

NILAI-NILAI KEUSAHAWANAN MAHASISWA AKADEMI PENGAJIAN ISLAM KONTEMPORARI TERHADAP KEINGINAN MEMBUKA PERNIAGAAN SELEPAS TAMAT PENGAJIAN

Entrepreneurial Values Of Students Academy Of Contemporary Islamic Studies On Their Desire To Open A Business After Graduation

Noor Aznaim Abd Latibi, Muhammad Syahruldeen Ahmad Rosli, Zainur Nadiyah Baharudin,
Mohamad Afandi Md Ismail, Muhamad Hasif Yahaya ⁱⁱ

ⁱ (Corresponding author). Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti
Teknologi Mara Kampus Shah Alam.

E-mel: azreym21@yahoo.com

ⁱⁱ Pensyarah kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi Mara Kampus Shah
Alam.

Abstrak	ABSTRACT
<p><i>Bidang keusahawanan di Malaysia sangat berkembang hasil daripada bantuan pelbagai pihak dalam memberi ruang kepada usahawan untuk menyertai aspek keusahawanan ini. Jika dilihat peranan kerajaan amat penting dalam melahirkan usahawan yang berjaya yang mempunyai latar belakang pendidikan keusahawanan melalui bantuan sama ada dari segi kewangan dan khidmat nasihat kepada yang berminat menjadi usahawan. Selain pihak kerajaan, institusi pendidikan juga telah memainkan peranan penting dalam usaha meningkatkan minat para pelajar menceburi bidang keusahawanan selepas tamat pengajian. Namun begitu, bidang keusahawanan dilihat sebagai peluang terakhir kerana kurangnya kesedaran terhadap potensi kerjaya sebagai usahawan ini. Berdasarkan kepada permasalahan ini, satu kajian telah dijalankan bagi meninjau nilai-nilai keusahawanan yang mendorong keinginan pelajar Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Cawangan Shah Alam terhadap keinginan mereka membuka</i></p>	<p><i>The field of entrepreneurship in Malaysia is growing with the help of various parties in providing space for entrepreneurs to take part in this entrepreneurship aspect. We can see that the Government has played very important role in producing successful entrepreneurs who have a background in entrepreneurship education through their help either in terms of finance and advisory services to those interested in becoming entrepreneurs. Apart from the government, educational institutions also have played an important role in increasing students' interest in venturing into entrepreneurship after graduation. However, the field of entrepreneurship is seen as a last choice due to lack of awareness in the potential of this career. Based on these problems, a study was conducted to check the entrepreneurial values in students of the Academy of Contemporary Islamic Studies, Shah Alam Branch for their desire to open a business after graduation. This study uses survey method with questionnaire as the</i></p>

perniagaan. Kajian ini menggunakan kaedah tinjauan dengan soal selidik sebagai instrumen utama. Seramai 326 orang pelajar yang mengikuti kelas keusahawanan dijadikan sampel kajian yang dipilih secara rawak berstrata. Dapatan kajian mendapati nilai-nilai keusahawanan dalam diri telah membawa kepada peningkatan keyakinan pelajar untuk membuka perniagaan adalah pada tahap sederhana iaitu julat purata min antara 2.95 hingga 3.91. Pekali korelasi Pearson pula menunjukkan hubungan yang signifikan, lemah dan sederhana positif ($0.25 \leq r \leq 0.58$) pada aras signifikan 0.01. Kajian yang dijalankan ini terbatas kepada pelajar tahun akhir yang telah mengambil kursus keusahawanan bagi semester 2020/2021 di ACIS dan generalisasi perlu dibuat berdasarkan data yang terkumpul. Hasil kajian ini diharap dapat membantu pihak pentadbir pendidikan melakukan inovasi dan transformasi terhadap kurikulum pendidikan keusahawanan terutamanya di peringkat IPT dengan lebih berkesan supaya dapat memupuk ciri-ciri keusahawanan pada tahap yang tinggi dalam diri pelajar.

KataKunci: Nilai-Nilai Keusahawanan, Keinginan Membuka Perniagaan

main instrument. A total of 326 students who attended entrepreneurship classes were the sample which selected via stratified randomly. The findings of the study found that the values of entrepreneurship in themselves have led to an increase in students' confidence to open a business with a moderate level that is the average mean range between 2.95 to 3.91. Pearson correlation coefficient showed a significant, weak and moderately positive relationship ($0.25 \leq r \leq 0.58$) at the significance level of 0.01. This study is limited to final year students who have taken entrepreneurship courses for semester 2020/2021 at ACIS and generalizations need to be made based on the data collected. Hopefully with the results of this study can help administrators to innovate and transform the curriculum of entrepreneurship education, especially at the IPT level to cultivate high level of entrepreneurial characteristics in students.

Key Word: Entrepreneurial values, Desire to open a business.

PENDAHULUAN

Bidang perniagaan dan keusahawanan amat dititikberatkan dalam sistem pendidikan pada masa kini. Menerusi penguasaan ciri-ciri keusahawanan seperti nilai-nilai keusahawanan dalam diri mahasiswa, secara tidak langsung dapat melahirkan niat ataupun keinginan dalam diri mereka untuk menceburkan diri dalam bidang ini pada masa akan datang dan melakukan perancangan untuk berniaga supaya dapat mencapai keinginan tersebut. (Affzalina Hassan dan Nor Aisyah Buang, 2017). Bidang keusahawanan dilihat masih belum mendapat tempat sebagai kerjaya pilihan dalam kalangan siswazah. Pelbagai program dan aktiviti yang telah dilaksanakan oleh kerajaan untuk menarik lebih siswazah menjadi usahawan (Hoe 2006; Nor Aishah et al., 2011).

Namun, kemudahan ini tidak digunakan secara optimum oleh masyarakat terutamanya bagi pelajar di peringkat pengajian tinggi kerana mempunyai tahap kesediaan yang rendah untuk menceburi bidang perniagaan

(Mohd Shahrir, 2015; Yusof & Sapiah et.al., 2016). Pelajar tidak menguasai ciri-ciri keusahawanan dengan sebaiknya iaitu dari segi sikap, pemikiran, tingkah laku, nilai ataupun kemahiran keusahawanan untuk menggalakkan mereka terlibat dalam bidang perniagaan dan keusahawanan sebagai satu alternatif pilihan kerjaya kepada mereka pada masa hadapan (Baharu Kemat & Mohammed Zain et. al, 2013) . Melihat kepada kepentingan ciri-ciri keusahawanan tersebut, wujud satu keperluan untuk meninjau salah satu ciri-ciri keusahawanan iaitu tingkah laku mahasiswa yang mendorong pelajar untuk buka perniagaan (Hariyaty et al. 2008).

Justeru, kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti hubungan nilai-nilai keusahawanan dengan tahap keinginan untuk membuka perniagaan dalam kalangan pelajar jurusan Halal di Akademi Pengajian Islam Kontemporari cawangan Shah Alam. Selain itu, kajian ini dijalankan bagi mengenal pasti faktor yang mendorong nilai-nilai keusahawanan mahasiswa membuka perniagaan. Akhir sekali, melalui kajian ini juga pengkaji dapat mengenal pasti sama ada hubungan antara nilai-nilai keusahawanan yang kuat ataupun lemah mempengaruhi tahap keinginan mereka memulakan perniagaan dalam kalangan mahasiswa. Jadi, untuk menjawab persoalan ini, sampel kajian ini tertumpu kepada pelajar tahun Ijazah pengurusan halal yang telah menghadiri kuliah keusahawanan bagi semester 2021.

KAJIAN LITERATUR

Keusahawanan

Pelbagai definisi yang telah diberikan ke atas usahawan dan keusahawanan. Antaranya Yusof (2003) yang menyatakan definisi keusahawanan merupakan aktiviti yang mendatangkan manfaat melalui pembangunan perniagaan yang berorientasikan keuntungan. Yusof (2003) turut menyatakan bahawa seorang usahawan itu perlu bersedia untuk menanggung, mengurus dan menganggarkan risiko perniagaan. Selain itu juga, Kamsiah et al. (2008) pula, mentakrifkan seorang usahawan sebagai individu yang memobilasikan modal, mengguna pakai sumber asli serta mewujudkan 15 pasaran dan menjalankan perniagaan. Ini kerana ia menggabungkan sifat manusia yang ingin maju, berketrampilan, memiliki kebolehan luar biasa dan ada dorongan untuk menterjemahkan sumber dan peluang kepada aktiviti yang membawa keuntungan. Selain itu juga usahawan didefinisikan sebagai satu proses penciptaan sesebuah organisasi (Mohd Makbul dan Mohamad Harun, 2003).

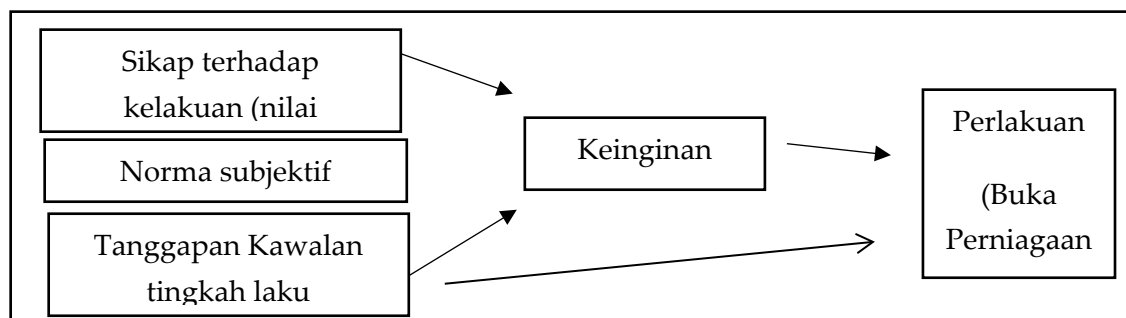
Nilai – Nilai Keusahawanan

Kajian-kajian lepas mendapati hanya individu-individu tertentu sahaja yang akan memilih untuk membuka sebuah perniagaan selepas tamat pengajian. Apabila diselidiki, golongan ini selalunya mempunyai nilai-nilai yang positif

terhadap bidang keusahawanan. Malah berpendapat bahawa hanya bidang keusahawanan dapat memberi mereka kepuasan sama ada daripada segi material (pendapatan yang lumayan) ataupun pengiktirafan. Mereka juga boleh menggunakan kreativiti serta kemahiran yang dimiliki dengan bebas tanpa perlu kebenaran sesiapa dalam mengusahakan kerjaya mereka (Kuratko & Hodgetts, 2004; Bird, 1989).

Menurut Azjen (1991) telah mengaitkan keinginan individu sebagai faktor motivasi yang mempengaruhi kelakuan (tingkah laku), di mana sebarang keputusan itu bergantung kepada tiga elemen utama iaitu sikap terhadap kelakuan (nilai peribadi) yang merujuk kepada tahap sokongan terhadap sesuatu kelakuan; norma subjektif (tekanan sosial yang dirasakan sama ada akan melakukan sesuatu atau tidak) dan tanggapan kawalan tingkah laku iaitu dengan melihat sejauh mana individu itu berupaya untuk mengawal tingkah laku. Secara ringkas, model teori tingkah laku terancang Azjen (1991) adalah seperti Rajah 1.0.

Rajah 1.0: Model Teori tingkah laku terancang – Azjen (1991) dalam Salmah (2009)



Dalam erti kata lain, kecenderungan seseorang terhadap sesuatu perkara boleh mendorong keinginan mereka untuk mendapatkan perkara tersebut. Dalam hal ini, jika individu tersebut memiliki kecenderungan terhadap kerjaya keusahawanan maka kebarangkalian untuk melibatkan diri dalam bidang keusahawanan juga adalah tinggi. Ini bermakna, kecenderungan individu untuk memulakan perniagaan sangat besar terutama sekiranya mereka mempunyai sikap positif dan tahap keinginan yang tinggi terhadap bidang keusahawanan. Ini kerana, sikap positif didapati mampu merangsang tahap keinginan individu untuk mempamerkan tindakan selanjutnya dengan memilih kerjaya keusahawanan (Norasmah Othman & Salmah Ishak, 2001). Hal ini turut diakui oleh Hisrich et al. (2008) yang percaya bahawa individu yang mempunyai kecenderungan yang kuat untuk melakukan sesuatu perkara, mereka akan memperlihatkan kemungkinan yang positif ke atas tindakan yang dikehendaki.

METODOLOGI

Kerangka Model Keinginan Membuka Perniagaan

Reka bentuk kajian adalah satu penetapan yang penting dalam menjalankan sesuatu kajian bagi kegunaan pengkaji supaya pengkaji tidak tersasar daripada falsafah penyelidikan yang telah ditentukan (Kerlinger, 1986). Justeru, bagi penyelidikan yang dijalankan ini, pengkaji menggunakan reka bentuk kajian yang berbentuk kuantitatif deskriptif yang dilakukan secara tinjauan. Bentuk kajian ini digunakan terutamanya apabila untuk mendapatkan maklumat daripada saiz sampel kajian yang ramai dan dijalankan ke atas sampel dalam sesuatu populasi. Sampel yang dipilih haruslah mempunyai ciri atau sifat populasi yang ingin dikaji oleh pengkaji supaya maklumat yang diperolehi boleh memberi kenyataan dan gambaran umum tentang keseluruhan populasi yang dikaji (Sekaran & Bougie, 2013).

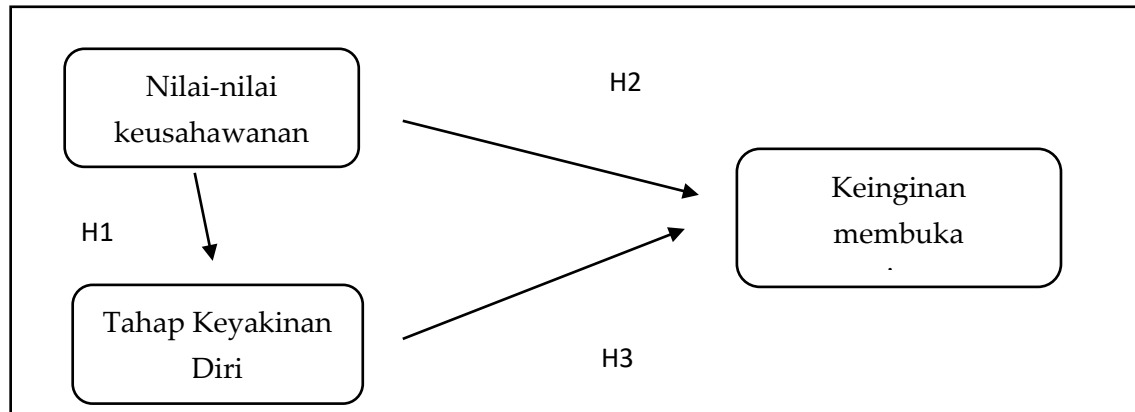
Melalui reka bentuk kerangka modul keinginan membuka perniagaan, pengkaji dapat mengukur dan membuat generalisasi dengan lebih tepat terhadap objektif dan persoalan kajian iaitu untuk mengenal pasti tahap tingkah laku keusahawanan dengan tahap keinginan untuk berniaga. Penyelidikan ini juga dapat dijalankan dalam skop yang lebih luas iaitu melalui penetapan saiz sampel kajian yang besar. Kemudian, pengumpulan data bagi saiz sampel kajian yang besar boleh menggunakan kaedah tinjauan iaitu menerusi pengedaran borang soal selidik sebagai instrumen kepada responden kajian yang dijalankan. Populasi bagi kajian ini ialah pelajar Ijazah Sarjana Muda Akademi Pengajian Islam Kontemporari di Universiti Teknologi Mara (UITM) Cawangan Shah Alam. Sampel kajian pula terdiri daripada mahasiswa-mahasiswa Pengajian Islam yang mengambil subjek keusahawanan pada semester 2021. Pengumpulan data bagi kajian yang dijalankan ini adalah menerusi borang soal selidik yang diedarkan kepada responden di mana pengkaji ingin mengenal pasti tahap dan hubungan bagi nilai-nilai keusahawanan terhadap keinginan mereka untuk membuka perniagaan. Oleh itu, pengkaji menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen kajian ini supaya dapat mengetahui tahap dan hubungan variabel yang dikaji.

HASIL DAPATAN KAJIAN KAJIAN

Kajian ini menggunakan dua pemboleh ubah peramalan iaitu nilai-nilai keusahawanan (Holienska et al., 2012.; Mutalib et al., 2013; Rahim et al., 2014; Santoso & Oetomo, 2017) dan juga tahap keyakinan diri (Che Embi et al., 2019; Hunter, 2012; Othman et al., 2020; Shambare, 2013). Dengan mengukur nilai-nilai keusahawanan yang ada pada pelajar, kajian ini akan melihat impaknya terhadap keinginan mereka membuka perniagaan. Tahap keyakinan diri juga merupakan pemboleh ubah yang digunakan oleh pengkaji-pengkaji lepas yang

mempunyai signifikan di dalam mempengaruhi keinginan golongan muda untuk menjadi usahawan.

Rajah 2.0: Kerangka model kajian



Menerusi rajah 1.0, terdapat tiga hipotesis terkait yang dibina melalui kerangka kajian ini iaitu:

1. H1: Nilai-nilai keusahawanan yang ada di dalam diri pelajar memberi impak terhadap keinginan mereka membuka perniagaan.
2. H2: Nilai-nilai keusahawanan mempunyai hubungan positif terhadap keyakinan diri pelajar dan seterusnya menjadi mediator kepada keinginan membuka perniagaan.
3. H3: Tahap keyakinan diri mempunyai impak utama terhadap keinginan membuka perniagaan dan merupakan mediator penuh.

Kajian ini akan menganalisis data dengan pendekatan analisis non parametrik Partial least Square (PLS) terhadap struktur persamaan model (Structural equation modelling) seperti yang diterangkan di bahagian metodologi lepas. Manakala bagi pengkodan data, setiap item akan dimasukkan dalam kod nilai usahawan (NU), Keyakinan terhadap kemampuan diri (*self-efficacy*) (KD) dan keinginan membuka perniagaan (KP), seperti yang ditunjukkan dalam jadual 1.0 di bawah:

Jadual 1.0: Pengkodan data

DIMENSION	KOD	ITEM	HIPOTESIS (H)
Nilai-Nilai Keusahawanan Dalam Diri Pelajar	NU1	Inovatif dan kreatif	H1: NU => KP
	NU2	Digitalisasi	
	NU3	Disiplin	
	NU4	Berdikari	
	NU5	Matlamat dan objektif	
	KD1	Perancangan diri	H2: NU=> KD =>KP
	KD2	Pengalaman	

Keyakinan terhadap kemampuan diri (<i>self-efficacy</i>)	KD3	Tahap kesukaran	
	KD4	Prestasi	
	KD5	Kemampuan	
Keinginan membuka perniagaan	KP1	Mendaftar perniagaan	H3 Attitude => KP => KD
	KP2	Meneroka pasaran	
	KP3	Mengenalpasti produk	
	KP4	Memilih strategi	
	KP5	Perancangan	

Kesahan dan Keabsahan Model

Kajian ini menggunakan pendekatan dua langkah seperti yang disarankan oleh Anderson dan Gerbing (1988) dan (Hair et al., 2019). Pertama, kajian berdasarkan reflektif ini menilai kesahan, kebolehpercayaan, dan kesahan diskriminasi. Kesahan konvergen dapat dipastikan jika muatannya lebih besar dari 0.5 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010), kebolehpercayaan komposit (CR) lebih besar daripada 0.7 (Gefen, Straub, & Boudreau, 2000), dan varians purata yang diekstrak lebih besar dari 0.5 (Fornell & Larcker, 1981). Hair et al., 2012 mencadangkan penggunaan *composite reliability* (CR) sebagai pengganti kebolehpercayaan konsistensi dalaman yang mengukur dalam penyelidikan sains sosial, menggantikan Cronbach's Alpha (α) konvensional. Oleh itu, kajian ini menggunakannya untuk mengukur kebolehpercayaan ketekalan pemboleh ubah. Dalam kes ini, ukuran pekali kebolehpercayaan komposit (CR) dalam konsistensi dalaman dinilai dan dilaporkan dalam Jadual 2.0 di bawah. Dalam kajian ini, nilai pekali kebolehpercayaan komposit (CR) berkisar antara 0.903 hingga 0.925 yang menunjukkan kadar yang tinggi.

Jadual 2.0: Pengukuran kesahan model

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average (AVE)	Variance	Extracted
KD	0.901	0.904	0.925	0.674		
KP	0.878	0.887	0.908	0.623		
NU	0.868	0.889	0.903	0.613		

Dalam analisis kebolehpercayaan, R^2 yang diperoleh adalah 0.654 (CO). Dari segi kebolehpercayaan, R^2 dapat mengukur varians, yang dijelaskan dalam setiap konstruk endogen (Shmueli dan Koppius, 2011). R^2 juga disebut sebagai kekuatan ramalan dalam sampel (Henseler et al., 2009; Hair et al., 2011). Penggunaan R^2 dalam statistik menunjukkan peratusan varians dalam pemboleh ubah bersandar yang dijelaskan oleh pemboleh ubah bebas secara kolektif. Ini mengukur kekuatan hubungan antara pemboleh ubah pada skala 0 - 100%. Cohen (1988) mengklasifikasikan tiga kategori R^2 , 0,02 lemah, 0,13

sederhana dan 0,26 besar, oleh itu berdasarkan R-kuadrat kajian ini, didapati besar, seperti yang ditunjukkan dalam jadual 2.1 di bawah:

Jadual 2.1: R-Square (R^2)

	R Square	R Square Adjusted
KD	0.655	0.654
KP	0.668	0.665

Menurut Cohen (1992) nilai R^2 , 0.12 ke bawah menunjukkan nilai yang rendah, antara nilai 0.13 hingga 0.25 menunjukkan medium, 0.26 atau ke atas dan nilai di atas menunjukkan ukuran kesan tinggi. Oleh itu, dapat dibuktikan bahawa instrumen boleh dipercayai dan dapat dilanjutkan ke analisis pengujian hipotesis.

Kesahan Diskriminasi

Kesahan diskriminasi dalam kajian ini menggunakan kaedah piawaian *Fornell-Larcker Criterion* (Ab Hamid et al., 2017; Fornell, C., & Larcker, 2016; Fornell & Larcker, 1981). Kesemua nilai menunjukkan purata di bawah 0.9 seperti yang dicadangkan oleh Hair (2012) iaitu berada dalam julat 0.752 hingga 0.821. Ini menunjukkan bahawa kesahan diskriminasi tidak melebihi 0.9 dalam memenuhi perbezaan di antara kesemua pemboleh ubah tersenarai, seperti yang ditunjukkan dalam jadual 2.2 di bawah:

Jadual 2.2: Fornell-Larcker Criterion

	KD	KP	NU
KD	0.821		
KP	0.752	0.789	
NU	0.809	0.797	0.783

Menurut Anderson dan Gerbing (1988), bahawa selang sisihan yang tidak mengandungi nilai 0.9 adalah tanda kesahan diskriminasi. Nilai ini menunjukkan nilai yang mencukupi dari segi kesahan diskriminan, seperti yang ditunjukkan dalam jadual 2.3 di bawah :

Jadual 2.3: Cross loadings

	KD	KP	NU
KD1	0.799	0.618	0.646
KD2	0.876	0.632	0.661
KD3	0.814	0.622	0.633
KD4	0.839	0.594	0.630
KD5	0.894	0.671	0.732
KD6	0.685	0.553	0.672

	KD	KP	NU
KP1	0.504	0.673	0.486
KP2	0.630	0.791	0.654
KP3	0.538	0.742	0.566
KP4	0.663	0.868	0.709
KP5	0.565	0.798	0.618
KP6	0.642	0.848	0.710
NU2	0.671	0.650	0.864
NU3	0.707	0.698	0.882
NU4	0.679	0.669	0.822
NU5	0.376	0.381	0.534
NU6	0.724	0.658	0.777
NU1	0.570	0.628	0.766

Analisis Path Coefficient

Path Coefficient adalah versi standard dari regresi jalur (linear regression) yang dapat digunakan dalam memeriksa kemungkinan hubungan kausal antara pemboleh ubah statistik dalam pendekatan pemodelan persamaan struktur. Standardisasi melibatkan mengalikan pekali regresi biasa dengan sisihan piawai pemboleh ubah yang dapat dibandingkan untuk menilai kesan relatif pemboleh ubah dalam model regresi yang ditentukan .

Jadual 2.4 menunjukkan hasil keputusan data yang telah dianalisis setelah kesahan data dikenalpasti. Hasil menunjukkan bahawa kesemua item pemuat luaran (outer loadings) dan juga kerangka dalaman mempunyai impak terhadap satu sama lain. Sample Mean (M/β) dalam julat 0.741 hingga 0.894 menunjukkan peratusan yang tinggi di dalam setiap item pemuat yang dianalisis, yang memberikan hasil signifikan, seperti yang ditunjukkan di dalam jadual 2.4 di bawah:

Jadual 2.4: Sample Mean (M/β), ujian Student's T dan P value setiap item

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	TStatistics (O/STDEV)	P Values
KD1 <- KD	0.799	0.798	0.027	29.761	0.000
KD2 <- KD	0.876	0.876	0.015	57.250	0.000
KD3 <- KD	0.814	0.810	0.031	26.614	0.000
KD4 <- KD	0.839	0.839	0.028	30.344	0.000
KD5 <- KD	0.894	0.894	0.014	65.528	0.000
KD6 <- KD	0.685	0.684	0.036	18.959	0.000
KP1 <- KP	0.671	0.668	0.048	13.990	0.000
KP2 <- KP	0.790	0.792	0.025	31.210	0.000
KP3 <- KP	0.741	0.740	0.036	20.373	0.000

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	TStatistics (O/STDEV)	P Values
KP4 <- KP	0.868	0.869	0.020	44.032	0.000
KP5 <- KP	0.800	0.797	0.031	25.535	0.000
KP6 <- KP	0.850	0.849	0.022	38.801	0.000
NU2 <- NU	0.864	0.864	0.023	37.102	0.000
NU3 <- NU	0.882	0.881	0.017	53.262	0.000
NU4 <- NU	0.822	0.820	0.030	27.304	0.000
NU5 <- NU	0.534	0.533	0.063	8.494	0.000
NU6 <- NU	0.777	0.778	0.025	30.990	0.000
NU1 <- NU	0.766	0.764	0.035	21.760	0.000

Namun daripada analisis path coefficient yang dilakukan, menunjukkan bahawa setiap pemboleh ubah mempunyai peranan yang berbeza impaknya di antara satu sama lain yang tidak setara. Ia bermaksud kesan pemboleh ubah tidak mempunyai corak yang sama impaknya. Menerusi ujian T statistic, impak yang sangat tinggi adalah antara NU (nilai -nilai keusahawanan) dengan KD (keyakinan diri) dengan nilai $T = 35.199$, jauh melebihi nilai regresi pemboleh ubah yang lain. Manakala tanpa keyakinan diri, dengan adanya nilai-nilai usahawan juga secara signifikan membawa kepada keinginan mereka untuk membuka perniagaan. Hasil analisis mendapati bahawa nilai-nilai keusahawanan dapat memberi keyakinan diri yang tinggi kepada pelajar. Namun untuk membuka perniagaan sendiri, mereka memerlukan kepada pendorong dan strategi, kerana ilmu strategi perniagaan adalah yang paling diminati oleh pelajar (KP4 <- KP : 0.869) dan juga mereka mempunyai keinginan yang tinggi di dalam perniagaan menerusi sesawang internet (KP6 <- K=0.850). Secara keseluruhan, kajian ini mendapati bahawa nilai-nilai usahawan dapat memberi keyakinan kemampuan diri kepada pelajar dan ia akan membawa kepada penubuhan perniagaan pada masa hadapan, seperti yang ditunjukkan dalam jadual 2.5 di bawah:

Jadual 2.5: Hasil keputusan analisis *path coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KD -> KP	0.308	0.304	0.076	4.070	0.000
NU -> KD	0.809	0.812	0.023	35.199	0.000
NU -> KP	0.548	0.553	0.073	7.480	0.000

RUMUSAN

Berdasarkan hasil kajian yang dijalankan, nilai - nilai keusahawan dapat diterapkan melalui motivasi. Golongan pendidik merupakan merupakan pendorong dan juga penyuntik pada penghayatan nilai-nilai keusahawanan dalam kalangan modal insan iaitu mahasiswa. Pendidik perlu bersedia memberi dorongan kepada pelajar untuk mengubah sikap dan mengambil faedah daripada gabungan antara potensi yang mereka miliki dengan ilmu yang disuntik dalam memastikan berlakunya cetusan pembudayaan keusahawanan mereka sebagai satu cara untuk timbul keinginan untuk membuka perniagaan. Melalui nilai- nilai keusahawanan yang ditonjolkan akan meningkatkan keyakinan diri. Keyakinan diri yang tinggi adalah pendorong untuk membuka perniagaan. Menurut mcmillan (2006) menyatakan, ancaman terbesar dalam sesebuah perniagaan bukanlah pesaing atau pasaran, tetapi hilangnya keyakinan dan kepercayaan dalam diri. Ini adalah kerana keyakinan diri merupakan sifat kritikal untuk mencapai sesuatu kejayaan dan tanpanya, seseorang menghadapi kesukaran untuk berjaya.

RUJUKAN

- Affzalina Mamat dan Nor Aisyah Buang (2017). *Perbandingan Tahap Sikap, Pemikiran Dan Tingkah Laku Keusahawanan Dengan Tahap Perancangan Berniaga Mahasiswa Jurusan Sains*. Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE) Vol. 1: no.1 (2017) page 86–99
- Ab. Aziz Yusof & Zakaria Yusof (2004). *Prinsip Keusahawanan*. Petaling Jaya : Prentice Hall.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behaviour*. Organisational Behavior and Human Decision Process, 50(2), 179 – 211.
- Baharu Kemat Al-Haj & Mohammed Zain Yusof (2013). *Sikap keusahawanan dan hasrat keusahawanan: Satu penilaian instrumen dalam mengkaji kecenderungan keusahawanan*. Jurnal Personalia Pelajar, 15, 61-69.
- Hariyaty Ab Wahid (2008). *Tinjauan awal pemikiran keusahawanan di kalangan pentadbir Sekolah Rendah*. Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). *Competing models of entrepreneurial intentions*. Journal of business venturing, 15(5-6), 411-432.
- Kuratko, D. & Hodgetts, R.M. (2004). *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice*. 6th ed. Mason, Ohio: South-Western, Thompson
- Mohd Shahrir Abdullah (2015). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pelajar-pelajar Diploma Kejuruteraan politektik dalam menceburi bidang keusahawanan*. Universiti Tun Hussien
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2013). *Research Method for Business: A Skill Building Approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons. Inc.

Miltenberger, R.G. (2001). *Behavior Modification: Principles and Procedures*. 2nd ed. Belmont, CA: Wadsworth Thomson Learning.

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

Penafian

Pandangan yang dinyatakan dalam artikel ini adalah pandangan penulis. Jurnal Pengurusan dan Penyelidikan Fatwa tidak akan bertanggungjawab atas apa-apa kerugian, kerosakan atau lain-lain liabiliti yang disebabkan oleh / timbul daripada penggunaan kandungan artikel ini.