

Hakcipta © tesis ini adalah milik pengarang dan/atau pemilik hakcipta lain. Salinan boleh dimuat turun untuk kegunaan penyelidikan bukan komersil ataupun pembelajaran individu tanpa kebenaran terlebih dahulu ataupun caj. Tesis ini tidak boleh dihasilkan semula ataupun dipetik secara menyeluruh tanpa memperolehi kebenaran bertulis daripada pemilik hakcipta. Kandungannya tidak boleh diubah dalam format lain tanpa kebenaran rasmi pemilik hakcipta.



**KEUSAHAWANAN ISLAM DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA KEDAH**



MUHAMMAD FAHMI BIN ZULKIFLI

SARJANA SAINS (PENGURUSAN)

UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

DISEMBER 2016

**KEUSAHAWANAN ISLAM DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITI UTARA
MALAYSIA KEDAH**



Oleh

MUHAMMAD FAHMI BIN ZULKIFLI

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



**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)

MUHAMMAD FAHMI BIN ZULKIFLI (817752)

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)

KEUSAHAWANAN ISLAM DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITI UTARA MALAYSIA KEDAH

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 Pertama : **DR. SITI NORASYIKIN BINTI ABDUL HAMID**
(Name of 1st Supervisor)

Tandatangan : _____
(Signature)

Tarikh : **21 DISEMBER 2016**
(Date)

KEBENARAN MERUJUK

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

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

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

ABSTRACT

Entrepreneurship is a major contributor to the Malaysian economy. Efforts to introduce entrepreneurship programs in higher institutional level have done since 2007. It aims to encourage students or graduates to become entrepreneurs. This is because the country's economy towards an industrialized nation by the year 2020. In addition, entrepreneurial activity can prevent students from unemployed after they have graduated. Islamic entrepreneurship needs to be applied in the community, especially students because the majority of people in this country are Muslim moreover Islam is official religion in Malaysia. There are several factors that encourage students to venture into business at the university level. Accordingly, the aim of this study was to identify factors that influence North University of Malaysia (UUM) Kedah towards Islamic entrepreneurial venture. Studies performed on Muslim students of UUM. A total of 313 students have been involved with this study. This study used quantitative methods, the use of primary resources by distributing a questionnaire to the respondents to gather their data. The data were analyzed using Statistical Package for Social Science (SPSS version 22.0). Findings of the study found that attitude, idol, social, religious and entrepreneurship education has a positive relationship with the Islamic entrepreneurship. In conclusion, the results showed that students UUM agreed attitude, idol, social, religious and entrepreneurship education is contribute to the impact on their propensity for Islamic entrepreneurship.

Keywords: Islamic Entrepreneurship, attitude, idol, social, religious and entrepreneurship education.

ABSTRAK

Keusahawanan merupakan penyumbang utama kepada ekonomi Malaysia. Usaha untuk memperkenalkan program keusahawanan di peringkat institusi tinggi telah dilaksanakan sejak 2007 lagi. Ia bertujuan untuk menggalakkan mahasiswa atau bakal graduan menceburi bidang keusahawanan. Ini kerana ekonomi negara menuju ke arah negara perindustrian menjelang tahun 2020. Disamping itu, aktiviti keusahawanan dapat mengelak mahasiswa daripada menganggur setelah mereka tamat pengajian kelak. Keusahawanan Islam perlu diterapkan di kalangan masyarakat terutamanya mahasiswa kerana majoriti masyarakat di negara ini adalah beragama Islam malahan agama rasmi negara Malaysia adalah agama Islam. Terdapat beberapa faktor yang mendorong para mahasiswa menceburi bidang perniagaan di peringkat universiti. Sehubungan itu, tujuan kajian ini dijalankan adalah untuk mengenalpasti faktor-faktor kecenderungan mahasiswa Universiti Utara Malaysia Kedah (UUM) menceburi keusahawanan Islam. Kajian dilakukan keatas mahasiswa UUM yag beragama Islam. Seramai 313 mahasiswa terlibat dengan kajian ini. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif, iaitu menggunakan sumber primer dengan mengedarkan soalan kaji selidik kepada responden untuk mengumpul data mereka. Data ini dianalisis menggunakan perisian *Statistical Package for Social Science* (SPSS Versi 22.0). Hasil kajan mendapati sikap, idola, sosial, agama dan pendidikan keusahawanan mempunyai hubungan positif dengan keusahawanan Islam. Kesimpulannya, hasil kajian menunjukkan bahawa mahasiswa UUM bersetuju sikap, idola, sosial, agama dan pendidikan keusahawanan menyumbang kepada kesan terhadap kecenderungan mereka untuk menceburi bidang keusahawanan Islam.

Kata Kunci: Keusahawanan Islam, sikap, idola, sosial, agama dan pendidikan keusahawanan.

PENGHARGAAN

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

Terlebih dahulu saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada penyelia yang saya hormati iaitu Dr. Siti Norasyikin binti Hj. Abdul Hamid yang sentiasa bersedia memberi bimbingan, tunjuk ajar, teguran dan nasihat yang membina sepanjang saya menyempurnakan tugas ini.

Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada majikan saya, Dr. Goh Pik Pin, Pengarah, Pusat Penyelidikan Klinikal Kebangsaan dan Ketua Bahagian, En. Thirunavukarasu kerana sentiasa memberi sokongan kepada saya untuk menamatkan Pngajian saya dalam Sarjana Sains Pengurusan.

Tidak ketinggalan juga ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada ibu saya iaitu Puan Fatimah Binti Hj. Ahmad @ Mat, serta semua ahli keluarga, rakan-rakan dan juga kepada orang perseorangan yang turut membantu secara langsung mahupun tidak langsung dalam menjayakan penulisan ini. Sekali lagi saya panjatkan doa kesyukuran ke hadrat Ilahi, agar segala usaha yang disumbangkan mendapat keberkatan dari Allah S.W.T di dunia dan akhirat.

Sekian,terima kasih.

Universiti Utara Malaysia

ISI KANDUNGAN

KEMENARAN MERUJUK.....	ii
PENGHARGAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
ISI KANDUNGAN.....	vi
SENARAI JADUAL.....	vii

BAB 1 : PENGENALAN

1.1 Pengenalan.....	1
1.2 Penyataan Masalah.....	4
1.3 Persoalan Kajian.....	7
1.4 Objektif Kajian.....	7
1.5 Kepentingan Kajian.....	8
1.6 Skop Kajian.....	9
1.7 Limitasi.....	9
1.8 Pengorganisasian Tesis.....	10

BAB 2 : SOROTAN KARYA

2.1 Pengenalan.....	11
2.2 Keusahawanan Islam.....	11
2.2.1 Kecenderungan Keusahawanan Islam.....	14
2.3 Sikap.....	15
2.3.1 Sikap dan keusahawanan Islam.....	16
2.4 Idola.....	17
2.4.1 Idola dan keusahawanan Islam.....	18
2.5 Sosial.....	19
2.5.1 Sosial dan keusahawanan Islam.....	20
2.6 Agama.....	21

2.6.1 Agama dan keusahawanan Islam.....	21
2.7 Pendidikan Keusahawanan.....	23
2.7.1 Pendidikan keusahawanan dan keusahawanan Islam.....	24
2.8 Teori Perlakuan Terancang (TPB).....	24
2.9 Teori Model Ikutan.....	25
2.10 Rumusan.....	26

BAB 3 : METODOLOGI KAJIAN

3.1 Pengenalan.....	28
3.2 Rangkakerja Kajian.....	28
3.3 Rekabentuk Kajian.....	29
3.4 Item Pengukuran.....	29
3.5 Populasi Dan Sampel Kajian.....	32
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	32
3.7 Anilisis Kajian	32
3.8 Rumusan	33

BAB 4: DAPATAN KAJIAN

4.1 Pengenalan.....	34
4.2 Kadar Maklum Balas.....	34
4.3 Ujian Kekerapan - Demografi.....	35
4.3.1 Analisa jantina.....	35
4.3.2 Analisa umur responden.....	36
4.3.3 Analisa program pengajian.....	36
4.3.4 Analisa terlibat keusahawanan.....	37
4.4 Ujian Statistik Penjelasan (<i>Descriptive Statistics Test</i>).....	37
4.5 Ujian Kebolehppercayaan (<i>Reliability Test</i>).....	38
4.6 Ujian Korelasi.....	40
4.7 Ujian Regresi.....	43
4.8 Rumusan.....	44

BAB 5: PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN

5.1 Pengenalan.....	45
5.2 Perbincangan.....	45
5.2.1 Hubungan antara sikap dengan keusahawanan Islam.....	45
5.2.2 Hubungan antara idola dengan keusahawanan Islam.....	46
5.2.3 Hubungan antara sosial dengan keusahawanan Islam.....	47
5.2.4 Hubungan antara agama dengan keusahawanan Islam.....	48
5.2.5 Hubungan antara pendidikan keusahawanan dengan keusahawanan Islam.....	48
5.3 Rumusan Dapatan Kajian.....	49
5.4 Implikasi Kajian.....	50
5.5 Batasan Dan Cadangan Penyelidikan Masa Hadapan.....	51
5.6 Kesimpulan.....	52

RUJUKAN

54

LAMPIRAN

Soalan Kaji Selidik.....	57
--------------------------	----



SENARAI JADUAL

Jadual		Muka Surat
3.1	Senarai item pengukuran	30
4.1	Jantina	35
4.2	Umur	36
4.3	Program pengajian	36
4.4	Terlibat keusahawanan	37
4.5	Statistik Penjelasan (<i>Descriptive Statistics</i>)	37
4.6	Peraturan Nilai Pekali Alfa Cronbach	39
4.7	Ujian Kebolehppercayaan (<i>Reliability Test</i>)	40
4.8	Huraian Pekali Korelasi	40
4.9	Korelasi	41
4.10	Model Rumusan	42
4.11	ANOVA ^a	43
4.12	Pekali Regresi	43
5.1	Rumusan Hasil Hipotesis Kajian	49

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pengenalan.

Keusahawanan merupakan penyumbang utama kepada ekonomi negara. Datuk Jamal Mohd. Amin, Setiausaha Kehormat Dewan Perniagaan Melayu Malaysia Putrajaya (DPMM Putrajaya) yang merasmikan Program Orientasi Keusahawanan Kanak-kanak Malaysia (MyCEO) berkata, program ini sejajar dengan agenda nasional dalam mentransformasikan ekonomi agar Malaysia menjadi sebuah negara berpendapatan tinggi menjelang tahun 2020 (Utusan Malaysia, 25 Ogos 2015). Ia memandangkan Malaysia bakal menuju kearah negara perindustrian menjelang 2020 yang membawa kepada perkembangan perniagaan yang pesat dan penting. Keusahawanan juga menjadi bidang amat penting bagi sesebuah negara bagi menghakis budaya makan gaji dan pengangguran dalam kalangan rakyatnya (Berita Harian, 20 Mei 2016). Seperti Malaysia, negara Bangladesh juga menyedari keusahawanan adalah langkah terbaik dalam meningkatkan ekonomi negara mereka sekali gus mengubah sosial masyarakatnya keluar dari kemiskinan. Kajian sebuah universiti di Bangladesh mendapati pendidikan keusahawanan kepada generasi muda sangat penting dalam memotivasikan mereka ke arah kerjaya sebagai usahawan bagi memastikan pembangunan ekonomi berterusan, disamping merubah kehidupan mereka yang serba kekurangan dan miskin (Taskina, 2014).

Keusahawanan sebenarnya sudah lama bersemi dalam masyarakat Islam. Mengambil contoh kehidupan Rasulullah S.A.W dan isterinya Siti Khadijah merupakan saudagar ulung pada zaman Baginda. Sabda Rasulullah, berniaga merupakan sembilan daripada sepuluh sumber rezeki (Riwayat at-Thirmidhi). Akan tetapi, budaya keusahawanan lebih dipelopori oleh masyarakat bukan Islam di Malaysia. Pelbagai persepsi yang telah dibuat mengenai isu ini tetapi tidak mempunyai bukti yang dapat mengesahkannya. Sebilangan kecil masyarakat Islam yang menceburi bidang keusahawanan, ada juga yang tidak berjaya mengembangkan syarikat mereka dan ada juga yang gagal dalam perniagaan. Laporan Perhimpunan Usahawan Bumiputera (2013) melaporkan pemilikan korporat bumiputera meningkat dari dua peratus pada 1970 kepada 23.09 peratus pada 2010, iaitu peningkatan sebanyak 10 kali ganda dalam tempoh tersebut. Namun begitu, peratusan ini belum mencapai sasaran kerajaan yang mensasarkan 30 peratus pegangan ikuiti bumiputera. Tambahan pula masalah pengangguran di Malaysia masih lagi menjadi agenda penting dalam mencapai negara maju. Menteri Pendidikan Tinggi, Dato Seri Idris Jusoh membentangkan dalam parlimen menyatakan seramai 54, 867 atau 23.9 peratus daripada 228,568 graduan institusi pengajian tinggi tidak bekerja dalam tempoh tiga bulan sebelum konvokesyen bagi tahun 2015 (Utusan Malaysia, 18 Mac 2016). Oleh itu, keusahawanan perlu diberi penekanan dan pendedahan kepada masyarakat dengan pendekatan terbaik seperti melalui pendidikan. Peringkat universiti dikatakan peringkat yang sesuai untuk menerapkan pendidikan keusahawanan kerana mahasiswa akan menentukan hala tuju kerjaya mereka pada masa hadapan tambahan pula mereka adalah waris generasi yang akan meneruskan kelangsungan ekonomi negara. Kesedaran akan kepentingan keusahawanan ini mendorong kerajaan terutama Kementerian Pengajian Tinggi (KPT) mewajibkan kursus keusahawanan sebagai subjek wajib di universiti awam sejak 2007 (Berita Harian, 20 Mei 2016).

Universiti Utara Malaysia (UUM) antara universiti di Malaysia yang memperkenalkan program keusahawanan sebagai pilihan kepada mahasiswa. UUM menyediakan fasiliti dan merencanakan pelbagai aktiviti keusahawanan dalam kampus bagi memberi peluang dan pendedahan kepada mahasiswa untuk berniaga. Perkara ini seiring dengan mahasiswa masa kini yang banyak menjalani perniagaan sendiri bagi menampung kewangan mereka. Memandangkan pemacuan ekonomi yang sederhana memberi tekanan kepada perniagaan masa kini dan peluang pekerjaan yang terhad kepada bakal graduan nanti, pihak universiti bersama kerajaan menyediakan program-program dan pelan pembangunan keusahawanan kepada mahasiswa supaya mereka tidak menganggur apabila tamat pengajian nanti. Usaha seperti Pertandingan Simulasi Perniagaan Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) yang dianjurkan oleh Kementerian Pengajian Tinggi (KPT) dengan kerjasama Institut Pembangunan Keusahawanan dan Koperasi (CEDI), Universiti Utara Malaysia. Pengarah Eksekutif CEDI, Prof. Hassan Ali berkata, pertandingan ini mampu memperkembangkan daya keusahawanan dan semangat daya saing dalam kalangan mahasiswa. Beliau turut menambah pertandingan ini akan menjadi platform kepada mahasiswa merasai suasana bekerja sebenar melalui pengurusan perniagaan di samping meningkatkan tahap kesedaran menjadikan bidang keusahawanan sebagai kerjaya pilihan utama (Utusan Malaysia, 16 Januari 2013). Sebagai sebuah negara yang majoriti masyarakat beragama Islam, bidang keusahawanan juga perlu dilihat dalam perspektif Islam. Ini memandangkan aktiviti keusahawanan lebih dipelopori oleh masyarakat bukan Islam di Malaysia. Oleh sebab itu, masyarakat umumnya akan terdedah dengan konsep perniagaan konvensional berbanding Islamik. Dengan adanya aktiviti kesedaran atau pendidikan keusahawanan yang menfokuskan konsep keusahawanan Islam akan menambah pemahaman kepada masyarakat atau mahasiswa khususnya dalam perkara ini. Menyedari hal ini, antara usaha yang dilakukan oleh Majlis

Perwakilan Pelajar, UUM bersama GAT Management Sdn. Bhd. ialah mengadakan Karnival Islam dan Keusahawanan Universiti Utara Malaysia. Program ini diadakan bagi memberi pendedahan dan peluang kepada mahasiswa mengasah bakat keusahawanan mereka (Utusan Malaysia, 23 Mei 2016). Sehubungan itu, keusahawanan Islam menjadi perkara penting kepada Universiti Utara Malaysia dalam melahirkan usahawan mahasiswa yang berjaya seiring dengan prinsip Islam.

1.2 Penyataan Masalah.

Kajian sebelum ini telah mengkaji tentang kecenderungan terhadap keusahawanan di kalangan mahasiswa universiti awam (UUM) dan universiti swasta (KUIN). Adelaja (2015) membuat kajian mengenai 'faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan keusahawanan: kajian perbandingan antara universiti awam (UUM) dan swasta (KUIN) di utara Malaysia mendapati bahawa, tidak ada perbezaan yang signifikan antara universiti awam (UUM) dan swasta (KUIN). Kajian turut mendapati faktor pendidikan sangat penting bagi kedua-dua buah universiti, manakala sokongan agama tidak menjadi faktor kepada kedua buah universiti ini dan sokongan keluarga pula secara statistiknya signifikan kepada pelajar universiti awam (UUM) tetapi tidak bagi pelajar universiti swasta (KUIN). Namun begitu, kajian ini seperti kajian-kajian lepas yang serupa (Mohamad, 2015; Lukas, 2014; Affendi, 2014; Mahmoud dan Farrah, 2014; Lee et al, 2012; Linan dan Chen, 2009) yang lebih terarah kepada kecenderungan keusahawanan. Sehubungan itu, kajian ini menfokuskan kepada keusahawanan Islam berikutan majoriti mahasiswa UUM beragama Islam.

Keusahawanan tidak akan wujud dari usaha yang kecil dalam diri seseorang. Ia akan wujud atas sikap semulajadi seseorang itu yang menjadi sebahagian personalitinya. Kajian dari Greenbank dan Handerson (2000) mendapati bahawa persepsi, nilai dan minat mahasiswa akan menjadi faktor utama dalam pemilihan kerjaya mereka. Ia berdasarkan teori perlakuan terancang (TPB) yang popular untuk mengkaji perlakuan dan kecenderungan seseorang. Kajian lepas kebanyakan mendapati sikap individu mempunyai hubungan terhadap keusahawanan. Khan, Ahmed, Nawaz dan Ramzan (2011) dalam kajian mereka mendapati pelajar perempuan kurang semangat keusahawanan, tetapi tanpa perbezaan jantina, kedua-duanya sependapat mengenai sikap keusahawanan. Sikap boleh berdasarkan ciri personaliti dan ciri demografik, malah boleh dibentuk dengan didikan (Ahmed, Nawaz, Ahmad, Shaukat, Usman, Rehman & Ahmed, 2010). Sikap terhadap keusahawanan dan kemahuan sendiri menjadi faktor-faktor signifikan dalam mempengaruhi niat keusahawanan dan juga mengenalpasti kejayaan usahawan (De Noble, Jung dan Ehrlich, 1999).

Idola menjadi penyumbang kepada kecenderungan mahasiswa UUM untuk memilih keusahawanan. Berdasarkan teori model ikutan (*Tracking Model*), ia berlaku apabila gelagat sosial diperhatikan, dipelajari dan diamalkan secara tidak langsung melalui contoh dan ia lebih berpengaruh daripada pengalaman secara langsung (Suhaili dan Azlan, 2006). Tekanan daripada keluarga, rakan sebaya, dan masyarakat sekeliling juga akan mengubah sikap seseorang terhadap sesuatu pendirian. Namun begitu, sesetengah kajian yang lalu mendapati norma subjektif atau norma sosial tidak signifikan dalam menentukan niat keusahawanan (Reitan, 1997; Krueger et al., 2000; Autio et al., 2001; Linan, 2004; Linan dan Chen, 2009), tetapi sesetengahnya mendapati norma subjektif signifikan (Kolvereid, 1996; Kolvereid dan Tkachev, 1999; Kolvereid dan Isaksen, 2006; Yordanova dan Tarrazon, 2010).

Bagi umat Islam, mereka percaya agama menuntut umatnya mencari pendapatan yang diberkati. Rasulullah bersabda bahawa sembilan daripada 10 punca rezeki adalah daripada perniagaan. Mahasiswa UUM yang berpegang teguh pada ajaran agama percaya bahawa melakukan perniagaan bukan sekadar mencari keuntungan malah perlu ada keberkatan hasil dari perniagaan mereka. Sebelum ini, Audretsch, Boente dan Tamvada (2007) menyatakan bahawa agama dan keusahawanan mempunyai hubungan yang renggang. Tetapi ulama pada era Adam Smith dan Max Weber membangkang bahawa agama berperanan penting dalam membentuk pembangunan ekonomi. Kajian oleh (Barro, Robert, Rachel dan McCleary, 2003) yang bertajuk "*Religious and Economic Growth Across Countries*" turut menjadikan agama sebagai pemboleh ubah bebas, tetapi mereka menggunakan sumber kedua berbanding kajian masa kini yang menggunakan sumber primer (Adelaja, 2015).

Selain itu pendidikan keusahawanan dapat merangsang mahasiswa untuk berniaga. Ini kerana dengan berlatar belakangkan pendidikan keusahawanan, mahasiswa akan lebih yakin untuk mencuba sesuatu pengetahuan itu. Kajian lepas dari Peterman et al (2003) sebelum ini pernah menyatakan walaupun pengkaji mengakuiimpak positif daripada pendidikan keusahawanan, tetapi kurang penelitian kajian pada kesannya. Dalam kajian Pittaway dan Cope (2007) didapati bahawa pendidikan keusahawanan dan hasilnya masih dibawah penelitian. Fayolle (2006) turut sependapat menyatakan masih kurangnya hasil kajian mengenai pendidikan keusahawanan. Oleh itu, sikap, idola, sosial agama dan pendidikan keusahawanan perlu diberi perhatian terhadap hubungan keusahawanan Islam.

1.3 Persoalan kajian.

Berdasarkan latar belakang kajian dan pernyataan masalah, beberapa persoalan dapat diterbitkan. Dalam kajian ini, pengkaji ingin mengetahui:

- 1) Adakah sikap mempunyai hubungan keusahawanan Islam,
- 2) Adakah idola mempunyai hubungan keusahawanan Islam,
- 3) Adakah sosial mempunyai hubungan keusahawanan Islam,
- 4) Adakah agama mempunyai hubungan keusahawanan Islam,
- 5) Adakah pendidikan keusahawanan mempunyai hubungan keusahawanan Islam.

1.4 Objektif Kajian.

Objektif kajian ini adalah seperti berikut:

1. Mengkaji hubungan sikap terhadap keusahawanan Islam.
2. Mengkaji hubungan idola terhadap keusahawanan Islam.
3. Mengkaji hubungan sosial terhadap keusahawanan Islam.
4. Mengkaji hubungan agama terhadap keusahawanan Islam.
5. Mengkaji hubungan pendidikan keusahawanan terhadap keusahawanan Islam.

1.5 Kepentingan Kajian.

Masalah pengangguran menjadi isu utama di negara ini kerana Malaysia sekarang ini dalam usaha untuk mencapai matlamat negara maju, wawasan 2020. Pengarah Eksekutif Persekutuan Majikan-Majikan Malaysia (MEF), Datuk Shamsudin Bardan sebelum ini menyatakan lebih 200,000 siswazah berijazah institusi pengajian tinggi (IPT) di negara ini masih gagal mendapat pekerjaan walaupun sudah dua tahun tamat pengajian mereka. Ini menunjukkan para graduan lebih berminat untuk bekerja makan gaji daripada menjadi usahawan. Beliau menambah pelajar seharusnya mampu berdikari dengan ilmu keusahawanan yang telah dipelajari di universiti daripada bergantung kepada kerajaan atau orang lain untuk memberi pekerjaan (Berita harian, 20 Mei 2016). Oleh itu, keusahawanan Islam perlu diberi tumpuan terutama diperingkat universiti dalam memastikan para pelajar memilih kerjaya sebagai usahawan. Kajian ini adalah lanjutan kepada kajian kecenderungan keusahawanan ke atas mahasiswa UUM yang dikaji oleh Adelaja (2015) tetapi kajian ini berbeza dari yang lepas yang menekankan kepada kecenderungan keusahawanan Islam dan lebih menumpu kepada mahasiswa UUM Kedah sahaja. Kajian ini akan membantu UUM dan institusi pendidikan di Malaysia mendapatkan maklumat tentang kepentingan keusahawanan Islam di kalangan mahasiswa dalam proses melahirkan usahawan mahasiswa muslim yang berjaya setelah mereka tamat pengajian kelak. Kajian ini juga dapat membantu industri halal di Malaysia dalam mendapatkan sumber tenaga mahir malahan khidmat nasihat berkenaan keusahawanan Islam dalam memastikan perniagaan mereka berjaya dan seiring dengan perspektif Islam.

1.6 Skop Kajian.

Skop kajian ini memfokuskan mahasiswa Universiti Utara Malaysia Kedah sahaja tidak termasuk kampus di Kuala Lumpur. Kajian ini juga dilakukan ke atas mahasiswa yang beragama Islam sahaja supaya bersesuaian dengan tajuk kajian. Tambahan pula, kajian ini melibatkan mahasiswa dari pelbagai jurusan termasuk mahasiswa dari jurusan sarjana muda, sarjana dan kedoktoran. Mahasiswa jurusan diploma tidak terlibat kerana UUM tidak menawarkan program diploma.

1.7 Limitasi.

Kajian ini hanya melibatkan mahasiswa beragama Islam sahaja dan melibatkan mahasiswa di Universiti Utara Malaysia (UUM) Kedah, tidak melibatkan UUM Kuala Lumpur dan institusi pengajian awam (IPTA) atau swasta (IPTS) yang lain. Sehubungan itu, hasil yang diperolehi akan mempengaruhi keputusan kajian ini nanti, malah mungkin akan berbeza dengan kajian terdahulu atau kajian yang dijalankan keatas IPTA dan IPTS yang lain. Disamping itu, batasan masa juga menghadkan pengkaji untuk membuat kajian lebih menyeluruh berkenaan kusahawanan Islam di kalangan mahasiswa UUM. Disamping itu juga, kewangan yang terhad juga menyebabkan pengkaji lebih menumpukan skop yang kecil yang sesuai dengan peruntukan yang ada.

1.8 Pengorganisasian Tesis.

Turutan kajian ini bermula dengan Bab 1 iaitu pengenalan, yang menerangkan tentang aktiviti keusahawanan, kepentingannya kepada ekonomi negara dan kepentingan pendidikan keusahawanan di peringkat universiti untuk memupuk keusahawanan Islam. Bab 1 juga akan membincangkan pernyataan masalah, persoalan, objektif, skop kajian dan limitasi kajian. Dalam Bab 2, ia membincangkan mengenai sorotan karya yang lepas mengenai pemboleh ubah bebas yang mempunyai hubungan dengan pemboleh ubah bersandar. Bab 2 juga akan membincangkan definisi bagi setiap pemboleh ubah yang digunakan bagi tujuan pemahaman kajian. Bab 3 menerangkan metodologi kajian yang akan digunakan dalam kajian ini untuk mendapatkan maklumat responden, membentuk data untuk dianalisis, dan jenis ujian analisis yang akan digunakan untuk mendapatkan hasil kajian. Bab 4 akan menerangkan hasil ujian analisis yang diperolehi itu berdasarkan perbincangan dalam bab-bab sebelum ini. Bab 5 adalah bab terakhir iaitu kesimpulan kajian dan menceritakan hasil kajian keseluruhannya.

BAB 2

SOROTAN KARYA

2.1 Pengenalan.

Bab ini menceritakan sorotan karya terdahulu yang menceritakan secara panjang lebar tentang definisi, teori dan hasil kajian mereka. Hasil kajian lepas akan berhubung kait dengan hipotesis kajian yang akan dijalankan ini. Dalam kajian ini terdapat lima (5) pemboleh ubah bebas seperti sikap, idola, sosial, agama dan pendidikan keusahawanan serta pemboleh ubah bersandar iaitu keusahawanan Islam. Bab ini turut membincangkan teori-teori berkaitan yang digunakan bagi menyokong pemboleh ubah-pemboleh ubah yang diguna pakai dalam kajian ini.

2.2 Keusahawanan Islam.

Usahawan merupakan pemacu kepada pertumbuhan ekonomi negara. Berdasarkan Kayed (2006) terma usahawan mula wujud dalam penulisan Richard Catillon pada 1730 apabila beliau menggunakan terma ini untuk menerangkan risiko yang berkaitan dengan keputusan perniagaan berikutan ketidakpastian pasaran. Kemudian, Say (1818) mendefinisikan usahawan sebagai agen yang menggabungkan segala bentuk produksi dan menggunakan pengetahuan baharu serta kepakaran untuk menambah nilai kepada produk atau idea asal. Dalam kajian Vargas-Hernandez (2010) dalam gelagat usahawan di negara-negara Muslim, mencadangkan definisi keusahawanan lebih terkini dari Hulapo (2007), "Keusahawanan ialah pengiktirafan dan manfaat peluang tanpa

bergantung kepada sumber yang kita kawal sekarang, dengan keyakinan boleh berjaya, dengan fleksibiliti untuk berubah haluan sekiranya perlu, dan dengan kemahuan untuk bangkit semula dari ketinggalan”.Kajian mencadangkan keusahawanan adalah kunci utama kepada pertumbuhan dan pembangunan. Lazear (2002) dalam kajian beliau menyimpulkan bahawa usahawan adalah penggerak utama kepada ekonomi zaman moden ini. Terdapat beberapa kajian sebelum ini yang mengkaji tentang agama Islam dan kesannya terhadap keusahawanan. Sebagai contoh dalam kajian Weber telah membahas bahawa Islam dengan takdir, etika pahlawan dan kecenderungan duniawi yang lain tidak sesuai dengan era moden dan pemerintahan masa kini. Sebagai contoh, dalam satu kenyataan yang seringkali dipetik beliau, Lerner (1964) merujuk kepada pemodenan Turki dan Timur Tengah, beliau berhujah bahawa umat Islam terpaksa memilih samada “Mekah atau Mekanisasi” yang bererti nilai-nilai Islam tidak serasi dengan ekonomi kapitalis moden. Lerner seolah-olah mencadangkan supaya umat Islam mengabaikan Islam atau terima kemunduran. Kuran (2007) menyatakan dunia Islam terperangkap dalam keadaan kemunduran, kurang kreativiti, menghindari risiko berlebihan, anti inovasi, yang dilihat sebagai punca kepada kelemahan ekonomi. Adas (2006) mendakwa usahawan Islam amat prihatin tentang stigma yang dikaitkan dengan Islam sebagai agama yang menyekat pembangunan ekonomi. Mereka berhujah bahawa Islam adalah stereotaip kerana Barat salah faham mengenai Islam. Bagi mereka, golongan elit Barat dan Barat tersalah anggap Islam sebagai tindak balas sinkronik terhadap keadaan sosial yang wujud dalam masyarakat Islam. Tambahan pula, beliau menyatakan, “Orang-orang yang mendakwa bahawa Islam tidak menyokong pembangunan ekonomi dan keusahawanan itu kerana mereka tidak tahu apa-apa tentang Islam. Sekiranya Nabi Muhammad S.A.W. masih hidup, kad perniagaan baginda akan tertulis pengeksport dan pengimport”(Adas, 2006).

Yousef (2000) dalam kajiannya berpendapat bahawa penglibatan dalam aktiviti ekonomi adalah satu kewajiba bagi umat Islam. Kriger dan Seng (2005) membuat kesimpulan bahawa usahawan-usahawan percaya dengan Islam yang mengajar nilai kerja ekstrinsik sebagai nilai-nilai yang seiring dengan ajaran Islam. Mereka menjangkakan para usahawan ini akan melihat aspek kerja ekstrinsik secara positif kerana bagi umat Islam, kehidupan ekonomi itu dilihat sebagai jalan menuju akhirat, dimana kemakmuran hidup bererti kehidupan yang baik. Menurut Yousef (2000) lagi, ajaran Islam mencadangkan hubungan yang positif antara Islam dan nilai-nilai kerja intrinsik. Sebagai pendekatan kerja penganut Islam, mereka melihat aspek kerja intrinsik, iaitu kerja yang menarik atau kerja yang berguna kepada masyarakat dan lain-lain ini suatu yang positif, kerja yang dianggap sebagai sumber kemerdekaan atau cara memupuk perkembangan individu dan kaum, kehormatan diri, kepuasan diri dan memenuhi kehendak diri. Perkara ini bersesuaian dengan ayat Al-Quran berikut:

“Dan tuntutlah dengan harta kekayaan yang telah dikurniakan Allah kepadamu akan pahala dan kebahagiaan hari akhirat dan janganlah engkau melupakan bahagianmu (keperluan dan bekalanmu) dari dunia; dan berbuat baiklah (kepada hamba-hamba Allah) sebagaimana Allah berbuat baik kepadamu (dengan pemberian nikmat-Nya yang melimpah-limpah); dan janganlah kamu melakukan kerosakan di muka bumi; sesungguhnya Allah tidak suka kepada orang yang melakukan kerosakan” (Al-Quran 28:77)

Islam amat menitik berat hubungan sesama makhluk dalam amalan seharian, terutama dalam urusan perniagaan. Usahawan berteraskan prinsip Islam harus mengambil kira keuntungan penjual dan pembeli, mampu mengembangkan ekonomi sosial dan masyarakat, jujur dalam berniaga dan tidak menyebabkan kerosakan kepada bumi ciptaan Tuhan. Wafica Ali Ghoul menambah sikap usahawan Muslim adalah seperti berikut: “ menghormati nilai asas syariat Islam, dimana mengimbangi minat sosial dan individu. Nilai-nilai initermasuk kesaksamaan,

tidak mengeksploitasi orang miskin, tanggungjawab moral, amanah, dan pemilikan dalam pengurusan kewangan(Dana, 2010). Allah telah berfirman dalam Al-Quran:

“ Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu makan atau mengambil riba dengan berlipat-lipat ganda, dan hendaklah kamu bertaqwa kepada Allah supaya kamu berjaya.” (Al-Quran 3:130)

“ Orang-orang yang memakan (mengambil) riba itu tidak dapat berdiri betul melainkan seperti dirasuk syaitan dengan terhuyung-hayang kerana sentuhan (syaitan) itu. Yang demikian ialah disebabkan mereka mengatakan: “Bahawa sesungguhnya berniaga itu sama sahaja seperti riba”. Padahal Allah telah menghalalkan berjual beli (berniaga) dan mengharamkan riba”...(Al-Quran 2:275)

2.2.1 Kecenderungan keusahawanan Islam.

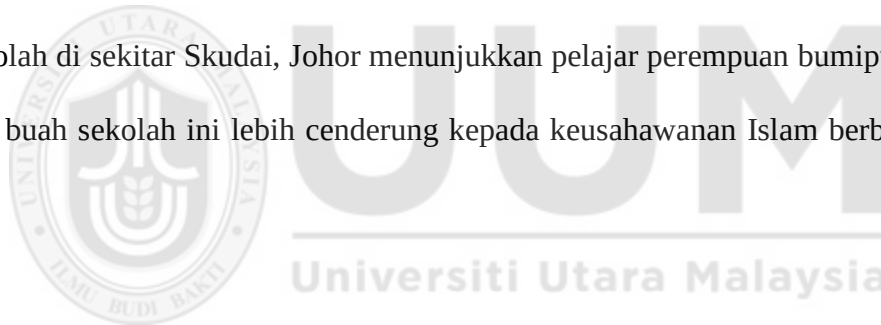
Kecenderungan ditakrifkan dalam kamus Dewan Bahasa Dan Pustaka edisi ke-4 sebagai kesukaan (contohnya keinginan, kemahuan), kecondongan (bukan bakat, tetapi seperti gerak hati). Kecenderungan seseorang itu dipengaruhi oleh pelbagai faktor dan persekitaran, seperti contoh anak yang melihat bapanya bekerja sebagai guru akan cenderung untuk bercita-cita menjadi guru seperti bapanya juga. Kecenderungan ini boleh dipupuk dan disemai. Bagi kalangan mahasiswa, kecenderungan untuk menjadi usahawan yang menepati syariat Islam boleh dipupuk di peringkat universiti. Ini kerana para mahasiswa masa kini lebih cenderung untuk berniaga di kampus bagi menampung kos pembelajaran mereka. Kajian sebelum ini telah membawa klasifikasi menarik tentang jenis keusahawanan dalam Islam. Pertama, Adas mencadangkan asnaf atau peniaga tradisional, dimana sangat alim kepada agama dan mengelak daripada institusi kapitalis moden. Dia tidak melihat bahawa Islam mengajar kepada keharmonian dan keseimbangan dalam kehidupan dan tersalah anggap nikmat dunia yang lebih duniawi. Oleh sebab kepercayaan itu, dia tidak boleh mengumpul modal yang besar (Lukas,

2014). Dia bermoral dan benar, tetapi tidak mempunyai semangat keusahawanan yang wujud dalam Islam yang sebenar. Jenis kedua ialah *Homo-economicus*, iaitu rasional, berkira, memaksimumkan diri, ahli perniagaan utiliti. Jenis ini dikatakan mempunyai apa-apa moral selain dari ketamakkannya, materialisme, egoisme dan cintakan kekayaan demi kekayaan (Yarar, 1994). Dia tidak seperti asnaf, tidak bermoral dan tidak beretika tetapi semangat keusahawanannya tinggi. Yarar (1999) mencadangkan alternatif kepada kedua-dua jenis ini, *Homo-Islamicus*. Tidak seperti *Homo-economicus* dan asnaf, *Homo-Islamicus* dikatakan gabungan kedua-dua jenis usahawan itu, yang lebih bermoral dan bersemangat keusahawanan tinggi. Peniaga jenis ini merupakan personaliti Islam yang mentakrifkan kewujudannya dengan menggabungkan kehidupan peribadi dan awam serta aktiviti keagamaan dan ekonomi melalui nilai etika dan norma Islam (Adas, 2006). Beliau dilihat sebagai model contoh dan persona dunia Islam ideal yang akan membawa pembangunan ekonomi dan teknologi yang tulen kepada masyarakat, sementara berlaku adil terhadap orang lain seperti yang dituntut oleh agama.

2.3 Sikap.

Azjen dan Fishbein (2000) berpendapat bahawa sikap merujuk kepada perasaan seseorang terhadap sesuatu kemahuan. Mahasiswa akan menunjukkan reaksi yang positif atau negatif apabila dia mahu lakukan sesuatu perkara itu atau perkara yang dia hendak lakukan. Davis (2013) menyatakan bahawa sikap atau tingkah laku usahawan Islam begitu kompleks. Terdapat 2 sumber rujukan umat Islam yang mempengaruhi asas pemikiran mereka iaitu sumber dari Al-quran (Al-kitab) dan sumber dari As-sunnah (amalan Rasulullah S.A.W.). Kitab Al-quran adalah lebih dari sekadar panduan kepada seorang muslim yang taat pada perintah Allah. Mereka

menjalani kehidupan mereka seperti mana disyriatkan oleh Allah kepada hamba-Nya. Usahawan muslim yang patuh pada perintah Allah akan bertindak mengikut seruan didalam Al-quran, kitab yang mereka yakin dan percaya bahawa ia merupakan perintah langsung dari Allah. Secara ringkasnya, apabila menyebut mengenai sikap, kebanyakan kajian akan melibatkan jantina. Lelaki dan wanita mempunyai atitud yang berbeza mengikut bidang tertentu. Yusof dan Safiah (2010) dalam kajian mereka mendapati pelajar lelaki UUM lebih cenderung terhadap keusahawanan Islam berbanding pelajar perempuan. Sabree (2002) yang melakukan kajian ke atas pelatih Institut Kemahiran Mara (IKM) juga mendapat keputusan sama. Namun begitu, Kirkwood (2007) berpandangan berbeza mengenai lelaki lebih cenderung kepada keusahawanan dan ia boleh diperdebatkan. Dalam kajian lain, Yusof dan Safiah (2010) mendapati hasil kajian tiga buah sekolah di sekitar Skudai, Johor menunjukkan pelajar perempuan bumiputera tingkatan empat di tiga buah sekolah ini lebih cenderung kepada keusahawanan Islam berbanding pelajar lelaki.



2.3.1 Sikap dan keusahawanan Islam.

Dalam kajian Jones *et. al* (2011) mendapati kedua-dua lelaki dan wanita mempunyai impak pengalaman yang positif dalam menunjukkan sikap mereka terhadap kerjaya usahawan. Satu kajian lain juga mempunyai persamaan dalam hasil kajian mereka, Jones & Amanda (2014) yang membuat kajian ke atas pelajar Pembangunan Sukan dan Pengurusan Sukan mendapati mereka berdaya usaha secara semula jadi kerana pengalaman mereka sebelum ini dalam bimbingan dan latihan sepanjang tempoh penglibatan mereka mengikut disiplin sukan masing-masing. Majoriti pelajar menyatakan bahawa mereka tertarik dengan kerjaya keusahawanan

untuk masa depan dalam disiplin yang berkaitan dengan sukan. Ini didorong oleh potensi keusahawanan sebagai pilihan kerjaya dan pilihan alternatif yang terhad.

Hipotesis 1: Sikap mempunyai hubungan terhadap keusahawanan Islam.

2.4 Idola.

Setiap individu itu mempunyai idola mereka sendiri yang mempengaruhi tindakan mereka dalam kehidupan seharian. Idola dapat memberi inspirasi kepada seseorang yang baru menceburi sesuatu bidang itu untuk berjaya seperti idolanya. Sebagai contoh anak menjadikan ibubapa mereka idolanya dan bercita-cita ingin menjadi seperti mereka. Takrifan idola yang dipetik daripada Kamus Dewan Bahasa Dan Pustaka Edisi Keempat mentakrifkan idola sebagai orang yang sangat diminati (dikagumi dsb), tokoh politik, penyanyi, bintang filem dsb; mengidolakan meminati atau mengagumi seseorang atau sesuatu dengan keterlaluan, memuja-muja. Bygrave (2004) dalam kajiannya menekankan bahawa kejayaan seseorang idola dalam bidangnya khususnya dalam bidang perniagaan akan lebih dipercayai dan dicontohi (Mohd, 2015). Dalam kajian Suhaili (2006) mendapati pelajar yang mempunyai latar belakang keluarga berniaga mempunyai kecenderungan dalam berniaga sendiri selari dengan teori model ikutan. Ini menunjukkan bahawa seseorang yang berjaya dalam perniagaannya akan menjadi dorongan dan inspirasi kepada usahawan atau bakal usahawan yang lain.

2.4.1 Idola dan keusahawanan Islam

Gibb (2002(a)) dan Neck dan Green (2011) menerangkan empat (4) fungsi peranan para idola dalam bidang keusahawanan dapat digambarkan seperti:

- i) Sebagai sumber inspirasi dan motivasi. Para idola membentuk satu kesedaran dan memotivasikan seseorang yang baru berniaga dan mencetuskan idea.
- ii) Meningkatkan keyakinan diri. Maknanya para idola mampu meyakinkan seseorang itu dalam mencapai matlamatnya.
- iii) Pengajaran melalui tauladan. Idola berperanan memberi tunjuk ajar dalam melakukan tindakan yang betul.
- iv) Pengajaran melalui sokongan. Idola berperanan memberi sokongan dan nasihat berterusan dari masa ke masa.

Selain itu, Bosma *et. Al* (2011), Kirkwood (2007) dan Morris (1998) bersependapat yang keinginan seseorang usahawan dapat ditingkatkan oleh para idola dengan galakan yang diberikan kepada cita-cita supaya menjadi realiti. Oleh itu, secara kesimpulannya idola mempunyai hubungan yang kuat terhadap keusahawanan dalam memberi galakan, motivasi dan bimbingan kearah kejayaan seseorang itu.

Hipotesis 2: Idola mempunyai hubungan dengan keusahawanan Islam.

2.5 Sosial.

Albrecht & Adelman, (1987) seperti yang dipetik oleh Hunt (2011) dan Adelaja (2015) menggambarkan sosial sebagai suara dan menyuarakan komunikasi antara penghantar dan penerima yang menghadkan ketidakpastian mengenai isu, diri, atau apa-apa serta meningkatkan atau memperbaiki persepsi kawalan individu ke atas pengalaman hidup seseorang. Berdasarkan definisi pendek ini, ciri-ciri sosial termasuk:

1. Komunikasi atau rangkaian
2. Pengurangan yang tidak menentu
3. Peningkatan Kawalan

Peterman dan Kennedy (2003) dalam kajiannya menyatakan bahawa pertimbangan pilihan keusahawanan akan mengambil kira akibat daripada beberapa perubahan luaran atau perkara lalu. Jawapan seseorang kepada aktiviti luaran akan bergantung kepada persepsi mereka tentang alternatif yang ada. Terdapat dua jenis asas persepsi:

- Persepsi keboleHINGINAN merujuk kepada sejauh mana dia merasatertarik kepada tingkah laku tertentu (untuk menjadi seorang usahawan).
- Kebolehlaksanaan Persepsi ditakrifkan sebagai sejauh mana seseorang menganggap dirinya dapat melakukan perkara-perkara tertentu. Kehadiran model ikutan, mentor atau rakan kongsi akan menjadi elemen penting dalam mewujudkan tahap kebolehlaksanaan keusahawanan individu itu (Linan, 2011).

2.5.1 Sosial dan keusahawanan Islam.

Ahli keluarga biasanya dapat mempengaruhi tingkah laku dan keputusan seseorang itu dalam sesuatu tindakan yang diambilnya. Sabda Rasulullah S.A.W. dalam riwayat Abu Hurairah R.A. meriwayatkan bahawa Nabi S.A.W. berkata: “Setiap anak Adam dilahirkan secara fitrah, maka ibubapanya yang mencoraknya samada Yahudi, Nasrani atau Majusi.” (Hadis Sahih Bukhari). Seseorang orang biasanya lebih menerima pandangan orang lain jika dirinya berada dalam keraguan terutama keluarga sendiri. Dalam konteks keusahawanan Islam, keluarga biasanya dapat memberi pandangan tentang isu-isu yang melibatkan halal dan haram dalam berniaga. Keluarga juga dapat memberi galakan kepada kita untuk bergiat aktif dalam keusahawanan yang mematuhi syariat Islam. Menurut kajian Rajani dan Sarada (2008), struktur kekeluargaan yang kukuh sangat penting dan mustahak dalam mewujudkan usahawan produktif di tempat kerja, dan menggalakkan mereka untuk menetapkan matlamat baharu bagi mengimbangi kehidupan peribadi dan kehidupan bekerjaya (Affendi, 2014).

Walaubagaimanapun, Sieger, Baldegger, Fueglistaller (2011) yang dipetik oleh Adelaja (2015) dalam kajian mereka menyimpulkan bahawa secara pandangan global, pelajar lebih suka pekerjaan organisasi dari memulakan perniagaan baru untuk sekurang-kurangnya semasa lima (5) tahun secara terus selepas tamat pengajian, tetapi kecenderungan itu menjadi lemah selepas lima (5) tahun pertama menamatkan pengajian kerana mereka kini memilih untuk menjadi seorang pengurus. Secara rumusannya, kebanyakan kajian menunjukkan bahawa sokongan sosial memainkan peranan penting mempengaruhi niat untuk pelajar untuk menjadi seorang usahawan; oleh itu hipotesis bawah adalah dicadangkan:

Hipotesis 3: Sosial mempunyai hubungan dengan keusahawanan Islam.

2.6 Agama.

Umat Islam dituntut untuk berpegang teguh pada syariat Islam. Allah menurunkan Al-Quran kepada hambanya sebagai panduan hidup kita. Agama dikatakan antara faktor yang mempengaruhi seseorang usahawan itu berjaya atau gagal dalam aktiviti keusahawannya. Sebagai usahawan muslim berjaya, amalan usahawan mestilah seiring dengan prinsip dan tuntutan Islam. Namun begitu, ada juga pendapat yang menyatakan sebaliknya. Audretsch, Boente dan Tamvada (2007) menyatakan bahawa agama dan keusahawanan mempunyai hubungan yang renggang. Ulama sejak era Adam Smith dan Max Weber berhujah bahawa agama memainkan peranan penting dalam membentuk pembangunan ekonomi. Phelps (2007) mempunyai pendapat berbeza yang menyatakan “ nilai-nilai dan sikap melebihi sebahagian daripada ekonomi sebagai institusi-institusi dan dasar. Iannaccone (1998) menyimpulkan, “ Di peringkat individu dan isi rumah, tingkah laku ekonomi dan hasil memang ada hubungan dengan agama” (Prvy, 2014).

2.6.1 Agama dan keusahawanan Islam.

Agama menurut para ulama dikatakan berkaitan dengan orientasi keusahawanan dan niat. Kajian Salwa, Shahbudin, dan Jusoff (2013) menegaskan bahawa wujud hubungan yang kompleks, hubungan saling bergantung antara agama dan niat keusahawanan. Ini menjadikan mereka kumpulan penyokong sebab kajian agama dan niat keusahawanan adalah minimum. Kajiannya iaitu “Agama dan Perniagaan Nilai untuk Muslimpreneurs” menyiasat bagaimana Islam sebagai pengaruh agama usahawan Melayu, menggunakan lokus kawalan sebagai pembolehubah bebas. Salwa et al. (2013) menyimpulkan bahawa kawalan lokus luaran yang

tinggi begitu berdaya maju untuk kejayaan keusahawanan Melayu Islam. Agama Islam mempunyai dua sumber rujukan dalam menjalani aktiviti kehidupan iaitu Al-Quran dan As-Sunnah (amalan Rasulullah S.A.W.). Al-Quran merupakan panduan hidup kepada umat Islam, yang difirmankan oleh Allah kepada hambanya. Dalam kajian Davis (2013) mengenai “Peranan agama Islam dalam membentuk tingkah laku usahawan berdasarkan perspektif Islam”, beliau menyatakan bahawa peranan agama dalam proses tingkah laku usahawan begitu rumit. Kajian lepas telah dilakukan mendapati nilai individu memainkan peranan dalam membuat keputusan dan pemilihan kerjaya (Davis, 2008; Brown dan Grace, 1996; Barnett dan Karson, 1987). Malah nilai individu boleh dikaitkan secara langsung dengan kepercayaan agama (Garcia-Zamor, 2003; Inglehart dan Baker, 2000) berkemungkinan besar agama mempengaruhi motivasi para usahawan (Mentzer, 1988). Dalam Al-Quran jelas menyatakan kerja yang dilakukan dan kekayaan atau nikmat yang diharapkan seseorang itu untuk mencari.

“...dan bagi kamu semua disediakan tempat kediaman di bumi, serta mendapat kesenangan hingga ke suatu masa (mati).”(Qur'an 2:36)

“Dan janganlah kamu terlalu mengharap (ingin mendapat) limpah kurnia yang telah ALLAH berikan kepada sebahagian dari kamu (untuk menjadikan mereka) melebihi sebahagian yang lain (tentang harta benda, ilmu pengetahuan atau pangkat kebesaran). (Kerana telah tetap) orang-orang lelaki ada bahagian dari apa yang mereka usahakan, dan orang-orang perempuan pula ada bahagian dari apa yang mereka usahakan; (maka berusahalah kamu) dan pohonkanlah kepada ALLAH akan limpah kurniannya. Sesungguhnya ALLAH sentiasa mengetahui akan tiap-tiap sesuatu. (Qur'an 4:32)

“Dan sesungguhnya kami telah menetapkan kamu (dan memberi kuasa) di bumi, dan Kami jadikan untuk kamu padanya (berbagai jalan) penghidupan (supaya kamu bersyukur, tetapi) amatlah sedikit kamu bersyukur. (Qur'an 7:10)

“Dan katakanlah (wahai Muhammad): beramallah kamu (akan segala yang diperintahkan), maka ALLAH dan Rasulnya serta orang-orang yang beriman akan melihat apa yang kamu kerjakan;...” (Qur'an 9:105)

Berdasarkan perbincangan ini, maka satu hipotesis dapat diterbitkan bagi meneruskan kajian ini dalam mengenalpasti faktor agama terhadap keusahawanan Islam.

Hipotesis 4: Agama mempunyai hubungan dengan keusahawanan Islam.

2.7 Pendidikan Keusahawanan.

Keusahawanan merupakan peneraju kepada ekonomi negara. Malaysia yang diklasifikasikan sebagai negara sedang membangun ini giat melakukan pelbagai program dan penekanan bagi memperkasakan usahawan di negara ini. Antara inisiatif yang dilaksanakan ialah memupuk minat dan menggiatkan aktiviti keusahawanan di peringkat sekolah serta universiti, termasuk mewajibkan subjek keusahawanan di peringkat pengajian tinggi. Secara khususnya, peranan pendidikan keusahawanan telah dikatakan sebagai salah satu instrumen utama bagi meningkatkan sikap keusahawanan seseorang (Potter, 2008 seperti dipetik dalam Linan, 2011). Seseorang itu biasanya tidak mengetahui minat mereka sehinggalah mereka mempelajari sesuatu yang memberi pengetahuan kepada mereka. Usahawan yang berjaya sentiasa menambah pengetahuan mereka melalui pendidikan samada secara formal atau tak formal. Institusi pendidikan tinggi memainkan peranan penting dalam melahirkan usahawan berjaya dengan mewajibkan subjek keusahawanan kepada para mahasiswa yang belajar dalam pelbagai bidang bagi mewujudkan minat terhadap keusahawanan. Nur Aishah dan Yufiza (2006) dalam kajiannya menyatakan bahawa pendidikan keusahawanan merupakan proses pembelajaran berterusan. Ini kerana kecenderungan manusia terhadap sesuatu akan sentiasa berubah.

2.7.1 Pendidikan keusahawanan dan keusahawanan Islam.

Beberapa kajian telah dijalankan ke atas aktiviti-aktiviti keusahawanan dari perspektif Islam; seperti Sarif, Sarwar dan Isamil (2013) dalam kajian mereka bertajuk “Amalan Keusahawanan Sosial di kalangan Usahawan Islam di Malaysia”, mereka membuat kesimpulan bahawa perusahaan sosial yang diwujudkan oleh usahawan Islam memainkan peranan penting dalam penciptaan dan kelestarian masyarakat. Menyatakan kualiti yang diperlukan usahawan Islam, Al-Harran(1957) membuat kesimpulan kajian beliau mengenai usahawan Islam Malaysia bahawa kerana sifat dan budaya mereka, persaingan mereka di pasaran dunia dipersoalkan. Walaupun beliau percaya bahawa pelajar Islam boleh memainkan peranan yang cergas di dalam penyelidikan pemasaran dan mampu mengubah persekitaran mereka. Untuk mengatasi dan bertemu dengan keperluan semasa usahawan Islam di dunia Gümüşay (2014) dan Hamid (2012) yakin bahawa institusi pendidikan tinggi boleh menjadi pembantu hebat dengan memperkenalkan pendidikan keusahawanan Islam, berbanding usahawan konvensional ke dalam kurikulum akademik mereka, dengan cadangan penyediaan generasi muda Islam untuk menyumbang secara langsung dalam rangsangan perniagaan. Oleh itu, berdasarkan perbincangan sebelum ini, hipotesis di bawah terbentuk.

Hipotesis 5: Pendidikan keusahawanan mempunyai hubungan dengan keusahawanan Islam.

2.8 Teori Perlakuan Terancang (TPB).

Teori perlakuan terancang (TPB) adalah teori yang seringkali digunakan untuk mengkaji perlakuan individu itu terhadap sesuatu perkara. Teori ini telah diilhamkan oleh Azjen (1988). Kolveried (1996) telah menggunakan teori ini untuk mengkaji kecenderungan pemilihan kerjaya

oleh pelajar-pelajar di Norway. Ia kemudiannya diadaptasikan oleh Tkachev dan Kolverid (1999) untuk tujuan yang sama ke atas pelajar Rusia. Berdasarkan teori TPB ini, terdapat tiga pemboleh ubah yang mempengaruhi kecenderungan pelajar. Pertamanya ialah sikap (*attitude*) seseorang terhadap tingkah laku tertentu akan memberi kesan terhadap satu-satu tingkah laku yang lain. Seseorang itu apabila menunjukkan tingkah laku yang disenanginya terhadap perlakuan itu, kecenderungan terhadap tingkah laku itu juga akan turut bertambah. Kajian lepas yang dilakukan ke atas pelajar Norway dan Rusia menunjukkan sikap mempengaruhi kecenderungan terhadap pemilihan kerjaya mereka. Keduanya ialah norma subjektif (*subjective norm*) yang mengukur tanggapan seseorang terhadap pandangan masyarakat rapat terhadap sesuatu perkara yang dilakukan. Teori TPB menunjukkan bahawa apabila norma subjektif seseorang itu tinggi, kecenderungannya untuk melakukan sesuatu perkara itu akan turut meningkat. Pemboleh ubah ketiga pula ialah tanggapan terhadap kawalan tingkah laku. Ia merujuk kepada tanggapan seseorang samada sukar atau senang untuk melakukan perkara itu. Apabila seseorang itu bertanggapan bahawa lebih mudah untuk melakukan perkara itu, kecenderungannya akan turut bertambah. Azjen (1991) juga menambah kecenderungan seseorang tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor demografik secara langsung. Tetapi ciri-ciri ini sengaja ditambah bagi membuktikan bahawa faktor-faktor seperti keluarga, jantina dan pengalaman bekerja sendiri tidak mempengaruhi kecenderungan secara signifikan.

2.9 Teori Model Ikutan.

Teori model ikutan ini digunakan bagi meramal status pemilihan kerjaya. Model ikutan terjadi apabila seseorang memerhatikan, mencontohi, mempelajari dan mengamalkan secara

tidak langsung gelagat seseorang yang lain dan ianya lebih berpengaruh daripada pengalaman seseorang. Seseorang mengakui dalam membentuk kecenderungan seseorang, model ikutan adalah faktor persekitaran yang penting untuk ke arah itu. Holland (1983) dalam kajiannya berkata ciri-ciri dan kecenderungan anak-anak amat dipengaruhi oleh persekitaran yang dibentuk oleh ibubapa mereka. Selain itu usahawan berjaya yang mereka lihat akan mendorong mereka untuk menceburi bidang sama dan memulakan perniagaan. Shaporo dan Sokol (1982) bersependapat seperti para ilmuwan yang lain menyatakan peranan yang dimainkan oleh ibubapa terhadap anak-anak mereka adalah penting dalam membentuk minat ke arah keusahawanan. Kajian Scott dan Twomey (1988) mendapati minat yang mendalam untuk bekerja sendiri ditunjukkan oleh responden yang mempunyai ibu bapa yang bergelar usahawan. Hisrich dan Brush (1984) juga mendapati majoriti daripada 468 usahawan wanita yang dikaji mempunyai ayah bekerja sendiri. Daripada perbincangan-perbincangan ini, dapat disimpulkan bahawa model keibubapaan atau idola mempunyai hubungan terhadap keusahawanan Islam.

2.10 Rumusan.

Secara kesimpulannya, bab 2 ini membincangkan tentang teori dan definisi yang digunakan untuk melakukan kajian ini. Bab ini juga membincangkan mengenai kecenderungan terhadap keusahawanan Islam dan sorotan kajian-kajian terdahulu yang menjadi panduan dalam melaksanakan kajian ini. Hasil daripada perbincangan dalam bab ini mendapati sikap, idola, sosial, agama, dan pendidikan keusahawanan dilihat mempunyai hubungan terhadap keusahawanan Islam. Ilmuwan terdahulu telah membahas panjang lebar mengenai kecenderungan keusahawanan Islam bagi mengenal pasti faktor penyumbang yang kuat terhadapnya. Hasil

daripada perbincangan ini juga dapat membina beberapa hipotesis daripada beberapa faktor yang telah dikenal pasti.



BAB 3

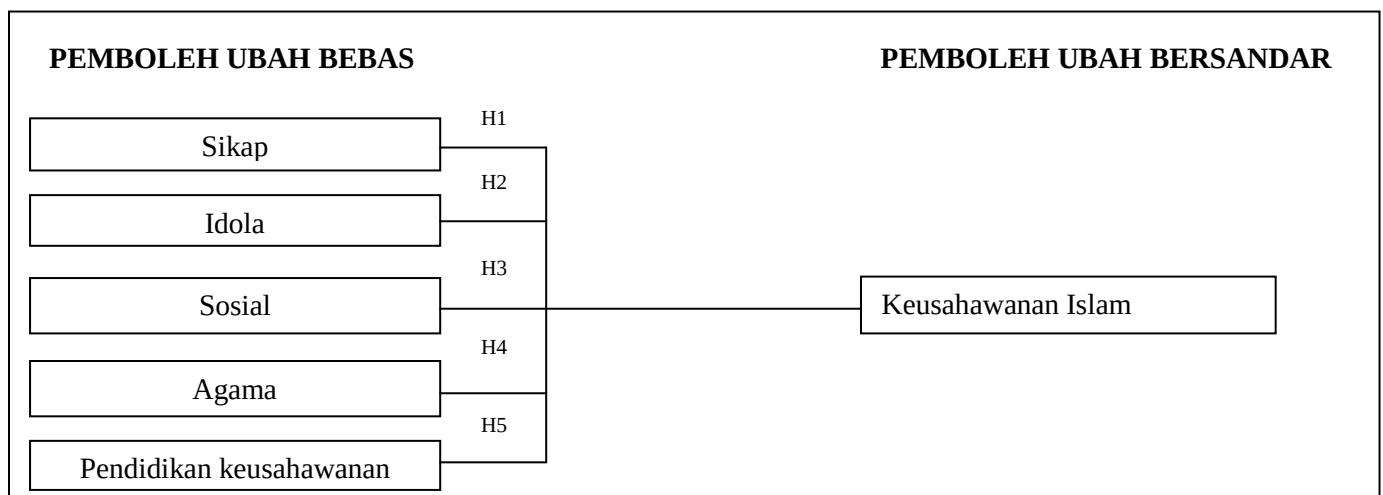
METODOLOGI KAJIAN

3.1 Pengenalan.

Bab ini menerangkan metodologi yang digunakan untuk mengumpul dan menganalisis maklumat-maklumat bagi tujuan kajian ini oleh pengkaji. Bab ini turut mengemukakan kerangka kajian, pembinaan hipotesis, rekabentuk kajian kajian rintis, persampelan, proses pengumpulan data dan teknik menganalisis data.

3.2 Rangkakerja Kajian

Berdasarkan teori dan kajian lepas yang dibincangkan dalam bab sebelum ini mengenai keusahawanan Islam, hasil rangka kerja yang dapat dibentuk daripada pemboleh ubah bebas seperti sikap, idola, sosial, agama dan pendidikan keusahawanan dengan pemboleh ubah bersandar, keusahawanan Islam adalah seperti berikut:



3.3 Rekabentuk Kajian.

Matlamat utama kajian ini adalah mengenalpasti hubungan antara sikap, idola, sosial, agama, dan pendidikan keusahawanan terhadap keusahawanan Islam. Bagi mencapai matlamat ini, kaedah kuantitatif adalah digunakan. Kaedah ini dikatakan kaedah terbaik untuk mengkaji hubungan antara dua pemboleh ubah (Gall et al, 1996). Oleh itu, kaedah ini digunakan dalam kajian ini untuk mengenalpasti hubungan sikap, idola, sosial, agama, dan pendidikan keusahawanan dengan keusahawanan Islam. Soalan kaji selidik telah dirangka dan diedarkan kepada responden bagi mengumpul data. Kaji selidik penyelidikan biasanya dijalankan dalam kaedah kuantitatif (Cooper dan Schindler, 2006) yang memerlukan penyeragaman maklumat untuk mengkaji hubungan antara pemboleh ubah (Cavana, Delahaye dan Sekaran, 2001). Dalam kajian ini, ukuran skala bagi soalan kaji selidik untuk penyelidikan ini akan menggunakan skala sela lima peringkat iaitu skala lima (5) untuk sangat setuju, skala empat (4) untuk setuju, skala tiga (3) untuk tidak pasti, skala dua (2) untuk tidak setuju dan skala satu (1) untuk sangat tidak setuju. Skala sela ini sangat popular di kalangan pengkaji yang merupakan idea asal Likert, tahun 1932 (Rohana, 2004).

3.4 Item Pengukuran.

Bahagian ini menceritakan tentang definisi bagi setiap istilah yang digunakan dalam kajian ini. Jadual di bawah mengandungi terma, item pengukuran dan sumber penilaian yang digunakan dalam kajian ini. Terma ini mewakili pemboleh ubah bersandar iaitu keusahawanan Islam dan pemboleh ubah bebas iaitu sikap, idola, sosial, agama, dan pendidikan keusahawanan. Definisi operasi pula mentakrifkan pemboleh ubah. Manakala item pengukuran ialah soalan soalan yang disediakan bagi mengukur hubungan antara setiap pemboleh ubah.

Jadual 3.1 Senarai item pengukuran.

No	TERMA	ITEM PENGUKURAN	SUMBER PENGUKURAN
1	Keusahawanan Islam	1. Saya bersedia melakukan apa saja untuk menjadi usahawan Islam berjaya. 2. Matlamat saya adalah menjadi usahawan Islam yang sebenar. 3. Saya akan berusaha untuk memulakan dan menjalankan perniagaan sendiri yang Islamik. 4. Saya berfikir sangat mendalam untuk memulakan perniagaan secara Islam. 5. Saya mempunyai impian yang pasti untuk memulakan perniagaan suatu hari nanti.	Linan dan Chen (2009)
2	Sikap	1. Sebagai seorang usahawan muslim membayangkan lebih banyak kelebihan daripada keburukan dalam perniagaan saya untuk berjaya. 2. Kerjaya sebagai usahawan muslim adalah menarik bagi saya. 3. Jika saya mempunyai peluang dan sumber, saya ingin memulakan firma yang patuh syariah. 4. Sebagai seorang usahawan muslim berjaya akan memberikan kepuasan besar kepada saya apabila dapat mengamalkan prinsip perniagaan Islam. 5. Antara pelbagai pilihan, saya lebih suka menjadi seorang usahawan muslim berjaya.	Linan dan Chen (2009)
3	Idola	1. Saya ingin menjadi seperti idola saya sebagai usahawan muslim. 2. Saya kagumi keupayaan idola saya memotivasi orang lain berniaga secara Islamik. 3. Saya menghormati keupayaan idola saya untuk mengajar orang lain menjadi usahawan muslim. 4. Saya peduli apa yang rakan karib saya fikir tentang keputusan pilihan kerjaya saya. 5. Saya percaya rakan karib saya menyokong untuk bekerja sendiri. 6. Saya peduli tentang pendapat pensyarah terhadap pilihan kerjaya saya. 7. Saya berminat dalam keusahawanan Islam sebab rakan saya turut terlibat. 8. Rakan-rakan merupakan sumber utama dalam perkongsian maklumat berkaitan keusahawanan Islam. 9. Pensyarah merupakan sumber utama berkaitan keusahawanan Islam.	Affendi (2014)

4	Sosial	1. Keluarga saya rasa yakin dengan minat saya untuk menjalankan perniagaan. 2. Abang / kakak saya yakin dengan minat saya dalam memulakan perniagaan. 3. Secara umumnya saudara saya sangat positif tentang niat saya untuk memulakan perniagaan. 4. Jiran saya rasa positif dengan niat saya untuk memulakan perniagaan. 5. Rakan-rakan saya sangat yakin dengan niat saya untuk memulakan perniagaan.	Adelaja (2015).
5	Agama	1. Organisasi Agama Islam menyediakan program untuk membantu ahlinya dalam keperluan kewangan. 2. Ajaran Islam tidak menggalakkan aktiviti keusahawanan. 3. Pemimpin Islam (imam) menggalakkan umat Islam untuk mencari pekerjaan yang diberkati. 4. Saya meletakkan kepercayaan penuh pada Allah S.W.T. 5. Agama Islam menyokong nilai harga diri dan identiti saya. 6. Setiap ujian ALLAH memberi motivasi kepada saya untuk melakukan yang terbaik walaupun sukar. 7. Dalam tempoh ujian dan dugaan saya percaya pada ALLAH, saya bersedia untuk lebih bertanggungjawab pada ALLAH dan orang lain tentang cara hidup saya. 8. Iman saya mempengaruhi seluruh hidup saya. 9. Iman saya berorientasikan nilai yang merangkumi keperluan fizikal dan sosial. 10. Saya seikhlasnya percaya pada Allah, bukan kerana kewajipan atau ketakutan.	Adelaja (2015)
6	Pendidikan keusahawanan	1. Pelajaran keusahawanan Islam sangat penting. 2. Keusahawanan Islam perlu diajar di universiti. 3. Pelajaran Keusahawanan Islam perlu diwajibkan dalam menghidupkan jiwa usahawan Islam di kampus. 4. Lebih banyak program pendidikan keusahawanan dan perniagaan islam boleh membantu mahasiswa untuk memulakan perniagaan menurut perspektif Islam. 5. Kursus di universiti saya menyediakan kerjaya usahawan muslim yang lebih baik.	Wei Ni <i>et al</i> (2012)

3.5 Populasi Dan Sampel Kajian.

Sampel kajian ditakrifkan sebagai bilangan responden yang terlibat dengan kajian (Sekaran, 2004) yang hendak dikaji. Dalam kajian ini, pelajar-pelajar Universiti Utara Malaysia Kedah termasuk lelaki dan wanita dari pelbagai bidang akan menjadi sampel kajian ini. Sebanyak 380 set soalan selidik dicetak dan diedarkan kepada responden yang beragama Islam bagi mendapatkan hasil kajian yang menepati objektif penyelidikan. Kesemua 380 set yang diisi lengkap oleh responden akan dikembalikan semula kepada penyelidik untuk pengisian data.

3.6 Prosedur Pengumpulan Data.

Kajian ini menggunakan data primer yang dikumpul melalui pendedaran cetakan soalan kaji selidik secara terus kepada responden dalam kampus induk universiti. Kaedah ini lebih mudah dan dengan menggunakan data primer, pengkaji merasakan hasil kajian akan lebih signifikan berbanding data sekunder. Untuk mengumpul data ini melalui pendedaran soalan kaji selidik, pengkaji mengambil masa selama seminggu untuk mengedar dan mengumpul semula semua cetakan soalan kaji selidik ini.

3.7 Analisis Kajian.

Untuk menganalisis data yang telah dikumpul, pengkaji menggunakan perisian *Statistical Package for Science Social* (SPSS) versi 22.0. Antara ujian yang digunakan ialah ujian kekerapan (*frequency*), penjelasan (*descriptive*), ujian kolerasi Pearson, dan regresi linear berganda. Ujian-ujian ini digunakan dalam kajian ini untuk mengukur hubungan antara sikap, idola, sosial, agama dan pendidikan keusahawanan terhadap keusahawanan Islam. Ujian kekerapan digunakan untuk mengenalpasti pemilihan skala pengukuran yang menjadi pilihan

responden. Untuk menjelaskan demografik responden, ujian penjelasan (*descriptive test*) adalah digunakan. Ujian regresi linear bergandapula digunakan bagi mengenalpasti impak yang diberikan oleh sikap, idola, sosial, agama, pendidikan keusahawanan terhadap keusahawanan Islam.

3.8 Rumusan.

Secara kesimpulannya, bab ini menerangkan metodologi kajian, iaitu reka bentuk kajian, hepotisis kajian, pengumpulan data dan ujian yang akan digunakan untuk menganalisis data. Bab ini penting bagi menentukan hasil kajian yang akan dibincangkan dalam bab yang seterusnya.



BAB 4

DAPATAN KAJIAN

4.1 Pengenalan.

Bab ini membincangkan dapatan kajian yang diperolehi daripada analisis data. Data yang dikumpul dari responden terdiri daripada mahasiswa UUM. Data yang telah siap ini kemudiannya dianalisis menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 22.0. Ujian kekerapan, ujian min, ujian kebolehpercayaan dan ujian korelasidigunakan bagi mendapatkan keputusan ujian untuk setiap pemboleh ubah.

4.2 Kadar Maklum Balas.

Secara keseluruhan, sebanyak 380 soalan bercetak diedarkan kepada mahasiswa UUM. Kesemua 380 set telah dikembalikan kepada penyelidik untuk pengisian data, dan daripada jumlah itu, hanya 82 peratus daripadanya diisi lengkap oleh responden. Tempoh yang diambil untuk pengedaran dan pengumpulan set soal selidik responden adalah selama dua minggu.

4.3 Ujian Kekerapan - Demografi

Bahagian ini menghuraikan taburan data yang dikumpul mengikut seksyen demografi. Bahagian ini dianalisis menggunakan taburan kekerapan dan dibentangkan dalam bentuk jadual.

4.3.1 Analisis jantina.

Jadual 4.1.

Jantina

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Lelaki	111	35.5	35.5	35.5
Perempuan	202	64.5	64.5	100.0
Total	313	100.0	100.0	

Berdasarkan jadual 4.1 di atas, kekerapan responden lelaki adalah seramai 111 orang bersamaan dengan 35.5 peratus, manakala responden perempuan adalah 202 orang bersamaan dengan 64.5 peratus. Jumlah keseluruhan responden adalah 313 orang bersamaan dengan 100 peratus yang telah mengisi lengkap borang soal selidik bercetak yang telah diedarkan dan telah dikembalikan kepada pengkaji.

4.3.2 Analisis umur responden.

Jadual 4.2.

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20 danke bawah	72	23.0	23.0	23.0
21 - 25	186	59.4	59.4	82.4
26 - 30	50	16.0	16.0	98.4
31 danke atas	5	1.6	1.6	100.0
Total	313	100.0	100.0	

Berdasarkan jadual 4.2, seramai 72 orang responden bersamaan 23.0 peratus terdiri daripada mahasiswa berumur 20 dan kebawah. Manakala seramai 186 orang bersamaan 59.4 peratus adalah mahasiswa berumur 21 hingga 25 tahun. Bagi mahasiswa yang berusia 26 hingga 30 tahun, seramai 50 orang responden bersamaan 16.0 peratus sahaja yang menyertai kajian ini. Hanya lima orang responden bersamaan 1.6 peratus sahaja yang berusia lebih dari 30 tahun yang terlibat dengan kajian ini.

4.3.3 Analisis program pengajian.

Jadual 4.3.

Program Pengajian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sarjana Muda	256	81.8	81.8	81.8
Sarjana	52	16.6	16.6	98.4
Kedoktoran	5	1.6	1.6	100.0
Total	313	100.0	100.0	

Berdasarkan jadual 4.3 diatas, majoriti responden adalah dari program pengajian jurusan sarjana muda dengan peratusan 81.8 peratus, atau 256 orang. Ia dituruti dengan responden dari

jurusan sarjana iaitu seramai 52 orang atau 16.6 peratus, dan yang terendah iaitu seramai 5 orang atau 1.6 peratus adalah dari jurusan kedoktoran. Ini menunjukkan lebih ramai mahasiswa dari jurusan sarjana muda yang menjawab soalan kaji selidik ini.

4.3.4 Analisis terlibat keusahawanan.

Jadual 4.4.

Terlibat Keusahawanan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	142	45.4	45.4	45.4
Tidak	171	54.6	54.6	100.0
Total	313	100.0	100.0	

Berdasarkan jadual 4.4 di atas, 142 orang responden bersamaan 45.4 peratus yang terlibat dalam keusahawanan. Manakala 172 orang bersamaan 54.6 peratus tidak terlibat dengan keusahawanan. Daripada keputusan ini, ia menunjukkan responden yang terlibat dengan penyelidikan ini terdiri daripada usahawan dan bukan usahawan, dan kebanyakannya bukan usahawan.

4.4 Ujian Statistik Penjelasan (*Descriptive Statistics Test*)

Jadual 4.5.

Statistik Penjelasan (*Descriptive Statistics*)

	N	Mean	Std. Deviation
Keusahawanan Islam	313	4.0518	.69467
Sikap	313	3.8436	.58745
Idola	313	3.7987	.67937
Sosial	313	4.0013	.61566
Agama	313	4.0901	.68177
Pendidikan keusahawanan	313	4.0313	.67438
Valid N (listwise)	313		

Berdasarkan jadual 4.5 di atas, nilai mean dan *standard deviation* telah diperolehi dari pemboleh ubah sandaran dan pemboleh ubah bebas melalui ujian ini. Kesemua pemboleh ubah dalam kajian ini menggunakan penilaian maksima skala 5. Daripada keputusan di atas, kebanyakan responden menjawab skala penilaian 4, di mana skala 4 bermaksud mereka bersetuju dengan kesemua pemboleh ubah ini. Ia menunjukkan responden bersetuju bahawa atitud memberi kesan kepada keusahawanan Islam. Responden juga bersetuju idola boleh memberi dorongan dan galakan kepada mereka dalam aktiviti keusahawanan Islam. Sokongan sosial juga mampu mengubah pemikiran mereka dalam menentukan hala tuju kerjaya mereka. Sokongan sosial akan membantu mereka dalam menjalani aktiviti keusahawanan mengikut prinsip keusahawanan Islam. Agama adalah panduan kepada mereka dalam menjalankan aktiviti keusahawanan. Umat Islam yang berpegang teguh pada ajaran agamanya akan menghindarkan perkara yang shubhah dan sentiasa memastikan semua pihak mendapat keuntungan dalam aktiviti keusahawanannya seperti yang Islam tuntutan. Responden turut bersetuju bahawa pendidikan terutama pendidikan keusahawanan akan menambah pengetahuan mereka disamping meningkatkan kemahiran mereka dalam bidang keusahawanan. Pendidikan juga akan meningkatkan keyakinan dan motivasi kepada mereka untuk menceburi bidang keusahawanan berlandaskan prinsip Islam.

4.5 Ujian Kebolehpercayaan (*Reliability Test*).

Memastikan kebolehpercayaan data yang dikumpul, Sekaran *et al.* (2003) mencadangkan bahawa semua data mesti diuji untuk mengesahkan bahawa keputusan yang realistik.

Kebolehpercayaan ini diukur dengan merujuk nilai pekali alfa apabila menggunakan sistem SPSS nanti, dan jadual kebolehpercayaan adalah seperti jadual berikut:

Jadual 4.6

Peraturan Nilai Pekali Alfa Cronbach

Kadar Pekali Alfa	Tahap Kekuatan
<0.60	Lemah
0.60 to <0.70	Sederhana
0.70 to <0.80	Baik
0.80 to <0.90	Sangat baik
0.90	Cemerlang

Sumber: Zikmund, W. G., Babin, B.J., Carr, J.C., & Griffin, M. (2010). *Business research methods* (8th ed.). New York: South-Western/Cengage Learning; dalam Lee et la, 2012).

Sehubungan itu, daripada jadual 4.6 di atas, kadar kebolehpercayaan bagi setiap pemboleh ubah yang dikaji dalam penyelidikan ini berada pada kadar yang sangat baik dan cemerlang, kerana keputusan menunjukkan purata Alfa Cronbach adalah antara 0.897 hingga 0.924. Berdasarkan jadual 4.7, nilai pekali alfa keusahawanan Islam (DV) didapati pada 0.897, menunjukkan pada tahap sangat baik. Sikap (IV1) pula menunjukkan bacaan 0.880, sementara idola (IV2) 0.896. Bagipemboleh ubah sosial (IV3), nilai pekali alfa adalah 0.862, agama (IV4) pula 0.919, manakala pendidikan keusahawanan (IV5) pada bacaan 0.924, iaitu pada tahap sangat cemerlang. Ini menunjukkan pemboleh ubah bebas iaitu sikap, idola, sosial, agama dan pendidikan keusahawanan serta pemboleh ubah bersandar, keusahawanan Islam sangat signifikan dalam kajian ini.

Jadual 4.7

Ujian Kebolehpercayaan (*Reliability Test*)

Variable	Numberof items	Cronbach Alpha
Keusahawanan Islam	5	0.897
Sikap	9	0.880
Idola	5	0.896
Sosial	10	0.862
Agama	5	0.919
Pendidikan keusahawanan	5	0.924

4.6 Ujian Korelasi.

Berdasarkan Sekaran dan Bougie (2010), ujian korelasi Pearson termasuk kekuatan, haluan dan signifikan hubungan bivariat antara semua pemboleh ubah-pemboleh ubah yang diukur pada peringkat nisbah atau selang. Semakin besar pekali kolerasi, semakin kuat tingkat penyatuan samada positif atau negatif bergantung kepada arah hubungan antara pemboleh ubah (Lee et al, 2012). Ukuran nilai kolerasi dirujuk kepada jadual kolerasi yang diterbitkan oleh Cohen dan Holliday (1982) dalam kajian Mohd (2015) adalah seperti di bawah:

Jadual 4.8

Huraian Pekali Korelasi

<u>Pekali Kolerasi</u>	<u>Huraian</u>
0 - 0.19	Sangat rendah
0.20 - 0.39	Rendah
0.40 - 0.69	Sederhana
0.70 - 0.89	Tinggi
0.90 - 1.0	Sangat tinggi

Berdasarkan jadual 4.9 di bawah, ia menunjukkan setiap hubungan antara pemboleh ubah bebas terhadap pemboleh ubah bersandar, keusahawanan Islam adalah signifikan. Hasil ujian ini menunjukkan bahawa korelasi Pearson bagi pemboleh ubah bebas sikap ialah 0.630, yang bermaksud mempunyai hubungan sederhana terhadap keusahawanan Islam. Idola dan sosial juga menunjukkan hubungan sederhana dengan korelasi Pearson masing-masing ialah 0.479 dan 0.693. Agama dan pendidikan keusahawanan menunjukkan keputusan korelasi Pearson 0.720 dan 0.706, bermaksud hubungannya tinggi terhadap keusahawanan Islam.

Jadual 4.9.

Korelasi

		DV	IV1	IV2	IV3	IV4	IV5
Keusahwanan Islam	Pearson Correlation	1					
	Sig. (2-tailed)						
	N	313					
Sikap	Pearson Correlation	.630**	1				
	Sig. (2-tailed)	.000					
	N	313	313				
Idola	Pearson Correlation	.479**	.593**	1			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000				
	N	313	313	313			
Sosial	Pearson Correlation	.693**	.610**	.514**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000			
	N	313	313	313	313		
Agama	Pearson Correlation	.720**	.605**	.508**	.720**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		
	N	313	313	313	313	313	
Pendidikan keusahawanan	Pearson Correlation	.706**	.601**	.479**	.703**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	313	313	313	313	313	313

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4.7 Ujian Regresi.

Untuk menguji hipotesis kajian ini, analisis regresi perlu dilakukan ke atas data. Sekaran dan Bougie (2010) menjelaskan analisis regresi linear adalah analisis penyatuan dimana kesan daripada dua atau lebih pemboleh ubah bebas pada satu pemboleh ubah bersandar (Lee et al, 2012). Pengiraan regresi linear yang menunjukkan hubungan adalah seperti berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots$$

Berdasarkan jadual 4.12, pengiraan regresi keusahawanan Islam adalah seperti berikut:

$$\text{Keusahawanan Islam} = 0.083 + 0.221(\text{Sikap}) + 0.003(\text{Idola}) + 0.229(\text{Sosial}) + 0.285(\text{Agama}) + 0.254(\text{Pendidikan keusahawanan}).$$

Daripada pengiraan regresi ini, ia menunjukkan sikap, idola, sosial, agama, pendidikan keusahawanan mempunyai hubungan positif terhadap keusahawanan Islam.

Jadual 4.10.

Model Rumusan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.636	.630	.42266

a. Peramal: (Tetap), Pendidikan Keusahawanan, Idola, Sikap, Sosial, Agama

Keputusan dalam jadual 4.10 mendapati R square bersamaan 0.636. Ini bermaksud 63.3 peratus variasi pemboleh ubah bersandar (keusahawanan Islam) dapat dijelaskan oleh lima pemboleh ubah bebas (sikap, idola, sosial, agama, pendidikan keusahawanan).

Jadual 4.11.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	95.718	5	19.144	107.160	.000 ^b
	Residual	54.844	307	.179		
	Total	150.562	312			

a. Pemboleh Ubah Bersandar: Keusahawanan Islam

b. Peramal: (Tetap), Pendidikan Keusahawanan, Idola, Sikap, Sosial, Agama

Keputusan ANOVA juga menunjukkan nilai F ialah 107.160 dengan nilai-p $0.000 < 0.05$ tahap signifikan. Sehubungan itu, kesemua model regresi untuk lima peramal ini secara signifikkannya menerangkan variasi dalam keusahawanan Islam.

Jadual 4.12.

Pekali Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.083	.181		.457	.648
	Sikap	.221	.059	.187	3.758	.000
	Idola	.003	.045	.003	.066	.947
	Sosial	.229	.063	.203	3.651	.000
	Agama	.285	.058	.280	4.935	.000
	Pendidikan keusahawanan	.254	.057	.247	4.472	.000

a. Pemboleh Ubah Bersandar: Keusahawanan Islam

Berdasarkan jadual 4.12 di atas, agama merupakan penyumbang utama kepada variasi keusahawanan Islam berdasarkan nilai beta tertinggi iaitu 0.280, setiap unit yang meningkat dalam agama, akan meningkatkan 0.285 unit dalam keusahawanan Islam disamping pemboleh

ubah bebas lain tidak berubah. Kedua tertinggi ialah pendidikan dengan nilai beta 0.247, diikuti sosial 0.203, kemudian sikap 0.187 dan idola 0.003.

4.8 Rumusan.

Bab ini menerangkan hasil analisis statistik, bagi menjawab hipotesis yang telah diterbitkan dari perbincangan bab-bab sebelum ini. Antara analisis yang dijalankan dalam bab ini ialah ujian kekerapan, ujian penjelasan, ujian kebolehpayaan, ujian korelasi, dan ujian regresi. Hasil kajian mendapati pemboleh ubah bebas sikap, idola, sosial, agama, dan pendidikan keusahawanan memberi kesan positif kepada mahasiswa UUM terhadap keusahawanan Islam.



BAB 5

PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN.

5.1 Pengenalan.

Bab ini mengandungi ringkasan keputusan dari bab sebelumnya, perbincangan mengenai penemuan utama, implikasi, cadangan untuk kajian masa depan dan kesimpulan. Hasil daripada perbincangan sebelum ini, dan keputusan analisis, bab ini akan menerangkan samada objektif kajian ini tercapai atau pun tidak. Bab ini juga akan menerangkan kesemua hipotesis yang diterbitkan dari hasil perbincangan sebelum ini diterima atau ditolak.

5.2 Perbincangan.

Kajian ini telah dijalankan ke atas mahasiswa Universiti Utara Malaysia (UUM) Kedah berkaitan dengan keusahawanan Islam. Kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengenalpasti keusahawanan Islam di kalangan mahasiswa UUM Kedah dan faktor-faktor yang menyumbang terhadap kecenderungan itu. Faktor-faktor yang telah dikenal pasti adalah sikap, idola, sosial, agama dan pendidikan keusahawanan.

5.2.1 Hubungan antara sikap dengan keusahawanan Islam.

Hasil kajian menunjukkan sikap mempunyai hubungan signifikan dengan keusahawanan Islam. Hasil ujian penjelasan menunjukkan purata mean responden bagi setiap item ialah 3.8436, yang bermaksud mahasiswa bersetuju sikap mereka sendiri akan menentukan kecenderungan mereka terhadap keusahawanan Islam. Ujian pekali kolerasi juga menunjukkan bacaan korelasi

Pearson adalah 0.630 pada aras signifikan .000 ($p < .01$). Ia menunjukkan bahawa sikap mahasiswa mempunyai hubungan terhadap keusahawanan Islam. Namun dalam menentukan halatuju kerjaya mereka sebagai usahawan Islam, mereka menunjukkan sikap sederhana sahaja. Dapatan kajian oleh Mahmoud (2015) juga menunjukkan bahawa terdapat hubungan signifikan yang positif antara sikap dan niat keusahawanan ($\beta = 0.394$; $t = 5.353$; $p = 0.000$), lebih menarik lagi penemuan ini adalah selaras dengan kajian Angriawan *et al.* (2012); Autio *et al.* (2001); Kautonen *et al.* (2012); Kolvereid dan Isaksen (2006); Krueger *et al.* (2001); Kuttim *et al.* (2014), Linan dan Chen (2009) Linan *et al.* (2011) Linan *et al.* (2013); Malebana, (2014); Mueller, (2011); Sahindis *et al.* (2012); Souitaris *et al.* (2007); Zampetakis *et al.* (2013). Oleh itu, sikap seseorang sangat relevan dalam mempengaruhi kecenderungan terhadap keusahawanan Islam, maka hipotesis satu diterima.

5.2.2 Hubungan antara idola dengan keusahawanan Islam.

Kajian ke atas idola pula menunjukkan keputusan dapatan bagi ujian korelasi adalah signifikan dengan pekali korelasi Pearson bersamaan 0.479, nilai signifikan 0.000 ($p < 0.01$). Ini membuktikan bahawa pengaruh idola mempunyai hubungan terhadap keusahawanan Islam. Walaubagaimanapun, ujian regresi menunjukkan nilai beta bagi idola sangat rendah iaitu pada 0.003 dengan nilai-p tidak signifikan iaitu 0.947, keputusan ini sama seperti Reitan (1997); Krueger *et al.* (2000); Autio *et al.* (2001); Linan dan Chen (2009), menyatakan bahawa tiada hubungan signifikan antara norma subjektif dengan niat keusahawanan. Namun begitu, apabila pengkaji membuang beberapa soalan dalam norma subjektif, keputusan regresi berubah menjadi signifikan pula. Keputusan pemboleh ubah yang tidak signifikan ini berikutan berlaku perubahan persekitaran sosial yang pantas, keluarga, rakan, dan ahli kumpulan mungkin tidak

mempengaruhi individu dalam membuat keputusan. Dalam hal ini, individu itu lebih mempertimbangkan faktor luaran seperti pengetahuan dan pengalaman, sokongan kewangan, dan keadaan pasaran semasa sebelum memulakan perniagaan (Lee et al, 2012). Selain itu, Mohd (2015) dalam kajiannya ke atas pelajar Universiti Kuala Lumpur mendapati hubungan idola sangat signifikan terhadap kecenderungan keusahawanan dengan nilai beta 0.314 pada aras signifikan 0.000.

5.2.3 Hubungan antara sosial dengan keusahawanan Islam.

Sosial turut mempunyai keputusan yang signifikan terhadap keusahawanan Islam. Dapatan kajian menunjukkan nilai pekali regresi bagi sosial ialah 0.693 pada aras signifikan 0.000 ($p < .01$). Ini bermakna sokongan sosial boleh mempengaruhi mahasiswa UUM terhadap keusahawanan Islam. Mahasiswa akan bertindak atau berperilaku berdasarkan sekelilingnya. Sebagai contoh, seorang anak akan mengagumi ibubapa mereka atas kejayaan mereka dalam bidang yang mereka ceburi, sekali gus membuatkan anak mereka ingin menjadi seperti mereka. Seseorang itu juga mudah terpengaruh dengan perilaku rakan mereka semasa mereka berkawan. Penemuan ini juga samamenurut Adelaja (2015) dengan kebanyakan sastera keatas sokongan sosial (keluarga, rakan-rakan dan persepsi saudara-mara) dalam meningkatkan dan memberi motivasi kepada pelajar untuk menubuhkan perniagaan mereka sendiri dalam masa yang terdekat, (Frazier dan Niehm, 2006; Kellermanns, Eddleston, Barnett & Pearson, 2008 ; Maina, 2011; Rasli dan Khan, 2013). Oleh itu, hipotesis 3 diterima dalam dapatan kajian ini.

5.2.4 Hubungan antara agama dengan keusahawanan Islam.

Agama adalah panduan bagi setiap insan dalam menjalani kehidupan mereka seharian. Dapatan kajian mendapati, hasil ujian kolerasi menunjukkan keputusan signifikan iaitu kolerasi Pearson 0.720 pada aras signifikan 0.000. ia menunjukkan agama mempunyai hubungan signifikan terhadap keusahawanan Islam. Mahasiswa UUM percaya bahawa melakukan sesuatu bidang terutama berniaga dengan mengikut prinsip dan syariat Islam akan menjadikan mereka berjaya dalam kerjaya mereka kelak. Ujian regresi juga menunjukkan kaitan antara hubungan agama dengan keusahawanan Islam kerana nilai beta menunjukkan 0.280 dan nilai signifikan pada 0.000. Namun begitu, hasil kajian Adelaja (2015) mengenai "*The Influencing Factors Of Entrepreneurial Intention: A Comparative Study Between Public (Uum) And Private (Kuin) Universities In Northern Malaysia*" mendapati ujian regresi menunjukkan hubungan agama dengan niat keusahawanan tidak signifikan. Walaubagaimanapun, kajian Prvy (2014) sependapat berkaitan keusahawanan Islam, yang mendapati penduduk di negara Islam bersetuju agama Islam menggalakkan keusahawanan, tetapi hasil kajiannya keatas tradisi dan budaya Islam didapati tidak menggalakkan keusahawanan Islam.

5.2.5 Hubungan antara pendidikan keusahawanan dengan keusahawanan Islam.

Dapatan hasil ujian kolerasi menunjukkan pendidikan mempunyai hubungan signifikan terhadap keusahawanan Islam iaitu 0.706 nilai kolerasi Pearson dengan nilai signifikan 0.000 ($p < .01$). ia bermaksud pendidikan keusahawanan mampu mempengaruhi mahasiswa UUM untuk menjadi usahawan. Dengan pengetahuan yang mereka ada menjadikan mereka lebih yakin dan lebih memahami tentang dunia keusahawanan disamping peluang kerjaya lain yang agak terhad. Keputusan ini sepadan dengan keputusan Lee et al. (2012) yang mendapati pendidikan

keusahawanan mempunyai hubungan signifikan terhadap niat keusahawanan. Keputusan ini turut menyamai dan disokong keputusan kajian sebelumnya oleh (Fayolle dan Gailly, 2004; Lee et al, 2005; Matlay, 2008; Izedonmi dan Okafor, 2010; Ooi et al, 2010). Oleh itu, hipotesis 5 diterima. Namun begitu, hasil kajian Liv (2014) ke atas siswazah Norway berbeza sangat ketara dari kajian Eropah sebelumnya dan kajian ini mengenai tahap bekerja sendiri dan niat untuk memulakan perusahaan sendiri. Graduan yang mempunyai latar belakang pendidikan keusahawanan tidak ramai memilih bekerja sendiri daripada siswazah lain. Walau bagaimanapun, pendidikan keusahawanan, terutamanya jika ia pada jumlah tertentu (sekurang-kurangnya 20 jam kredit), seolah-olah mempunyai kesan positif ke atas rancangan masa depan siswazah berkenaan dengan permulaan perniagaan mereka sendiri.

5.3 Rumusan Dapatan Kajian

Rumusan hasil kajian ditunjukkan dalam bentuk jadual seperti berikut:

Jadual 5.1

Rumusan Hasil Hipotesis Kajian

BIL	HIPOTESIS	NILAI-P	KEPUTUSAN
1	Sikap mempunyai hubungan terhadap keusahawanan Islam	0.000<0.01	Terima
2	Idola mempunyai hubungan terhadap keusahawanan Islam	0.000<0.01	Terima
3	Sosial mempunyai hubungan terhadap keusahawanan Islam	0.000<0.01	Terima
4	Agama mempunyai hubungan terhadap keusahawanan Islam	0.000<0.01	Terima
5	Pendidikan keusahawanan mempunyai hubungan terhadap keusahawanan Islam	0.000<0.01	Terima

5.4 Implikasi Kajian.

Hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa keusahawanan Islam ini dipengaruhi oleh pelbagai faktor. Hasil kajian menunjukkan bahawa atitud mahasiswa mempunyai hubungan terhadap keusahawanan Islam. Seorang pelajar yang bebas, suka mengambil risiko dan bersikap positif disamping berpegang teguh pada ajaran agama, akan cenderung untuk bekerja sendiri. Mereka lebih suka berniaga dan akan memastikan aktiviti perniagaan mereka memenuhi prinsip dan etika Islam. Seseorang yang berjaya dalam bidangnya dapat memberi galakan dan membimbing rakan atau orang lain untuk turut mengikut jejak mereka menjadi seorang yang berjaya. Seorang itu akan lebih percaya apabila melihat kejayaan seseorang itu berbanding orang lain yang tidak mempunyai apa-apa. Rakan sekampus dan ibubapa antara orang yang terdekat dengan seseorang itu. Sokongan mereka dapat membantu individu itu membuat keputusan dalam apa jua bidang yang mereka ceburi. Dalam konteks keusahawanan, mereka dapat memberi ransangan kepada mahasiswa untuk cenderung ke arah keusahawanan Islam. Mahasiswa yang berlatar belakangkan waris perniagaan keluarga, lebih cenderung untuk bekerja sendiri memandangkan kejayaan ibubapanya memberi inspirasi kepadanya.

Ajaran agama merupakan panduan kepada umatnya untuk menjalani kehidupan. Umat Islam berpanduan kepada dua perkara iaitu kitab AL-Quran dan sunnah (amalan) Nabi Muhamm S.A.W.. Kitab Al-Quran menerangkan banyak perkara berkaitan jual beli, urus niaga, halal dan haram. Justeru, agama Islam tidak melarang umatnya untuk berniaga tetapi mendorong umatnya melakukan sesuatu kerjaya yang baik dan diberkati. Pendidikan keusahawanan Islam penting dalam memberi panduan dan pengetahuan mengenai etika dan konsep perniagaan dalam Islam. Islam menuntut penganutnya untuk beriman kepada Allah, melakukan amar makkruf dan meninggalkan yang batil. Islam mengajar umatnya supaya jujur dan amanah dalam apa jua

bidang yang diceburi. Islam mengharamkan riba' tetapi Islam menghalalkan jual beli. Bagi memahami perkara ini, pendidikan di peringkat awal adalah saluran terbaik dalam menyemai pelajar menjadi usahawan Islam berjaya.

5.5 Batasan Dan Cadangan Penyelidikan Masa Hadapan.

Pada asasnya, terdapat beberapa kekangan semasa kajian ini dijalankan. Tetapi, kekangan utama adalah apabila untuk mendapatkan maklum balas responden. Kajian ini dijalankan untuk mengkaji mahasiswa Universiti Utara Malaysia (UUM) Kedah yang terdiri daripada pelbagai latar belakang program pengajian. Memandangkan tempoh masa yang terhad disamping masalah-masalah lain, pengkaji hanya menfokuskan secara umum sahaja. Sesetengah pengkaji memilih untuk mengkaji secara perbandingan antara fakulti bagi mendapatkan gambaran lebih jelas tentang keusahawanan Islam ini. Ia memandangkan mahasiswa yang berbeza latar belakang mempunyai perbezaan dari segi sikap, minat dan perilaku.

Berdasarkan pengalaman penulis semasa menjalankan kajian, terdapat beberapa cadangan mengenai hala tuju untuk penyelidikan masa depan:

1. Kajian mengenai keusahawanan Islam perlu diperbanyakkan memandangkan tidak banyak kajian berkaitan perkara ini dijalankan. Prvy (2014) mencadangkan Islam dengan didikan agama, corak tingkah laku budaya dan tradisi memberi kesan positif kepada aktiviti keusahawanan Islam. Kajian keusahawanan Islam juga memerlukan kajian lanjut terhadap tingkah laku usahawan di kalangan umat Islam (Davis, 2013).
2. Kajian ini menggunakan pemboleh ubah bebas sikap, idola, sosial, agama, dan pendidikan keusahawanan. Sehubungan itu, cadangan kajian masa hadapan boleh menggunakan pemboleh ubah bebas lain seperti latar belakang perniagaan keluarga,

pengalaman berniaga (Ahmed et al., 2010). Ciri personaliti pula boleh melihat kepada dimensi lain seperti keinginan kepada kebebasan, toleransi terhadap kekaburan, dan tahap inovasi (Altinay et al., 2012) supaya penyelidikan masa hadapan lebih baik hasilnya (Wei et al, 2012).

5.6 Kesimpulan.

Kertas kerja ini ingin mengetahui keusahawanan Islam di kalangan pelajar Universiti Utara Malaysia (UUM) Kedah. Hasil kajian mendapati terdapat hubungan antara sikap, idola, sosial, agama, dan pendidikan keusahawanan terhadap kecenderungan seorang menceburi bidang keusahawanan Islam. Dalam kajian ini, mahasiswa bersetuju bahawa sikap seseorang akan menentukan kecenderungannya terhadap perilaku itu samada kecenderungan positif atau kecenderungan negatif. Dalam hal keusahawanan Islam, mahasiswa bersetuju bahawa semakin positif sikap mereka terhadap keusahawanan Islam semakin tinggi kecenderungan untuk menceburi keusahawanan Islam. Idola dan sosial juga menyumbang terhadap kecenderungan keusahawanan Islam. Mahasiswa bersetuju bahawa ibubapa, rakan sebaya, jiran dan persekitaran mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan sesuatu perkara. Kejayaan seseorang menjadi inspirasi kepada mahasiswa untuk turut sama menceburi bidang keusahawanan Islam. Agama menjadi panduan kepada mahasiswa dalam melakukan aktiviti keusahawanan. Mahasiswa bersetuju bahawa agama Islam menuntut supaya umatnya berniaga disamping membina ekonomi sosial yang maju dan saksama. Pendidikan keusahawanan menjadi pemangkin kepada mahasiswa untuk menceburi keusahawanan Islam. Ini kerana dengan pengetahuan dan latihan yang secukupnya dapat menjadi motivasi kepada mereka untuk memulakan perniagaan. Mahasiswa bersetuju bahawa pendidikan keusahawanan menggalakkan

mereka untuk berniaga, kerana dengan ilmu pengetahuan mereka lebih berani dan bersedia untuk mengambil risiko dalam perniagaan.



RUJUKAN

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Affendi Bin Mohammad. 2014. ENTREPRENEURSHIP INCLINATION: A CASE STUDY ON TUANKU SYED SIRAJUDDIN POLYTECHNIC'S STUDENTS. *Thesis for Master Of Science (Management), Universiti Utara Malaysia*.
- Rohana Yusof. (2004). *Penyelidikan Sains Sosial*. PTS Publications & Distributors. Pahang.
- Taskina Binta Mahmud. 2014. Attitude of Muslim Female Students Towards Entrepreneurship- A Study on University Students in Bangladesh. *European Journal of Business and Management*. Vol. 6[32].
- Perhimpunan Usahawan Bumiputera 2013. Agenda Transformasi Bumiputera. Sime Darby Convention Centre, Bukit Kiara, Kuala Lumpur.
- Suhaili S., Azlan A.. 2006. Keusahawanan di kalangan mahasiswa. *Jurnal syariah*, 14:1, 93-109.
- Davis, M. K. 2013. Entrepreneurship: an Islamic perspective. *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 20, No. 1, pp.63–69.
- Kamus Dewan Edisi Keempat secara online <http://prpm.dbp.gov.my/Search.aspx?k=idola>.
- Mohd Nasrul Hakim Bin Jalaludin. 2015. Kajian Kecenderungan Keusahawanan Pelajar Di Universiti Kuala Lumpur. *Tesis Sarjana Sains Pengurusan, Universiti Utara Malaysia*.
- Prvy L. 2014. Islamic entrepreneurship – affects of religion, tradition and culture on entrepreneurial activity of people in Muslim countries. *Master Thesis, University of Amsterdam*.
- Pusat Rujukan Persuratan Melayu. <http://prpm.dbp.gov.my/Search.aspx?k=kecenderungan>
- Mysumber. 2015. Senarai Top 10 Orang Paling Kaya di Malaysia. Dipetik dalam <http://www.mysumber.com/senarai-top-10-orang-paling-kaya-di-malaysia-2015.html>
- <http://www.bernama.com/bernama/v8/bm/ge/newsperspectives.php?id=1272526>
- Jones P., Miller C., Amanda J., Packham G., Pickernell D., Zbierowski P..(2011).Attitudes and motivations of Polish students towards entrepreneurial activity. *Education + Training*, Vol. 53 Iss 5 pp. 416 - 432

- Mahmoud A. M., Farrah M. M.. 2014. Factors Affecting the Entrepreneurial Intention of PhD Candidates: A study of Nigerian International Students of UUM. *European Journal of Business and Management*. Vol.6[36]
- Liv A. S.. 2014. Entrepreneurship in higher education Impacts on graduates' entrepreneurial intentions, activity and learning outcome. *Education + Training*, Vol. 56[8/9], pp. 795-813.
- Liñán F., Cohard J. C. R., Cantuche J. M. R.. 2011. Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship Management Journal*, vol. 7:195–218.
- Wei N. L., BAO P. L., LI Y. L., HUEI S. N., JIA L. W.. 2012. Entrepreneurial Intention: A Study Among Students Of Higher Learning Institution. *Project paper*. UNIVERSITI TUNKU ABDUL RAHMAN
- Siti A. M. 2016. Keusahawanan Atasi Pengangguran. *Rencana, Berita Harian*. Laman sesawang <http://www.bharian.com.my/node/155565>.
- Utusan. 18 Mac 2016. 54,867 Graduan Menganggur Tiga Bulan Sebelum Konvokesyen. *Berita, Parlimen*. Laman sesawang: <http://www.utusan.com.my/berita/parlimen/54-867-graduan-menganggur-tiga-bulan-sebelum-konvokesyen-1.201777#sthash.jm8NKunI.dpuf>
- Gibb, A. (2002(a)). "Creating conducive environments for learning and entrepreneurship: Living with, dealing with, creating and enjoying uncertainty and complexity." *Industry & Higher Education* 16(3): 135-148
- Hisrich, R. D., M. P. Peters, et al. (2005). *Entrepreneurship*. NY, USA, McGraw-Hill Irwin
- Hisrich Robert. D & Peters Micheal P. (2002), *Entrepreneurship*, Edisi 5. USA: Mc Graw Hill, ms. 10
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1995). *Entrepreneurship(3rd ed)*. Boston: Irwin McGraw-Hill.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). The nature and importance of entrepreneurship. In *Entrepreneurship (7th ed.)*, p. 5-20. New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.
- Kirkwood, J. (2007). "Igniting the entrepreneurial spirit: Is the role parents play gendered?" *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 13(1): 39-59.
- Sekaran, U. 2003. Research methods for business: A skill-building approach. (2nd Ed.).New York: John Wiley & Sons

Shapero, A & Sokol, L (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C.A.Kent (eds), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, New Jersey: PrenticeHall, Inc.

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2010). *Business research methods* (8th ed.). New York: South-Western/Cengage Learning.



LAMPIRAN



Responden yang dihormati,

Saya adalah pelajar tahun akhir dari Universiti Utara Malaysia (UUM) sedang mengikuti Ijazah Sarjana Sains Pengurusan. Bagi melengkapkan kursus saya untuk subjek BPMZ 69912, Projek Penyelidikan, saya dikehendaki menjalankan satu kajian penyelidikan. Tajuk kajian saya adalah " Keusahawanan Islam di Kalangan Mahasiswa Universiti Utara Malaysia ".

Saya ingin berterima kasih kepada anda sedia menghabiskan beberapa minit masa anda untuk melengkapkan soal selidik ini. Saya memberi jaminan bahawa semua maklumat yang dikumpul adalah hanya untuk tujuan akademik dan akan dirahsiakan . Terima kasih kerana bantuan anda .

Jika terdapat sebarang keraguan , sila hubungi:

Muhammad Fahmi Bin Zulkifli

817752

013-4618272

matmi.afgm@gmail.com

KAJIAN INI MEMPUNYAI DUA BAHAGIAN. BAHAGIAN A ADALAH MAKLUMAT PERIBADI RESPONDEN DAN BAHAGIAN B ADALAH FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEUSAHAWANAN ISLAM DI KALANGAN MAHASISWA

BAHAGIAN A: MAKLUMAT PERIBADI

Sila pilih jawapan anda dengan menandakan (✓) pada kotak yang disediakan.

1. Jantina:

☐ Lelaki

☐ Perempuan

2. Umur :

☐	20 tahun dan ke bawah	☐	21-25 tahun
☐	26-30 tahun	☐	31 dan ke atas

3. Program Pengajian:

☐ Sarjana Muda

☐ Sarjana

☐ Kedoktoran

4. Adakah anda terlibat dalam keusahawanan/perniagaan?

☐ Ya

☐ Tidak

5. Adakah anda menjalankan perniagaan patuh Islam?

☐ Ya

☐ Tidak

☐ Tidak pasti

BAHAGIAN B

Pendekatan skala persetujuan skala nombor:

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Tidak pasti	Setuju	Sangat setuju
1	2	3	4	5

Faktor-faktor di bawah ini mempengaruhi keusahawanan Islam di kalangan mahasiswa. Sila pilih jawapan anda dengan bulatkan pada nombor skala yang disediakan.

1. Faktor atitud muslim. Faktor ini mengukur sikap individu terhadap Keusahawanan Islam.

1.1	Sebagai seorang usahawan muslim membayangkan lebih banyak kelebihan daripada keburukan dalam perniagaan saya untuk berjaya.	1	2	3	4	5
1.2	Kerjaya sebagai usahawan muslim adalah menarik bagi saya	1	2	3	4	5
1.3	Jika saya mempunyai peluang dan sumber, saya ingin memulakan firma	1	2	3	4	5

	yang patuh syariah					
1.4	Sebagai seorang usahawan muslim berjaya akan memberikan kepuasan besar kepada saya apabila dapat mengamalkan prinsip perniagaan Islam.	1	2	3	4	5
1.5	Antara pelbagai pilihan, saya lebih suka menjadi seorang usahawan muslim berjaya.	1	2	3	4	5

2. Faktor pengaruh idola. Faktor ini menilai pengaruh idola dalam mempengaruhi mahasiswa terhadap Keusahawanan Islam.

2.1	Saya ingin menjadi seperti idola saya sebagai usahawan muslim	1	2	3	4	5
2.2	Saya kagumi keupayaan idola saya memotivasi orang lain berniaga secara Islamik.	1	2	3	4	5
2.3	Saya menghormati keupayaan idola saya untuk mengajar orang lain menjadi usahawan muslim.	1	2	3	4	5
2.4	Saya peduli apa yang rakan karib saya fikir tentang keputusan pilihan kerjaya saya.	1	2	3	4	5
2.5	Saya percaya rakan karib saya menyokong untuk bekerja sendiri	1	2	3	4	5
2.6	Saya peduli tentang pendapat pensyarah terhadap pilihan kerjaya saya.	1	2	3	4	5
2.7	Saya berminat dalam keusahawanan Islam sebab rakan saya turut terlibat.	1	2	3	4	5
2.8	Rakan-rakan merupakan sumber utama dalam perkongsian maklumat berkaitan keusahawanan Islam	1	2	3	4	5
2.9	Pensyarah merupakan sumber utama berkaitan keusahawanan Islam	1	2	3	4	5

3. Faktor sokongan sosial. Faktor ini menentukan signifikansi sokongan sosial dalam mempengaruhi mahasiswa terhadap Keusahawanan Islam.

3.1	Keluarga saya rasa yakin dengan minat saya untuk menjalankan perniagaan	1	2	3	4	5
3.2	Abang / kakak saya yakin dengan minat saya dalam memulakan perniagaan.	1	2	3	4	5
3.3	Secara umumnya saudara saya sangat positif tentang niat saya untuk memulakan perniagaan.	1	2	3	4	5
3.4	Jiran saya rasa positif dengan niat saya untuk memulakan perniagaan	1	2	3	4	5
3.5	Rakan-rakan saya sangat yakin dengan niat saya untuk memulakan perniagaan	1	2	3	4	5

4. Faktor pengaruh agama. Faktor ini mengkaji hubungan agama dalam mempengaruhi mahasiswa terhadap Keusahawanan Islam.

4.1	Organisasi Agama Islam menyediakan program untuk membantu ahlinya dalam keperluan kewangan.	1	2	3	4	5
4.2	Ajaran Islam tidak menggalakkan aktiviti keusahawanan	1	2	3	4	5

4.3	Pemimpin Islam (imam) menggalakkan umat Islam untuk mencari pekerjaan yang diberkati.	1	2	3	4	5
4.4	Saya meletakkan kepercayaan penuh pada Allah S.W.T	1	2	3	4	5
4.5	Agama Islam menyokong nilai harga diri dan identiti saya	1	2	3	4	5
4.6	Setiap ujian ALLAH memberi motivasi kepada saya untuk melakukan yang terbaik walaupun sukar.	1	2	3	4	5
4.7	Dalam tempoh ujian dan dugaan saya percaya pada ALLAH, saya bersedia untuk lebih bertanggungjawab pada ALLAH dan orang lain tentang cara hidup saya.	1	2	3	4	5
4.8	Iman saya mempengaruhi seluruh hidup saya	1	2	3	4	5
4.9	Iman saya berorientasikan nilai yang merangkumi keperluan fizikal dan sosial	1	2	3	4	5
4.10	Saya seikhlasnya percaya pada Allah, bukan kerana kewajipan atau ketakutan.	1	2	3	4	5

5. Faktor pendidikan keusahawanan Islam. Faktor ini mempengaruhi kecenderungan mahasiswa terhadap Keusahawanan Islam.

5.1	Pelajaran keusahawanan Islam sangat penting.	1	2	3	4	5
5.2	Keusahawanan Islam perlu diajar di universiti.	1	2	3	4	5
5.3	Pelajaran Keusahawanan Islam perlu diwajibkan dalam menghidupkan jiwa usahawan Islam di kampus.	1	2	3	4	5
5.4	Lebih banyak program pendidikan keusahawanan dan perniagaan islam boleh membantu mahasiswa untuk memulakan perniagaan menurut perspektif Islam.	1	2	3	4	5
5.5	Kursus di universiti saya menyediakan kerjaya usahawan muslim yang lebih baik.	1	2	3	4	5

6. Keusahawanan Islam. Faktor ini menentukan mahasiswa memahami Keusahawanan Islam dan mempraktikkannya dalam perniagaan mereka.

6.1	Saya bersedia melakukan apa saja untuk menjadi usahawanan Islam berjaya.	1	2	3	4	5
6.2	Matlamat saya adalah menjadi usahawan Islam yang sebenar.	1	2	3	4	5
6.3	Saya akan berusaha untuk memulakan dan menjalankan perniagaan sendiri yang Islamik.	1	2	3	4	5
6.4	Saya berfikir sangat mendalam untuk memulakan perniagaan secara Islam.	1	2	3	4	5
6.5	Saya mempunyai impian yang pasti untuk memulakan perniagaan suatu hari nanti.	1	2	3	4	5

Sekian, terima kasih.