kasih kepada penyelia saya Dr. Armanurah Mohamad kerana memberi atas segala bimbingan, nasihat dan dorongan yang baik dalam menyiapkan tesis ini. Saya juga mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua yang telah terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam memberi nasihat dan pandangan untuk terus menulis.

Setinggi penghargaan juga kepada anggota keluarga yang sentiasa memberi sokongan dan tidak putus terus mendoakan kejayaan saya terutamanya ibu, Zubaidah bt Mohd. Amin dan ayah, Kasim b. Baharim. Buat adik-adik yang sentiasa bersabar dan berkorban dalam kesibukan saya menyiapkan kajian ini. Semoga segala usaha yang dicurahkan mendapat keredhaan dan sebaik-baik balasan di sisi Allah serta memberikan manfaat kepada mana-mana pihak yang berkenaan.

ISI KANDUNGAN

	M/S
KEBENARAN PENGGUNAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
PENGHARGAAN.....	v
ISI KANDUNGAN	vi
SENARAI JADUAL.....	x
SENARAI GAMBARAJAH.....	xii
BAB 1: PENGENALAN	M/S
1.1 Latar belakang kajian.....	1
1.2 Pernyataan masalah.....	11
1.3 Objektif kajian.....	13
1.4 Persoalan kajian.....	14
1.5 Skop kajian.....	15
1.6 Kekangan kajian.....	16
1.7 Kepentingan kajian.....	17
1.8 Struktur kajian.....	17
1.9 Kesimpulan.....	19
BAB 2: SOROTAN KAJIAN	
2.1 Pengenalan.....	20
2.2 Definisi keusahawanan sosial dan usahawan sosial.....	20

2.3 Perkembangan keusahawanan sosial.....	24
2.4 Keusahawanan sosial dan pendidikan	25
2.5 Hubungan keusahawanan dan keusahawanan sosial.....	29
2.6 Kecenderungan keusahawanan.....	30
2.7 Model asas kecenderugn.....	31
2.7.1 Model <i>Implementing Entrepreneurial Ideas</i>	32
2.7.2 Teori <i>Entrepreneur Event</i>	33
2.7.3 Teori Tingkah Laku Terancang.....	33
2.7.4 Kajian-kajian lepas menggunakan Teori Tingkah Laku Terancang.....	35
2.8 Kecenderungan keusahawanan sosial	37
2.9 Teori Tingkah Laku Terancang dan kecenderungan keusahawanan sosial.....	39
2.10 Sikap.....	41
2.11 Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial.....	42
2.12 Pengaruh norma.....	43
2.13 Faktor demografi dan kecenderungan keusahawanan sosial.....	44
2.14 Kesimpulan.....	45

BAB 3: KAEDAH PENYELIDIKAN

3.1 Pengenalan.....	46
3.2 Rekabentuk kajian	46
3.3 Kerangka kajian.....	47
3.4 Hipotesis kajian.....	49
3.5 Definisi operasional.....	50

3.6 Populasi dan sampel.....	52
3.7 Pengumpulan data.....	53
3.8 Instrumen kajian.....	54
3.9 Kajian rintis.....	58
3.10 Kadar respon.....	59
3.11 Penganalisan data	59
3.11.1 Kesahan konstruk, ujian kebolehpercayaan dan pengujian sebelum hipotesis.....	60
3.11.2 Analisis deskriptif.....	62
3.11.3 Analisis inferensi.....	63
3.12 Kesimpulan.....	65
BAB 4 : DAPATAN KAJIAN	
4.1 Pengenalan.....	66
4.2 Pengujian sebelum hipotesis	66
4.3 Data demografi Kajian.....	71
4.4 Penilaian tahap pemboleh ubah bersandar dan tidak bersandar.....	76
4.4.1 Tahap kecenderungan keusahawanan sosial pelajar UUM.....	76
4.4.2 Tahap sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial pelajar UUM.....	77
4.5 Pengujian hipotesis.....	81
4.5.1 Perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM berdasarkan faktor demografi.....	81
4.5.2 Korelasi antara pemboleh ubah.....	82
4.5.3 Analisis pemboleh ubah tidak bersandar yang memberi pengaruh kepada kecenderungan keusahawanan sosial.....	87

4.6 Kesimpulan.....	93
---------------------	----

BAB 5: PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

5.1 Pengenalan.....	96
5.2 Ringkasan kajian.....	96
5.3 Perbincangan kajian.....	99
5.3.1 Tahap kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM.....	99
5.3.1 Tahap sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM.....	101
5.3.3 Perbezaan keenderungan keusahawanan sosial berdasarkan faktor demografi.....	101
5.3.4 Sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial mempunyai hubungan serta mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial.....	104
5.4 Implikasi kajian.....	105
5.5 Hala tuju kajian akan datang.....	106
5.6 Kesimpulan.....	107

RUJUKAN.....	108
--------------	-----

LAMPIRAN

SENARAI JADUAL

	M/S
1.1 Blok pembangunan pelan strategik.....	6
2.1 Definisi Keusahawanan sosial.....	21
2.2 Ringkasan perkembangan keusahawanan sosial dalam pendidikan...	26
3.1 Kesesuaian nilai pada pilihan jawapan dalam soal selidik.....	55
3.2 Instrumen kajian.....	56
3.3 Kajian rintis: Kebolehpercayaan instrumen.....	59
3.4 Interpretasi skor min.....	63
3.5 Tafsiran kekuatan pekali korelasi.....	64
4.1 Analisis normaliti.....	67
4.2 Panduan mengenal pasti nilai pemberat faktor berdasarkan saiz sampel.....	68
4.3 Nilai KMO, Ujian Bartlett, <i>anti image</i> , jumlah dimensi konstruk dan <i>total variance explained</i> bagi setiap konstruk.....	70
4.4 Nilai pemberat faktor mengikut konstruk.....	71
4.5 Latar belakang diri dan keluarga responden.....	73
4.6 Latar belakang pendidikan responden.....	75
4.7 Interpretasi skor min.....	76
4.8 Tahap kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM.....	77
4.9 Tahap sikap pelajar UUM.....	78
4.10 Tahap pengaruh norma pelajar UUM.....	79

4.11 Tahap persepsi kawalan terhadap keusahawanan norma pelajar UUM	81
4.12 Min dan sisihan piawai kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan kumpulan pengalaman berniaga.....	83
4.13 Dapatan ujian ANOVA pada kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman berniaga.....	83
4.14 Ujian posthoc HSD kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan kumpulan pengalaman berniaga.....	84
4.15 Ujian t berdasarkan penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM	85
4.16 Ujian t berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang berniaga....	86
4.17 Ujian t berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang terlibat sebagai sukarelawan.....	86
4.18 Ujian t berdasarkan pengalaman sebagai sukarelawan.....	87
4.19 Korelasi hubungan antara pemboleh ubah.....	89
4.20 Dapatan regresi berganda <i>stepwise</i>	91
4.21 Kesimpulan bagi dapatan pengujian hipotesis.....	94

SENARAI GAMBARAJAH

Rajah 3.1 : Kerangka kajian.....

M/S
48



BAB SATU

Pengenalan

1.1 Latar Belakang Kajian

Perkataan usahawan sosial diperkenalkan buat pertama kali pada tahun 1972 oleh Banks seperti yang dinyatakan oleh Nicholls (2006). Banks memperkenalkan perkataan ini apabila beliau mendapati bahawa masalah sosial dapat dimanfaatkan oleh pihak pengurusan (Debbi, 2008). Walau bagaimanapun, terdapat beberapa nama insan hebat yang telah membuat perubahan sosial sebelum daripada perkataan usahawan sosial diperkenalkan seperti Florence Nightingale dan John Durand. Pada tahun 1800-an, Florence Nightingale telah membuat revolusi dalam dunia perubatan dengan menubuhkan sekolah kejururawatan pertama di Hospital St Thomas, London (Bornstein, 2007). John Durand pula telah memulakan perniagaannya dengan mengambil orang terencat akal untuk bekerja bersamanya pada awal tahun 1960-an (Alter, 2007).

Usahawan sosial sentiasa wujud dan pada masa dahulu di mana mereka lebih dikenali sebagai *visionaries*, *humanitarians*, *philanthropists* (dermawan), reformis, atau pemimpin yang hebat (Bornstein & Davis, 2010). Keusahawanan sosial terus berkembang ke seluruh dunia. Di Bangladesh, perintis usahawan sosial adalah Mohammed Yunus, iaitu seorang professor dan pengasas kepada Grameen Bank yang memberikan pinjaman kepada golongan miskin dan terpinggir. Keusahawanan sosial berkembang pula kepada penubuhan organisasi seperti Ashoka, iaitu organisasi yang banyak membantu usahawan sosial dengan memberikan khidmat

nasihat untuk mencapai kejayaan (Ernst, 2011). Selain daripada Ashoka terdapat juga organisasi lain yang banyak membantu dalam mengembangkan pelaksanaan aktiviti keusahawanan sosial di seluruh negara seperti Institut Aspen, Yayasan Skoll, Yayasan Schwab dan *Bangladesh Rural Advancement Committee* (BRAC).

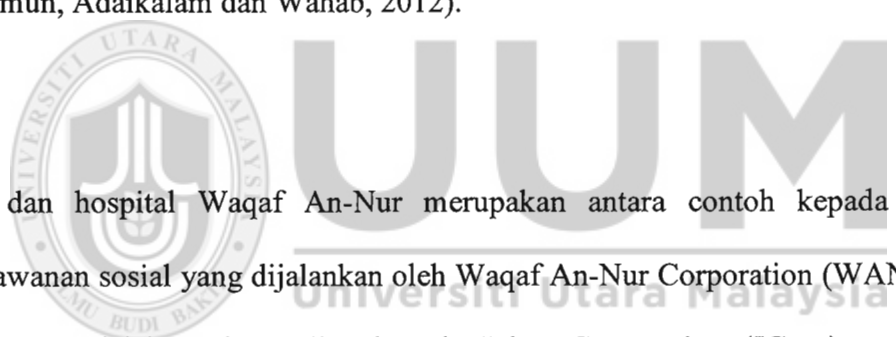
Perkembangan keusahawanan sosial ini memberikan kesan positif kepada perubahan sosial, pertumbuhan modal insan dan peningkatan ekonomi serta menyumbang pelbagai peranan penting kepada sesebuah negara (Mair & Martin, 2006; Bornstein, 2007; Nicholls & Cho, 2006; Mohammad Reza, Westover & Gholam Reza, 2010). Antara peranan keusahawanan sosial adalah membantu masyarakat dalam memperjuangkan hak pendidikan asas secara universal (Mair & Marti, 2005; Bomstein, 2007), menghapuskan fenomena kelaparan dan kemiskinan yang ekstrem (Mair & Marti, 2005; Bomstein, 2007; Mohammad Reza et al. 2010; Saifuddin 2012), mempejuangkan hak wanita dan kesamaan gender (Mair & Martin, 2006; Bomstein 2007), menambah baik penjagaan kesihatan para ibu (Mair & Martin, 2006; Bomstein 2007), menyebarkan dan meningkatkan sistem pendidikan penjagaan kesihatan bagi mengurangkan kadar kematian kanak-kanak (Mair & Martin, 2006; Bomstein 2007; Verma 2009), memerangi penularan HIV/AIDS (Mair & Martin, 2006; Bomstein 2007) serta wabak penyakit lain seperti malaria (Mair & Martin, 2006; Bomstein 2007), dan pemeliharaan alam sekitar (Alvord et al. 2002; Verma, 2009). Pelbagai impak positif yang diperolehi daripada keusahawanan sosial dan seharusnya dimanfaatkan untuk pembangunan negara.

Hasil impak positif daripada pelaksanaan keusahawanan sosial telah menarik minat ramai ahli akademik untuk mengkaji bidang ini (Dacin et al., 2010; Zahra et al., 2009). Short, Moss dan Lumpkin (2009) telah mengenal pasti bahawa terdapat sebanyak 152 artikel dan makalah yang telah diterbitkan dalam jurnal ilmiah dari tahun 1991 hingga 2009 dengan peningkatan 750 peratus dalam penerbitan untuk tahun berkenaan. Walau bagaimanapun, kebanyakan kajian hanya tertumpu kepada cerita-cerita kejayaan usahawan sosial dan pembinaan teori keusahawanan (Sharir dan Lerner, 2006; Van Slyke dan Newman, 2006). Selain itu, terdapat sedikit sahaja kajian yang melibatkan analisis statistik terhadap perbezaan antara pelbagai usahawan sosial serta pembentukan dan kesan pelaksanaan aktiviti keusahawanan sosial (Terjesen, Lepoutre, Justo, & Bosma, 2012). Justeru itu, pengkajian akan menjalankan kajian secara kuantitatif yang melibatkan kajian secara kuantitatif yang melibatkan analisis statistik bagi mengenal pasti tahap kecenderungan keusahawanan sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar IPT. Kajian ini memfokuskan kepada pelajar sarjana muda UUM sahaja.

Keusahawanan Sosial di Malaysia

Bidang keusahawanan sosial masih baru di Malaysia (Suhaimi, Abdullah & Yusof, 2013). Pelaksanaan keusahawanan sosial di Malaysia masih berada pada tahap yang lemah (Terjesen et al., 2012). Hanya beberapa organisasi sahaja yang melaksanakan aktiviti keusahawanan sosial di Malaysia seperti Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM) dan Klinik Waqaf An-Nur.

Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM) adalah suatu organisasi bukan kerajaan yang menyediakan perkhidmatan pinjaman mikro kepada golongan yang kurang berkemampuan dan miskin untuk membaiki keadaan kehidupan mereka. Penerima pinjaman mikro daripada AIM adalah mereka yang mempunyai pendapatan purata di bawah garis kemiskinan yang digariskan dalam Rancangan Malaysia Ke-10 (Najwa, Hairunnizam & Sanep, 2013). Program ini mensyaratkan bahawa peserta perlu membantu satu kumpulan yang mempunyai lima orang ahli yang dikenali sebagai sahabat. Setiap ahli bertanggung jawab untuk memilih peserta yang kurang risiko sebagai ahli kumpulan (Berma & Kasim, 2004). Setiap sahabat diwajibkan untuk mengambil bahagian dalam perjumpaan mingguan dan mesyuarat di peringkat pusat (Al-Mamun, Adaikalam dan Wahab, 2012).



Klinik dan hospital Waqaf An-Nur merupakan antara contoh kepada aktiviti keusahawanan sosial yang dijalankan oleh Waqaf An-Nur Corporation (WAN Corp). WAN Corp adalah anak syarikat kepada Johor Corporation (JCorp) yang mula beroperasi dengan nama Pengurusan Klinik Waqaf An-Nur Berhad pada 25 Oktober 2000. Organisasi ini bertanggung jawab untuk menguruskan Klinik Waqaf An-Nur dan pusat dialisis yang diuruskan oleh KPJ Healthcare Berhad (Hajah Mustafa et. al, 2009; Asharaf & Abdullah, 2012). Pesakit yang mendapatkan rawatan di klinik dan hospital ini hanya dikenakan caj minima serendah Ringgit Malaysia Lima (RM 5) dan baki kos sebenar adalah ditanggung oleh Dana Waqaf An-Nur sendiri, Baitul Mal dan Badan Bukan Kerajaan (NGO).

Usaha untuk pembangunan keusahawanan sosial di Malaysia harus dipertingkatkan supaya dapat menambah lagi pelaksanaan aktiviti dalam bidang ini dan melahirkan lebih ramai usahawan sosial. Antara usaha yang dilaksanakan adalah dengan menubuhkan Pusat Kreativiti dan Inovasi Global Malaysia atau dalam Bahasa Inggeris dikenali sebagai *Malaysia Global Innovation & Creativity Centre* (MaGIC). MaGIC telah menubuhkan sebuah unit khusus untuk membangunkan bidang keusahawanan sosial yang dikenali sebagai SE MaGIC. Pihak kerajaan telah memperuntukan dana sebanyak Ringgit Malaysia 20 juta (RM 20 juta) kepada MaGIC untuk pembangunan keusahawanan sosial (Nabil, 2015). Pelbagai usaha dilaksanakan oleh pihak SE MaGIC seperti menerbitkan buku panduan yang bertajuk *Maklumat Asas Social Enterprise*, menganjurkan program dan pertandingan seperti anugerah *Social Entrepreneurship Amplify Award*, Persidangan Antarabangsa Pemimpin Muda (*ICYL-International Young Leader Conference*) dan bengkel kesedaran mengenai keusahawanan sosial yang dikenali sebagai SEHATI.

Selain itu, pihak kerajaan juga telah melancarkan Pelan Tindakan Usahawan Sosial Malaysia. Pelan tindakan ini mensasarkan akan lahirnya seribu usahawan sosial di Malaysia dalam tempoh tiga tahun iaitu pada tahun 2018. Dalam pelan tindakan ini terdapat tiga teras utama seperti yang dibincangkan dalam Jadual 1.1.

Jadual 1.1

Blok pembangunan pelan strategik

2015	2016	2017
Usahawan sosial	Ekosistem	Institusi
Memberi inspirasi pada gerakan.	Mewujudkan persekitaran.	Mempengaruhi perubahan menyeluruh.
Menjana kesedaran dalam kalangan masyarakat bermula dari akar umbi dengan melengkapkan mereka dengan pengetahuan dan kemahiran yang diperlukan untuk menjayakan perusahaan sosial.	Mewujudkan lebih banyak sector inklusif melalui penyertaan daripada sektor awam dan swasta dengan menggalakkan perbincangan mengenai pembangunan dasar, pelaburan, pembentukan modal, dan sinergi.	Membolehkan perubahan sistemik yang menyeluruh, di mana peraturan, cukai dan rangka kerja pentadbiran yang diperkenalkan untuk memastikan penerusan pembangunan sektor ini melewati tempoh masa yang pelan tindakan ini.

Sumber; *Malaysian Social Enterprise Blueprint, 2015, ms. 46*

Di samping itu, elemen sistem pendidikan yang efektif juga diperlukan untuk pembangunan keusahawanan sosial yang professional dengan mendidik masyarakat mengenai kelebihan dan atribut bidang keusahawanan sosial (Mohammad Reza et al., 2009). Seseorang usahawan atau usahawan sosial dibentuk tidak terhad daripada perniagaan yang diwarisi (Armanurah, Abd. Razak & Sarimah, 2009). Pembelajaran dan latihan secara formal juga merupakan faktor yang mempengaruhi pembentukan usahawan dan usahawan sosial. Oleh itu, pembudayaan keusahawanan sosial perlu dibentuk melalui platform pendidikan dan keusahawanan dalam kalangan pelajar universiti (Mohamed Khaled 2009; Saifuddin 2012). Universiti merupakan institusi

yang berkredibiliti dalam memberikan pengetahuan dan kemahiran berkaitan keusahawanan dan keusahawanan sosial.


Pihak Kementerian Pengajian Tinggi telah melaksanakan Modul Pembudayaan Asas Keusahawanan di universiti-universiti awam untuk menggalakkan pelajar untuk memilih usahawan atau usahawan sosial sebagai kerjaya selepas tamat belajar (Mohamed Rezai, Shamsudin, & Mahmud, 2012). Walau bagaimanapun, kajian yang dibuat oleh Norfadhilah dan Halimah (2010) menyatakan bahawa pelajar universiti awam masih kurang berminat untuk menjadi usahawan atau usahawan sosial. Oleh itu, kajian ini memfokuskan kepada kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar Universiti Utara Malaysia (UUM) untuk melihat kesan pendidikan keusahawanan terhadap bidang ini. UUM merupakan salah satu universiti antara enam universiti yang diiktiraf oleh Kementerian Pengajian Tinggi (KPT) sebagai pusat keusahawanan di Malaysia (Kementerian Pengajian Tinggi, 2011).

Universiti Utara Malaysia

Universiti Utara Malaysia (UUM) merupakan Universiti Pengurusan Terkemuka menjelang tahun 2020 adalah matlamat Naib Canselor dan semua warganya yang lain (Unit Komunikasi Korporat, 2015). UUM telah mendahului universiti lain dalam melahirkan ramai pengurus di sektor awam dan swasta. Sehingga kini UUM masih pada landasan awal penubuhan untuk melahirkan pengurus profesional terbaik, seterusnya meningkatkan pembangunan Malaysia (Syahrina, Armanurah & Habsah, 2014). Oleh itu, keusahawanan merupakan aspek yang diutamakan dalam usaha

melahirkan graduan yang mempunyai ciri keusahawanan, seterusnya graduan menjadi golongan profesional atau usahawan dan usahawan sosial berjaya.

Di UUM, sejak awal tahun 1990an, kursus Keusahawanan hanyalah sebuah kursus elektif kepada pelajar Program Ijazah Sarjana Muda Pengurusan Perniagaan dan sehingga kini bidang ini terus berkembang (Syahrina et al., 2014). Di UUM juga terdapat Kursus Asas Keusahawanan yang merupakan subjek teras yang ditawarkan oleh UUM bermula pada tahun 2004 (Armanurah, 2014). Bidang keusahawanan di UUM terus berkembang sehinggalah pada tahun 2004, satu Program khas iaitu Ijazah Sarjana Muda Keusahawanan telah ditawarkan buat pertama kalinya (Habshah et al., 2012).



Selain itu, persekitaran dalaman dan prasarana di UUM juga sangat kondusif serta menyokong aktiviti keusahawanan di universiti tersebut. Pelbagai latihan keusahawanan dilaksanakan oleh pihak Institut Pembangunan Keusahawanan dan Koperasi (CEDI) serta Jabatan Hal Ehwal Pelajar (HEP). Prasarana fizikal seperti Varsity Mall dan kiosk-kiosk perniagaan di perkarangan akademik dan Dewan Penginapan Pelajar (DPP) juga turut menyumbang dalam pembudayaan keusahawanan kepada pelajar-pelajar UUM (Syahrina et al., 2014).

Pelbagai kemudahan, persekitaran dalaman dan penawaran pendidikan keusahawanan telah disediakan di UUM bagi menggalakkan pembudayaan keusahawanan dan keusahawanan sosial. Segala usaha tersebut diharap dapat

Teori Tingkah Laku Terancang merupakan salah satu teori yang berkesan untuk mengenal pasti kecenderungan keusahawanan (Krueger et al., 2000; Linan & Chen, 2009; Yang, 2013). Ajzen (2012) menyatakan bahawa dalam Teori Tingkah Laku Terancang, kecenderungan seseorang untuk memulakan perniagaan boleh diramal dengan tepat berdasarkan sikap terhadap tingkah laku, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap tingkah laku. Sikap adalah keinginan peribadi terhadap keusahawanan. Pengaruh norma pula adalah penerimaan sosial sebuah kumpulan rujukan terhadap keusahawanan dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan pula merupakan tanggapan keupayaan individu untuk menjadi usahawan (J. Maes et al., 2014). Hariyaty (2014), menyatakan bahawa keusahawanan sosial merupakan salah satu disiplin daripada keusahawanan. Oleh kerana itu, sebarang kajian berkaitan keusahawanan sosial boleh merujuk kepada konsep dalam bidang keusahawanan dan salah satunya adalah Teori Tingkah Laku Terancang untuk mengkaji kecenderungan keusahawanan sosial (Mair & Martin, 2006).

Justeru itu, kajian ini menjadikan Teori Tingkah Laku Terancang sebagai asas kajian bagi mengenal pasti kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM. Hasil kajian ini diharapkan dapat menyumbang kepada pembangunan keusahawanan dan keusahawanan sosial yang lebih holistik dalam kalangan institusi pengajian tinggi (IPT) dan seterusnya dapat meningkatkan bilangan usahawan terutamanya usahawan sosial di negara ini. Peningkatan jumlah lulusan IPT yang terlibat dalam usahawan sosial diharapkan dapat menjadi pemangkin kepada transformasi ekonomi dan sosial masyarakat Malaysia.

1.2 Penyataan Masalah

Keusahawanan merupakan salah satu faktor yang menyumbang kepada pembangunan ekonomi negara (Armanurah & Awanis, 2014). Bidang keusahawanan ini juga telah berkembang dan antara cabang aliran baru dalam disiplin ini adalah keusahawanan sosial (Hariyaty, 2014). Keusahawanan sosial merupakan inovasi daripada bidang keusahawanan yang memberi impak sosial (Dees, 1998). Oleh itu, keusahawanan sosial ini bukan hanya dapat menyumbang kepada pembangunan ekonomi semata-mata tetapi dapat juga menambah nilai pada sosial masyarakat.

Walau bagaimanapun, keusahawanan sosial ini masih baru di Malaysia (Hariyaty, 2014). Dapatan kajian yang dibuat oleh Lepoutre, Justo, Teresen dan Bosma (2013), didapati bahawa Malaysia masih berada di tahap yang lemah dalam pelaksanaan aktiviti keusahawanan sosial, iaitu hanya 0.20 peratus berbanding 49 negara lain, termasuk Amerika Syarikat, Hong Kong dan Uganda seperti dalam Lampiran (Global Entrepreneurship Monitor, 2009). Pelbagai inisiatif telah diambil oleh pihak kerajaan untuk menggalakkan penglibatan masyarakat dalam bidang ini. Antara kerajaan Malaysia telah melancarkan Pelan Tindakan Usahawan Sosial Malaysia pada tahun 2015. Dalam pelan tindakan ini terdapat tiga teras utama, iaitu (1) memberi inspirasi pada gerakan; (2) mewujudkan persekitaran; dan (3) mempengaruhi perubahan secara menyeluruh.

Selain itu, kerajaan juga mencadangkan supaya usaha mempertingkatkan kerjasama antara pihak swasta dan agensi kerajaan yang berpotensi tinggi perlu mengamalkan

konsep keusahawanan sosial dengan membuat penyelidikan bagi membantu usahawan untuk membangunkan produk dan perkhidmatan yang berkualiti (Saifuddin, 2009). Di samping itu, penubuhan sebuah pertubuhan bukan kerajaan (Non-government organisation, NGO) iaitu *Students in Free Enterprise* (SIFE) juga merupakan suatu usaha untuk memupuk budaya keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar universiti.

Pemilihan kerjaya sebagai usahawan dan usahawan sosial juga masih kurang dalam kalangan pelajar universiti (Norasmah, Harinder, Bee Tin & Norasiah, 2012). Pelbagai inisiatif telah diambil oleh pihak kerajaan untuk menarik minat para pelajar memilih kerjaya sebagai usahawan atau usahawan sosial setelah tamat pengajian, namun bilangan siswazah yang melibatkan diri dalam bidang keusahawanan dan keusahawanan sosial masih rendah dan ini menunjukkan usaha-usaha tersebut masih gagal (Norasmah & Salmah 2011; Hoe 2006; Nor Aishah, Ismail & Mohamad Husin, 2010). Oleh itu, kajian ini memfokuskan pada pelajar universiti terutamanya UUM bagi mengkaji kecenderungan keusahawanan sosial mereka. UUM dipilih kerana universiti ini merupakan antara enam universiti yang diiktiraf sebagai pusat keusahawanan di Malaysia (Kementerian Pengajian Tinggi, 2011).

Kecenderungan merupakan petunjuk niat individu untuk bertindak (Kolvereid, 1996). Kecenderungan keusahawanan sosial pula adalah niat individu untuk menjadi usahawan sosial. Kajian berkaitan kecenderungan keusahawanan dan keusahawanan sosial adalah masih kurang mendapat perhatian serta hampir dilupakan oleh para penyelidik (Baharu dan Mohammed Zain, 2013). Teori Tingkah Laku Terancang

merupakan teori kecenderungan yang banyak digunakan untuk mengkaji kecenderungan keusahawanan (Ernst, 2011).

Dalam teori tersebut, kecenderungan dipengaruhi oleh sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap sesuatu tingkah laku (Norashidah, Norasmah & Noraishah, 2009). Kirby dan Ibrahim (2011), menyatakan bahawa ramai orang akan memulakan perniagaan atau perniagaan sosial jika mereka berkeupayaan untuk berbuat sedemikian dan tindakan membentuk perniagaan tersebut diterima oleh masyarakat. Selain itu, seseorang hanya akan melaksanakan niatnya apabila dia mampu mengawal pelaksanaan tindakan untuk menjadi usahawan sosial (Norashidah, Norasmah & Noraishah, 2009). Oleh itu, kajian ini menggunakan Teori Tingkah Laku Terancang untuk mengetahui kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar Universiti Utara Malaysia. Hasil kajian ini diharap dapat memberikan impak yang positif kepada usaha pembangunan keusahawanan sosial di Malaysia.

1.3 Objektif Kajian

Kajian ini adalah bertujuan untuk meninjau tahap kecenderungan terhadap keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar Universiti Utara Malaysia (UUM).

Objektif khusus bagi kajian ini adalah seperti berikut:

- 1) Meninjau tahap kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM.

- 2) Meninjau tahap sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM.
- 3) Mengenal pasti sama ada terdapat perbezaan dalam kecenderungan keusahaawanan sosial pelajar UUM berdasarkan faktor demografi iaitu; pengalaman berniaga, penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM, latar belakang keluarga terdekat yang berniaga, latar belakang keluarga terdekat yang terlibat dalam aktiviti sukarelawan dan pengalaman sebagai sukarelawan.
- 4) Mengenal pasti sama ada terdapat hubungan antara sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dengan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM.
- 5) Mengenal pasti sama ada sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial berpengaruh secara signifikan dengan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM.

1.4 Persoalan Kajian

Berdasarkan pernyataan masalah, beberapa persoalan terhadap penyalidikan kajian ini boleh ditimbulkan seperti berikut:

- 1) Apakah tahap kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM?

- 2) Apakah tahap sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan untuk menjadi usahawan sosial dalam kalangan pelajar UUM?
- 3) Adakah terdapat perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial pelajar UUM berdasarkan faktor demografi, iaitu pengalaman berniaga, penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM, latar belakang keluarga terdekat yang berniaga, latar belakang keluarga terdekat yang terlibat dalam aktiviti kesukarelawan dan pengalaman sebagai sukarelawan?
- 4) Adakah sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial mempunyai hubungan yang signifikan dengan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM?
- 5) Adakah terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan kepada kecenderungan keusahawanan sosial?



UUM
Universiti Utara Malaysia

1.5 Skop Kajian

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji mengenai kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar Universiti Utara Malaysia (UUM) di peringkat ijazah sarjana muda. Kajian ini tidak melibatkan pelajar dari luar negara kerana penyelidikan ini hanya tertumpu kepada kecenderungan pelajar tempatan terhadap kecenderungan keusahawanan sosial.

1.6 Kekangan Kajian

Terdapat beberapa batasan yang dihadapi ketika menjalankan kajian ini. Antara batasan-batasan kajian ini adalah seperti berikut:

1. Kos

Kajian ini memerlukan kos yang banyak dan melibatkan dari kos dari pelbagai sudut seperti kewangan, masa dan tenaga terutamanya dalam proses pengumpulan dan analisis data. Dalam proses ini, pelbagai masalah dan memerlukan masa yang lebih lama kerana terdapat pelajar yang tidak menjawab soalan kaji selidik dengan sempurna malah meninggalkan tempat kosong. Masalah ini seterusnya akan mempengaruhi hasil analisis data. Selain itu, proses pengumpulan dan analisis data juga melibatkan kos-kos lain seperti kos fotokopi dan pendedaran borang soal selidik. Sebelum pendedaran soal selidik, kajian rintis telah dibuat beberapa kali untuk mendapatkan soalan yang tinggi kebolehpercayaan dan selari dengan fenomena yang dikaji.

2. Kerjasama responden dan ketepatan data

Penyelidik menghadapi masalah dalam mendapatkan kerjasama dalam kalangan responden untuk memulangkan semula soalan kaji selidik. Sesetengah responden juga tidak memberikan kerjasama untuk menjawab soalan dengan ikhlas dan jujur, seterusnya ianya mempengaruhi ketepatan data yang dikumpul.

1.7 Kepentingan Kajian

Kajian ini dapat menambahkan pengetahuan tambahan mengenai kecenderungan terhadap keusahawanan sosial. Kajian ini memberikan sumbangan yang penting seperti berikut:

1. Hasil daripada dapatan kajian dapat mengetahui tahap kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM.
2. Kajian ini juga dapat membantu pihak universiti Institusi Pengajian Tinggi (IPT) untuk merancang modul kurikulum dan aktiviti yang terbaik untuk menggalakkan penyertaan pelajar dalam bidang keusahawanan terutamanya keusahawanan sosial.
3. Dapatan daripada kajian ini diharap dapat mengenal pasti faktor-faktor yang menyumbang kepada kecenderungan keusahawanan sosial pelajar institusi pengajian tinggi, khasnya UUM.
4. Kajian ini juga boleh dijadikan sebagai asas kepada kajian keusahawanan sosial yang akan datang, dan pemboleh ubah lain yang tidak dikaji lagi boleh diterokai untuk masa hadapan.

1.8 Struktur Kajian

Kajian ini mempunyai lima bahagian iaitu Bahagian Satu: Pengenalan, Bab Dua: Ulasan Karya, Bab Tiga: Metodolog kajian, Bab Empat: Dapatan Kajian, dan akhir sekali ialah Bab Lima: Kesimpulan dan cadangan.

Bab satu adalah mengenai pengenalan ringkas dan permasalahan kajian yang menjadi asas kepada pembentukan objektif kajian ini. Selain itu, bab satu juga

membincangkan mengenai kepentingan dan skop kajian ini. Dalam Bab dua pula membincangkan mengenai sorotan karya yang menjelaskan mengenai konsep, definisi yang berkaitan dengan bidang keusahawanan sosial. Selain itu, bab ini juga terdiri daripada sorotan kajian lepas mengenai kecenderungan keusahawanan sosial dan pembolehubah yang berkait rapat dengan kajian ini. Bab dua juga mengimbas kembali kepada kajian-kajian lepas yang berkait rapat dengan matlamat kajian ini.

Kajian ini diteruskan dengan Bab tiga yang menjelaskan mengenai metodologi kajian yang telah digunakan. Bab tiga merangkumi penerangan mengenai kerangka kajian dan pembangunan hipotesis kajian. Selain itu, bab ini juga memfokuskan perbincangan mengenai metodologi kajian seperti sampel kajian, persampelan, prosedur pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan.

Bab Empat, iaitu dapatan kajian pula membincangkan mengenai dapatan hasil kajian secara terperinci. Perbincangan adalah berdasarkan dapatan yang diperolehi bagi menjawab persoalan kajian dan pengujian hipotesis yang dibentuk. Bahagian akhir kajian ini adalah bab lima iaitu kesimpulan dan cadangan yang menerangkan secara ringkas kesimplan keseluruhan kajian. Penilaian dan penjelasan berhubung dapatan juga dibincangkan dalam bab terakhir ini, di samping mengenai cadangan-cadangan untuk penyelidikan akan datang.

1.9 Kesimpulan

Bab ini membincangkan mengenai latar belakang kajian, pernyataan masalah, dan membincangkan kepentingan kajian ini. Selain itu, objektif kajian dan persoalan kajian juga dibincangkan dalam bab ini.



BAB DUA

SOROTAN KAJIAN

2.1 Pengenalan

Bab ini membincangkan sorotan kajian yang berkaitan dengan dua perkara utama, iaitu keusahawanan sosial dan kecenderungan keusahawanan sosial. Bahagian keusahawanan sosial meliputi definisi keusahawanan sosial dan usahawan sosial serta perkembangan keusahawanan sosial. Perbincangan seterusnya mengenai keusahawanan sosial dan pendidikan serta perkembangan keusahawanan sosial. Bahagian kecenderungan keusahawanan sosial pula dimulakan dengan kecenderungan keusahawanan dan model asas kecenderungan. Perbincangan dilanjutkan dengan kecenderungan keusahawanan sosial serta Teori Tingkah Laku Terancang dan kecenderungan keusahawanan sosial. Perbincangan juga mengenai elemen-elemen dalam Teori Tingkah Laku Terancang seperti sikap, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dan pengaruh norma. Terdapat juga perbincangan mengenai faktor demografi dan kecenderungan keusahawanan sosial. Perincian perbincangan seperti dalam bahagian seterusnya.

2.2 Definisi keusahawanan sosial dan usahawan sosial

Keusahawanan sosial berkembang dengan pesat dan mendapat perhatian ramai pihak. Walau bagaimanapun, para sarjana tidak mempunyai kata sepakat untuk memberi definisi kepada keusahawanan sosial dan usaha mendefinisikannya bukanlah tugas yang mudah (Hybrechts & Nicholls, 2012). Short et al., (2009)

menyatakan bahawa usaha untuk memberikan definisi secara khusus menjadi sukar kerana penyelidikan keusahawanan sosial ini melibatkan pelbagai disiplin seperti sosiologi, keusahawanan, pengurusan awam, etika, kewangan, politik dan institusi serta psikologi dan pendidikan.

Hasil daripada kajian Dacin et al. (2010) didapati terdapat 37 definisi bagi keusahawanan sosial atau usahawan sosial. Selain itu, Bacq dan Janssen (2011) pula telah mengenal pasti terdapat 17 perbezaan dalam definisi usahawan sosial, 12 definisi untuk keusahawan sosial dan 18 definisi bagi perusahaan sosial, organisasi keusahawanan sosial atau usaha teroka keusahawanan sosial. Selain itu, terdapat beberapa pengkaji yang memberikan fokus kepada proses keusahawanan sosial seperti Mort, Weerawardena dan Carnegie. (2003); Mair dan Marti (2006); Austin, Stevenson, dan Wei-Skillern. (2006) dan Zahra et al. (2009). Beberapa definisi bagi keusahawanan sosial dan usahawan sosial disimpulkan dalam Jadual 2.1.

Jadual 2.1
Definisi Keusahawanan Sosial

Bil.	Penulis	Tahun	Defini Keusahawan Sosial
1	Mort, Weerawardena dan Carnegie	2003	Keusahawanan sosial adalah pembinaan kepelbagaian dimensi yang melibatkan ekspresi tingkah laku keusahawanan yang mulia dalam mencapai misi sosial; perpaduan yang bermatlamat dalam menghadapi kerumitan moral; keupayaan untuk mengenal pasti peluang untuk mencipta nilai sosial; dan kunci kepada ciri-ciri pembuat keputusan yang inovatif, proaktif dan berani mengambil risiko.

Jadual 2.1 (Sambungan)

Bil.	Penulis	Tahun	Defini Keusahawan Sosial
2	Nicholls	2006	Sebuah aktiviti yang inovatif dan berkesan serta strategi berfokus terhadap menyelesaikan kegagalan pasaran sosial dan mewujudkan peluang-peluang baru untuk menambah nilai sosial secara sistematik dengan menggunakan pelbagai sumber dan format organisasi untuk memaksimumkan impak sosial dan membawa perubahan.
3	Austin, Stevenson dan Wei- Skillern	2006	Keusahawan sosial adalah aktiviti inovatif dan penciptaan nilai sosial yang berlaku dalam sektor bukan untung, kerajaan, atau perniagaan.
4	Mair dan Marti	2006	Keusahawan sosial adalah proses yang konsisten dalam inovasi dan menggunakan sumber untuk mengenal pasti peluang yang bertujuan mencapai perubahan sosial dengan memenuhi keperluan asas manusia.

Mair dan Marti (2006) menyatakan bahawa terdapat tiga pandangan yang berkaitan keusahawan sosial iaitu yang pertama adalah proses bagi membentuk nilai sosial. Kedua adalah ini penggabungan sumber yang bertujuan untuk meneroka dan mengeksploitasi peluang-peluang bagi mencipta nilai sosial dengan merangsang perubahan sosial atau memenuhi keperluan sosial. Dan ketiga pula merujuk kepada satu proses yang menawarkan perkhidmatan dan produk serta boleh juga merujuk kepada penciptaan organisasi baru.

Jadual 2.1 (Sambungan)

Bil.	Penulis	Bil.	Penulis
5	Zhara Gedajlovic, Neubaum, dan Shulman	2009	Keusahawanan sosial merangkumi aktiviti dan proses yang dijalankan untuk menemui, menentukan dan mengeksploitasi peluang-peluang bagi meningkatkan kekayaan sosial dengan mewujudkan usaha baru atau mengurus organisasi sedia ada dengan secara inovatif.
6	Francois dan Sophie	2010	Keusahawanan sosial adalah sebuah konsep yang mewakili pelbagai aktiviti dan proses untuk mewujudkan dan mengekalkan nilai sosial dengan menggunakan pendekatan keusahawanan dan inovatif serta dipengaruhi oleh persekitaran luaran.
7	McMullen	2011	Penemuan utama menunjukkan bahawa, untuk usahawan sosial, garis bawah adalah untuk memaksimumkan beberapa bentuk kesan sosial, biasanya menangani keperluan sosial yang diabaikan oleh institusi lain (McMullen, 2011).

Secara keseluruhannya dalam bidang keusahawanan sosial terdapat 3 istilah yang berbeza, iaitu keusahawanan sosial, usahawan sosial dan perusahaan sosial. Keusahawanan sosial adalah proses yang dinamik oleh individu-individu tertentu yang dikenali sebagai usahawan sosial dan mereka telah membentuk dan membangunkan organisasi, iaitu perusahaan sosial (Defourny & Nyssens, 2008; Mair & Martin, 2006).

2.3 Perkembangan keusahawanan sosial.

Keusahawanan sosial merupakan merupakan sebuah topik yang relevan dalam perniagaan, masyarakat dan politik. Aktiviti keusahawanan sosial dilaksanakan oleh usahawan sosial. Volkman, Tokarski dan Ernst (2012) berpendapat bahawa usahawan sosial bertindak sebagai agen perubahan yang memberikan impak positif pada ekonomi dan masyarakat melalui aktiviti proaktif dan inovatif yang mereka ambil. Keusahawanan sosial juga bukan fenomena baru (Boddice, 2009). Sebelum ini, keusahawanan sosial juga dikenali sebagai keusahawanan sivik dan keusahawanan rakyat (Hariyaty, 2014). Walau bagaimanapun, konsep keusahawanan sosial makin berkembang dan tugas usahawan sosial adalah berbeza kerana kini bidang ini telah mencapai pada peringkat global (Nicholls, 2006).

Pengenalan kepada keusahawanan sosial adalah bermula pada tahun 1970-an, di mana Banks (1972) telah memperkenalkan terma usahawan sosial dalam konteks sosiologi. Selain itu, Trivedi (2010) juga menyatakan bahawa Drucker (1979) telah memperkenalkan konsep perusahaan sosial dalam usaha memperkenalkan tanggung jawab etika korporat. Bermula pada tahun 1980-1990-an pula, keusahawanan sosial mula mendapat perhatian di peringkat organisasi dengan tertubuhnya Ashoka pada tahun 1981; Yayasan Schwab, 1998; dan Yayasan Skoll, 1999 (Nicholls, 2010). Pengasas Ashoka adalah B.Drayton dan misi organisasi ini ialah untuk mengenal pasti dan mencari individu yang mempunyai idea dalam mengubah keadaan sosial seterusnya membantu mereka dalam menjayakan idea tersebut (Drayton & McDonald, 1993).

Perkembangan keusahawanan sosial ini juga dapat dilihat dengan adanya beberapa buah negara seperti United Kingdom yang mula membuat dasar dan polisi kerajaan mengenai peruntukan khusus untuk kebajikan (Dee, 1998). Pada tahun 1990-an, kerajaan United Kingdom telah menekankan mekanisma separuh pasaran (*quasi-market*) untuk meningkatkan keberkesanan dalam peruntukan perkhidmatan terutamanya dalam perkhidmatan sosial (Legrand, 1991). Pada peringkat individu pula, anugerah yang diraih oleh Mohammed Yunus sebagai pemenang hadiah Nobel untuk keamanan telah membawa perubahan pada pengiktirafan global terhadap keusahawanan sosial (Martin & Osberg, 2007) dan inovasi sosial secara umumnya (Mulgan et al., 2007).

2.4 Keusahawanan Sosial dan Pendidikan

Usahawan dan usahawan sosial tidak hanya lahir daripada keluarga yang menjalankan perniagaan dan ianya merupakan satu mitos semata-mata jika ada pihak berpendapat golongan ini hanya dilahirkan. Pada hakikatnya usahawan boleh dibentuk dan dibangunkan melalui pendidikan keusahawanan (Syahrina et al., 2014). Oleh itu, penerapan nilai dan kemahiran keusahawanan melalui pendidikan diharap dapat memupuk kesedaran dan pembudayaan keusahawanan serta keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar IPT.

Sejarah keusahawanan sosial dalam bidang pendidikan khususnya di Amerika bermula pada tahun 1978 apabila Universiti Yale membentuk sebuah Program Organisasi Bukan Untung (*Non-Profit Organizations*) (Lounsbury & Strang, 2009). Selain itu, universiti lain seperti Universiti New York, Stony Brook; Universiti

Missouri di Kanada dan Universiti Carnegie Melon juga menawarkan program pengurusan organisasi bukan untung. Lounsbury dan Strang (2009) juga menyatakan bahawa kini telah banyak peluang untuk mempelajari keusahawanan sosial secara formal dengan adanya kursus keusahawanan sosial, sijil dan program ijazah yang awalnya bermula dengan perkembangan pada pendidikan pengurusan bukan untung.

Pendidikan dalam keusahawanan sosial terus berkembang dan pada tahun 2011 terdapat lebih daripada 148 institusi yang mengajar konsep disiplin ilmu ini (Kim dan Leu, 2011). Worsham (2012) menyatakan bahawa perkembangan ini disokong dengan terdapatnya peningkatan minat dan permintaan daripada pelajar sendiri. Jadual 2.2 menunjukkan ringkasan perkembangan pendidikan keusahawanan sosial yang di bahagikan kepada tiga fasa iaitu perintis, konsolidasi dan pendatang baru (Nicholls, 2011).

Jadual 2.2:

Ringkasan perkembangan keusahawanan sosial dalam pendidikan

	Institusi	Penerbitan
Perintis (1990-an)	<ul style="list-style-type: none"> -Yayasan/pemikir / pembentukan polisi (Tertubuh pada pertengahan tahun 1990-an) -Inisiatif Sosial Entrepise di Pusat Pengajian Perniagaan Harvard (Tertubuh pada 1993). - Kajian sarjana dalam organisasi bukan untuk dan koperasi: EMES International Research Network (Tertubuh pada 1999). -Pusat Inovasi Sosial Stanford (Tertubuh pada 1999) 	<ul style="list-style-type: none"> -Dees (1998); Dees, Emerson dan Economy (2001); Borzaga dan Defourny (2001); Ulasan Inovasi Sosial Stanford (2004); Austin/ SEKN (2004); dan Dacanay (2004)

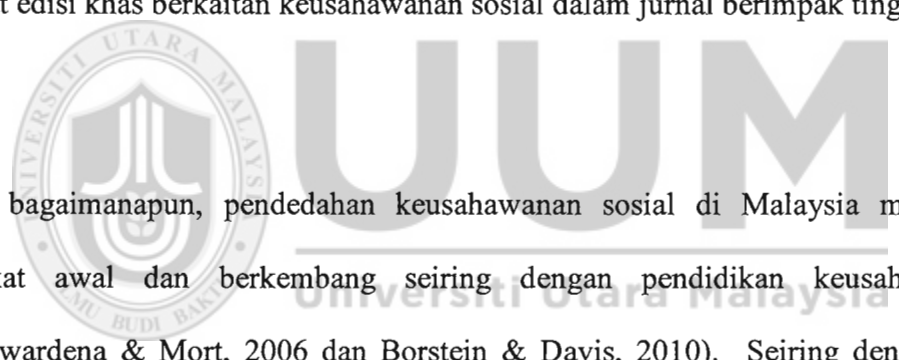
Jadual 2.2 (Sambungan)

	Institusi	Penerbitan
Pertengahan (2000-an)	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Pengajian Perniagaan: CASE, Universiti DUKE (2002) dan Pusat Skoll, Universiti Oxford (2003) • Pusat Pengajian Kerajaan dan Polisi Awam: Pusat Pengajian Kennedy, Universiti Harvard (Bloom, 2002) dan Pusat Pengajian Wagner, Universiti New York (Light, 2005) 	<i>Social Entreprise Journal</i> (2005); Mair, Hockerts dan Robinson (2006, 2009, 2010); Nicholls (2006); Nyssens (2006); Perrini (2006) dan Light (2006)
Pendatang baru (2008 ke hadapan)	Pusat penyelidikan pihak ke tiga: Kluster perusahaan sosial (Universiti Birmingham dan Universiti Southampton, 2008).	Kerlin (2009); Zeigler (2009); Santos (2010); Ridley-Duff dan Bull (2011); <i>Journal of Social Entrepreneurship</i> (2010); dan <i>Journal of Social Business</i> (2011)
		Edisi Khas: <i>Journal of World Business</i> 41.1 (2006); <i>Emergence: Complexity and Organization</i> 10.3 (2008); <i>MIT Innovations</i> (2007, 2009); dan <i>Entrepreneurship Theory and Practice</i> 34.4 (2010)

Sumber;Adaptasi daripada Nicholls (2011), *Social Entrepreneurship Teaching and Research: Orphan, Cuckoo, or Walru?* ms. 11

Nicholls (2011) menyatakan bahawa perintis bagi perkembangan keusahawanan sosial dalam pendidikan bermula pada tahun 1990 ianya memberikan penekanan kepada analisis pratikal melalui kajian kes, dipratikkan dalam pengajaran dengan

menceritakan peristiwa yang dihadapi oleh pengamal; penerbitan dan penglibatan pembangunan polisi. Seterusnya diikuti dengan perkembangan kajian keusahawanan sosial di kolej dan universiti dan terdapat juga program baru berkaitan keusahawanan sosial yang ditawarkan oleh kolej atau universiti terutamanya dalam pusat pengajian perniagaan. Selain itu, terdapat juga pertambahan jurnal-jurnal baru dan koleksi yang disunting. Akhir sekali, pendatang baru dalam bidang ini telang mengarus perdanakan kajian dan pengajaran keusahawanan sosial ke dalam disiplin tradisional dan akademik. Contohnya di UK, penyelidikan berkaitan telah dibiayai oleh orang awam di bawah sebuah pertubuhan iaitu The Economic and Social Research Council (ESRC). Pada fasa pendatang baru ini, Nicholls (2011) juga menyatakan bahawa terdapat edisi khas berkaitan keusahawanan sosial dalam jurnal berimpak tinggi.



Walau bagaimanapun, pendedahan keusahawanan sosial di Malaysia masih di peringkat awal dan berkembang seiring dengan pendidikan keusahawanan (Weerawardena & Mort, 2006 dan Borstein & Davis, 2010). Seiring dengan ini, usahawan sosial juga dapat dibentuk dan dibangunkan melalui platform keusahawanan dan pendidikan dengan penerapan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar IPT (Hariyaty, 2014). Hubungan keusahawanan sosial dan pendidikan ini juga disokong oleh Dees iaitu pelapor kepada bidang ini ketika menjawab temubual dalam kajian Worsham (2012). Dees telah memilih pusat pengajian perniagaan sebagai tempat yang sesuai untuk pendidikan keusahawanan sosial (Worsham, 2012).

2.5 Hubungan Keusahawanan dan Keusahawanan Sosial

Kajian-kajian lepas dalam bidang keusahawanan sosial ini masih lagi tidak dapat membezakan usahawan sosial dalam konteks gelagat dan tindakan mereka (Weerawardena dan Mort, 2006). Selain itu, Dees (1998) juga menyatakan pada peringkat individu, usahawan sosial merupakan salah satu bahagian dalam bidang keusahawanan dan didapati mereka mempunyai ciri-ciri yang hampir sama dengan usahawan. Berdasarkan kajian Bacq dan Jansen (2011), menunjukkan usahawan sosial berkongsi gelagat yang sama dengan usahawan seperti: kemampuan untuk mengenal pasti peluang (Nicholls, 2006; Peredo & McLean, 2006; Roberts & Woods, 2005; Thompson, Alvy & Lees, 2000; Tracey & Phillips, 2007); memacu inovasi (Dees, 1998; Mair & Marti, 2004; Roberts & Woods, 2005); sanggup menghadapi risiko (Zahra et al., 2009) dan bersifat proaktif dalam memastikan keberlangsungan, pertumbuhan dan memenuhi kehendak pasaran (Weerawardena & Mort, 2006).

Walau bagaimanapun terdapat perbezaan dari segi motivasi untuk terlibat dalam aktiviti sosial yang tidak diambil berat oleh usahawan biasa (Nicholls, 2006). Oleh itu, sebarang konsep bagi keusahawanan sosial boleh merujuk kepada bidang keusahawanan. Justeru itu, kajian ini merujuk kepada konsep mengenai kecenderungan keusahawanan untuk mengkaji faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar IPT.

2.6 Kecenderungan Keusahawanan

Kecenderungan atau *intention* adalah gambaran kognitif bagi seseorang individu. Menurut Kolvereid (1996), kecenderungan merupakan petunjuk niat individu untuk bertindak. Bird (1998) adalah salah seorang penyelidik pertama yang menggunakan konsep kecenderungan ini dalam bidang keusahawanan. Bird (1988) menyatakan keusahawanan adalah satu proses di mana kecenderungan memainkan peranan penting dan selari dengan pemikiran yang mempengaruhi tumpuan individu, pengalaman dan tindakan terhadap matlamat untuk menubuhkan perniagaan.

Fayolle, dan Liñán (2014) mencadangkan untuk kajian akan datang supaya para penyelidik dapat mengkaji kecenderungan dalam pelbagai bidang keusahawanan yang lain. Bidang lain dalam keusahawanan adalah kecenderungan keusahawanan korporat (Fini, Grimaldi, Marzocchi, & Sobrero, 2012), keusahawanan sosial (Nga & Shamuganathan, 2010), dan kecenderungan keusahawanan keluarga (Zellweger, Sieger, & Halter, 2011).

Dalam kajian oleh Fini, et. al (2012), didapati bahawa kecenderungan keusahawanan korporat dipengaruhi oleh gelagat individu iaitu pengasas kepada perusahaan tersebut. Kajian ini menggunakan Teori Tingkah laku Terancang oleh Ajzen (1991) dan membentuk kerangka teori kepada asas kecenderungan keusahawanan korporat dan diuji pada 200 usahawan dan 133 pengasas syarikat baru berasaskan teknologi. Dapatan daripada kajian menunjukkkn bahawa motivasi, kemahiran individu dan tanggapan kedinamikan pasaran mempengaruhi kecenderungan keusahawanan korporat (Fini, et.al, 2012).

Kajian kecenderungan keusahawanan keluarga yang dikaji oleh Zellweger, et. al (2011) juga menggunakan Teori Tingkah laku Terancang (Ajzen, 1991) dan *theory of mixed control* (Monsen dan Urbig, 2009). Kajian ini mengkaji perbezaan pengasas dan pekerja dari segi lokus kawalan dan kecenderungan keusahawanan. Hasil daripada kajian ini didapati bahawa pelajar yang mempunyai latar belakang perniagaan keluarga mempunyai kecenderungan keusahawanan perniagaan.

Nga dan Shamuganathan (2010) pula mengkaji hubungan antara trait personaliti dan kecenderungan keusahawanan sosial. Hasil daripada dapatan kajian ini dapat mengesahkan pelbagai aspek untuk hubungan trait personaliti dan beberapa konsep sosial seperti visi sosial. Namun tidak dapat membuktikan kesan kepada keusahawanan sosial. Berdasarkan kajian-kajian yang dibincangkan, menunjukkan bahawa kajian kecenderungan keusahawanan perlu dipertingkatkan terutamanya dalam bidang lain seperti keusahawanan sosial.

2.7 Model Asas Kecenderungan

Pemahaman mengenai konsep kecenderungan membantu para penyelidik untuk memahami pencetusan peluang, dan sumber idea bagi membentuk perniagaan. (Krueger et al., 2000). Oleh itu, model kecenderungan boleh digunakan untuk menjelaskan tingkah laku usahawan. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh Krueger (1993), model kecenderungan menawarkan kerangka kerja untuk memahami proses keusahawanan.

Para penyelidik menyatakan bahawa penyertaan dalam perniagaan baru adalah sesuatu yang dirancang, seterusnya membawa kepada kecenderungan dan tindakan (Shapero & Sokol, 1982; Bird, 1988; Krueger & Carsrud, 1993). Menurut Krueger dan Carsrud (1993) pula kecenderungan adalah faktor kepada sesuatu tindakan yang boleh dijangka daripada sikap, kepercayaan dan lain-lain pembolehubah psikologi dan sosiologi. Ini menunjukkan bahawa sikap dan kepercayaan akan menentukan kecenderungan kemudian kepada tingkah laku atau tindakan (Ajzen dan Fishbein, 1980). Fayolle dan Linan (2014) menyatakan terdapat tiga model kecenderungan yang popular, iaitu Model Pelaksanaan Idea Keusahawanan (*Implementing Entrepreneurial Ideas*, IEI) Bird (1988); Model Shapero; dan Teori Tingkah Laku Terancang. Walau bagaimanapun, menurut Krueger dan Carsrud (1993), model yang digunakan secara meluas ialah “*Entrepreneur Event*” oleh Shapero (1982) dan Teori Tingkah laku Terancang oleh Ajzen (1991). Perbincangan seterusnya adalah perincian kepada ketiga-tiga model ini.

2.7.1 Model *Implementing Entrepreneurial Ideas* (IEI)

Model IEI oleh Bird (1988) menerangkan bahawa pelaksanaan idea keusahawanan dan kecenderungan keusahawanan adalah hasil daripada pemikiran rasional, analitikal dan gerak hati, holistik dan pemikiran kontekstual. Pembentukan sebuah perniagaan yang baru perlu mengambil kira aspek sosial dan peribadi seseorang, di mana ianya perlu ada interaksi dengan pemikiran yang rasional dan gerak hati ketika pembentukan kecenderungan keusahawanan (Christopher, Richard dan Jeffrey, 2003). Bird dan Jelinek (1988) membahagikan kecenderungan keusahawanan berdasarkan kemahiran kepada lima aspek, iaitu: (1) pembentukan sumber; (2) visi

dan fokus yang *fleksible*; (3) pembentukan ketangkasan sementara; (4) tingkah laku fleksible; dan (5) mempengaruhi orang lain.

2.7.2 Teori “*Entrepreneur Event*”

Model kedua ialah Teori “*Entrepreneur Event*” oleh Shapero (1982). Shapero (1982) seperti yang dipetik oleh Baharu, Mohammed dan Nita (2011) menyatakan bahawa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan, iaitu persepsi terhadap keinginan; persepsi terhadap kemampuan; dan kecenderungan untuk bertindak. Baharu et al. (2011) menerangkan persepsi terhadap keinginan merujuk kepada sikap seseorang terhadap bidang keusahawanan berdasarkan pengalaman individu secara langsung dan tidak langsung. Pengalaman keusahawanan seseorang ini pula dipengaruhi oleh pengalaman kerja dan contoh teladan daripada orang sekeliling. Krueger (1993) pula menerangkan persepsi terhadap kemampuan adalah tahap kesediaan dan kepercayaan seseorang terhadap keupayaannya untuk menjalankan perniagaan baru. Manakala faktor kecenderungan untuk bertindak pula satu faktor untuk bertindak terhadap sesuatu pilihan dan akhirnya melahirkan keinginan yang mengawal untuk mengambil tindakan (Krueger, 1993).

2.7.3 Teori Tingkah laku Terancang

Teori Tingkah laku Terancang merupakan teori yang dibina oleh Ajzen (1991). Model ini merupakan penambah baikkan daripada Teori Tindakan Beralasan (Jackson et. al., 2006). Faktor yang mempengaruhi kecenderungan dalam Teori

Tindakan Beralasan ialah sifat peribadi atau personal seseorang dan pengaruh sosial lain (Fishbein & Ajzen, 1975; Ajzen & Fishbein, 1980). Pengaruh sosial lain dikenali sebagai pengaruh norma dan pemboleh ubah personal adalah sikap terhadap sesuatu tindakan. Bagi Teori Tingkah Laku Terancang, Ajzen (1991) menyatakan terdapat tiga faktor bagi menentukan sesuatu keinginan, iaitu sikap terhadap gelagat, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap gelagat.

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan iaitu sikap (sikap baik atau tidak seseorang terhadap sesuatu gelagat), pengaruh norma (tekanan persekitaran sosial terhadap sesuatu gelagat) dan persepsi kawalan terhadap gelagat (kesusahan atau kesenangan dalam merealisasikan sesuatu tindakan) (Ajzen, 1991). Pendapat Ajzen (1991) disokong oleh Kibler (2012), iaitu sikap adalah kepercayaan seseorang terhadap sesuatu tindakan dapat memberikan kesan positif atau tidak. Semakin individu merasakan hasil yang bermanfaat jika memulakan perniagaan dan sikap mereka akan lebih positif terhadap tingkah laku keusahawanan seterusnya semakin kuat kecenderungan individu untuk mengasaskan perniagaan (Kibler, 2012).

Kibler (2012) juga bersependapat dengan Ajzen (1991), iaitu pengaruh norma merujuk kepada sikap individu yang berkaitan dengan persepsi persekitaran sosial terdekat seperti ahli keluarga, rakan-rakan dan teman sekerja, dan sokongan seseorang terhadap sesuatu tindakan. Semakin kuat seseorang mengambil berat terhadap pendapat kumpulan rujukannya, semakin kuat sokongan kumpulan tersebut terhadap seseorang untuk menubuhkan perniagaan, seterusnya akan semakin kuatlah kecenderungan seseorang untuk memulakan perniagaan (Kibler, 2012).

Faktor terakhir yang mempengaruhi kecenderungan adalah persepsi kawalan terhadap gelagat. Persepsi kawalan terhadap gelagat ialah kepercayaan individu terhadap kewujudan dan ketiadaan kemampuan atau sumber dalam melakukan sesuatu tingkah laku. Semakin kuat kepercayaan seseorang terhadap keupayaannya untuk berjaya dalam menjalankan perniagaan, semakin kuat kecenderungan seseorang untuk menjadi usahawan (Kibler, 2012).

Kesimpulannya, merujuk kepada penjelasan sebelum ini dan ianya dinyatakan juga oleh Ajzen (1988) sebagai “peraturan umum” iaitu semakin tinggi nilai setiap faktor (sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap gelagat), semakin tinggi kecenderungan seseorang terhadap sesuatu tindakan. Kajian ini memilih model ini sebagai rangka kerja kajian kerana Teori Tingkah laku Terancang oleh Ajzen (1991) adalah yang paling popular digunakan oleh para penyelidik (Krueger, 2009).

2.7.4 Kajian-kajian Lepas menggunakan Teori Tingkah Laku Terancang

Teori Tingkah Laku Terancang telah berjaya menentukan kecenderungan seseorang terhadap sesuatu gelagat. Teori ini juga telah digunakan dalam pelbagai bidang yang berbeza, contohnya kajian yang dijalankan oleh Chen dan Chal (2007) menggunakan teori ini untuk menentukan faktor-faktor yang paling mempengaruhi graduan di Taiwan untuk menjadi guru tadika. Hasil kajian menunjukkan ketiga-tiga faktor dalam teori ini mempengaruhi kecenderungan graduan untuk menjadi guru tadika.

Teori ini juga digunakan dalam bidang keusahawanan. Berdasarkan kajian meta analisis yang dijalankan oleh Sutton (1998) dan Conner dan Armitage (2001) menunjukkan Teori Tingkah Laku Terancang mempunyai kedudukan yang tersendiri dalam bidang keusahawanan. Terdapat banyak kajian berjaya dengan

mengaplikasikan teori ini bagi mengenal pasti faktor yang mempengaruhi keusahawanan dalam kalangan pelajar universiti (Autio, Keeley, Klofsten, Parker & Hay, 2001; Wu & Wu, 2008; Karali, 2013).

Dalam kajian Autio et al. (2001), Teori Tingkah laku Terancang digunakan bagi mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan dalam kalangan pelajar universiti dari Finland, Amerika Syarikat, United Kingdom dan Sweden. Hasil daripada kajian menunjukkan bahawa sikap, pengaruh norma dan kawalan persepsi terhadap gelagat memberikan kesan kepada kecenderungan pelajar keusahawanan. Selain itu, Autio et al. (2001) juga mendapati bahawa kawalan persepsi terhadap gelagat merupakan penentu yang paling penting dalam kecenderungan keusahawanan dan pengaruh norma adalah yang paling lemah.

Di samping itu, terdapat juga kajian yang mengaitkan pendidikan keusahawanan dan Teori Tingkah laku Terancang sebagai faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan dalam kalangan pelajar universiti di China (Wu dan Wu, 2008). Hasil daripada kajian ini menunjukkan bahawa pendidikan merupakan faktor yang mempengaruhi sikap pelajar terhadap keusahawanan. Manakala kajian yang dibuat oleh Karali (2013) pula menerangkan bahawa pelajar yang terlibat dalam program pendidikan keusahawanan mempunyai sikap yang tinggi terhadap keusahawanan, pengaruh norma dan kawalan persepsi terhadap gelagat berbanding mereka yang tidak terlibat.

Selain itu, terdapat juga usaha bagi membangunkan instrumen pengukuran, iaitu soalan kaji selidik kecenderungan keusahawanan, *Entrepreneurial Intention*

Questionnaire (EIQ) bagi menyeragamkan pengumpulan data dalam menganalisis kecenderungan keusahawanan yang berasaskan Teori Tingkah Laku Terancang. EIQ ini merupakan usaha Linan dan beberapa pengarang lain dalam tahun-tahun sebelum ini (Linan, 2008; Linan & Chen, 2007; Linan & Chen, 2009; Linan & Javier Santos, 2007; Liñán et al., 2010; Liñán et al., 2008). Instrumen ini telah diuji dalam persekitaran yang pelbagai budaya dari negara-negara Eropah sehingga Asia (Linan & Chen, 2007; Linan & Chen, 2009) dan hal ini menunjukkan bahawa EIQ sesuai digunakan untuk menguji kecenderungan keusahawanan berasaskan Teori Tingkah laku Terancang (Ernst, 2011).

2.8 Kecenderungan Keusahawanan Sosial

Dalam keusahawanan, salah satu cabang kajian yang perlu dititik beratkan ialah bagaimana peluang sosial dikenal pasti, dibentuk dan diterokai (Corner & Ho, 2010). Konsep kecenderungan keusahawanan sosial pula bermula dengan persoalan yang dinyatakan oleh Ziegler “Apakah pra syarat dan ciri-ciri penting untuk seseorang menjadi usahawan sosial” (Zieler, 2009). Terdapat beberapa sarjana pula yang menyenaraikan motif kecenderungan keusahawan sosial seperti Mair dan Marti (2006) menyatakan motif kecenderungan keusahawanan sosial adalah tujuan etika dan kepuasan peribadi. Selain itu, Durieux dan Stebbins (2010) menyenaraikan enam motif kepada kecenderungan keusahawanan sosial iaitu tidak pentingkan diri, penglibatan masyarakat, pemurah, belas kasihan atau simpati, santai, dan kesukarelawanan.

Berdasarkan kajian lepas terdapat pelbagai faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial. Merujuk kepada kajian yang dibuat oleh

Krueger, Kickul, Gundry, Verman, dan Wilson (2009) mendapati aspek persekitaran yang mapan merupakan faktor yang paling mempengaruhi keusahawanan sosial. Ini diikuti dengan pertumbuhan perusahaan yang cepat. Tujuan kajian ini adalah untuk mengenal pasti motivasi yang menyebabkan para pelajar terlibat dalam keusahawanan sosial. Walau bagaimanapun, kajian ini tidak menggambarkan secara keseluruhan proses yang membentuk kecenderungan keusahawanan sosial.

Selain itu, kajian yang dibuat oleh Nga dan Shamuganathan (2010) pula bertujuan untuk mengkaji hubungan antara trait personaliti menggunakan model Trait Personaliti *Big Five* dan kecenderungan keusahawanan sosial. Namun, kajian ini tidak mengkaji terus kepada faktor yang mempengaruhi keusahawanan sosial, sebaliknya hanya kepada visi sosial, jaringan sosial, inovasi dan pulangan kewangan. Hasil daripada dapatan kajian ini mendapati bahawa hubungan trait personaliti dan beberapa konsep sosial seperti visi sosial tidak dapat membuktikan kesan kepada keusahawanan sosial.

Dalam kajian lain oleh Mair dan Noboa (2006), model kecenderungan keusahawanan sosial yang pertama telah dibentuk. Mair dan Noboa (2006) menyatakan bahawa kecenderungan terhadap keusahawanan sosial adalah atas faktor kognitif dan emosi seseorang. Hasil daripada kajian ini menunjukkan pembentukan efikasi sendiri seseorang yang tinggi terhadap keusahawanan sosial dapat merangsang persepsi pada kebolehan mereka dalam usaha niaga sosial yang baru. Kesimpulan daripada kajian Mair dan Noboa (2006) adalah faktor yang mempengaruhi kecenderungan

keusahawanan sosial seseorang dipengaruhi oleh keinginan kognitif sendiri (*self-cognitive desirability*) dan kebolehsanaan (*feasibility*).

2.9 Teori Tingkah Laku Terancang dan Kecenderungan Keusahawanan Sosial

Drayton (2002) menyatakan bahawa keusahawanan sosial merupakan salah satu bidang keusahawanan yang baru, dimana objektif utamanya adalah untuk penciptaan kekayaan sosial berbanding penjanaaan ekonomi. Oleh itu, Mair (2005) menyatakan bahawa sebarang kajian berkaitan keusahawanan sosial boleh merujuk kepada konsep dalam keusahawanan itu sendiri. Salah satu konsep keusahawanan yang boleh dirujuk adalah kecenderungan keusahawanan. Dalam bidang keusahawanan, Teori Tingkah Laku Terancang banyak digunakan bagi mengkaji kecenderungan keusahawanan (Liñán et al., 2013; García-Rodríguez, Gil-Soto, Ruiz-Rosa & Sene, 2013; dan Nishimura & Tristán, 2011).

Kajian yang dibuat oleh Liñán et al. (2013) dan García-Rodríguez et al. (2011) menggunakan Teori Tingkah Laku Terancang bagi membanding kecenderungan keusahawanan penduduk beberapa negara dalam konteks budaya yang berbeza di negara-negara tersebut. Hasil daripada kajian yang dibuat oleh Linan et al. (2013) di negara Sepanyol dan Belanda, didapati usaha bagi meningkatkan tahap pegetahuan dan kesedaran tentang keusahawanan akan meningkatkan persepsi efikasi sendiri dan kecenderungan terhadap keusahawanan. García-Rodríguez et al. (2011) pula mengkaji perbandingan dari segi kecenderungan keusahawanan dan ekonomi serta budaya bagi negara Sepanyol dan Senegal. Hasil daripada kajiannya mendapati sikap adalah faktor utama yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan di Sepanyol. Manakala faktor utama yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan di

Senegal adalah pengaruh norma masyarakat sekeliling. Kajian-kajian tersebut menunjukkan yang Teori Tingkah Laku Terancang adalah sinonim dengan kecenderungan keusahawanan. Justeru itu, menunjukkan teori tersebut boleh juga diaplikasikan dalam kajian terhadap kecenderungan keusahawanan sosial.

Terdapat juga beberapa kajian mengenai kecenderungan keusahawanan sosial yang menggunakan Teori Tingkah Laku Terancang. Antara kajian kecenderungan keusahawanan sosial tersebut ialah Kriby dan Ibrahim (2011) yang mengkaji tahap kesedaran terhadap keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar Mesir dan mengenal pasti keperluan untuk membentuk graduan usahawan sosial. Hasil daripada kajian menunjukkan bahawa kebanyakan pelajar Universiti British di Mesir mahu bekerja di syarikat multinasional dan terdapat sebilangan sahaja yang berminat untuk menjadi usahawan sosial. Walaupun terdapat institusi seperti *Ashoka Arab World* dan Yayasan Schwab yang berusaha untuk menggalakkan perusahaan sosial di Mesir tetapi pelajar-pelajar masih keliru apa yang dimaksudkan dengan usahawan sosial.

Di samping itu, terdapat juga kajian yang menggabungkan Teori Tingkah Laku Terancang dengan teori lain seperti *The Center for Leadership Development's Assessment, Challenge, Support (ACS)* (Leon, Phipps dan Tamara, 2012). Dalam kajian ini model ACS dan Teori Tingkah Laku Terancang digunakan bagi membentuk rangka tindakan atau pelan tindakan (*blueprint*) dalam Pembangunan Usahawan Sosial. Menurut Leon, et al (2012) menyatakan bahawa komponen dalam model ACS terdiri daripada sikap, cabaran dan sokongan adalah penting dalam pembangunan kepimpinan, seterusnya menyumbang kepada perubahan sosial yang positif. Dapatan kajian menunjukkan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar

Hispanik dan Afrika-Amerika adalah rendah. Pelan Pembangunan Usahawan Sosial yang telah dirangka daripada kajian ini boleh dimanfaatkan bagi usaha membangunkan golongan minoriti sebagai agen perubahan dalam masyarakat dan peningkatan kecenderungan keusahawanan sosial.

Selain itu, kajian oleh Salamzadeh, Azimi dan Kirdey (2013) pula bertujuan untuk mengenal pasti kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar di institusi pengajian tinggi khususnya di Universiti Tehran (UT) dan jurang pendidikan keusahawanan sosial di Iran. Dengan menggunakan Teori Tingkah Laku Terancang, dapatan kajian menunjukkan nilai yang signifikan terhadap kesedaran pada kecenderungan keusahawanan sosial tetapi kurang perhatian pada elemen kontekstual dan sokongan. Hal ini menunjukkan bahawa pendidikan keusahawanan sosial dan kecenderungan terhadap bidang ini dalam kalangan pelajar di Iran masih kurang dan perlu diterokai lagi.

2.10 Sikap

Dalam Teori Tingkah Laku Terancang terdapat tiga faktor, iaitu sikap, persepsi kawalan dan pengaruh norma. Menurut Autio et al. (2001), menyatakan sikap adalah pandangan peribadi terhadap daya tarikan pada sesuatu gelagat. Dapatan daripada kajian Autio et. al. (2001) menunjukkan bahawa sikap merupakan faktor tertinggi yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan. Volkmann dan Grünhagen (2010) menyatakan bahawa tahap daya tarikan tersebut terdiri daripada emosi, afektif, kerasionalan dan sikap.

Selain itu, kajian yang dibuat oleh Linan dan Chen (2009) pula menyatakan bahawa sikap dalam kecenderungan keusahawanan adalah sikap positif atau negatif seseorang untuk menjadi usahawan. Oleh itu, kajian ini menyatakan sikap terhadap keusahawanan sosial adalah sejauh mana sikap individu terhadap positif atau negatif sikapnya untuk menjadi usahawan sosial (Ernst, 2011). Kajian sebelum ini menunjukkan bahawa sikap mempengaruhi seseorang terhadap kecenderungan keusahawanan (seperti Autio et. al., 2001; Linan dan Chen, 2009; Volkmann dan Grünhagen, 2010). Begitu juga dijangkakan terhadap keusahawanan sosial, di mana semakin tinggi sikap seseorang untuk menjadi usahawan sosial, semakin tinggi kecenderungan keusahawanan sosial.

2.11 Persepsi Kawalan terhadap Keusahawanan Sosial

Persepsi kawalan adalah persepsi keseluruhan mengenai tahap kesenangan sesuatu tingkah laku untuk dilaksanakan (Ajzen, 1991). Persepsi kawalan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi kecenderungan keusahawanan.

Berdasarkan kajian Autio et. al (2001), didapati persepsi kawalan terhadap keusahawanan mempunyai kesan signifikan yang positif terhadap kecenderungan keusahawanan dan ianya juga menunjukkan kesan yang paling kuat berbanding faktor sikap dan pengaruh norma dalam kalangan 3,445 pelajar universiti dari Finland, Sweden dan USA. Selain itu, Linan dan Chen (2009), mendefinisikan persepsi kawalan terhadap gelagat sebagai persepsi sama ada susah atau senang untuk menjadi seorang usahawan. Selari dengan definisi tersebut kajian ini memahami bahawa persepsi kawalan untuk menjadi usahawan sosial ialah persepsi seseorang sama ada susah atau senang untuk menjadi usahawan sosial.

2.12 Pengaruh Norma

Faktor yang terakhir dalam Teori Tingkah Laku Terancang ialah pengaruh norma. Menurut Ajzen (2005), pengaruh norma adalah kepercayaan seseorang atau kumpulan yang penting sama ada menerima atau menolak gelagat seseorang. Malebana (2014) menyenaraikan individu penting ini termasuklah ibu bapa, pasangan, teman rapat, rakan sekerja dan pakar-pakar dalam bidang yang diminati. Kesan pengaruh norma ini dalam kecenderungan keusahawanan sosial disokong dalam beberapa kajian yang dibuat oleh Basu dan Virick (2008) dan Mueller (2011).

Kajian Mueller (2011) telah dibuat kepada pelajar-pelajar yang menghadiri kursus keusahawanan. Maklum balas diperolehi dengan meminta para pelajar mengisi borang kaji selidik pada sebelum dan selepas kursus. Hasil daripada kajian didapati pengaruh norma mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial. Walau bagaimanapun untuk meningkatkan tahap pengaruh norma ianya tidak mencukupi dengan hanya menyediakan kursus sahaja tetapi perlu membudayakan keusahawanan dalam universiti secara keseluruhannya.

Hasil daripada penemuan kajian-kajian ini dapat disimpulkan bahawa seseorang lebih cenderung untuk terlibat dalam perniagaan apabila mereka merasakan orang-orang terdekat dapat menerima apa yang dibuat dan ramai orang lain yang melakukan tingkah laku yang sama. Oleh itu, bagi kecenderungan keusahawanan sosial juga dipengaruhi oleh pengaruh norma masyarakat sekeliling.

2.13 Faktor demografi dan kecenderungan keusahawanan sosial.

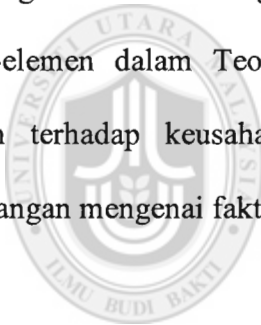
Kepelbagaian dalam faktor demografi memberikan kepada pemilihan jawapan yang dibuat oleh responden (Krueger, Casrud dan Elfving, 2007). Antara faktor demografi yang akan memberikan kesan terhadap kecenderungan keusahawanan sosial adalah latar belakang pendidikan, pengalaman penglibatan dalam aktiviti perniagaan dan contoh teladan daripada ahli keluarga (Ernst, 2011).

Kajian lepas menunjukkan terdapat dua perseptif yang dikaitkan dengan pendidikan iaitu tahap pendidikan (Dressbach, 2010) dan penglibatan dalam kelas keusahawanan secara formal (Ruhle et al., 2010). Menurut kajian Walter dan Dohse (2009) menyatakan bahawa terdapat kesan yang positif pada kecenderungan keusahawanan berdasarkan pendidikan. Penglibatan dalam aktiviti perniagaan akan menambahkan pengetahuan dan pengalaman dalam mengenal pasti keperluan sosial bagi seorang usahawan sosial (Ernst, 2011).

Contoh teladan merupakan salah satu elemen demografi dalam pendidikan keusahawanan. Secara umumnya apabila seseorang melihat individu lain berjaya melaksanakan sesuatu akan membentuk sikap positif dan keyakinan terhadap sesuatu tingkah laku (Cooper & Park, 2008). Kajian lepas menunjukkan terdapat kesan yang positif contoh teladan terhadap kecenderungan keusahawanan (Walter & Walter, 2008; Soentanto et al., 2010; Walter & Dohse, 2009). Selain itu, contoh teladan juga memberi kesan kepada tingkah laku sosial seseorang. Sebagai contoh seorang kanak-kanak akan tertarik untuk menjadi sukarelawan apabila ibu bapanya seorang sukarelawan aktif (Piliviavin, Grube & Callero, 2002).

2.14 Kesimpulan

Bab dua telah membincangkan mengenai sorotan kajian bagi kajian ini. Kajian-kajian lepas berkaitan keusahawanan sosial dan kecenderungan keusahawanan sosial telah dirujuk. Beberapa tajuk telah dibincang secara berturutan, iaitu definisi keusahawanan sosial dan usahawan sosial serta perkembangan keusahawanan sosial. Perbincangan seterusnya mengenai keusahawanan sosial dan pendidikan serta perkembangan keusahawanan sosial. Di samping itu, terdapat perbincangan mengenai kecenderungan keusahawanan sosial pula dimulakan dengan kecenderungan keusahawanan dan model asas kecenderungan. Perbincangan dilanjutkan dengan kecenderungan keusahawanan sosial serta Teori Tingkah Laku Terancang dan kecenderungan keusahawanan sosial. Perbincangan juga mengenai elemen-elemen dalam Teori Tingkah Laku Terancang seperti sikap, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dan pengaruh norma. Terdapat juga perbincangan mengenai faktor demografi dan kecenderungan keusahawanan sosial.



UUM
Universiti Utara Malaysia

BAB TIGA

METODOLOGI KAJIAN

3.1 Pengenalan

Bab ini membincangkan tentang metodologi dan rekabentuk kajian. Pada permulaan, bab ini membincangkan tentang rekabentuk kajian, kerangka kajian, dan hipotesis. Selain itu, bab tiga juga membincangkan mengenai definisi operasi, populasi dan sampel serta pengumpulan data. Penerangan instrumen untuk semua pemboleh ubah, kajian rintis dan kadar respon juga dibincangkan dalam bab ini. perbincangan akhir dalam bab ini adalah berkaitan penganalisan data. Perincian perbincangan adalah seperti di bahagian seterusnya.

3.2 Rekabentuk kajian

Kajian ini adalah mengenai penilaian kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM. Reka bentuk kajian ditentukan terlebih dahulu sebelum kajian dijalankan. Armanurah (2014) menyatakan bahawa reka bentuk kajian adalah kerangka untuk proses menjalankan kajian. Pendekatan kuantitatif digunakan bagi menilai kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM. Kajian ini menggunakan soal selidik sebagai instrumen kajian. Kajian ini merujuk kajian Armanurah (2014) untuk membina reka bentuk kajian. Walau bagaimanapun, kajian ini hanya merujuk reka bentuk kajian pada fasa pertama. Ini kerana kajian Armanurah (2014), menggunakan dua pendekatan iaitu kuantitatif dan kualitatif.

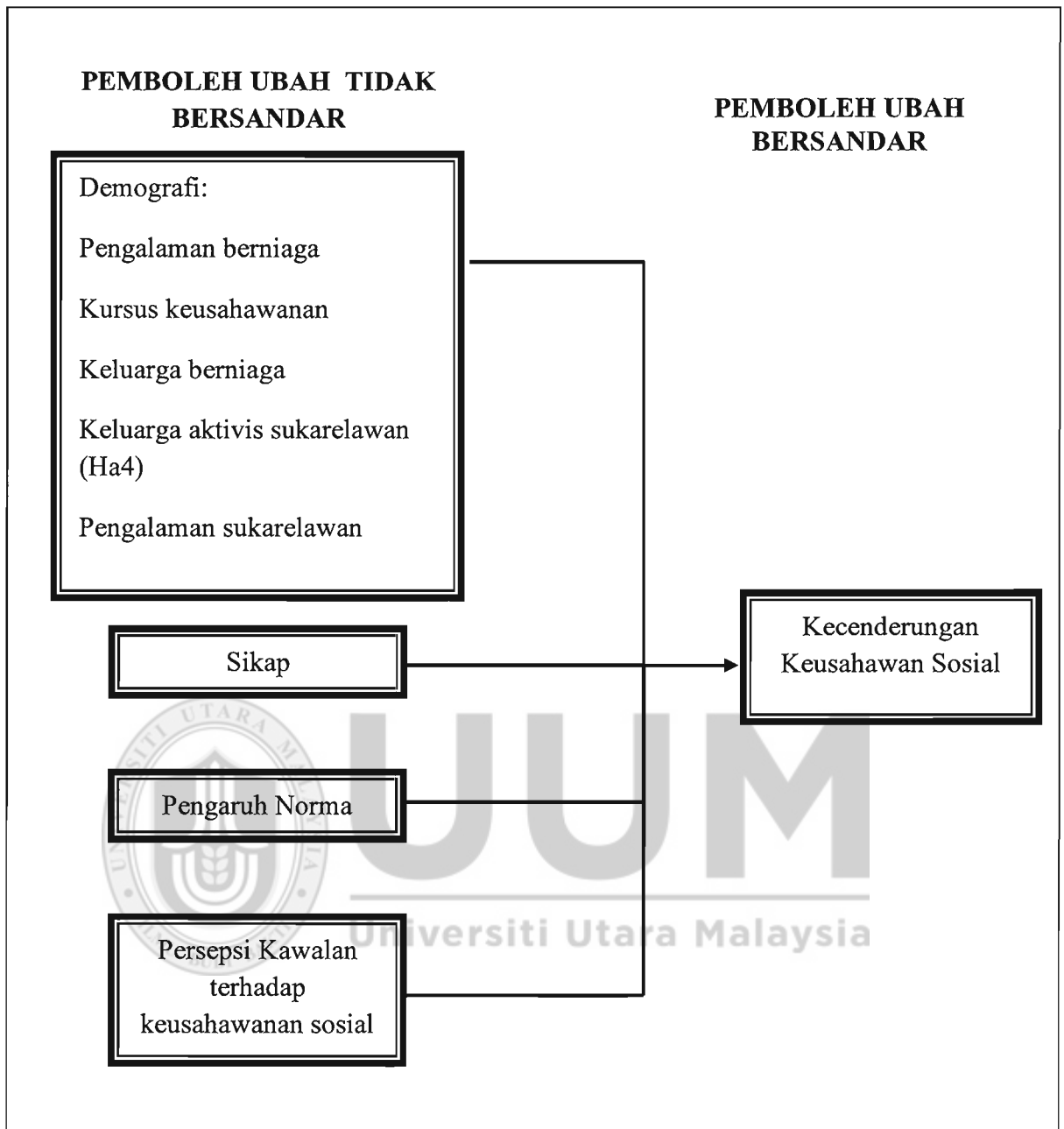
Langkah pertama bagi kajian ini adalah pembinaan instrumen berdasarkan sorotan literatur dan kajian-kajian lepas. Proses kajian di teruskan dengan melaksanakan Kajian rintis ke atas instrumen yang dibina untuk mendapatkan kebolehpercayaan instrumen dan kesahan konstruk. Dalam kajian ini, kajian rintis telah dilaksanakan sebanyak dua kali bagi mendapatkan konstruk terbaik untuk mengukur instrumen. Langkah seterusnya adalah menganalisis data kuantitatif menggunakan statistik deskriptif dan inferensi untuk menjawab persoalan kajian. Statistik deskriptif digunakan untuk menjawab persoalan kajian satu dan dua. Manakala statistik inferensi digunakan untuk menjawab persoalan kajian tiga hingga lima. Langkah terakhir bagi kajian ini ialah interpretasi dapatan deskriptif dan inferensi bagi menjawab persoalan kajian ini.

3.3 Kerangka Kajian



UUM
Universiti Utara Malaysia

Berdasarkan kajian lepas (Ajzen, 1991), kerangka teori seperti Rajah 3.1 telah dibentuk. Pemboleh ubah bersandar bagi kajian ini ialah kecenderungan keusahawanan sosial. Dalam kerangka kajian tersebut, pemboleh ubah tidak bersandar ialah (1) Sikap terhadap keusahawanan sosial; (2) Pengaruh norma, dan (3) Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial; dan (4) Demografi yang terdiri daripada pengalaman berniaga, penyertaan dalam kursus keusahawanan, latar belakang keluarga terdekat berniaga, latar belakang keluarga terdekat dalam aktiviti kesukarelawan dan pengalaman sebagai sukarelawan. Semua pemboleh ubah tidak bersandar akan diuji dan di analisis untuk memastikan samada semuanya mempunyai hubungan dengan pemboleh ubah bersandar atau tidak.



Rajah 3.1 Kerangka Kajian

Sumber: Diadaptasi daripada Ajzen (1991), ms. 89

3.4 Hipotesis Kajian

Dalam menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM, pembentukan hipotesis kajian adalah sangat penting. Berdasarkan kerangka kajian di atas, hipotesis kajian ini dirumuskan untuk melihat sama ada terdapat perbezaan, hubungan dan pengaruh di antara setiap pemboleh ubah. Hipotesis alternatif kajian ini dibina bagi menjawab persoalan kajian tiga hingga lima dengan menggunakan analisis inferensi. Senarai hipotesis kajian adalah seperti berikut:

Hipotesis alternatif bagi persoalan kajian tiga:

- Ha1 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman berniaga.
- Ha2 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM.
- Ha3 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang berniaga.
- Ha4 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan keluarga terdekat yang terlibat sebagai sukarelawan.
- Ha5 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pelajar yang terlibat sebagai sukarelawan.

Hipotesis alternatif bagi persoalan kajian empat:

Ha6 Terdapat hubungan yang signifikan antara sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dengan kecenderungan keusahawanan sosial.

Ha6_a Terdapat hubungan yang signifikan antara sikap dengan kecenderungan keusahawanan sosial.

Ha6_b Terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh norma dengan kecenderungan keusahawanan sosial.

Ha6_c Terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dengan kecenderungan keusahawanan sosial.

Hipotesis alternatif bagi persoalan kajian lima:

Ha7 Sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial adalah faktor menyumbang kepada kecenderungan keusahawanan sosial.

3.5 Definisi Operasional

Kajian ini dilaksanakan berdasarkan beberapa definisi operasional seperti yang dibincang pada bahagian seterusnya.

Kecenderungan keusahawanan sosial

Menurut Kolvereid (1996), kecenderungan merupakan petunjuk niat individu untuk bertindak. Kecenderungan keusahawanan pula adalah satu proses yang memainkan

peranan penting dan selari dengan pemikiran yang mempengaruhi tumpuan individu, pengalaman dan tindakan terhadap matlamat untuk menubuhkan perniagaan (Bird, 1988). Justeru itu, kecenderungan keusahawanan sosial bagi kajian ini adalah niat yang mendorong individu untuk membuka perniagaan sosial.

Sikap

Sikap dalam kajian ini merujuk kepada sejauh mana sikap individu terhadap positif atau negatif sikapnya untuk menjadi usahawan sosial (Ernst, 2011).

Pengaruh norma

Menurut Ajzen (2005) pengaruh norma adalah kepercayaan seseorang atau kumpulan yang penting disekeliling sama ada menerima atau menolak gelagat seseorang. Pengaruh norma dalam kajian ini merujuk kepada kepercayaan individu dan kumpulan disekeliling sama ada menerima atau menolak seseorang menjadi usahawan sosial. Kumpulan individu ini yang dimaksudkan adalah ibu bapa, pasangan, teman rapan, rakan sekerja dan pakar-pakar dalam bidang keusahawanan sosial (Malebana, 2014).

Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial

Ajzen (1991) menyatakan bahawa persepsi kawalan terhadap gelagat adalah persepsi keseluruhan mengenai tahap kesenangan sesuatu tingkah laku untuk dilaksanakan (Ajzen, 1991). Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial yang dimaksudkan dalam kajian ini pula merujuk kepada persepsi individu sama ada senang atau tidak untuk menjadi usahawan sosial.

Pengalaman berniaga

Dalam kajian ini terdapat tiga golongan responden berkaitan pengalaman berniaga, iaitu pernah berniaga sebelum memasuki universiti, pernah berniaga di universiti dan tidak pernah berniaga. Pengalaman berniaga ini termasuk juga mereka yang menjalankan perniagaan sendiri dan perniagaan milik keluarga.

Penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM

Dalam kajian ini penyertaan ini merujuk kepada kehadiran pelajar ke kelas atau program keusahawanan yang dianjurkan oleh Institut Pembangunan Keusahawanan dan Koperasi (CEDI) atau Unit Pengurusan Perniagaan dan Siswaniaga, Jabatan Hal Ehwal Pelajar (HEP).

Latar belakang keluarga terdekat yang berniaga

Dalam kajian ini keluarga terdekat adalah merujuk kepada ibu, bapa atau penjaga kepada responden. Berniaga dalam kajian ini adalah pekerjaan bagi ibu, bapa atau penjaga sebagai berniaga sendiri, usahawan sosial atau petani.

Latar belakang keluarga terdekat yang terlibat sebagai sukarelawan

Latar belakang keluarga terdekat yang terlibat sebagai sukarelawan bermakna ibu, bapa atau penjaga yang menjadi aktivis kesukarelawan.

Penglibatan sebagai sukarelawan

Dalam kajian ini, sukarelawan merupakan individu yang terlibat dalam aktiviti kerja sukarela.

3.6 Populasi dan Sampel

Keseluruhan jumlah bagi pelajar sarjana muda ialah 17,398 orang dari pelbagai bidang dan negara yang berbeza (Unit Perancangan Korporat, 2013). Walau bagaimanapun, populasi kajian ini terhad kepada 16,715 orang pelajar tempatan kerana kajian ini tertumpu kepada skop pelajar Malaysia sahaja. Kajian ini juga menggunakan pelajar sepenuh masa kerana kebanyakan pelajar UUM diperingkat sarjana muda adalah pelajar sepenuh masa.

Saiz sampel yang diperlukan bagi kajian ini adalah dalam lingkungan 375 hingga 377 sampel seperti yang dicadangkan oleh Krejcie dan Morgan (1970). Oleh itu, sebanyak 400 set soalan diedarkan untuk memastikan borang soal selidik yang dipulangkan mencukupi dengan saiz sampel yang diperlukan. Walau bagaimanapun, hanya 395 borang soal selidik dikembalikan dan 10 soal selidik dikira tidak sah kerana tidak dijawab dengan lengkap. Jumlah keseluruhan data yang dianalisis adalah sebanyak 385 borang soal selidik.

3.7 Pengumpulan data

Kaedah persampelan rawak mudah dipilih untuk mengumpul data bagi kajian ini. Kajian ini menggunakan soal selidik untuk mengumpulkan data. Menurut Sekaran (2000), soal selidik adalah kaedah pengumpulan data yang paling baik apabila responden memerlukan responden yang ramai. Tambahan pula, soal selidik adalah satu kaedah popular untuk mengumpulkan data kerana penyelidik boleh mendapatkan data dan maklum balas soal selidik dengan mudah serta mudah untuk dikodkan.

Data kajian ini diperolehi daripada pelajar sarjana muda UUM. '*One-shot study*' atau '*cross-sectional study*' digunakan untuk mendapatkan data kajian. Kaedah ini adalah kajian yang dijalankan sekali sahaja kepada setiap orang bagi mendapatkan maklum balas daripada soalan kaji selidik yang diedarkan. Edaran borang soalan kaji selidik dilakukan pada responden yang dipilih secara rawak dalam kalangan pelajar ijazah sarjana muda untuk mendapatkan data berkenaan sikap terhadap gelagat, pengaruh normal dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial.

3.8 Instrumen Kajian

Soal selidik bagi kajian ini dibahagikan kepada tiga bahagian. Bahagian A mengandungi 26 soalan untuk mengetahui sikap, pengaruh norma, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dan kecenderungan keusahawanan sosial. Bahagian B pula mengandungi maklumat berkaitan 13 soalan profil responden dan latar belakang keluarga. Terdapat juga 11 soalan di Bahagian C untuk mengetahui pengalaman responden. Skala yang digunakan untuk kajian ini adalah skala nominal, interval dan ordinal.

Semua soalan di bahagian A mempunyai 5 pilihan jawapan dengan memberikan nilai sewajarnya berdasarkan Skala Likert. Skala Likert banyak digunakan dalam kajian-kajian kerana memiliki kebolehpercayaan yang tinggi (Istijanto, 2006; Zikmund, 1997). Untuk soalan 1 hingga 26, kedudukan skala adalah dari "sangat tidak setuju" dengan nilai 1 untuk "sangat setuju" dengan nilai 5. Jika responden memilih nilai 1

menunjukkan, mereka sangat tidak bersetuju dan merespon dengan tahap yang amat rendah kepada sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawan sosial. Nilai setiap jawapan mengguna skala adalah seperti jadual di Jadual 3.1.

Jadual 3.1 :

Kesesuaian nilai pada pilihan jawapan dalam soal selidik

Kriteria	Nilai yang sesuai
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Kurang setuju	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Instrumen bagi Bahagian A dalam kajian ini diadaptasi daripada Soal Selidik Kecenderungan Keusahawanan yang dibina dan diuji oleh Linan dan Chen (2009). Selain itu, terdapat juga soalan daripada pengkaji lain yang diadaptasikan seperti Ruhle, Mulbauer, Grunhagen dan Rosthenstein (2010), Greenlade dan White (2005), dan S. Muller (2008). Pada Bahagian B dan C pula diadaptasi daripada instrumen Pemikiran Keusahawanan oleh Armanurah (2014). Instrumen bagi kecenderungan keusahawanan sosial; sikap; pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial adalah diadaptasi daripada sumber-sumber seperti dalam Jadual 3.2.

Jadual 3.2

Instrumen kajian

Konstruk	Sumber
Sikap	
A1 Menjadi usahawan sosial memberi banyak kelebihan berbanding kekurangan kepada saya.	Linan dan Chen (2006,2009).
A2 Kerjaya sebagai usahawan sosial adalah sangat menarik kepada saya.	Linan dan Chen (2006,2009).
A3 Jika mendapat peluang, saya berminat untuk memulakan perniagaan.	Linan dan Chen (2006,2009).
A4 Jika mendapat sumber, saya berminat untuk memulakan perniagaan.	Linan dan Chen (2006,2009).
A5 Daripada pelbagai pilihan, saya lebih berminat untuk menjadi usahawan sosial.	Linan dan Chen (2006,2009).
A6 Menjadi usahawan sosial memberikan saya kepuasan yang tertinggi.	Linan dan Chen (2006,2009).
Persepsi kawalan terhadap kecenderungan keusahawanan sosial.	
B1 Memulakan perniagaan sosial adalah perkara mudah kepada saya.	Linan dan Chen (2006,2009).
B2 Menjalankan perniagaan sosial adalah perkara mudah kepada saya.	Linan dan Chen (2006,2009).
B3 Saya mampu mengawal proses pembentukan sebuah perniagaan sosial.	Linan dan Chen (2006,2009).
B4 Saya boleh mengawal situasi sebaik mungkin jika saya membuka perniagaan sosial.	Linan dan Chen (2006,2009).
B5 Saya mengetahui semua perkara penting yang diperlu untuk memulakan perniagaan sosial.	Linan dan Chen (2006,2009).
B6 Jika saya mahu, adalah mudah untuk membuka perniagaan sosial.	Linan dan Chen (2006,2009).
B7 Jika saya mahu, adalah mudah untuk menjalankan perniagaan sosial.	Linan dan Chen (2006,2009).
B8 Jika saya cuba untuk memulakan perniagaan sosial, saya mempunyai peluang yang cerah untuk berjaya.	Linan dan Chen (2006,2009).

Jadual 3.2 (Sambungan)

Konstruk	Sumber
Pengaruh Norma	
C1 Kawan saya bersetuju dengan keputusan saya untuk memulakan perniagaan sosial.	Linan dan Chen (2006,2009).
C2 Keluarga saya bersetuju dengan keputusan saya untuk memulakan perniagaan sosial.	Linan dan Chen (2006,2009).
C3 Rakan seperjuangan saya bersetuju dengan keputusan saya untuk memulakan perniagaan sosial.	Linan dan Chen (2006,2009).
C4 Kebanyakan orang penting pada saya membenarkan saya untuk menjadi usahawan sosial.	Greenslade & White, (2005)
C5 Orang-orang penting pada saya, fikir yang saya sepatutnya menjadi usahawan sosial.	S. Muller (2008)
Kecenderungan keusahawanan sosial	
D1 Saya bersedia untuk menjadi usahawan sosial.	Linan dan Chen (2006, 2009).
D2 Matlamat saya adalah untuk menjadi usahawan sosial.	Linan dan Chen (2006, 2009).
D3 Saya akan membuat segala persediaan untuk memulakan perniagaan sendiri.	Linan dan Chen (2006, 2009).
D4 Saya akan membuat segala persediaan untuk menjalankan perniagaan sendiri.	Linan dan Chen (2006, 2009).
Kecenderungan keusahawanan sosial	
D5 Saya yakin untuk membuka perniagaan sosial pada masa hadapan.	Linan dan Chen (2006,2009).
D6 Saya sangat serius berfikir untuk memulakan perniagaan.	Ruhle et al. (2010)
D7 Saya mempunyai kemahuan yang kukuh untuk membuka perniagaan sosial satu hari nanti.	Ruhle et al. (2010)

3.9 Kajian Rintis (*Pilot Test*)

Sebelum kajian sebenar dijalankan, ujian rintis telah dilaksanakan untuk menguji instrumen. Kajian rintis ini dilakukan adalah untuk menguji kejelasan dan keupayaan soalan (Neuman, 1997). Neuman juga menyatakan bahawa kelemahan instrumen dapat dikenal pasti hasil daripada maklum balas responden kajian rintis ini. Bagi penyelidikan ini, kajian rintis telah dilaksanakan sebanyak dua kali, iaitu pada September 2014 dan Jun 2015.

Kajian rintis dilaksanakan selepas menjalani analisis faktor bagi tujuan kesan konstruk. Kajian rintis dilaksanakan mengedarkan 100 borang soal selidik kepada pelajar iaitu responden yang sama dengan sampel kajian. Maklum balas daripada kajian rintis mendapati responden tiada masalah untuk menjawab soalan soal selidik. Analisis kebolehpercayaan menggunakan Cronbach Alpha dilaksanakan pada semua konstruk kajian, iaitu sikap, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial, pengaruh norma dan kecenderungan keusahawanan sosial.

Kajian rintis kedua telah dilaksanakan pada Jun 2015 dimana borang soal selidik diedarkan kepada pelajar UUM dan kadar respon adalah 100%. Kebolehpercayaan instrumen bagi ujian rintis ini adalah seperti Jadual 3.3. Nilai Cronbach Alpha adalah antara 0.77 hingga 0.85. Nilai Cronbach Alpha keseluruhan adalah 0.91 manakala untuk setiap konstruk sikap, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial, pengaruh norma dan kecenderungan keusahawanan sosial adalah 0.85, 0.84, 0.77 dan 0.85. Hasil daripada ujian ini didapati konstruk yang dibina mempunyai konsistensi dan ketekalan baik dan kebolehpercayaan yang tinggi.

Jadual 3.3.
Kajian Rintis: Kebolehpercayaan instrumen

Konstruk	Min	Sisihan piawai	Nilai Cronbach Alpha	Jumlah item
Sikap	25.17	2.98	0.85	6
Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial	27.83	4.56	0.84	8
Pengaruh norma	19.33	2.23	0.77	5
Kecenderungan keusahawanan sosial	26.47	3.79	0.85	7
Keseluruhan	98.8	10.57	0.91	26

3.10 Kadar respon

Sebanyak 400 set soal selidik telah diedarkan secara langsung kepada responden iaitu pelajar ijazah sarjana muda di UUM. Walau bagaimanapun, sebanyak 395 set soalan telah dikembalikan semula. Namun, sebanyak 10 set soalan terpaksa ditolak kerana responden menjawab dengan tidak lengkap. Oleh itu, kadar responden bagi edaran soal selidik ini ialah 96.25 peratus dan ianya boleh diterima pakai. Hal ini kerana, jika kadar respon melebihi 50 peratus dan ke atas dengan secara umumnya ianya diterima pakai seperti yang di nyatakan oleh Hair, Black, Babin dan Anderson (2010). Kadar respon untuk edaran soal selidik ini adalah melebihi 80% dan ke atas, oleh itu, ianya sangat baik untuk digunakan dalam kajian ini.

3.11 Penganalisan data

Kesemua data primer daripada maklum balas responden dianalisis menggunakan perisian *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 20.0. Semua item telah

dikod masuk ke dalam data sebelum dianalisis. Analisis deskriptif dan inferensi digunakan untuk menganalisa data yang dikumpulkan daripada responden. Maklumat daripada data yang diperolehi melalui borang soal selidik dianalisis mengikut persoalan kajian dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensi. Analisis deskriptif dijalankan adalah untuk mentafsir dan analisis data secara keseluruhan. Manakala analisis inferensi seperti ujian-T, ANOVA, korelasi dan regresi berganda dilaksanakan untuk menguji hipotesis kajian. Namun sebelum sebarang prosedur penganalisan data dijalankan data terlebih dahulu diuji dengan ujian normiliti, analisis faktor dan ujian kebolehpercayaan. Perincian mengenai penganalisan data secara khusus dibincangan pada bahagian seterusnya.

3.11.1 Kesahan konstruk, ujian kebolehpercayaan dan pengujian sebelum hipotesis

Kesahan konstruk dianalisis dengan melakukan analisis faktor. Selepas kesahan konstruk dilaksanakan, kebolehpercayaan sesuatu instrumen akan dinilai. Armanurah (2014) menyatakan bahawa kebolehpercayaan dinilai bagi mengenal pasti kekuatan instrumen untuk menghasilkan keputusan kajian yang konsisten. Setelah kesahan konstruk dan penilaian kebolehpercayaan konstruk dilaksanakan, ujian kenormalan dilakukan sebelum sebarang analisis dijalankan.

Kesahan Konstruk

Analisis faktor digunakan dalam kajian ini untuk menguji kesahan konstruk. Analisis faktor dilaksanakan untuk memastikan set pemboleh ubah kajian ini lebih tepat. Fauzi et al., (2014) menyatakan bahawa set pemboleh ubah yang lebih kecil dan tepat dapat dikenal pasti dengan menggunakan analisis ini.

Dalam kajian ini, pengkaji telah menjalani dua kali analisis faktor. Analisis pertama dilaksanakan menggunakan responden daripada kajian rintis pertama dan kali kedua bagi 385 responden, iaitu data sebenar kajian. Terdapat beberapa andaian awal sebelum analisis faktor ini dijalankan seperti berikut (Fauzi et al, 2014):

- a) Saiz sampel yang hendak diuji hendaklah besar dan kajian ini memenuhi syarat ini kerana mempunyai 385 responden.
- b) Kenormalan. Analisis faktor hanya dapat dilakukan apabila data pemboleh ubah bertaburan normal. Analisis kenormalan dilaksanakan untuk memastikan semua data pemboleh ubah adalah bertaburan normal sebelum faktor analisis dijalankan.
- c) *Kelinearan* data dan ketiadaan *outliers* (data terpencil). Analisis faktor dilaksanakan dalam kajian ini setelah mendapati data kajian adalah *linear* dan tiada *outlier*.

Analisis faktor merupakan pelengkap kepada analisis kebolehpercayaan sesuatu konstruk. Analisis ini digunakan untuk mengurangkan jumlah item berdasarkan pemberat faktor seperti yang dicadangkan oleh Hair et al (2010).

Ujian kebolehpercayaan

Analisis kebolehpercayaan adalah kaedah untuk menguji instrumen kajian yang digunakan untuk mengukur konstruk setiap pemboleh ubah. Nilai Cronbach Alpha digunakan untuk mengukur ketekalan dalaman antara item bagi setiap konstruk. Sekaran (2005) menyatakan bahawa semakin hampir nilai Cronbach Alpha kepada satu, semakin tinggi kebolehpercayaan instrumen kajian tersebut. Manakala bagi nilai Cronbach Alpha yang kurang daripada 0.60 menunjukkan ketidaktekalan item

konstruk tersebut. Dapatan analisis kebolehpercayaan dibincang dalam Kajian Rintis.

Ujian kenormalan

Ujian kenormalan merupakan prasyarat sebelum analisis dilaksanakan kerana andaian bagi ujian parametrik adalah data bertaburan normal. Ujian kenormalan ini dilaksanakan dalam dua cara iaitu grafik dan numerik. Dalam ujian kenormalan, nilai kepencongan (skewness) dan kepuncakan (kurtosis) hendaklah antara nilai +2 hingga -2 untuk data yang bertaburan normal (Fauzi, Jamal & M. Saifoul, 2014). Kenormalan sesuatu data juga dapat dikenal pasti dengan ujian Kolmogorov-Smirnow dan Shapiro-Wilk. Perincian dapatan kajian dibincangkan pada bab seterusnya.

3.11.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah untuk mendapatkan gambaran awal kajian dengan menggunakan statistik deskriptif. Analisis deskriptif dijalankan bagi menjawab persoalan satu dan dua. Dalam kajian ini, kaedah statistik deskriptif yang digunakan ialah frekuensi atau kekerapan, peratusan, sisihan piawai, min dan ranking.

Maklumat demografi responden digunakan untuk mendapatkan kekerapan dan peratusan bagi latar belakang responden kajian. Min dan sisihan piawai pula digunakan untuk mendapatkan tahap persetujuan responden dalam soalan dalam borang kaji selidik (Armanurah, 2014). Bagi menjawab persoalan satu dan dua, interpretasi skala skor min seperti jadual 3.4 digunakan.

Jadual 3.4.

Intrepretasi Skor Min

Skor min	Intrepretasi skor min
1.00 - 2.00	Rendah
2.01 – 3.00	Sederhana rendah
3.01 – 4.00	Sederhana tinggi
4.0 - 5.00	Tinggi

Sumber: Norasmah et al. dalam Armanurah (2014), ms.196

3.11.3 Analisis Inferensi

Analisis inferensi digunakan untuk menjawab persoalan kajian tiga hingga lima. Ujian t, ANOVA, korelasi pearson dan regresi berganda digunakan dalam kajian ini bagi pengujian hipotesis.

Ujian-T

Ujian-T dijalankan bagi melihat sama ada perbezaan yang signifikan bagi min dua kumpulan (menghadiri kursus keusahawanan di UUM dan tidak hadir) terhadap kecenderungan keusahawanan sosial. Selain itu, perbezaan min kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang berniaga, latar belakang keluarga terdekat yang terlibat dalam aktiviti sukarelawan dan pelajar yang terlibat sebagai sukarelawan juga menggunakan ujian ini.

Analisis Varians Sehala (ANOVA)

Analisis Varians Sehala (ANOVA) adalah untuk membandingkan nilai min antara tiga atau lebih kumpulan yang dikaji supaya perbezaannya dapat dikenal pasti. Jika nilai signifikan kurang atau pada 0.05, ini menunjukkan terdapat perbezaan antara kumpulan-kumpulan yang diuji. Ujian ANOVA ini hanya dapat menguji sama ada

terdapat perbezaan atau tidak. Untuk mengetahui secara khusus kumpulan yang berbeza analisis dilanjutkan kepada ujian post-hoc (Fauzi et al, 2014). Kajian ini menjalankan ujian ANOVA untuk mengenali perbezaan yang terdapat antara kecenderungan keusahawanan sosial dengan faktor pengalaman berniaga.

Korelasi *Pearson*

Korelasi digunakan untuk menguji perhubungan antara pemboleh ubah. Menurut Othman (2013), korelasi adalah satu kuantiti atau magnitude yang mewakili darjah kekuatan hubungan atau perkaitan antara dua pemboleh ubah. Kajian ini menggunakan analisis korelasi *Pearson* untuk menguji sama ada hubungan antara pemboleh ubah tak bersandar (sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial) dan pemboleh ubah bersandar iaitu kecenderungan keusahawanan sosial. Ukuran bagi perkaitan antara pemboleh ubah adalah menggunakan pekali korelasi, r yang mempunyai nilai antara $+1$ hingga -1 . Fauzi et al. (2014) membuat ringkasan bagi nilai-nilai pekali korelasi, r seperti dalam Jadual 3.5.

Jadual 3.5:

Tafsiran Kekuatan Pekali Korelasi

Saiz Pekali Korelasi (r)	Hubungan
0.80 – 1.00	Sangat kuat
0.60 – 0.79	Kuat
0.40 – 0.59	Sederhana
0.20 – 0.39	Lemah
0.00 – 0.19	Sangat lemah

Sumber:Fauzi et al. (2014), ms. 228

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah untuk mengenal pasti pengaruh pemboleh ubah tak bersandar (sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial) terhadap pemboleh ubah bersandar iaitu (kecenderungan keusahawanan sosial). Kajian ini menggunakan Analisis regresi berganda (stepwise) bagi mengenal pasti dengan lebih khusus faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial.

3.12 Kesimpulan

Kesimpulannya, bab ini membincangkan tentang kerangka dan hipotesis kajian, serta definisi konsep. Selain itu, bab ini juga membincangkan mengenai sampel, kaedah persampelan, dan pengumpulan data. Instrumen kajian dan teknik analisis kajian juga dibincangkan dalam bab ini. Metodologi kajian adalah penting bagi mengetahui bagaimana data ditafsirkan dan perhubungan antara setiap pemboleh ubah dapat dikenalpasti seterusnya dapat objektif kajian dapat dicapai. Untuk bab seterusnya, ianya iaitu Bab Empat akan membincangkan mengenai dapatan kajian.

BAB 4

DAPATAN KAJIAN

4.1 Pengenalan

Bab ini membincangkan mengenai dapatan daripada analisis data yang telah dikumpulkan bagi menjawab persoalan dan mencapai objektif kajian. Proses analisis data dilakukan menggunakan analisis statistik deskriptif dan inferensi dengan perisian SPSS 20.0. Bab ini menghurai dapatan kajian kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM. Pendekatan kuantitatif digunakan sebagai pendekatan utama dan soal selidik digunakan sebagai instrumen kajian. Statistik deskriptif, iaitu frekuensi, peratusan, min dan sisihan piawai digunakan untuk menjelaskan profil responden dan menjawab persoalan kajian satu dan dua. Statistik inferensi, iaitu Ujian t, ANOVA, korelasi Pearson dan regresi berganda digunakan untuk menguji hipotesis kajian. Sebelum menjalankan sebarang ujian dan analisis, ujian kenormalan dan analisis faktor dijalankan bagi memastikan data adalah memenuhi syarat-syarat pengujian.

4.2 Pengujian sebelum hipotesis

Ujian normaliti dan analisis faktor telah dijalankan sebelum sebarang analisis dijalankan. Dapatan daripada ujian normality dan analisis faktor dibincangkan seperti di bawah:

Penentuan Normaliti

Andaian bahawa data bertaburan normal merupakan prasyarat bagi kebanyakan teknik analisis statistik. Terdapat dua cara bagi menguji normaliti, iaitu kaedah grafik dan numerik. Penyelidik memilih kedua-dua kaedah untuk menguji normaliti dalam kajian ini. Kaedah grafik yang boleh digunakan ialah *histogram*, *stem-and-leaf plot*, *normal probability plot* dan *detrended normal plot* (Coakes, 2006). Normaliti bagi semua pemboleh ubah dalam kajian ini, menepati andaian normaliti yang dikehendaki dengan merujuk dapatan analisis normaliti kaedah grafik iaitu *histogram*, *normality Q-Q plot* dan *boxplot* seperti dalam Lampiran. Dapatan kaedah grafik ini dikukuhkan dengan menggunakan statistik Shapipro-Wilk seperti dalam Jadual 4.1.

Dapatan ujian statistik Kolmogorov-Smirnow dan Shapipro-Wilk dapat mengetahui kenormalan sesuatu data. Fauzi et al. (2014) menyatakan bahawa ujian Shapipro-Wilk digunakan untuk saiz sampel kajian yang besar (melebihi 200). Saiz sampel kajian ini adalah 385 dan dapatan ujian Shapipro-Wilk digunakan untuk mengetahui kenormalan data yang diperolehi. Dapatan ujian Shapipro-Wilk dalam Jadual 4.1 menunjukkan data bertaburan secara normal kerana nilai signifikan adalah 0.00 iaitu kurang daripada 0.05 ($p < 0.05$).

Jadual 4.1.
Analisis Normaliti

Pemboleh ubah	Shapipro-Wilk		
	Statistik	df	Sig.
Sikap	.969	385	.000
Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial	.980	385	.000
Pengaruh norma	.941	385	.000
Kecenderungan keusahawanan sosial	.971	385	.000

Analisis Faktor

Analisis faktor digunakan untuk mendapatkan kesahan konstruk instrumen kajian. Pengkaji telah melaksanakan dua analisis faktor iaitu selepas kajian rintis ke dua dan pada data sebenar. Sampel kajian rintis kedua terdiri daripada 100 responden, iaitu pelajar Ijazah Sarjana Muda di Kolej Perniagaan yang boleh mewakili populasi kajian iaitu pelajar ijazah sarjana muda di UUM.

Dalam proses analisis faktor pertama bagi item-item yang mempunyai nilai faktor pemberat faktor yang kurang daripada 0.55 telah digugurkan bagi sampel 100 responden (Hair et al. 2010) seperti dalam Jadual 4.4. Terdapat enam item telah digugurkan. Item - item yang digugurkan adalah tiga dari konstruk pengaruh norma dan tiga konstruk sikap. Analisis komponen utama digunakan untuk memastikan item-item dalam kelompok konstruk yang sesuai melalui kaedah putaran varimax (*varimax rotation*).

Jadual 4.2

Panduan mengenalpasti nilai pemberat faktor berdasarkan saiz sampel.

Pemberat faktor	Saiz sampel signifikan yang diperlukan
0.30	350
0.35	250
0.40	200
0.45	150
0.50	120
0.55	100
0.60	85
0.65	70
0.70	60
0.75	50

Sumber : Hair et al. (2010)

Analisis faktor kedua pula dijalankan ke atas data sebenar kajian ini. Soal selidik yang baru dibina selepas pengguguran beberapa item dalam analisis faktor sebelum ini. Soal selidik yang telah dikemas kini diedarkan kepada 400 pelajar ijazah sarjana muda. Hanya 385 data yang boleh dipakai dalam kajian ini. Item-item yang dibina dalam instrumen penilaian baru juga dianalisis menggunakan analisis faktor untuk mendapatkan kesahan faktor dan dimensi konstruk bagi item-item tersebut.

Dalam analisis faktor ke dua, iaitu analisis terhadap data sebenar kajian, tiada item yang digugurkan. Dapatan ujian KMO, ujian Bartlett, *anti image*, jumlah dimensi konstruk dan *total variance explained* bagi konstruk yang dikaji telah menepati syarat-syarat proses analisis faktor. Ujian '*Bartlett's Test of Sphericity*' dan '*Kaiser-Mayer-Olkin*' (KMO) digunakan untuk menguji kesahan konstruk. Ahasanul (2007) menyatakan bahawa KMO perlu diukur terlebih dahulu sebelum melakukan ujian analisis faktor. Selain itu, ujian KMO juga adalah untuk menilai sama ada terdapat item yang perlu digugurkan kerana berlakunya multikollineriti. Jika nilai KMO rendah daripada 0.60, item yang mempunyai nilai anti-image terendah perlu digugurkan sehingga nilai KMO meningkat melebihi 0.60.

Jadual 4.3 menunjukkan nilai KMO, ujian Bartlett, anti image, jumlah dimensi konstruk dan *total variance explained* bagi setiap konstruk pemboleh ubah tidak bersandar (sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial) dan pemboleh ubah bersandar (kecenderungan keusahawanan sosial) yang digunakan dalam kajian ini adalah menepati syarat untuk menjalani ujian analisis faktor (Abu Bakar, 2009 dan Armanurah, 2014).

Ujian Bartlett yang signifikan pula menunjukkan terdapat korelasi antara item bagi setiap konstruk. Dapatan daripada ujian KMO dan Bartlett ini menunjukkan analisis faktor dapat diteruskan kerana memenuhi syarat yang diperlukan. Selain itu, nilai *anti image* juga tinggi iaitu melebihi tahap 0.50 yang menunjukkan bahawa kesemua item-item boleh menjalani analisis faktor.

Jadual 4.3.

Nilai KMO, ujian Bartlett, anti image, jumlah dimensi konstruk dan total variance explained bagi setiap konstruk.

	KMO	Ujian Bartlett	Anti image	Jumlah dimensi	Total variance explained (%)
Sikap	0.805	0.000	> 0.776	1	56.254
Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial	0.823	0.000	>0.764	2	33.889
Pengaruh norma	0.814	0.000	>0.781	1	61.418
Kecenderungan keusahawanan sosial	0.882	0.000	>0.851	1	63.421

Jadual 4.4 pula menunjukkan perincian kepada nilai pemberat faktor bagi item-item yang dipilih mengikut konstruk masing-masing selepas analisis komponen utama menggunakan putaran varimax (*varimax rotation*). Berdasarkan dapatan analisis komponen utama, didapati kesemua item mempunyai nilai pemberat faktor yang melebihi 0.30 dan tidak perlu digugurkan. Hair et al (2010) menyatakan bahawa bagi saiz sampel 350 ke atas, pemberat faktor adalah 0.30 seperti dalam Jadual 4.2.

Jadual 4.4
Nilai pemberat faktor mengikut konstruk

Konstruk	Nilai Pemberat Faktor Mengikut Konstruk			
	No. item	Pemberat faktor	No. item	Pemberat faktor
Sikap (1 dimensi)	Sikap1	0.676	Sikap5	0.773
	Sikap2	0.765	Sikap6	0.778
	Sikap3	0.750		
	Sikap4	0.753		
Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial (2 dimensi)	Persepsi1 (Dimensi 1)	0.842	Persepsi5 (Dimensi 2)	0.578
	Persepsi2 (Dimensi 1)	0.850	Persepsi6 (Dimensi 2)	0.856
	Persepsi3 (Dimensi 1)	0.702	Persepsi7 (Dimensi 2)	0.860
	Persepsi4 (Dimensi 1)	0.536	Persepsi8 (Dimensi 2)	0.689
Pengaruh norma (1 dimensi)	Pengaruh1	0.755	Pengaruh4	0.797
	Pengaruh2	0.842	Pengaruh5	0.722
	Pengaruh3	0.798		
Kecenderungan keusahawanan sosial (1 dimensi)	KKS1	0.772	KKS5	0.834
	KKS2	0.773	KKS6	0.806
	KKS3	0.790	KKS7	0.832
	KKS4	0.764		

4.3 Data Demografi Kajian

Kajian ini terdiri daripada 385 pelajar ijazah sarjana muda di UUM pada tahun 2015. Data demografi kajian dibahagikan kepada dua bahagian iaitu latar belakang diri dan keluarga responden (Jadual 4.5) dan latar belakang pendidikan responden (Jadual 4.6).

Latar Belakang Diri dan Keluarga Pelajar

Jadual 4.5 menunjukkan komposisi latar belakang diri dan keluarga responden kajian. Kebanyakan responden yang terlibat adalah dalam lingkungan umur 20 hingga 23 tahun iaitu 70.1 peratus. Manakala mereka yang berumur 20 tahun ke bawah ialah 20 peratus dan 24 tahun ke atas ialah 9.9 peratus. Pelajar perempuan pula adalah lebih ramai berbanding pelajar lelaki, iaitu 73 peratus pelajar perempuan dan 27 peratus pelajar lelaki). Majoriti pelajar adalah Melayu, iaitu 81.6 peratus, diikuti dengan pelajar Cina (13.8 peratus), India (3.9 peratus) dan lain (0.8 peratus). Dari segi agama, pelajar Islam adalah majoriti responden, iaitu 83.6 peratus, diikuti dengan Buddha (10.9 peratus), Hindu (3.6 peratus) dan Kristian (1.8 peratus). Dari segi pengalaman berniaga pula, sebanyak 46.8 peratus responden yang pernah berniaga sebelum masuk ke universiti dan peratusan yang hampir sama bagi pelajar yang berniaga semasa di universiti adalah 27.3 peratus dan tidak berniaga ialah 26 peratus.

Lebih separuh (57.1 peratus) daripada responden mempunyai ahli keluarga terdekat (ibu, bapa dan pengjaga) yang tidak berniaga dan hanya 42.9 peratus sahaja respon yang mempunyai ahli keluarga berniaga. Ahli keluarga yang berniaga ini termasuklah mereka yang menjalankan aktiviti berniaga, usahawan sosial dan petani. Dari segi penglibatan ahli keluarga responden yang terlibat sebagai aktivis kesukarelawana, hanya 41 peratus yang terlibat dan 59 peratus adalah tidak terlibat. Lebih daripada separuh pelajar yang terlibat sebagai aktivis sukarelawan iaitu 57.7 peratus (222 orang) dan yang tidak terlibat hanya 42.3 peratus (163 orang).

Jadual 4.5
Latar belakang diri dan keluarga responden

Faktor demografi	Kategori	Kekerapan	Peratus
Umur	Bawah 20	77	20.0
	20-23	270	70.1
	24-26	38	9.9
Jantina	Lelaki	104	27.0
	Perempuan	281	73.0
Keturunan	Melayu	314	81.6
	Cina	53	13.8
	India	15	3.9
	Lain-lain	3	.8
Agama	Islam	322	83.6
	Kristian	7	1.8
	Hindu	14	3.6
	Buddha	42	10.9
Pengalaman berniaga	Ya, sebelum di universiti	180	46.8
	Ya, semasa di universiti	105	27.3
	Tidak	100	26.0
Pekerjaan ibu	Kerajaan	74	19.2
	Swasta	53	13.8
	Niaga	70	18.2
	Usahawan sosial	2	.5
	Petani	18	4.7
	Bersara	27	7.0
	Tidak kerkenaan	141	36.6
Pekerjaan bapa	Kerajaan	107	27.8
	Swasta	100	26.0
	Niaga	90	23.4
	Usahawan sosial	5	1.3
	Petani	44	11.4
	Bersara	27	7.0
	Tidak kerkenaan	12	3.1
Pekerjaan penjaga	Kerajaan	10	2.6
	Swasta	12	3.1
	Niaga	9	2.3
	Usahawan sosial	1	.3

Jadual 4.5 (sambungan)

Faktor demografi	Kategori	Kekerapan	Peratus
	Petani	1	.3
	Bersara	4	1.0
	Tidak kerkenaan	348	90.4
Jumlah pelajar yang ahli keluarga berniaga	Ya	165	42.9
	Tidak	220	57.1
Ibu aktivis	Ya	93	24.2
	Tidak	292	75.8
Bapa aktivis	Ya	113	29.4
	Tidak	272	70.6
Penjaga aktivis	Ya	19	4.9
	Tidak	366	95.1
Jumlah pelajar yang ahli keluarga aktivis	Ya	158	41.0
	Tidak	227	59.0
Pelajar yang terlibat sebagai sukarelawan	Ya	222	57.7
	Tidak	163	42.3

Latar Belakang Pendidikan Responden

Jadual 4.6 menunjukkan komposisi latar belakang pendidikan pelajar UUM yang merupakan sampel kajian ini. Kajian ini melibatkan pelajar di semester satu hingga tujuh. Hampir daripada separuh, responden yang terlibat adalah daripada semester lima hingga tujuh 56.88 peratus. Bagi semester 1 hingga 4 pula hanya 43.11 peratus. Majoriti responden merupakan pelajar jurusan perniagaan (66.5 peratus) dan mereka adalah pelajar dari Kolej Perniagaan (COB) dengan jumlah 256 responden. Hanya 33.5 peratus pelajar bukan daripada jurusan perniagaan. Mereka yang mengambil jurusan bukan perniagaan ini merupakan pelajar daripada Kolej Sastera dan Sains (CAS), iaitu 65 responden dan Kolej Pengajian Kerajaan dan Antarabangsa (COLGIS) dengan 69 responden.

Perdagangan atau perakaunan mempunyai peratusan tertinggi iaitu 40.3 peratus, bagi aliran yang diambil oleh pelajar ketika di sekolah sebelum masuk ke universiti.

Aliran yang mempunyai peratusan ke dua tertinggi adalah Sains Tulen (32.7 peratus), diikuti dengan lain-lain (2.9 peratus) dan Teknikal atau vokasional (2.6 peratus).

Berdasarkan penyertaan pelajar dalam kursus keusahawanan di UUM, lebih separuh responden, iaitu 62.1 peratus yang tidak pernah sertai. Hanya 37.9 peratus pelajar dengan jumlah 146 responden yang menyertai kursus keusahawanan di UUM. Kursus keusahawanan di UUM ini merupakan kursus yang dianjurkan oleh Institut Pembangunan Keusahawanan dan Koperasi; dan Unit Keusahawanan, Jabatan Hal Ehwal Pelajar dan Alumni.

Jadual 4.6
Latar belakang pendidikan pelajar

Faktor demografi	Kategori	Kekerapan	Peratus
Semester	1 hingga 4	166	43.11
	5 hingga 7	219	56.88
Kolej pengajian	COB	256	66.5
	CAS	60	15.6
	COLGIS	69	17.9
Jurusan	Perniagaan	256	66.5
	Bukan perniagaan	129	33.5
Bidang pengajian di sekolah	Sastera	87	22.6
	Perdagangan/perakaunan	155	40.3
	Sains tulen	122	31.7
	Teknik/vokasional	10	2.6
	Lain-lain	11	2.9
Sertai kursus CEDI	Ya	45	11.7
	Tidak	340	88.3
Sertai kursus HEP	Ya	125	32.5
	Tidak	260	67.5
Pelajar yang sertai kursus Keusahawanan di UUM	Ya	146	37.9
	Tidak	239	62.1

4.4 Penilaian Tahap Pemboleh Ubah Bersandar dan Tidak Bersandar

Bahagian ini adalah bertujuan untuk menjawab persolan kajian pertama dan kedua iaitu:

- 1) Apakah tahap kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM?
- 2) Apakah tahap sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM.

Untuk menjawab persoalan kajian di atas, skor min diinterpretasi seperti dalam Jadual 4.7. Perincian dapatan mengenai tahap pemboleh ubah bersandar dan pemboleh ubah tidak bersandar dibincangkan dalam bahagian seterusnya.

Jadual 4.7.
Intrepretasi Skor Min

Skor min	Intrepretasi skor min
1.00 - 2.00	Rendah
2.01 - 3.00	Sederhana rendah
3.01 - 4.00	Sederhana tinggi
4.01-5.00	Tinggi

Sumber: Armanurah (2014)

4.4.1 Tahap Kecenderungan Keusahawanan Sosial Pelajar UUM

Jadual 4.8 menunjukkan hasil analisis kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM secara keseluruhan. Skor min keseluruhan kecenderungan keusahawanan adalah 3.71 dengan sisihan piawai 0.67. Ini bermakna kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM berada di tahap sederhana tinggi. Terdapat 7 item yang diukur dalam konstruk kecenderungan keusahawanan sosial dan kesemua item berada pada tahap sederhana tinggi. Item 4 menunjukkan skor min tertinggi iaitu 3.78. Item ini ialah “Saya akan membuat segala persediaan untuk

menjalankan perniagaan sendiri.” Nilai skor min terendah pula adalah item 2 iaitu 3.51. Item ini adalah “Matlamat saya adalah untuk menjadi usahawan sosial.”

Jadual 4.8

Tahap kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM

Item	Aspek kecenderungan keusahawanan sosial	Min	Sisihan piawai	Kedudukan min	Interpretasi skor min
1	Saya bersedia untuk menjadi usahawan sosial.	3.7273	.84527	4	Sederhana tinggi
2	Matlamat saya adalah untuk menjadi usahawan sosial.	3.5065	.88717	7	Sederhana tinggi
3	Saya akan membuat segala persediaan untuk memulakan perniagaan sendiri.	3.7688	.81718	2	Sederhana tinggi
4	Saya akan membuat segala persediaan untuk menjalankan perniagaan sendiri.	3.7818	.79003	1	Sederhana tinggi
5	Saya yakin untuk membuka perniagaan sosial pada masa hadapan.	3.7221	.84048	5	Sederhana tinggi
6	Saya sangat serius berfikir untuk memulakan perniagaan.	3.7688	.83296	3	Sederhana tinggi
7	Saya mempunyai kemahuan yang kukuh untuk membuka perniagaan sosial satu hari nanti.	3.7169	.89870	6	Sederhana tinggi
	Kecenderungan keusahawanan sosial secara keseluruhan	3.7132	.67263		Sederhana tinggi

4.4.2 Tahap sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM

Dalam Teori Tingkah Laku Terancang terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial, iaitu sikap, pengaruh norma dan persepsi

kawalan keusahawanan sosial. Kesemua faktor ini merupakan pemboleh ubah tidak bersandar bagi kajian ini. Bahagian ini membincangkan tahap bagi setiap pemboleh ubah ini untuk menjawab persoalan kajian kedua.

Tahap sikap

Penilaian tahap sikap pelajar UUM terhadap keusahawanan sosial adalah seperti dalam Jadual 4.9. Terdapat 6 item yang diukur dalam konstruk sikap. Item 5 mencapai nilai min terendah iaitu 3.84 dan sisihan piawai 0.76. Nilai skor min tertinggi pula dicapai oleh item 3 iaitu 4.30 dan sisihan piawai 0.69. Daripada 6 item yang diukur dalam konstruk ini, 4 item berada di tahap tinggi iaitu item 1 (min = 4.08), item 2 (min = 4.09), item 3 (min = 4.30) dan item 4 (min = 4.29). Secara keseluruhan tahap sikap mempunyai skor min 4.08 dan sisihan piawai 0.53. Ini menunjukkan secara keseluruhan sikap pelajar UUM terhadap keusahawanan sosial adalah di tahap tinggi.

Jadual 4.9
Tahap sikap pelajar UUM

Item	Aspek sikap	Min	Sisihan piawai	Kedudukan min	Interpretasi skor min
1	Menjadi usahawan sosial memberi banyak kelebihan berbanding kekurangan kepada saya.	4.0753	.70492	4	Tinggi
2	Kerjaya sebagai usahawan sosial adalah sangat menarik kepada saya.	4.0883	.65550	3	Tinggi
3	Jika mendapat peluang, saya berminat untuk memulakan perniagaan.	4.3013	.69419	1	Tinggi
4	Jika mendapat sumber, saya berminat untuk memulakan perniagaan.	4.2909	.66813	2	Tinggi
5	Daripada pelbagai pilihan, saya lebih berminat untuk menjadi usahawan sosial.	3.8364	.76153	6	Sederhana tinggi

Jadual 4.9 (Sambungan)

Item	Aspek sikap	Min	Sisihan piawai	Kedudukan min	Interpretasi skor min
6	Menjadi usahawan sosial memberikan saya kepuasan yang tertinggi.	3.8753	.76379	5	Sederhana tinggi
	Sikap secara keseluruhan	4.0779	.53100		Tinggi

Tahap pengaruh norma

Jadual 4.10 menerangkan secara terperinci tahap pengaruh norma dalam kalangan pelajar UUM terhadap keusahawanan sosial. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa pengaruh norma dalam kalangan pelajar UUM secara keseluruhan adalah di tahap sederhana tinggi dengan nilai min adalah 3.76 dan sisihan piawai 0.55. Dalam konstruk pengaruh norma ini terdapat 5 item telah diukur dan item 2 mempunyai nilai min tertinggi iaitu 3.93. Manakala nilai min terendah pula dicapai oleh item 5 dengan nilai min 3.57. Setiap item dalam konstruk ini mencapai tahap sederhana tinggi.

Jadual 4.10

Tahap pengaruh norma pelajar UUM

Item	Aspek pengaruh norma	Min	Sisihan piawai	Kedudukan min	Interpretasi skor min
1	Kawan saya bersetuju dengan keputusan saya untuk memulakan perniagaan sosial.	3.6961	.73500	4	Sederhana tinggi
2	Keluarga saya bersetuju dengan keputusan saya untuk memulakan perniagaan sosial.	3.9273	.74646	1	Sederhana tinggi

Jadual 4.10 (Sambungan)

Item	Aspek pengaruh norma	Min	Sisihan piawai	Kedudukan min	Interpretasi skor min
3	Rakan seperjuangan saya bersetuju dengan keputusan saya untuk memulakan perniagaan sosial.	3.8156	.65730	3	Sederhana tinggi
4	Kebanyakan orang penting pada saya membenarkan saya untuk menjadi usahawan sosial.	3.8286	.62643	2	Sederhana tinggi
5	Orang-orang penting pada saya, fikir yang saya sepatutnya menjadi usahawan sosial.	3.5714	.78110	5	Sederhana tinggi
	Pengaruh norma secara keseluruhan	3.7678	.55490		Sederhana tinggi

Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial

Dapatan kajian ini seperti dalam Jadual 4.11 menunjukkan secara keseluruhan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial adalah di tahap sederhana tinggi dengan min 3.33 dan sisihan piawai 0.60. Daripada 8 item yang diukur dalam konstruk persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial, item 8 mempunyai nilai min tertinggi, iaitu 3.76. Item 1 mempunyai nilai min terendah iaitu 2.96 dan sisihan piawai 0.92. Hampir kesemua item dalam konstruk ini berada di tahap sederhana tinggi kecuali item 1, di tahap sederhana rendah.

Jadual 4.11

Tahap persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial

Item	Aspek persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial	Min	Sisihan piawai	Kedudukan min	Interpretasi skor min
1	Memulakan perniagaan sosial adalah perkara mudah kepada saya.	2.9636	.91500	8	Sederhana rendah
2	Menjalankan perniagaan sosial adalah perkara mudah kepada saya.	3.0052	.89558	7	Sederhana tinggi
3	Saya mampu mengawal proses pembentukan sebuah perniagaan sosial.	3.3143	.74122	5	Sederhana tinggi
4	Saya boleh mengawal situasi sebaik mungkin jika saya membuka perniagaan sosial.	3.4364	.78510	4	Sederhana tinggi
5	Saya mengetahui semua perkara penting yang diperlu untuk memulakan perniagaan sosial.	3.2416	.85168	6	Sederhana tinggi
6	Jika saya mahu, adalah mudah untuk membuka perniagaan sosial.	3.4623	.85954	3	Sederhana tinggi
7	Jika saya mahu, adalah mudah untuk menjalankan perniagaan sosial.	3.4883	.84502	2	Sederhana tinggi
8	Jika saya cuba untuk memulakan perniagaan sosial, saya mempunyai peluang yang cerah untuk berjaya.	3.7610	.79388	1	Sederhana tinggi
	Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial	3.3341	.60397		Sederhana tinggi

4.5 PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian hipotesis adalah penyelesaian menggunakan ujian statistik untuk mengesahkan sama ada sampel data adalah signifikan atau tidak (Cavana, Delahaye dan Sekaran, 2001). Selain itu, pengujian hipotesis juga bertujuan untuk menjawab

persoalan kajian inferens dan mengesahkan andaian hubungan antara pelbagai konstruk melalui ujian statistik yang sesuai (Cavana et al., 2001).

4.5.1 Perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM berdasarkan faktor-faktor demografi.

Hipotesis pertama diuji bagi menjawab persoalan kajian ke tiga iaitu adakah terdapat perbezaan dalam kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar sarjana muda UUM berdasarkan faktor-faktor demografi?. Ujian T dan ujian ANOVA digunakan untuk membandingkan dua atau tiga kumpulan responden dan dapatan terperinci daripada analisis mengikut hipotesis kajian diterangkan pada bahagian seterusnya.

Perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman perniagaan.

Ha1 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman berniaga.

Ujian ANOVA sehalu digunakan untuk mengenal pasti perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman berniaga. Min bagi setiap kumpulan pengalaman perniagaan diperolehi melalui analisis deskriptif seperti dalam Jadual 4.12.

Nilai min bagi pelajar yang berniaga sebelum di universiti adalah 3.786, diikuti pula 3.909 bagi berniaga ketika di universiti dan 3.377 bagi mereka yang tidak berniaga. Dapatan bagi ujian ANOVA Sehalu seperti dalam Jadual 4.13.

Jadual 4.12.

Min dan sisihan piawai kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan kumpulan pengalaman berniaga

	N	Min	Sisihan piawai
Ya, sebelum di universiti	180	3.786	0.639
Ya, semasa di universiti	105	3.909	0.596
Tidak	100	3.377	0.693
Jumlah	385	3.713	0.673

Jadual 4.13 menunjukkan terdapat perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berbeza mengikut pengalaman perniagaan pada $p < 0.05$ dengan $F(385) = 19.720$, $p = 0.000$. Oleh itu, secara keseluruhannya hipotesis H_{a1} diterima dan terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman berniaga. Walau bagaimanapun perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial secara khusus bagi setiap kumpulan pengalaman dikenal pasti dengan ujian Post Hoc menggunakan ujian Tukey HSD. Keputusan ujian Tukey HSD adalah seperti dalam Jadual 4.15.

Jadual 4.13.

Dapatan ujian ANOVA pada kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman berniaga

	<i>Sum of Squares</i>	DK	Min kuasa dua	F	Sig.
Antara kumpulan	16.259	2	8.129	19.720	.000
Dalam kumpulan	157.475	382	.412		
Jumlah	173.734	384			

DK = Darjah kebebasan

Jadual 4.14.

Ujian Tukey HSD kecenderungan keusahawanan sosial mengikut pengalaman berniaga

Kumpulan berniaga		Perbezaan min	Sisihan piawai	Sig.
Ya, sebelum di university	Ya, semasa di universiti	-.12313	.07884	.264
	Tidak	.40857*	.08008	.000
Ya, semasa di university	Ya, sebelum di universiti	.12313	.07884	.264
	Tidak	.53170*	.08971	.000
Tidak	Ya, sebelum di universiti	-.40857*	.08008	.000
	Ya, semasa di universiti	-.53170*	.08971	.000

Jadual 4.14 ialah keputusan ujian Tukey HSD yang menunjukkan kecenderungan keusahawanan sosial yang berbeza terhadap kumpulan pelajar yang tidak berniaga dengan dua kumpulan pelajar iaitu pelajar yang berniaga sebelum di universiti (perbezaan min = -0.409, $p = 0.000$, $p < 0.05$) dan pelajar yang berniaga semasa di universiti (perbezaan min = -0.532, $p = 0.000$, $p < 0.05$). Walau bagaimanapun tidak terdapat perbezaan kecenderungan keusahawanan yang signifikan bagi pelajar yang berniaga sebelum dan semasa di universiti dengan perbezaan min adalah -0.123 dan $p = 0.264$ ($p > 0.05$).

Perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan kehadiran ke kursus keusahawanan di UUM.

Ha2 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM.

Jadual 4.15 menunjukkan keputusan daripada ujian t, didapati terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial pelajar sarjana muda UUM berdasarkan jurusan pengajian. Terdapat perbezaan min antara kecenderungan keusahawanan sosial pelajar yang pernah hadiri kursus keusahawanan di UUM (min=3.811) dan tidak hadiri (min=3.653). Hipotesis Ha2 adalah diterima dengan nilai perbezaan signifikan adalah 0.025 ($p < 0.05$).

Jadual 4.15

Ujian t berdasarkan penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM

	Kumpulan	N	Min	Sisihan piawai	T	Sig
Sertai kursus keusahawanan	Ya	146	3.8112	.63555	2.246	.025
	Tidak	239	3.6533	.68877		

Perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang berniaga.

Ha3 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang berniaga.

Berdasarkan Jadual 4.16 keputusan ujian t menunjukkan perbezaan min dan sisihan piawai antara kumpulan yang mempunyai ahli keluarga terlibat dengan dalam perniagaan atau tidak adalah kecil (3.767 berbanding 3.673). Tidak terdapat perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan latar belakang keluarga

yang terlibat dengan perniagaan kerana didapati nilai $p = 0.173$ ($p > 0.05$). Oleh itu, Hipotesis Ha3 ditolak.

Jadual 4.16

Ujian t berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang berniaga

	Kumpulan	N	Min	Sisihan piawai	T	Sig
Keluarga terdekat yang berniaga	Ya	165	3.7671	.62174	1.364	.173
	Tidak	220	3.6727	.70710		

Perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan keluarga terdekat yang terlibat sebagai sukarelawan.

Ha4 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan keluarga terdekat yang terlibat sebagai sukarelawan.

Berdasarkan Jadual 4.17 menunjukkan perbezaan min dan sisihan piawai bagi kecenderungan keusahawanan sosial bagi kumpulan keluarga terdekat yang terlibat sebagai sukarelawan dan tidak terlibat. Terdapat perbezaan min antara kecenderungan keusahawanan sosial pelajar lelaki (min=3.806) dan perempuan (min=3.649). Hipotesis Ha4 adalah diterima dengan nilai perbezaan signifikan adalah 0.024 ($p < 0.05$).

Jadual 4.17

Ujian t berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang terlibat sebagai sukarelawan.

	Kumpulan	N	Min	Sisihan piawai	T	Sig
Keluarga terdekat sukarelawan	Ya	158	3.8056	.65638	2.262	.024
	Tidak	227	3.6488	.67772		

Perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pelajar yang terlibat sebagai sukarelawan.

Ha5 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman sebagai sukarelawan.

Jadual 4.18 menunjukkan keputusan daripada ujian t, didapati terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial pelajar sarjana muda UUM berdasarkan pengalaman sebagai sukarelawan. Terdapat perbezaan min antara kecenderungan keusahawanan sosial pelajar yang terlibat sebagai sukarelawan (min=3.808) dan tidak terlibat (min=3.585). Hipotesis Ha5 adalah diterima dengan nilai perbezaan signifikan adalah 0.001 ($p < 0.05$).

Jadual 4.18
Ujian t berdasarkan pengalaman sebagai sukarelawan.

	Kumpulan	N	Min	Sisihan piawai	T	Sig
Pelajar sukarelawan	Ya	222	3.8076	.64005	3.254	0.001
	Tidak	163	3.5846	.69621		

4.5.2 Korelasi antara Pemboleh ubah

Pembentukan hipotesis untuk mengetahui hubungan antara konstruk ini merujuk kepada persoalan kajian yang ke empat. Persoalan kajian yang ke empat, iaitu, “Adakah sikap, pengaruh norma, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial mempunyai hubungan yang signifikan dengan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM?”. Analisis korelasi Pearson digunakan untuk mengenal pasti hubungan antara pemboleh ubah tidak bersandar (sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap kecenderungan keusahawanan sosial) dan

pemboleh ubah bersandar iaitu kecenderungan keusahawanan sosial. Hipotesis kajian seterusnya adalah seperti berikut:

Ha6 Terdapat hubungan yang signifikan antara sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dengan kecenderungan keusahawanan sosial.

Walau bagaimanapun hipotesis dipecahkan kepada tiga hipotesis seperti yang dibincangkan sebelum ini.

Ha6₁ Terdapat hubungan yang signifikan antara sikap dengan kecenderungan keusahawanan sosial.

Ha6₂ Terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh norma dengan kecenderungan keusahawanan sosial.

Ha6₃ Terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dengan kecenderungan keusahawanan sosial.

Dapatan bagi korelasi adalah seperti dalam Jadual 4.19. Keseluruhan konstruk mempunyai hubungan positif dan signifikan ($p = 0.00 < 0.05$). Kekuatan hubungan antara konstruk adalah di antara sederhana dan kuat (Fauzi et. al, 2014). Secara keseluruhan konstruk mempunyai hubungan yang signifikan antara satu sama lain dengan $p < 0.05$.

Konstruk yang pertama, sikap mempunyai hubungan signifikan dengan tahap kuat terhadap kecenderungan keusahawanan sosial ($r = 0.650$). Walau bagaimanapun,

sikap mempunyai hubungan signifikan dengan kekuatan sederhana terhadap persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial ($r = 0.449$) dan pengaruh norma ($r = 0.525$). Bagi konstruk yang ke dua pula, persepsi mempunyai hubungan signifikan dengan tahap sederhana kuat terhadap sikap ($r = 0.449$) dan pengaruh norma ($r = 0.583$). Terdapat hubungan signifikan dengan tahap kuat antara persepsi dan kecenderungan keusahawanan sosial dengan nilai $r = 0.607$.

Jadual 4.19 juga menunjukkan bahawa pengaruh norma mempunyai hubungan signifikan dengan tahap sederhana kuat terhadap sikap ($r = 0.525$) dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial ($r = 0.583$) tetapi mempunyai hubungan signifikan dengan tahap kuat terhadap kecenderungan keusahawanan sosial ($r = 0.637$).



UUM
Universiti Utara Malaysia

Jadual 4.19

Korelasi hubungan antara pemboleh ubah

	Sikap	Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial	Pengaruh norma	Kecenderungan keusahawanan sosial
Sikap	1	.449**	.525**	.650**
Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial	.449**	1	.583**	.607**
Pengaruh norma	.525**	.583**	1	.637**
Kecenderungan	.650**	.607**	.637**	1
Min	4.0779	3.3341	3.7678	3.7132
Sisihan piawai	0.531	0.60397	0.5549	0.67263

Kesimpulannya daripada Jadual 4.19 didapati bahawa sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial berhubung kuat dan signifikan dengan kecenderungan keusahawanan sosial. Oleh itu, Ha6 (Ha6₁, Ha6₂, Ha6₃) adalah diterima.

4.5.3 Analisis Pemboleh Ubah Tidak Bersandar yang Memberi Pengaruh kepada Kecenderungan Keusahawanan Sosial.

Bahagian ini adalah untuk menjawab persoalan kajian terakhir iaitu ke lima, iaitu, “Adakah sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial berpengaruh secara signifikan dengan kecenderungan keusahawanan sosial?”.

Hipotesis yang terlibat dalam bahagian ini adalah:

Ha7 Sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial adalah faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial.

Berdasarkan Jadual 4.20, pemboleh ubah tidak bersandar (sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial) dapat menjelaskan 58.8 peratus variasi dalam Y, iaitu kecenderungan keusahawanan sosial. Pallant (2011) menyatakan bahawa R kuasa dua terlaras adalah untuk memberikan anggaran berdasarkan nilai sebenar populasi. Ini menunjukkan bahawa sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial mempunyai korelasi dan mempunyai pengaruh yang signifikan ($p < 0.05$) terhadap kecenderungan keusahawanan sosial.

Analisis regresi berganda (*stepwise*) pada Jadual 4.20 menunjukkan pemboleh ubah bersandar, iaitu sikap memberikan sumbangan atau merupakan peramal yang lebih besar (42.1 %) terhadap kecenderungan keusahawanan sosial berbanding pengaruh norma (12.4%) dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial (4.3%).

Jadual 4.20.
Dapatan regresi berganda *stepwise*

Pemboleh ubah	B	Beta	t	Sig.	R ²	R ² Terlaras	Sumbangan (%)
Sikap	0.483	0.382	9.698	0.000	0.423	0.421	42.1
Pengaruh norma	0.335	0.277	6.397	0.000	0.547	0.545	12.4
Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial	0.306	0.275	6.668	0.000	0.591	0.588	4.3
Pemalar	-0.541		-2.908	0.004			
R			0.769				
R Kuasa Dua (R ²)			0.591				
R Kuasa Dua Terlaras (Adjusted R ²)			0.588				
Ralat Piawai (Standard Error)			0.052				

Peramal yang mempunyai nilai beta tertinggi adalah sikap iaitu 0.382 dengan $t = 9.698$ dan $p = 0.000$. Ini bermakna sikap memberikan sumbangan yang unik dan terbesar (Pallant, 2011). Selain itu, ini juga menunjukkan bahawa apabila sikap bertambah sebanyak satu unit, kecenderungan keusahawanan bertambah sebanyak 0.382 (Armanurah, 2014).

Bagi peramal yang lain, pengaruh norma mempunyai nilai beta ke dua tertinggi iaitu 0.277 dengan $t = 6.397$ dan $p = 0.000$. Ini bermakna apabila pengaruh norma bertambah satu unit, kecenderungan keusahawanan bertambah sebanyak 0.277 unit

akan berlaku dengan bertambahnya satu unit sikap. Peramal ketiga yang turut menyumbang adalah persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial (Beta = 0.275, t = 6.668 dan p=0.000). Ini menunjukkan apabila persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial bertambah sebanyak satu unit, kecenderungan keusahawanan bertambah sebanyak 0.275. Nilai B, iaitu nilai koefisien tidak terpiawai (*unstandardized coefficient*) digunakan dalam pembinaan persamaan regresi bagi kajian ini (Armanurah, 2014). Persamaan regresi yang terbentuk hasil sumbangan tiga pemboleh ubah tidak bersandar yang signifikan terhadap kecenderungan keusahawanan sosial adalah seperti berikut (Armanurah, 2014):

$$Y = -0.541 + 0.483 X_1 + 0.335 X_2 + 0.306 X_3 + 0.052$$

Di mana;

Y = Kecenderungan keusahawanan sosial

X₁ = Sikap

X₂ = Pengaruh

X₃ = Persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial

Pemalar (*Constant*) = -0.541

Ralat Piawai (*Standard Error*) = 0.052

Berdasarkan persamaan regresi tersebut menunjukkan bahawa kesemua pemboleh ubah tidak bersandar mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial dan hipotesis Ha7 diterima.

4.6 Kesimpulan

Kajian ini telah menemui dapatan yang signifikan daripada adaptasi Teori Tingkah laku Terancang yang digunakan. Analisis deskriptif mendapati bahawa kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM di tahap sederhana tinggi. Selain itu, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dan pengaruh norma juga di tahap sederhana tinggi. Hanya satu sahaja pemboleh ubah tidak bersandar pada tahap tinggi iaitu sikap.

Analisis Ujian t ke atas kecenderungan keusahawanan sosial juga menunjukkan bahawa beberapa dapatan yang signifikan berdasarkan elemen demografi. Terdapat perbezaan yang signifikan pada kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman berniaga, penyertaan kursus keusahawanan, latar belakang keluarga yang menjadi aktivis sukarelawan dan pengalaman pelajar sebagai sukarelawan. Hanya faktor latar belakang keluarga terdekat yang berniaga sahaja tidak ada perbezaan yang signifikan terhadap kecenderungan keusahawanan sosial.

Analisis korelasi pearson mendapati bahawa sikap, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dan pengaruh norma mempunyai hubungan yang signifikan dengan kecenderungan keusahawanan sosial. Walau bagaimanapun hubungan pemboleh ubah bersandar dan pemboleh ubah tidak bersandar ini mempunyai tahap kekuatan hubungan yang berbeza. Selain itu, analisis regresi berganda mendapati bahawa kesemua pemboleh ubah tidak bersandar (sikap, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dan pengaruh norma) mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM. Dapatan bagi pengujian hipotesis kajian dirumuskan seperti dalam Jadual 4.21.

Jadual 4.21.

Kesimpulan bagi dapatan pengujian hipotesis

Hipotesis	Diterima/ Ditolak	Bentuk analisis
Ha1 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman berniaga.	Terima	Statistik inferensi; ANOVA
Ha2 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan kehadiran ke kursus keusahawanan di UUM.	Terima	Statistik inferensi; Ujian t
Ha3 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang berniaga.	Ditolak	Statistik inferensi; Ujian t
Ha4 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan keluarga terdekat yang terlibat sebagai sukarelawan.	Diterima	Statistik inferensi; Ujian t
Ha5 Terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pelajar yang terlibat sebagai sukarelawan.	Diterima	Statistik inferensi; Ujian t
Ha6 Terdapat hubungan yang signifikan antara sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dengan kecenderungan keusahawanan sosial.	Ha6 (Ha6 ₁ , Ha6 ₂ , Ha6 ₃) adalah diterima.	Statistik inferensi; Korelasi pearson

BAB LIMA

KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.1 Pengenalan

Di dalam bab ini membincangkan rumusan kajian berkaitan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM. Perbincangan dalam bab ini mengandungi empat bahagian iaitu ringkasan kajian, perbincangan kajian, implikasi dan cadangan kajian lanjutan.

5.2 Ringkasan kajian

Bidang keusahawanan sosial merupakan salah satu bidang baru di Malaysia. Keusahawanan sosial memberikan kesan kepada perkembangan modal insan yang dinamik, perubahan sosial masyarakat dan ekonomi negara (Mair & Marti, 2005; Mohammad Reza et al. 2010). Pelbagai strategi dilaksanakan oleh pihak kerajaan untuk meningkatkan penglibatan masyarakat dalam aktiviti keusahawanan sosial antaranya menerusi program-program pembangunan keusahawanan melalui pendidikan keusahawanan terutamanya di IPT. Walau bagaimanapun, keberkesanan program-program pendidikan keusahawanan masih tidak memberangsangkan (Armanurah, 2014). Pendidikan keusahawanan di universiti masih tidak mampu melahirkan graduan yang berkeyakinan untuk memulakan perniagaan dan perniagaan sosial selepas tamat belajar (Armanurah, 2014). Justeru itu, wujud keperluan bagi

mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar IPT terutamanya UUM.

Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti tahap kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Kajian ini mempunyai lima objektif, iaitu (1) Meninjau tahap kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM, (2) Meninjau tahap sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM, (3) Mengenal pasti sama ada terdapat perbezaan dalam kecenderungan keusahaawanan sosial pelajar UUM berdasarkan faktor demografi iaitu; pengalaman berniaga, penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM, latar belakang keluarga yang berniaga, latar belakang keluarga yang terlibat sebagai sukarelawan dan penglibatan pelajar sebagai sukarelawan, (4) Mengenal pasti sama ada terdapat hubungan di antara sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan untuk menjadi usahawan sosial dengan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM, dan (5) Mengenal pasti sama ada terdapat pengaruh di antara sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan untuk menjadi usahawan sosial dengan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM.

Pengkaji mengadaptasi Teori Tingkah Laku Terancang oleh Ajzen (1991) sebagai asas kerangka konsep kajian ini. Elemen-elemen dalam teori yang mempengaruhi kecenderungan sesuatu tingkah laku adalah sikap terhadap gelagat, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap gelagat. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif,

di mana soal selidik adalah sebagai instrumen kajian. Populasi kajian ini melibatkan pelajar ijazah sarjana muda UUM dengan saiz sampel 385 orang.

Penganalisan data bagi kajian adalah secara statistik deskriptif dan inferensi. Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab persoalan kajian satu dan dua serta bagi menghuraikan profil demografi responden. Statistik inferensi pula digunakan untuk menjawab persoalan kajian tiga hingga persoalan kajian lima. Ujian t dan ANOVA digunakan untuk mengenal pasti perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan beberapa kumpulan berdasarkan faktor demografi, iaitu pengalaman berniaga, penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM, latar belakang keluarga yang berniaga, latar belakang keluarga yang terlibat dalam aktiviti kesukarelawan dan penglibatan pelajar sebagai sukarelawan. Analisis korelasi pearson pula digunakan untuk menjawab persoalan kajian empat, iaitu bagi mengetahui hubungan antara pemboleh ubah. Bagi menjawab soalan kajian lima, analisis regresi berganda stepwise digunakan untuk melihat pengaruh pemboleh ubah tidak bersandar (sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial) dalam pemboleh ubah bersandar (kecenderungan keusahawanan sosial). Perincian mengenai dapatan kajian ini dibincangkan dalam bahagian seterusnya.

5.3 Perbincangan kajian

Dalam bahagian ini, perbincangan dapatan kajian dibahagikan kepada beberapa bahagian mengikut urutan persoalan kajian.

5.3.1 Tahap kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM

Kecenderungan keusahawanan sosial mempunyai 7 item untuk mengukur konstruk dan kesemua item berada pada tahap sederhana tinggi. Justeru itu, secara keseluruhan tahap kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM adalah pada tahap sederhana tinggi.

Dapatan yang sama dilaporkan oleh Prieto (2011), dimana kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar Afrika-Amerika dan Hispanik yang melanjutkan pelajaran di peringkat ijazah sarjana muda juga berada di tahap sederhana tinggi. Skor min bagi kecenderungan keusahawanan sosial terhadap 214 pelajar dalam kajian Prieto (2011) adalah 3.11.

Kajian ini didapati berbeza dengan kajian Azilawati, Syaharizad dan Intan Shazila (2014) ke atas 50 usahawan Kolej Komuniti Wilayah Melaka dan Negeri Sembilan di mana kecenderungan keusahawanan sosial adalah pada tahap sederhana rendah. Responden dalam kajian Azilawati et al, (2014) merupakan usahawan yang lahir daripada kolej komuniti. Walau bagaimanapun, responden bersedia untuk berkongsi pengetahuan dan pengalaman mereka bersama pelajar-pelajar kolej komuniti sebagai salah satu sumbangan kepada masyarakat sosial.

Selain itu, dapatan kajian Kirby dan Ibrahim (2011) juga berbeza, di mana majoriti pelajar di Mesir lebih memilih untuk bekerja di syarikat multi nasional. Hanya sebilangan kecil sahaja yang berminat untuk menubuhkan perusahaan sosial. Kirby dan Ibrahim (2011) menyatakan bahawa pelajar dalam kajian ini terkeliru dengan apa sebenar yang dimaksudkan dengan usahawan sosial. Mereka juga tidak perasan akan kewujudan usahawan sosial di Mesir.

Daripada kajian-kajian tersebut didapati bahawa keusahawan sosial merupakan sesuatu bidang yang masih baru dan belum mendapat perhatian banyak pihak, terutamanya pelajar di peringkat pengajian tinggi. Walau bagaimanapun, di Malaysia usaha-usaha untuk meningkatkan kesedaran terhadap kelebihan usahawan sosial didapati berbuah hasil, memandangkan kajian ini menunjukkan tahap kecenderungan keusahawanan sosial adalah di tahap sederhana tinggi dan usaha pembangunan usahawan terutamanya usahawan sosial perlu dipertingkatkan.

5.3.2 Tahap sikap, pengaruh norma, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM.

Berdasarkan dapatan yang dibincangkan dalam bab sebelum ini, sikap terhadap keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM adalah pada tahap tinggi. Bagi elemen lain dalam Teori Tingkah Laku Terancang, iaitu pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial adalah pada tahap yang sederhana tinggi. Kajian Ernst (2011) menunjukkan terdapat sedikit perbezaan di mana sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial berada pada

tahap sederhana tinggi dengan nilai skor min 3.45 bagi sikap, 3.69 bagi pengaruh norma dan 3.15 bagi persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial.

Kajian lepas lebih tertumpu kepada tahap sikap keusahawanan berbanding keusahawanan sosial. Dapatan yang sama dalam kajian terhadap bekas peserta yang menyertai Program Siswaniaga UUM di mana sikap keusahawanan seperti yang dilaporkan oleh Armanuarh (2014). Kajian Esteti (2012) menunjukkan dapatan yang berbeza untuk tahap sikap keusahawanan bagi pelajar IPT di Indonesia terutamanya di Padang Sumatera Barat iaitu berada di tahap sederhana tinggi. Dapatan yang dilaporkan oleh Esteti (2012) ini adalah berdasarkan dimensi inisiatif keusahawanan di sekolah, inisiatif di univeersiti dan inisiatif modal (Armanurah, 2014).

Dapatan ini Kajian khusus berkaitan pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial adalah kurang dan lebih tertumpu kepada bidang keusahawanan. Dapatan ini adalah bertentangan dengan kajian Malebana (2014) yang mendapati pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan dalam kalangan pelajar tahun akhir jurusan perdagangan bagi universiti luar bandar di wilayah Limpopo adalah pada tahap sederhana rendah. Sikap keusahawanan bagi kajian Malebana (2014) juga berada pada tahap sederhana rendah.

5.3.3 Perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan faktor demografi

Faktor demografi yang terlibat adalah pengalaman berniaga, penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM, latar belakang keluarga terdekat yang berniaga, latar

belakang keluarga terdekat yang terlibat dalam aktiviti kesukarelawan dan pengalaman sebagai sukarelawan.

Dapatan kajian ini juga mendapati terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman berniaga, penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM, latar belakang keluarga terdekat yang terlibat dalam aktiviti kesukarelawan dan pelajar yang terlibat sebagai sukarelawan. Walau bagaimanapun tidak terdapat perbezaan yang signifikan terhadap kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang berniaga. Perincian mengenai setiap faktor demografi yang diuji dibincangkan pada bahagian seterusnya.

Pengalaman berniaga

Dapatan kajian menunjukkan terdapat perbezaan yang signifikan terhadap kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman berniaga. Dapatan ini selari dengan kajian oleh Ernst (2011) yang mendapati bahawa pengalaman berniaga mempengaruhi sikap dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial. Justeru itu, daripada dapatan kajian Ernst (2011) terdapat perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial pelajar yang mempunyai pengalaman berniaga dan tiada pengalaman berniaga. Dapatan kajian ini juga disokong dengan kajian Norashidah (2009) yang mendapati bahawa pengalaman sebenar sebagai peniaga merupakan kaedah yang terbaik dalam pendidikan keusahawanan.

Penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM

Dapatan kajian menunjukkan terdapat perbezaan yang signifikan terhadap kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM. Dapatan ini mempunyai persamaan dengan kajian Wu dan Wu (2008) yang mengaitkan pendidikan keusahawanan dan Teori Tingkah laku Terancang sebagai faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan dalam kalangan pelajar universiti di China Hasil daripada kajian ini menunjukkan bahawa pendidikan merupakan faktor yang mempengaruhi sikap pelajar terhadap keusahawanan. Manakala kajian yang dibuat oleh Karali (2013), pula menerangkan bahawa pelajar yang terlibat dalam program pendidikan keusahawanan mempunyai sikap yang tinggi terhadap keusahawanan, pengaruh norma dan kawalan persepsi terhadap gelagat berbanding mereka yang tidak terlibat dalam program pendidikan keusahawanan.

Latar belakang keluarga terdekat yang berniaga

Kajian ini menunjukkan tidak terdapat perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan latar belakang keluarga yang berniaga. Dapatan kajian ini selari dengan kajian Armanurah (2014) yang mendapati tidak terdapat perbezaan pada tahap pemikiran, kemahiran dan sikap keusahawanan dalam bekas peserta Program Siswaniaga, UUM berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang berniaga. Walaupun kajian tahap pemikiran, kemahiran dan sikap keusahawanan ini merupakan antara faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan.

Latar belakang keluarga terdekat yang terlibat dalam aktiviti kesukarelawan

Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa terdapat perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang terlibat dalam aktiviti kesukarelawan. Dapatan kajian ini disokong dengan kajian Piliviavin et al. (2002) yang mendapati bahawa contoh teladan memberikan kesan kepada tingkah laku sosial seseorang. Contohnya seorang kanak-kanak akan tertarik untuk menjadi sukarelawan apabila ibu bapanya seorang sukarelawan aktif.

Pengalaman kesukarelawan

Kajian ini mendapati bahawa terdapat perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman kesukarelawan. Terdapat persamaan antara kajian ini dan kajian oleh Ernst (2011). Kajian Ernst (2011) mendapati bahawa terdapat perbezaan kecenderungan keusahawanan sosial bagi pelajar universiti di German yang terlibat dalam aktiviti kesukarelawan dan mereka yang tidak terlibat.

5.3.4 Sikap, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dan pengaruh norma mempunyai hubungan serta mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial.

Dapatan kajian menunjukkan sikap, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dan pengaruh norma mempunyai hubungan dan mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial. Dapatan kajian ini disokong dengan dapatan kajian oleh Ernst (2011) juga menyatakan bahawa sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar university di German.

Dapatan kajian ini juga selari dengan kajian Autio et al. (2001) yang menggunakan Teori Tingkah Laku Terancang digunakan bagi mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan dalam kalangan pelajar universiti dari Finland, Amerika Syarikat, United Kingdom dan Sweden. Hasil daripada kajian menunjukkan bahawa sikap, pengaruh norma dan kawalan persepsi terhadap gelagat memberikan kesan kepada kecenderungan pelajar keusahawanan.

Selain itu, Autio et al. (2001) juga mendapati bahawa kawalan persepsi terhadap gelagat merupakan penentu yang paling penting dalam kecenderungan keusahawanan dan pengaruh norma adalah yang paling lemah. Namun dapatan kajian ini mendapati sikap merupakan penentu paling penting dalam kecenderungan keusahawanan sosial dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial adalah paling rendah di antara pemboleh ubah.

5.4 Implikasi kajian

Terdapat beberapa implikasi hasil daripada kajian ini. Dari segi teori, kajian ini memberikan pemahaman dengan lebih baik mengenai faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial. Penyelidik menggunakan Teori Perancang Gelagat daripada Ajzen (1991) bagi mengenal pasti faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial. Keupayaan teori ini diperakui oleh banyak kajian empirikal sebelum ini.

Secara umumnya hasil daripada dapatan kajian ini menyokong, Teori Tingkah Laku Terancang Ajzen (1991) dalam mengenal pasti kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar. Dapatan kajian menunjukkan 3 elemen dalam Teori Tingkah Laku Terancang Ajzen (1991) iaitu sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap gelagat dapat menentukan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM.

Dari sudut praktikal kajian ini memberi implikasi kepada pendidik dalam meningkatkan pemahaman mengenai sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap gelagat seterusnya dapat menyediakan latihan yang sesuai ke arah membudaya dan meningkatkan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar IPT. Dapatan kajian menunjukkan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar masih sederhana, oleh itu galakan bagi menarik minat pelajar terhadap keusahawanan sosial perlu ditanam sejak awal.

Selain itu, pihak universiti juga perlu meningkatkan peranan dan usaha dalam pembangunan pelajar untuk mereka terlibat dalam aktiviti bercorak keusahawanan sosial. Penglibatan pelajar dalam aktiviti keusahawanan sosial dapat membina pengetahuan, menjana idea dan ilmu praktikal secara langsung untuk menjadi usahawan sosial.

5.5 Hala tuju kajian akan datang

Kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar merupakan topik yang menarik untuk dikaji. Tambahan itu, penyelidikan dalam bidang ini di Malaysia

masih baru. Justeru itu adalah sewajarnya jika kajian pada masa hadapan mengenai kecenderungan keusahawanan sosial dijalankan di seluruh IPT. Selain itu, perincian terhadap setiap faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan sosial seperti sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial hendaklah dikaji supaya pembudayaan keusahawanan sosial sejak di IPT dapat dipertingkatkan.

5.6 Kesimpulan

Secara keseluruhan kajian ini mendapati kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM berada pada tahap sederhana tinggi. Selain itu, tahap pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar UUM juga berada pula pada tahap sederhana tinggi. Hanya sikap sahaja berada pada tahap tinggi. Dapatan kajian ini juga mendapati terdapat perbezaan yang signifikan dalam kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan pengalaman berniaga, penyertaan dalam kursus keusahawanan di UUM, latar belakang keluarga terdekat yang terlibat dalam aktiviti sukarelawan dan pelajar yang terlibat sebagai sukarelawan. Walau bagaimanapun tidak terdapat perbezaan yang signifikan terhadap kecenderungan keusahawanan sosial berdasarkan latar belakang keluarga terdekat yang berniaga. Analisis korelasi pearson pula menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara sikap, persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial dan pengaruh norma terhadap kecenderungan keusahawanan sosial. Analisis regresi berganda pula menunjukkan bahawa sikap, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial mempunyai pengaruh terhadap kecenderungan keusahawanan sosial. Pengaruh terbesar dalam kajian ini kepada

kecenderungan keusahawanan sosial ialah sikap, diikuti oleh pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial..

Implikasi kepada kajian ini ialah untuk memupuk dan meningkatkan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar IPT. Pihak universiti juga perlu mengambil inisiatif melalui pendidikan keusahawanan dengan menambahkan aspek keusahawanan sosial. Di samping itu, faktor sikap pelajar terhadap keusahawanan sosial, pengaruh norma dan persepsi kawalan terhadap keusahawanan sosial perlu diambil kira dalam meningkatkan kecenderungan keusahawanan sosial dalam kalangan pelajar.



UUM
Universiti Utara Malaysia

Rujukan

- Alain, F & Francisco, L. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 663–666
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 27-58.
- Ajzen, I. (2002a). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Ajzen, I. (2002b). Sample TpB questionnaire. Retrieved October 14, 2010, from <http://www-unix.oit.umass.edu/~ajzen/pdf/tpb.questionnaire.pdf>
- Al-Mamun, A., Adaikalam, J. & Wahab, S. A. (2012). Investigating the Effect of Amanah Ikhtiar Malaysia's Microcredit Program on the Client Quality of Life in Rural Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 4(1), 192-203.
- Armanurah Mohamad, Abdul Razak Amir dan Sarimah Che Hassan (2009) Pembangunan Sumber Daya Manusia Melalui Pendidikan Keusahawanan. Kertas dibentangkan di Persidangan Malindo Nusantara 1, Anjuran UKM- Universiti Andalas, Bukit Tinggi, Sumatera, 16- 17 Disember 2009.
- Asharaf Mohd Ramli dan Abdullaah Jalil (2012). Model Perbankan Wakaf Korporat: Analisis Wakaf Selangor Muamalat. *Jurnal Pengurusan* 42(2014), 159 – 167,
- Autio, E., Keeley, R.H., & Klofsten, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160

- Brock, D.D., Steiner, S.D & Kim, M. (2008). Social Entrepreneurship Education: Is It Achieving The Desired Aims. USASBE 2008 Proceedings, 0832 (1-15).
- Berma, M & Kasim, M.Y. (2004), "Social Capital and Poverty Alleviation in Malaysia". Social Capital and Sustainable Development Management: Lessons from Asia, New York: Nova Science Publishers.
- Banks, J. (1972), The Sociology of Social Movements, London: Macmillan.
DOI 10.1177/004724417300300226
- Bacq, S. & Janssen, F. (2011), "The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria", *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 23(5), 373-403
- Corner, P. D. & Ho, M. (2010), How Opportunities Develop in Social Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34, 635–659.
- Conner, M., & Armitage, C. J. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: a meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499.
- Dacin, P. A., Dacin, M. T. & Matear, M. (2010), "Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here", *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37-57.
- David A. K., & Ibrahim, N. (2011) "The case for (social) entrepreneurship education in Egyptian universities", *Education and Training*, 53(5), 403 – 415
- Dees, J.G. (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76, 55-67.

- Dees, J. G. (1998). The meaning of social entrepreneurship. Stanford University: Dra Report for the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, p6.
- Defourny, J. & Nyssens, M. (2008b), "Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments", EMES Working Paper, 08:01.
- Defourny, J. & Nyssens, M. (2008), "Conceptions of Social Enterprise in Europe and in the United States. A Comparative Analysis", 8th ISTR International Conference and 2nd EMES-ISTR European Conference: "The Third Sector and Sustainable Social Change: New Frontiers for Research", Barcelona.
- Durieux, M. B., & Stebbins, R. A. (2010). Social entrepreneurship for dummies. Hoboken: Wiley Publishing.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2012). The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(2), 387–414.
- Greenslade, J. H., & White, K. M. (2005). The prediction of above-average participation in volunteerism: a test of the theory of planned behaviour and the volunteers functions inventory in older Australian adults. *Journal of Social Psychology*, 145(2), 155-172.
- Ruhle, S., Mühlbauer, D., Grünhagen, M., & Rothenstein, J. (2010). *The heirs of Schumpeter: an insight view of students' entrepreneurial intentions at the Schumpeter School of Business and Economics* [Schumpeter Discussion Papers - 2010-004]. Wuppertal: University of Wuppertal, Schumpeter School of Business and Economics.
- Habshah, B., Armanurah, M. & Syahrina, A. (2012). Kajian Pengesanan Graduan Sarjana Muda Keusahawanan 2010. Laporan Akhir Penyelidikan. Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah.

- Hoe Chee Hee. (2006). A Prototype to Encourage University Graduates to Become Franchisees. *Prosiding Persidangan Keusahawanan Kebangsaan kedua. Hotel Vistana, Pulau Pinang. 9-10 Disember.*
- Karali, S (2013). The Impact of Entrepreneurship Education Program on Entrepreneurial Intention: An Application of The Theory of Planned Behavior. (Unpublished master's thesis). Erasmus School of Economics, Rotterdam, Netherlands.
- Kirby, D.A. & Ibrahim, N. (2010), The case for social entrepreneurship education in Egyptian universities, *Education and Training*, 53(5), 403-415.
- Krueger, N. F., Reilly, M., & Carsrud, A (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5/6),411–432.
- Krueger, N. F., Kickul, J., Gundry, L. K., Verman, R., & Wilson, F. (2009). Discrete choices, trade-offs, and advantages: modeling social venture opportunities and intentions. In J. A. Robinson, J. Mair & K. Hockerts (Eds.), *International Perspectives on Social Entrepreneurship*, 117-143.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J., & Rueda-Cantuche, J. (2010). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-24.
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(3), 593-617.
- Lounsbury, M., D. Strang. 2009. Social entrepreneurship: Success stories and logic construction. D. C. Hammack, S. Heydemann, eds. *Globalization*,

Philanthropy, and Civil Society: Projecting Institutional Logics Abroad. Indiana University Press, Bloomington, 71–94.

Le Grand, Julian (1991) Quasi-markets and social policy. *Economic Journal*, 101 (408). pp. 1256-1267. ISSN 0013-0133

Mohamed, Z., Rezai, G., Shamsudin, M.N., & Mahmud, M.M. (2012). Enhancing young graduates' intention towards entrepreneurship development in Malaysia. *Education and Training*, 54(7), 605-618.

Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R. & Sanders, B. (2007), *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*, Working Paper, Skoll Centre for Social Entrepreneurship, Oxford.

Mort, G. S., Weerawardena, J. & Carnegie, K. (2003), "Social entrepreneurship: Towards conceptualisation", *International Journal of Nonprofit & Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76.

Mohamed Khalid Nordin (2009). *Memantapkan Budaya Keusahawanan Di Kalangan Generasi Baru Melalui Sistem Pendidikan Nasional Dan Pengajian Agama: Gagasan dan Cabaran Merealisasikannya*. Kongres Ekonomi Islam Ketiga (KEI-3), 12-15 Januari 2009, Dewan Merdeka, PWTC, Kuala Lumpur. 2009

Mohammad Reza, N., Westover, J.H & Gholam, R.R. (2010).). *An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship Era*. *Asian Social Science*. 6(6), 1-8

Martin, R. L. & Osberg, S. (2007), "Social Entrepreneurship: The Case for Definition", *Stanford Social Innovation Review*, Spring 2007, 29-39.

Mair, J. & Marti, I. (2006), "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight", *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.

- Müller, S. (2008). *Encouraging future entrepreneurs: the effect of entrepreneurship course characteristics on entrepreneurial intention* [Unpublished doctoral thesis]. St. Gallen: University of St. Gallen.
- Mustafa, M.H., Abdullah, J., Asharaf, M.R, Hisham, S., Norhaziah, N & Syahidawati, S. (2010). Waqf Model in Iskandar Malaysia: An analysis. 4th Islamic Banking, Accounting and Finance Seminar. Gombak: International Islamic University Malaysia.
- Nicholls, A. (2006). *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford: Oxford University Press.
- Nicholls, A. (2010), The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34: 611–633.
- Nor Aishah Buang, Ismail Raduan & Mohamad Husin. (2010). *Kajian Impak Program Pembudayaan Keusahawanan INSKEN (2006-2009)*. Projek Penyelidikan.
- Najwa, M.K., Hairunnizam, W. & Sanep A. (2013) *Penjanaan Semula Ekonomi Asnaf: Cadangan Perniagaan Sosial*, Prosiding Perkem Viii, Jilid 1 (2013).DOI: 1 - 10 ISSN: 2231-962X
- Nabil Basaruddin (2015, Februari 28),MaGIC tumpu sektor keusahawanan sosial, Retrived from <http://m.utusan.com.my/bisnes/usahawan/magic-tumpu-sektor-keusahawanan-sosial-1.64536>
- Norfadhilah dan Halimah (2010). Aspirasi Kerjaya Keusahawanan dalam Kalangan Pelajar Institusi Pengajian Tinggi Awam. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 35(1), 11-17.
- Norasmah Othman, Harinder Kaur a/p Toluk Singh, Poo Bee Tin & Norasiah Sulaiman. (2012). *Globalization and The Trend In Demand For Higher*

Education In Malaysia. *International Journal Of Education And Information Technologies*. 1(6), 1-10.

Norasmah Othman & Hariyaty Ab Wahid, (2014). Social entrepreneurship among participants in the students in free enterprise program. *Education and Training*, 56 (8), 852 – 869.

Norasmah Othman & Salmah Ishak. (2011). Kecenderungan Terhadap Pemilihan Kerjaya Keusahawanan Mengikut Persepsi Peserta Skim Usahawan Siswa. *Jurnal Teknologi Sains Sosial*, 56, 47–63.

Prieto, L.C., Phipps, T.A. & Friedrich, T.L. (2012). Social Entrepreneur Development: An Integration Of Critical Pedagogy, The Theory Of Planned Behavior And The Acsmode. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 18 (2), 10-21

Saifuddin Abdullah. (2009, Julai 29) “Keusahawanan Sosial Dalam Penyelidikan”. *Akhbar Utusan Malaysia*. ms7

Samiul Hasan (2005) Social Capital and Social Entrepreneurship in Asia: Analysing the Links. *Asia Pacific Journal of Public Administration*, 27(1),1-17,

Salamzadeh, A., Azimi, M.A. & Kirby, D.A. (2013) Social Entrepreneurship Education in Higher Education: Insights from a Developing Country. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 20(1), 17-34

Sutton, S. (1998). Predicting and explaining intentions and behavior: how well are we doing? *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1317-1338.

Saifuddin Abdullah. (2012, Ogos 6). “Keusahawanan Sosial Basmi Kemiskinan”. *Akhbar Sinar Harian*.

Trivedi, C. (2010). A sosial Entrepreneurship Bibliography. *Journal of Entrepreneurship*. 19, (81-85).

Wu, S. & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intention of university student in China. *Journal of Small Bussiness and Enterprise Development*, 15(4), 752-774.

Zellweger, T., Sieger, P., & Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 521–536.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.04.001>.

Zikmund, W.G., Babin, B.J., Carr, J.C., & Griffin, M. (2010). *Business Research Methods*, 8th edition. Australia: South-Western Cengage Learning.

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O. & Shulman, J. M. (2009), "A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges", *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.