

Efikasi Keusahawanan dan Impaknya terhadap Penciptaan Perniagaan dalam Pendidikan Keusahawanan di Universiti Awam

Entrepreneurial Efficacy and Its Impact on Business Creation in Entrepreneurship Education of Public University

NOR SHAFIRA NORHISHAM & SHEERAD SAHID

ABSTRAK

Kejayaan seorang usahawan banyak bergantung kepada kesediaan daripada segi ilmu pengetahuan, kemahiran serta kekuatan dalaman, iaitu emosi, keyakinan dan efikasi sendiri. Kurang keyakinan diri adalah salah satu punca kurangnya penglibatan graduan dalam bidang keusahawanan. Justeru, kajian ini bertujuan menentukan tahap dan impak efikasi keusahawanan terhadap penciptaan perniagaan dalam kalangan pelajar universiti awam. Kajian ini mengadaptasi kaedah tinjauan menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen kajian. Sampel terdiri daripada 282 orang pelajar universiti awam yang dipilih menggunakan teknik persampelan rawak berkelompok. Kaedah analisis data dibahagikan dua bahagian, iaitu analisis deskriptif untuk menentukan skor atau tahap efikasi keusahawanan dan penciptaan perniagaan. Kaedah analisis kedua adalah pemodelan persamaan berstruktur atau SEM untuk menguji kesan efikasi keusahawanan terhadap penciptaan perniagaan. Dapatan kajian menunjukkan tahap bagi efikasi keusahawanan serta penciptaan perniagaan kedua-duanya pada tahap tinggi. Manakala pengujian model berstruktur menunjukkan efikasi keusahawanan mempunyai hubungan dan kesan yang signifikan terhadap penciptaan perniagaan. Bermakna semakin tinggi efikasi keusahawanan pelajar, semakin tinggi kemungkinan pelajar mencipta perniagaan selepas bergraduasi. Kajian ini diharap menyumbang kepada penjana idea, program, serta aktiviti keusahawanan bagi meningkatkan efikasi keusahawanan dalam kalangan pelajar.

Kata kunci: Efikasi keusahawanan; penciptaan perniagaan; pendidikan keusahawanan; keyakinan diri; pelajar universiti awam

ABSTRACT

The success of an entrepreneur depends a lot on his/her readiness in terms of knowledge, skills and internal strengths, such as emotions, confidence and self-efficacy. Lack in self-efficacy is one of the causes of less involvement of graduates in the field of entrepreneurship. Thus, this study aims to determine the level and impact of entrepreneurial efficacy on the business creation among public university students. This study employed survey research design using a questionnaire as research instrument. The sample consisted of 282 public university students that was selected using a cluster random sampling technique. The data analyses divided into two parts; namely descriptive analysis to determine the score mean or level of entrepreneurial efficacy and business creation. The second method of analysis is structural equation modeling (SEM) to examine the impact of entrepreneurial efficacy on the business creation. The result indicated that the level of entrepreneurial efficacy as well as business creation are both at a high level. While the structural model showed that the entrepreneurial efficacy has a positive and significant effect on the business creation. Based on the finding, the higher the level of entrepreneurial efficacy of the students, the higher the likelihood of students creating a business after graduation. This study is expected to contribute to the generation of ideas, programs, and entrepreneurial activities to enhance the entrepreneurial efficacy among students.

Keywords: Entrepreneurial efficacy; business creation; entrepreneurship education; self confidence; public university students

PENGENALAN

Aktiviti keusahawanan dilihat dapat meningkatkan ekonomi kerana ia mampu menyumbang kepada taraf hidup masyarakat sesebuah negara (Yu et

al. 2017). Antara usaha untuk meningkatkan aktiviti keusahawanan adalah melalui pendidikan keusahawanan. Yu et al. (2017) menyatakan bahawa di Amerika, universiti dilihat memainkan peranan penting dalam ekosistem perniagaan tempatan,

menghubungkan pendidikan dan perusahaan bagi meningkatkan rangkaian usahawan, pelaburan perdagangan dan mengusahakan perniagaan. Manakala di Singapura, pendidikan keusahawanan ditawarkan semenjak tahun 1980-an dan semakin diterima dari semasa ke semasa (Nieuwenhuizen et al. 2016). Selain itu, menurut Dou et al. (2019), negara China telah membentuk perancangan strategik terhadap pendidikan keusahawanan untuk menjana pertumbuhan ekonomi yang berterusan sejak tahun 2014.

Pendidikan keusahawanan di Malaysia diberi penekanan bagi menarik lebih ramai masyarakat terutama golongan muda menceburi bidang keusahawanan. Kesan dari itu, ia memberi manfaat dari segi peluang pekerjaan dan membantu dalam meningkatkan ekonomi negara. Menurut Zaidatol et al. (2002) ciri-ciri keusahawanan telah diimplimentasikan seawal sekolah rendah sejak tahun 1991 melalui subjek Kemahiran Hidup Bersepadu. Manakala untuk pendidikan tidak formal pula adalah melalui kedai koperasi di sekolah menengah yang diperkenalkan oleh Jabatan Pembangunan Koperasi sejak tahun 1968 di Malaysia. Ini menunjukkan bahawa pendidikan keusahawanan penting kerana ia meningkatkan motivasi pelajar, kesedaran, cara berfikir, dan kemahiran yang diperlukan, yang akhirnya membolehkan mereka mencapai kejayaan keusahawanan. Namun, dapatan kajian membuktikan bahawa pemilihan kerjaya berkaitan kerjaya keusahawanan masih kurang dijadikan pilihan (Buang et al. 2018).

Meskipun pelbagai kaedah dan usaha telah dilakukan ke arah meningkatkan aktiviti keusahawanan di kalangan rakyat Malaysia, namun keusahawanan masih tidak menjadi pilihan sebagai kerjaya utama (Te Tie et al. 2019). Masalah pengangguran yang berlaku di Malaysia memerlukan lebih banyak peluang pekerjaan. Oleh itu, pelajar memerlukan kemahiran keusahawanan yang baik untuk menjalankan sesebuah perniagaan. Garba et al. (2014) berpendapat bahawa cabaran paling sukar yang dihadapi pemimpin di Afrika dan lain-lain negara-negara membangun adalah masalah kemiskinan dan pengangguran yang tinggi. Dalam kebanyakan negara tersebut, para penganggur adalah terdiri daripada graduan muda lepasan institusi pengajian tinggi yang kian tahun ingin menyertai pasaran buruh yang semakin tepu, dan mereka tidak tahu memilih kerjaya mengikut keinginan sendiri bagi menyumbang kepada ekonomi (Garba et al. 2014). Keusahawanan hendaklah dipupuk kerana

dalam beberapa tahun kebelakangan ini, trend menunjukkan bahawa semakin banyak syarikat yang memulakan perniagaan yang didorong oleh elemen inovasi beroperasi menggunakan platform internet bagi memudahkan urusan perniagaan (Kiznyte et al. 2016). Ini bermakna dengan platform sedemikian, ia adalah mudah bagi usahawan yang baru ingin memulakan perniagaan dansesiapa sahaja boleh menjadi seorang usahawan.

Sifat kurang keyakinan diri adalah salah satu punca kurangnya penglibatan masyarakat terhadap bidang keusahawanan (Buang et al. 2018). Bagi Yohana dan Salsabila (2019), pelajar bukan sahaja sering merasa kurang yakin terhadap bidang keusahawanan itu sendiri, malah tidak yakin dengan diri mereka untuk menceburi bidang keusahawanan. Oleh itu, keinginan keusahawanan masih rendah jika dibandingkan dengan keusahawanan sebagai pilihan kerjaya. Ilmu keusahawanan yang kurang menyebabkan pelajar memilih untuk bekerja di bawah syarikat atau institusi awam serta swasta. Mereka menganggap keusahawanan tidak sesuai sebagai kerjaya kerana ilmu pengetahuan yang tidak mencukupi (Din et al. 2016). Oleh kerana graduan tidak memilih kerjaya keusahawanan sebagai kerjaya utama, mereka tidak berminat untuk mengambil tahu lebih tentang bidang keusahawanan ini (Buang et al. 2016). Justeru, objektif kajian ini adalah untuk mengukur tahap efikasi keusahawanan dan kesannya terhadap penciptaan perniagaan pelajar dalam pendidikan keusahawanan di universiti awam.

PENDIDIKAN KEUSAHAWANAN

Keusahawanan telah mendapat perhatian akademik sejak dekad yang lalu kerana ia memberikan peranan penting dalam mewujudkan pekerjaan dan memupuk pembangunan ekonomi (Fakhreldin 2017). Jika dilihat dari segi istilah, keusahawanan adalah satu bidang multidisiplin dan interdisiplin di mana ia merangkumi pelbagai bidang sebagai contoh sosiologi, psikologi, Islam dan ekonomi (Othman 2017). Perkataan keusahawanan berasal dari perkataan Perancis iaitu '*entreprendre*' dan dalam bahasa Inggeris iaitu '*entrepreneur*' (Abdullah et al. 2016). Bagi Schumpeter (1934) pula, usahawan merupakan pengusaha yang mencipta serta meneroka teknologi baharu.

Pendidikan keusahawanan dikatakan mempunyai 'pelanggan' mereka sendiri iaitu masyarakat kerana apa sahaja yang dipelajari di

dalam bidang ini hendaklah memberi manfaat dan faedah kepada keluarga, pelajar, sosial dan ekonomi bagi membantu dari segi keperluan sosial dan ekonomi (Noorizda et al. 2018). Tujuan pendidikan keusahawanan adalah untuk memupuk pemikiran keusahawanan. Di Eropah, mereka dipupuk dengan minda keusahawanan melalui pendidikan keusahawanan dan seterusnya budaya keusahawanan melalui kurikulum di sekolah rendah, menengah, vokasional dan pengajian tinggi secara formal dan tidak formal (Pantea 2015).

Antara kaedah yang digunakan di dalam pendidikan keusahawanan adalah seminar atau bengkel. Ia adalah bertujuan mengukuhkan pengajaran pendidik dengan penggunaan bahan yang menarik bagi pemahaman model keusahawanan yang baik. Tugas atau situasi seperti berjual beli, mereka bentuk, menpendidiks dan mengoperasi dan pertandingan keusahawanan yang inovatif membantu pelajar memahami keusahawanan dengan lebih meluas (Sui et al. 2017). Pendidik keusahawanan hendaklah memahami dan menguasai definisi keusahawanan dengan lebih luas dan mampu mendidik pelajar untuk sentiasa bersedia dengan kegagalan dan menyediakan minda bagi menghadapi risiko tertentu (Pantea 2015).

Aspek penting apabila membincangkan tentang pendidikan keusahawanan adalah perancangan yang sistematik bagi mencapai matlamat utama. Institusi akademik yang berkhidmat kepada masyarakat, dan ditambah dengan tujuan: pendidikan melalui pengajaran, penyelidikan dan sumbangan terhadap pembangunan ekonomi melalui teknologi keusahawanan atau penciptaan perniagaan oleh pelajar dan pendidik (Sánchez, 2010). Menurut Sánchez et al. (2017), Faktor lain yang sangat penting ialah kecekapan dan sikap dapat diperolehi atau dibina melalui pengalaman pembelajaran kehidupan sebenar. Pengalaman ini dapat disatukan dalam semua mata pelajaran program kurikulum. Di samping itu perlunya pendidikan pra-perkhidmatan pendidik yang baik, agar mereka memberi inspirasi kepada pelajar dari awal program hingga latihan praktikal dengan strategi dan pandangan keusahawanan oleh pendidik tersebut.

Terdapat hujahan bahawa sistem pendidikan tradisional tidak mempromosikan sifat dan kemahiran yang diperlukan untuk melahirkan usahawan (Mani 2015). Mani (2015) juga berpendapat pendidikan keusahawanan harus dirancang dengan baik untuk mengaktifkan pemikiran otak kanan pelajar. Semasa merancang program pendidikan keusahawanan,

perkara berikut perlu diberi perhatian - Keperluan khusus pelajar harus difahami; pengajarannya harus lebih khusus untuk keperluan pelajar; kaedah seperti kuliah, bacaan, buku teks dan seminar harus digunakan untuk memberikan maklumat baru; kajian kes aktif, perbincangan kumpulan, percambahan fikiran dan lain-lain harus digunakan untuk pembinaan kemahiran; penyelesaian masalah dalam situasi dunia nyata, perundingan dengan syarikat kecil harus diambil untuk memberikan pengalaman secara langsung. Menurut Barnir et al. (2011), idola atau '*role model*' berperanan memberikan pembelajaran tidak langsung yang lebih baik kerana mereka dilihat menjadi sumber rujukan sosial, yang dapat meningkatkan keyakinan diri individu untuk meneruskan kerjaya keusahawanan.

EFIKASI KEUSAHAWANAN

Berdasarkan kajian-kajian lepas, didapati keinginan menjadi usahawan adalah dipengaruhi oleh faktor efikasi diri. Menurut Newman et al. (2018), faktor efikasi diri pelajar merupakan keyakinan serta kemampuan seseorang dalam memilih kerjaya. Apabila merujuk model keusahawanan Shapero, jelas bahawa tingkah laku keusahawanan dibentuk melalui tahap kemungkinan dan keinginan. Sebelum memulakan sesuatu usaha, faktor yang perlu ada untuk mempengaruhi keinginan adalah niat dan kecenderungan. Ini disokong melalui kenyataan Ngugi et al. (2012), iaitu efikasi diri merupakan asas dalam mewujudkan persepsi terhadap keyakinan diri.

Efikasi keusahawanan dilihat mempunyai beberapa elemen yang telah diuji oleh pengkaji-pengkaji yang terdahulu seperti Newman et al. (2018). Antaranya ialah budaya dan persekitaran, pendidikan dan latihan, mentor dan perbezaan individu. Kemahiran keusahawanan telah ditekankan sebagai sebahagian daripada set kemahiran umum yang diperlukan untuk berjaya dalam pekerjaan moden yang dinamik. Norma masyarakat mempengaruhi kemunculan firma melalui efikasi keusahawanan. Khususnya, budaya berasaskan prestasi mempengaruhi efikasi diri dan merupakan permulaan motivasi, manakala budaya sokongan sosial memberi kesan kepada motivasi tetapi tidak efikasi diri. Ia menunjukkan bahawa dalam konteks ini, budaya berasaskan prestasi lebih cenderung untuk meningkatkan efikasi diri berbanding budaya sokongan sosial.

Menurut Drnovsěk et al. (2010) efikasi keusahawanan mempunyai dua dimensi iaitu pertama percaya akan tujuan (tugas atau hasil) dan kedua percaya akan diri (negatif atau positif) yang wujud di dalam proses penciptaan perniagaan. Oleh itu, efikasi keusahawanan memberi kesan yang positif kepada penciptaan perniagaan. Selain itu, efikasi diri boleh dipupuk melalui program latihan keusahawanan di mana ia mampu meningkatkan hasil keusahawanan keseluruhan di kalangan remaja seperti yang dinyatakan oleh Ho et al. (2018). Mereka yang didedahkan dengan latihan keusahawanan mempunyai kemahiran dan pemikiran keusahawanan yang lebih tinggi, dan meningkatkan kepercayaan menilai peluang keusahawanan.

Berdasarkan dapatan kajian Zhao et al. (2005), individu ingin atau memilih untuk menjadi usahawan adalah disebabkan oleh efikasi keusahawanan yang tinggi dan percaya bahawa mereka boleh berjaya dalam bidang ini. Kajian tersebut juga mendapati bahawa persepsi pembelajaran formal berkaitan dengan efikasi keusahawanan mempunyai kesan tidak langsung yang besar terhadap keinginan keusahawanan. Dapatan tersebut menyokong idea bahawa kursus formal memberi kesan positif kepada keinginan pelajar untuk memulakan penciptaan perniagaan.

Dari segi pendidikan dan latihan, pelajar peroleh pendedahan dari aktiviti atau program yang diadakan di institusi. Program pendidikan keusahawanan telah mendorong individu untuk mempamerkan tahap efikasi diri yang lebih tinggi. Penyertaan pelajar sarjana dalam pendidikan keusahawanan membimbing mereka untuk membangun kepercayaan efikasi diri yang lebih tinggi (Norasmah2017: Rosna &Norasmah2018). Pengaruh mentor dari pendedahan kepada usahawan-usahawan berjaya (ahli keluarga atau populasi umum) juga mempengaruhi efikasi diri pelajar. Pelajar akan belajar tentang gaya hidup usahawan tersebut dan bagaimana mereka menangani cabaran seterusnya pelajar akan membangunkan strategi pencegahan psikologi mereka sendiri.

PENCIPTAAN PERNIAGAAN

Untuk mencipta perniagaan yang berjaya, usahawan hendaklah membuat keputusan yang meyakinkan berdasarkan maklumat yang kukuh (Berlin 2018). Ini bermaksud rujukan tersebut hendaklah datang dari orang yang arif supaya maklumat tersebut

dipercayai untuk pembuatan keputusan demi kelangsungan perniagaan. Teori *neoclassical* yang dinyatakan oleh Berlin (2018) yang berpendapat bahawa usahawan berupaya menghadapi risiko kerana mereka adalah pengambil risiko semulajadi serta mampu menjana idea dan teknologi baharu. Justeru, usahawan hendaklah tahu akan cabaran yang dihadapi dan berupaya menyelesaikan masalah dengan baik serta peka dengan segala peluang yang ada.

Antara sebab utama individu mencipta perniagaan adalah seperti: peluang yang dijumpai; memberi kebebasan peribadi, takut untuk bekerja makan gaji; merasakan usahawan adalah penting; boleh memberikan sesuatu yang lebih baik; tidak bekerja makan gaji; meningkatkan pendapatan; menyediakan pekerjaan untuk ahli keluarga dan lain-lain (Afriyie et al. 2018). Menurutnya lagi, sekiranya pelajar terfikir untuk memulakan perniagaan, ini bermakna pelajar tersebut mempunyai idea untuk membentuk perniagaan sama ada menjual produk atau perkhidmatan yang telah ada di pasaran.

Penciptaan perniagaan memerlukan perancangan yang baik serta efikasi keusahawanan yang tinggi (Newman et al. 2018). Aspirasi kerjaya keusahawanan mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan efikasi keusahawanan berdasarkan Te Tie et al. (2019). Ini bermakna, efikasi memberi impak kepada keinginan individu untuk mencipta perniagaan dan menjadi usahawan yang berjaya. Pernyataan ini disokong oleh Din et al. (2016), di mana untuk berjaya dalam bidang keusahawanan, efikasi keusahawanan hendaklah dimiliki oleh seseorang.

Efikasi diri keusahawanan menunjukkan keyakinan responden terhadap kepercayaan mereka untuk mendedahkan perniagaan, termasuk pengeluaran, penpendidikan, pemasaran, dan tugas-tugas kewangan. Dalam kajian Te Tie et al. (2019), pelajar didapati memiliki efikasi diri keusahawanan yang tinggi. Ia didefinisikan sebagai kepercayaan responden terhadap kemampuan mereka untuk melaksanakan tugas keusahawanan, yang meliputi tugas produksi, penpendidikan, pemasaran, dan kewangan. Tahap efikasi diri keusahawanan yang tinggi boleh dikaitkan dengan pendidikan keusahawanan yang didedahkan kepada pelajar. Kajian tersebut mendedahkan bahawa pelajar di kolej komuniti tidak hanya didedahkan kepada pengetahuan teori, tetapi mereka juga melakukan aktiviti-aktiviti termasuk merangka rancangan perniagaan dan menjalankan perniagaan di kampus.

Sánchez (2010) menganggap bahawa beberapa dekad ini, terdapat peningkatan yang besar, dari segi jumlah dan kecanggihan kajian dalam meneroka aspek-aspek yang berkaitan dengan keusahawanan dan penciptaan perniagaan. Pada dasarnya, ini disebabkan oleh fakta bahawa syarikat kecil dan sederhana terbukti penting bagi sistem ekonomi, selain menjadi agen utama pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi beberapa negara. Tambahan lagi, usaha untuk memahami fenomena keusahawanan perlu diberifokus kepada ciri psikologi yang ingin memulakan perniagaan. Pemboleh ubah psikologi yang berkaitan dengan kejayaan, seperti faktor peribadi: keberkesanan diri, lokus kawalan dalaman dan proaktif; dan latar belakang sosiobudaya: sikap, kawalan, norma subjektif dan kebolehpercayaan harus selalu digunakan sebagai landasan untuk meningkatkan budaya keusahawanan dalam pendidikan (Sánchez et al. 2017).

METODOLOGI

REKA BENTUK KAJIAN

Reka bentuk kajian melibatkan perancangan dan penstrukturan aktiviti penyelidikan di mana data yang dikumpul membantu penyelidik dalam mengakses hubungan antara pembolehubah bersandar dan tidak bersandar. Kajian ini merupakan kajian kuantitatif, dengan menggunakan reka bentuk tinjauan borang soal selidik secara tadbir sendiri. Melalui reka bentuk kajian ini, perancangan dan penstrukturan aktiviti penyelidikan dilakukan di mana data yang dikumpul untuk membantu penyelidik dalam mengakses hubungan antara pembolehubah tidak bersandar dan bersandar (Zainudin 2012). Borang soal selidik yang digunakan dalam kajian ini telah melalui proses kesahan kandungan dan kesahan konstruk. Kesahan

kandungan dilakukan melalui semakan pakar untuk menilai item-item dalam borang soal selidik. Manakala kesahan konstruk dilakukan melalui pengujian nilai ketekalan dalaman, iaitu nilai *Cronbach's Alpha* melebihi paras 0.60 dan keatas (Pallant 2011).

POPULASI DAN SAMPEL KAJIAN

Populasi kajian merangkumi 735,424 orang pelajar di universiti awam berdasarkan statistik pendidikan tinggi, Kementerian Pendidikan Malaysia (2018). Menurut Hair et al. (2017), apabila menggunakan model yang mempunyai lima atau bilangan konstruk yang lebih sedikit, nilai minimum bagi saiz sampel adalah 100 kerana setiap konstruk mempunyai tiga item dengan persamaan item yang tinggi (0.06 atau lebih). Oleh itu, dengan menggunakan kaedah persampelan kluster, sampel kajian ini terdiri daripada 282 orang pelajar yang mengambil subjek keusahawanan daripada universiti awam di Lembah Klang, iaitu Universiti yang terpilih adalah Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), Universiti Malaya (UM), Universiti Teknologi Mara (UiTM) dan Universiti Putra Malaysia (UPM) kerana pelajar di universiti-universiti tersebut mempunyai bilangan pelajar yang besar bagi pelbagai peringkat pengajian. Pelajar yang merupakan responden bagi kajian telah dimaklumkan bahawa maklumat yang responden berikan tidak akan didedahkan dan hanya digunakan untuk tujuan akademik sahaja. Perakuan kerahsiaan maklumat dinyatakan dalam muka depan borang soal selidik.

INSTRUMEN KAJIAN

Borang soal selidik digunakan sebagai instrumen kajian. Jadual 1 menunjukkan ukuran pembolehubah kajian yang digunakan. Skala Likert 7 mata telah digunakan sebagai pengukuran item, iaitu bermula dari [1] Sangat Tidak Setuju sehingga [7] Sangat Setuju.

JADUAL 1. Instrumen Pembolehubah Kajian

Pembolehubah	Jumlah Item	Adaptasi Sumber
Efikasi Keusahawanan	7	Kim-Soon, Ahmad dan Ibrahim (2016)
Penciptaan Perniagaan	9	Cecile Nieuwenhuizen dan Elana Swanepoel (2015)

Instrumen kajian telah disemak oleh panel pakar bagi kesahan muka, kandungan dan bahasa. Jadual 2 menunjukkan ujian *Bartlett's Sphericity* bagi pembolehubah efikasi keusahawanan dan penciptaan perniagaan adalah signifikan, yang membuktikan bahawa hubungan antara item efikasi keusahawanan

dan penciptaan perniagaan adalah memadai untuk analisis faktor. Analisis juga menunjukkan nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) bagi setiap dimensi adalah lebih besar daripada 0.60, membuktikan kecukupan sampel bagi analisis faktor adalah memenuhi kriteria yang diperlukan.

JADUAL 2. Keputusan Ujian KMO dan Ujian Bartlett

Pembolehubah	Ujian KMO	Ujian Bartlett (Sig)
Efikasi Keusahawanan	0.852	0.000*
Penciptaan Perniagaan	0.953	0.000*

*Signifikan pada aras 0.01

Bagi kebolehppercayaan pula, kajian rintis telah dijalankan ke atas 100 orang pelajar Universiti Awam di Malaysia. Hasil kajian rintis menunjukkan pekali kebolehppercayaan *Cronbach's Alpha* bagi pembolehubah efikasi keusahawanan adalah 0.820, manakala item penciptaan perniagaan adalah 0.928, yang menunjukkan kebolehppercayaan yang baik dan boleh diterima (Hair et al. 2010).

KAEDAH ANALISIS DATA

Untuk menentukan tahap efikasi keusahawanan dan tahap penciptaan perniagaan dalam kalangan pelajar, analisis deskriptif yang merangkumi min dan sisihan piawai digunakan. Untuk menentukan kesan efikasi keusahawanan ke atas tahap penciptaan perniagaan, analisis Permodelan Persamaan Berstruktur (SEM) telah digunakan menggunakan dua tahap pemodelan berstruktur seperti yang dicadangkan oleh Anderson dan Gerbing (1984). Tahap yang pertama melibatkan pengujian Analisis Faktor Pengesahan (CFA) untuk menguji unidimensionaliti, kesahan dan kebolehppercayaan item-item pengukuran yang digunakan, manakala tahap yang kedua melibatkan pengujian pemodelan berstruktur untuk menguji kesan efikasi keusahawanan terhadap penciptaan perniagaan. Kajian ini menggunakan perisian IBM® SPSS® versi 21 untuk menganalisis data awalan dan IBM® Amos versi 21 untuk pengujian hipotesis pemodelan berstruktur.

DAPATAN DAN PERBINCANGAN

PROFIL RESPONDEN

Jadual 3 menunjukkan profil responden. Majoriti responden adalah pelajar perempuan, iaitu 70% daripada keseluruhan responden. Sebanyak 90% daripadanya adalah etnik Melayu. Manakala dari

aspek tahap pendidikan pula, 67% responden mempunyai ijazah sarjana muda. Pecahan responden berdasarkan bidang pengajian adalah seimbang iaitu masing-masing 50% bagi kedua-dua bidang sains sosial dan bukan sains sosial.

JADUAL 3. Profil Demografi Responden Kajian

Demografi	Kekerapan (f)	Peratusan (%)
Jantina		
Lelaki	83	29%
Perempuan	199	70.6%
Etnik		
Melayu	254	90.1%
Cina	12	4.3%
India	13	4.6%
Lain-lain	3	1.1%
Tahap Pendidikan		
Diploma	76	27%
Ijazah Sarjana Muda	189	67%
Ijazah Sarjana	17	6%
Bidang Pengajian		
Sains Sosial	142	50.4%
Sains Teknikal	70	24.8%
Sains Tulen	55	19.5%
Sains Perubatan	12	4.3%
Lain-lain	3	1.1%
Institusi Pengajian		
UITM	68	24.1%
UKM	70	24.8%
UM	67	23.8%
UPM	77	27.3%

TAHAP EFIKASI KEUSAHAWANAN DAN PENCIPTAAN PERNIAGAAN PELAJAR

Jadual 4 menunjukkan dapatan pengukuran tahap efikasi keusahawanan dan tahap penciptaan

perniagaan dalam kalangan responden kajian yang dinilai daripada keseluruhan min dan kekerapan tertinggi.

Analisis menunjukkan min keseluruhan bagi efikasi keusahawanan pelajar ialah 5.87 dengan nilai sisihan piawai 0.79, serta min keseluruhan bagi

penciptaan perniagaan pelajar ialah 5.03 dengan nilai sisihan piawai 1.03. Berdasarkan panduan daripada Pallant (2011) untuk skala pengukuran 7-mata, nilai 5.87 dan 5.03 menunjukkan tahap yang tinggi.

JADUAL 4. Tahap Efikasi Keusahawanan dan Penciptaan Perniagaan

Konstruk	Min	Sisihan Piawai	Interpretasi min
Efikasi Keusahawanan	5.87	0.79	Tinggi
Penciptaan Perniagaan	5.03	1.03	Tinggi

Dapatan ini menunjukkan bahawa pelajar mempunyai tahap keyakinan dalam diri dan niat untuk mencipta perniagaan sendiri. Berdasarkan literatur dalam perbincangan sebelum ini, efikasi diri dalam pembentukan niat keusahawanan menggambarkan individu yang memiliki efikasi keusahawanan yang lebih tinggi akan mempunyai keinginan keusahawanan yang lebih tinggi juga. Di samping itu Hermawan, Soetjipto & Rahayu (2016) berpendapat bahawa pelajar yang mempunyai ilmu keusahawanan akan menunjukkan minat yang tinggi terhadap bidang keusahawanan.

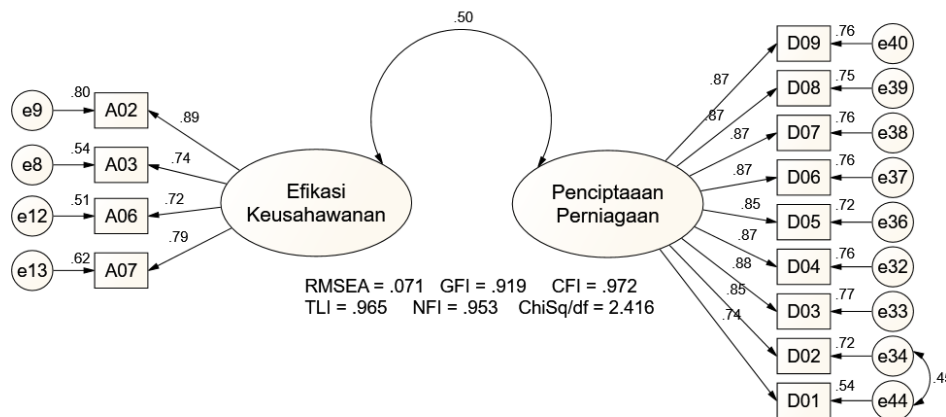
KESAN EFIKASI KEUSAHAWANAN TERHADAP PENCIPTAAN PERNIAGAAN PELAJAR

Rajah 1 menunjukkan model pengukuran yang terbina melalui analisis faktor pengesahan yang dilakukan. Hasil analisis menunjukkan model pengukuran telah memenuhi nilai fit indeks yang diperlukan. Nilai fit bagi *Goodness-of-fit Index* (GFI), *Tucker-Lewis Index* (TLI), *Comparative Fit Index* (CFI) dan *Normed Fit Index* (NFI) telah memenuhi nilai fit yang dicadangkan oleh literatur, iaitu 0.90 keatas (Hair et al. 2010; Zainudin 2012).

Manakala nilai indeks bagi *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) didapati kurang daripada 0.08 dan nilai indeks *Normed Chi-Square* (χ^2/df) didapati kurang daripada 5.0, yang menunjukkan kriteria nilai fit setiap kategori indeks telah dicapai (Hair et al. 2010; Zainudin 2012).

Tambahan lagi, muatan faktor yang didapati bagi kesemua item adalah dalam lingkungan 0.72 hingga 0.89, yang menunjukkan kriteria unidimensionaliti skala pengukur bagi kedua-dua konstruk efikasi keusahawanan dan penciptaan perniagaan telah dipenuhi, sebagaimana yang dicadangkan oleh Zainudin (2012; 2014).

Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) bagi kedua-dua konstruk efikasi keusahawanan (0.621) dan konstruk penciptaan perniagaan (0.936) memenuhi kriteria $AVE \geq 0.50$ yang menunjukkan kesahan *convergent* telah dicapai (Hair et al. 2010; Zainudin 2012). Nilai korelasi antara kedua-dua konstruk pula adalah 0.50, iaitu berada dibawah paras 0.85 yang membuktikan kesahan diskriminan telah dipenuhi (Pedhazur & Schmelkin 1991; Zainudin 2012), di mana setiap konstruk adalah berbeza antara satu sama lain.



RAJAH 1. Model Pengukuran - Analisis Faktor Pengesahan (CFA)

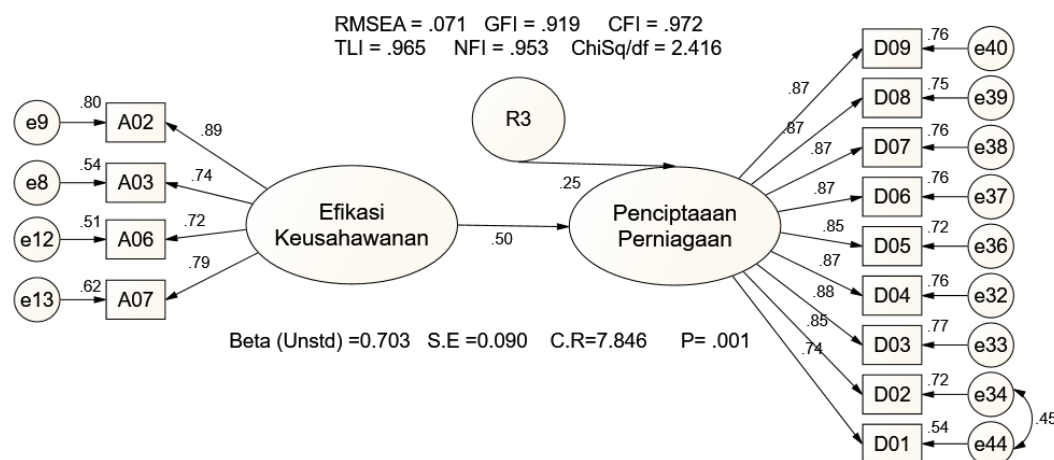
Seterusnya, sebelum melakukan analisis model berstruktur, ujian normaliti melalui nilai kepencongan dan kurtosis telah dilakukan untuk memenuhi andaian asas statistik multivariat, seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 5. Dapat dilihat bahawa nilai kepencongan dan kurtosis bagi pembolehubah-pembolehubah tersebut berada dalam julat -1 dan +1; maka ini menunjukkan bahawa data yang diperoleh bertaburan secara normal (Pallent 2001; Hair et al. 2010).

JADUAL 5. Ujian Normaliti

Pembolehubah	Nilai kepencongan	Nilai kurtosis
Efikasi Keusahawanan	-0.0665	0.774
Penciptaan Perniagaan	-0.291	-0.202

Rajah 2 menunjukkan keputusan model berstruktur bagi kesan efikasi keusahawanan

terhadap penciptaan perniagaan. Anggaran beta (*unstandardized*) bersamaan 0.703 menunjukkan apabila efikasi keusahawanan meningkat sebanyak satu (1) unit, prestasi perniagaan akan meningkat sebanyak 0.703 unit. Pemberat regresi pembolehubah eksogen (efikasi keusahawanan) dalam meramal pembolehubah endogen (penciptaan perniagaan) adalah signifikan pada aras signifikan $p < .001$, yang membuktikan efikasi keusahawanan memberi kesan yang signifikan dalam penciptaan perniagaan. Nilai penentu pekali atau r^2 adalah 0.25, yang menunjukkan sumbangan pembolehubah eksogen (efikasi keusahawanan) dalam menganggarkan pembolehubah endogen (penciptaan perniagaan) adalah sebanyak 25 peratus. Anggaran *standardized* beta PK terhadap prestasi perniagaan pula adalah 0.50, yang menunjukkan bahawa apabila efikasi keusahawanan meningkat sebanyak satu (1) sisihan piawai, prestasi perniagaan akan meningkat sebanyak 0.50 sisihan piawai. Justeru, H_0 adalah ditolak.



RAJAH 2. Model Berstruktur Efikasi Keusahawanan dan Penciptaan Perniagaan

Dapatan ini bermakna semakin tinggi tahap efikasi keusahawanan pelajar, semakin tinggi keupayaan dan kemampuan diri untuk memulakan perniagaan sendiri. Dapatan ini mengembangkan kajian-kajian terdahulu yang menyatakan efikasi keusahawanan pelajar adalah antara elemen penting yang membentuk tingkah laku dan pemikiran keusahawanan pelajar universiti (Norasmah et al. 2017; Nor Hazwani & Sheerad 2020; Hermawan et al. 2016). Justeru, efikasi atau kekuatan dalaman adalah penting dalam membentuk ciri dan karakter usahawan yang menyumbang kepada penciptaan perniagaan dalam kalangan pelajar. Untuk menjadi seorang usahawan yang berjaya, pelajar hendaklah mempunyai keyakinan yang kuat untuk kekal bersaing di dalam industri keusahawanan. Dalam

yang kuat memudahkan lagi proses penciptaan perniagaan pelajar. Oleh itu, pelajar hendaklah yakin dengan apa yang diusahakan untuk berjaya.

IMPLIKASI DAN KESIMPULAN

Kajian ini telah menentukan tahap dan kesan efikasi keusahawanan terhadap penciptaan perniagaan. Dapatan menunjukkan tahap efikasi keusahawanan dan tahap penciptaan perniagaan pelajar-pelajar universiti awam di Lembah Klang adalah tinggi, serta terdapat kesan positif yang signifikan efikasi keusahawanan terhadap penciptaan perniagaan. Justeru, semakin tinggi tahap efikasi keusahawanan pelajar, semakin tinggi keupayaan dan kemampuan

diri pelajar untuk memulakan perniagaan sendiri. Pendidikan keusahawanan yang berkesan dan mampu meningkatkan efikasi keusahawanan pelajar adalah perlu supaya pelajar mampu untuk memulakan perusahaan atau perniagaan sendiri, demi mengurangkan kadar pengangguran dalam kalangan graduan serta menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara. Institusi pengajian tinggi boleh mempertimbangkan semula keperluan asas dan sokongan bagi membentuk usahawan yang berjaya supaya pelajar lebih yakin dan mampu dalam apa sahaja perusahaan yang mereka ceburi. Tumpuan terhadap pembentukan keusahawanan dan penciptaan perniagaan adalah penting kerana hubungan dan sumbangannya dalam sektor pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi Malaysia.

Berdasarkan jangkaan ekonomi negara 2022, kerajaan perlu mempergiatkan pelbagai usaha terutamanya dari segi belanjawan untuk menarik lebih ramai usahawan untuk mengusahakan perusahaan kecil dan sederhana yang mana ia sangat membantu dalam pertumbuhan ekonomi. Pendedahan kepada bantuan dan program keusahawanan hendaklah lebih praktikal seperti menggunakan platform terkini seperti media sosial, penggunaan aplikasi, website dan sebagainya supaya menarik lebih ramai usahawan siswazah.

Oleh kerana kajian ini dilakukan terhadap sampel pelajar universiti awam di sekitar Lembah Klang sahaja. Justeru, bagi meningkatkan operasional dan generalisasi dapatan kajian, kajian seterusnya perlu mempertimbangkan sampel yang lebih luas dengan melibatkan universiti-universiti di Zon Utara, Selatan, serta Sabah dan Sarawak. Akhir sekali, pengkaji masa hadapan perlu melihat lebih banyak faktor pemangkin atau pembentukan keusahawanan seperti faktor persekitaran, emosi keusahawanan dan pencapaian keusahawanan yang boleh menjelaskan lebih terperinci tentang keperluan untuk melahirkan usahawan dalam kalangan pelajar.

RUJUKAN

- Abdullah, S., Mohamad, A., Julienti, L., dan Bakar, A. 2016. Program transformasi orang kelainan upaya melalui edu-tourism: Satu tinjauan terhadap kompetensi keusahawanan orang kelainan upaya (OKU). *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship* 2(3): 20-27.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. 1984. The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika* 1(49): 155-173.
- Barnir, A., Watson, W.E., Hutchins, H. 2011. Mediation and moderated mediation in the relationship among role models, self-efficacy, entrepreneurial career intention, and gender. *Journal of Applied Social Psychology* 41(2): 270-297.
- Buang, N. A., Ishak, S., & Nagarathanam, R. 2016. The level of intention in formation the entrepreneurship career choice behavior among the graduates entrepreneur scheme participants. *Proceeding of National Conference on Sustainable Cities*, 31-40.
- Buang, N. A., Ishak, S., Hashim, A., Mohamed, & Norashidah. 2018. *Cabaran Membangun Usahawan Siswazah Malaysia*. Bangi: Penerbit Arif Corporation Sdn. Bhd.
- Corry, Yohana & Salsabila, A. F. 2019. Relationship between self-efficacy and the need for achievement with entrepreneurship among students of Jakarta State University, Faculty of Economics. In *International Conference on Economics, Education, Business and Accounting Volume 2019 Conference* (Vol. 2019, pp. 528-539).
- Din, B. H., Anuar, A. R., & Usman, M. 2016. The effectiveness of the entrepreneurship education program in upgrading entrepreneurial skills among public university students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224(August 2015), 117-123.
- Dou, X., Zhu, X., Zhang, J. Q., & Wang, J. 2019. Outcomes of entrepreneurship education in China: A customer experience. *Journal of Business Research*, 1-10.
- Drnovs'ek, M., Wincent, J., & Cardon, M. S. 2010. Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: Developing a multi-dimensional definition. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 16(4): 329-348.
- Fakhreldin, H. 2017. The relationship between the emotional intelligence of entrepreneurs and the new venture creation: The role of age, gender and motive. *Arab Economic and Business Journal* 12(2): 99-108.
- Garba, A. S., Kabir, S., & Nalado, A. M. 2014. International Journal of Asian Social Science an assessment of students' entrepreneurial intentions in tertiary institution: A case of Kano State Polytechnic, Nigeria. *International Journal of Asian Social Science* 4(3): 434-443.
- Hair, J.F., Babin, B., Money, A.H., & Samouel, P. 2010. *Essential of Business Research Method*. USA: John Wiley & Sonc Inc.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 2nd edition. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hermawan, R. W., Soetjipto, B. E., & Rahayu, W. P. 2016. The effect of entrepreneurial self-efficacy and locus of control on entrepreneurship interest through entrepreneurship literacy. *Journal of Business and Management* 18(2): 141-148.

- Kim-soon, N., Ahmad, A. R., & Ibrahim, N. N. 2016. Theory of planned behavior : Undergraduates' entrepreneurial motivation and entrepreneurship career intention at a public. *Journal of Entrepreneurship: Research & Practice*, 2016, 14.
- Kiznyte, J., Welker, M., & Dechange, A. 2016. Applying project management methods to the creation of a start-up business plan: The case of Blendlee. *PM World Journal V(V)*: 25–26.
- Krueger, J. N. F., & Carsrud, A. L. 1993. Entrepreneurial intentions : Applying the theory of planned behaviour. *An International Journal* 5(4): 315–330.
- Konakli, T. 2015. Effects of self-efficacy on social entrepreneurship in education: A correlational research. *Research in Education* 94 (Nov): 30-43.
- Malhotra, N.K. 2010. *Marketing Research: An Applied Orientation*. 6th edition. United States of America: Pearson Education, Inc
- Mani, M. 2015. Entrepreneurship education: A students's perspective. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation* 5(1): 1-14.
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. 2018. Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its antecedents and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior* 110 (Feb): 403-419
- Ngugi, J. K., Gakure, P. R. W., Waithaka, S. M., & Kiwara, A. N. 2012. Application of Shapero's Model in explaining entrepreneurial intentions among university students in Kenya. *International Journal of Business and Social Research* 2(4): 125-148.
- Nieuwenhuizen, C., Groenewald, D., Davids, J., Rensburg, L. J. van, & Schachtebeck, C. 2016. Best practice in entrepreneurship education. *Problema and Perspectives in Management* 14(3-2): 528–536.
- Nieuwenhuizen, C., & Swanepoel, E. 2015. Comparison of the entrepreneurial intent of master's business students in developing countries: South Africa and Poland. *Acta Commercii*. 15(1): 1-10.
- Nor Hazwani Halim & Sheerad Sahid. 2020. Kemahiran kesediaan kerja, efikasi sendiri, tingkah laku keusahawanan dan eksplorasi kerjaya dalam kalangan graduan. *Akademika* 90 (Isu Khas 3): 155-165.
- Norasmah Othman, Hassan, R., & Zaki, W. M. D. W. 2017. *Pendidikan Asas Keusahawanan* (Cetakan Pe). Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Pallant, J. 2001. *SPSS Survival Manual: A Step-by-step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows* (Version 10). Crows Nest NSW: Allen & Unwin
- Pallant, J. 2011. *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS*. Crows Nest NSW: Allen & Unwin.
- Pantea, M. 2015. On entrepreneurial education: dilemmas and tensions in nonformal learning. *Studies in Continuing Education* 38(1): 86-100.
- Pedhazur, E. J., & Schmelkin, L. P. 1991. *Measurement, Design, and Analysis: An Integrated Approach*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Inc.
- Rosna Mohamad & Norasmah Othman. 2018. Korelasi efikasi sendiri keusahawanan terhadap kecenderungan keusahawanan pelajar pra-universiti. *Akademika* 88(2): 59-70.
- Sánchez, J. C. 2010. Entrepreneurial personality assessment: Factorial validity of the Entrepreneur Orientation Questionnaire (COE). *Latin America Journal of Psychology* 42(1): 41-52.
- Sanchez, J.C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. 2017. Entrepreneurship education: State of the art. *Propósitos y Representaciones* 5(2): 401-473.
- Schumpeter, J A. 1934. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Pres
- Sui, F. M., Chang, J. C., Hsiao, H. C., & Su, S. C. 2017. A study on entrepreneurial education regarding college students' creative tendency, entrepreneurship self-efficacy and entrepreneurial motivation: Working paper presented at 2017 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM), 10-13 December, Singapore.
- Tie Seng Te, Arnida Abdullah, Abdullah Mat Rashid. 2019. Pengaruh faktor terpilih terhadap aspirasi kerjaya keusahawanan dalam kalangan pelajar kolej komuniti. *Akademika* 89(3): 41-52.
- Yu, M.-C., Mark Goh, H.-Y. K., & Wu, W.-H. 2017. A comparative study of entrepreneurship education between Singapore and Taiwan. *Management Decision* 55(3): 1426-1440.
- Zaidatol Akmaliah Lope Pihie, Abd. Rahman Bakar & Mohd. Majid Konting. 2002. Pelaksanaan pendidikan keusahawanan di Malaysia: Kesan terhadap aspirasi keusahawanan pelajar. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities* 10(1): 53-61.
- Zainudin, A. 2012. *Structural Equation Modeling Using Amos Graphic*. Selangor: UiTM Press.
- Zainudin, A. 2014. *A Handbook on SEM: for Academicians and Practitioners*. Bangi: MPWS Rich Resources.

Nor Shafira Norhisham
Novutal Consulting Sdn Bhd
Jalan PJU 1/41, 47301 Dataran Prima
Selangor Darul Ehsan.
Email:shafirahisham94@gmail.com

Sheerad Sahid (corresponding author)
Pendidikan Perniagaan & Keusahawanan
Pusat Kepimpinan dan Polisi Pendidikan
Fakulti Pendidikan, UKM.
E-mail: sheerad@ukm.edu.my

Received: 20 November 2020
Accepted: 2 July 2022