

DIMENSI YANG MENYUMBANG KEPADA PEMIKIRAN KEUSAHAWANAN: KAJIAN KE ATAS MAHASISWA INSTITUSI PENGAJIAN TINGGI AWAM (IPTA) DI MALAYSIA

DIMENSIONS CONTRIBUTED TOWARDS ENTREPRENEURIAL THINKING: A STUDY ON UNDERGRADUATE OF MALAYSIAN PUBLIC HIGHER LEARNING INSTUTIONS

Syahrina Abdullah¹
Armanurah Mohamad²
Awanis Ku Ishak³

¹School of Language, Civilisation and Philosophy, Universiti Utara Malaysia (UUM), Malaysia,
(E-mail: syahrina@uum.edu.my)

²School of Business Management, Universiti Utara Malaysia (UUM), Malaysia,
(Email: armanurah@uum.edu.my)

³School of Business Management, Universiti Utara Malaysia (UUM), Malaysia,
(Email: awanis@uum.edu.my)

Article history

Received date : 9-4-2019
Revised date : 10-4-2019
Accepted date : 15-10-2020
Published date : 15-10-2020

To cite this document:

Syahrina, Armanurah & Awanis (2020). Dimensi-
Dimensi yang Menyumbang kepada Pemikiran
Keusahawanan: Kajian Ke Atas Mahasiswa Institusi
Pengajian Tinggi Awam (IPTA) di Malaysia. *Jurnal
Penyelidikan Islam dan Kontemporari (JOIRC)*, 3(7),1
- 14.

Abstrak: Bidang keusahawanan merupakan elemen penting untuk membawa ekonomi sesebuah negara ke tahap yang lebih tinggi dan kompetitif. Negara yang mempunyai ramai usahawan adalah lebih maju ke hadapan dalam perkembangan ekonominya. Objektif kertas kerja ini adalah untuk menentukan hubungan dimensi-dimensi yang mengumbang kepada pemikiran keusahawanan dalam kalangan mahasiswa institusi pengajian tinggi awam (IPTA) di Malaysia. Kajian ini akan memfokuskan kepada dimensi mengenal peluang, mengambil risiko, toleransi terhadap kekaburan serta kreativiti dan inovasi. Kajian ini menggunakan reka bentuk *sequential mixed method* yang melibatkan dua fasa. Fasa pertama ialah kaedah kuantitatif yang menggunakan teknik soal selidik untuk meninjau sejauh mana pendidikan di IPTA berupaya menerapkan pemikiran keusahawanan dalam kalangan pelajar IPTA. Fasa kedua ialah kaedah kualitatif yang menggunakan teknik temu bual untuk menerokai elemen-elemen dalam pendidikan IPTA yang boleh memberi sumbangan kepada pemikiran keusahawanan pelajar IPTA di Malaysia. Populasi kajian adalah terdiri daripada pelajar IPTA di Malaysia, manakala seramai 2001 responden telah terlibat dalam kajian ini. Dapatan kajian mendapati skor min bagi keseluruhan pemikiran keusahawanan adalah 3.91 dengan sisihan piawai 0.47. Ini bermakna pemikiran keusahawanan pelajar ijazah sarjana muda di Malaysia berada di tahap sederhana tinggi.

Kata Kunci: Pemikiran keusahawanan, dimensi-dimensi pemikiran keusahawanan.

Abstract: *Entrepreneurship field is an important element to bring economy of a nation to a higher and competitive stage. Countries with many entrepreneurs are more advanced in the economic development. The objective of this paper is to determine the dimensions of relationships that contribute to entrepreneurial thinking among students of public institutions of higher learning (IPTA) in Malaysia. This study will focus on dimensions of opportunity recognition, ability to take, tolerance to ambiguity and creativity and innovation. This study was used a sequential mixed method design which involve two phases. The first phase is a quantitative method that used questionnaire techniques to examine the extent to which education in IPTA is able to incorporate entrepreneurial thinking among IPTA students. The second phase is a qualitative method that used interview techniques to explore the elements of IPTA education that can contribute to the entrepreneurial thinking of IPTA students in Malaysia. The population of the study comprising IPTA students in Malaysia, while 2001 respondents were involved in this study. The findings shown that the mean score for overall entrepreneurial thinking is 3.91 with the standard deviation of 0.47. The means of entrepreneurial thinking of undergraduate students in Malaysia is at a moderate level.*

Keywords: *Entrepreneurial thinking, dimensions of entrepreneurial thinking.*

Pengenalan

Usahawan adalah penggerak kepada kemajuan ekonomi sesebuah negara. Pemikiran keusahawanan merupakan salah satu elemen penting bagi setiap individu yang bergelar usahawan. Begitu juga dengan mahasiswa kini, di mana elemen kemahiran keusahawanan merupakan kemahiran yang perlu ada sebelum mereka bergraduasi. Oleh yang demikian, sepanjang berada di Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) mahasiswa telah pun diterapkan dengan kepakaran dan kemahiran dalam bidang pengkhususan yang mereka ambil di universiti di samping diberi pendedahan dengan dunia keusahawanan. Justeru itu, untuk melahirkan usahawan dalam kalangan siswazah, mahasiswa IPTA perlu diterapkan dengan pemikiran keusahawanan semasa pengajian mereka di universiti. Ini adalah supaya mereka berupaya menggabungkan kepakaran dan kemahiran mereka dengan peluang yang berkaitan dalam proses penciptaan produk atau penghasilan usaha teroka baru. Namun kajian-kajian pengesanan lepasan siswazah mendapati peratusan lepasan IPTA yang menceburi bidang keusahawanan adalah sangat rendah, iaitu kurang daripada 15 peratus. Justeru, pembangunan awal usahawan di IPTA melalui pendidikan perlu dilaksanakan dengan membudayakan pelajar dengan elemen-elemen pemikiran keusahawanan, terutamanya dalam bidang pengkhususan pelajar.

Objektif Kajian

Objektif kajian ini ialah untuk:

1. Mengkaji profil mahasiswa IPTA yang mempunyai pemikiran keusahawanan.
2. Membincangkan tahap pemikiran keusahawanan mahasiswa IPTA di Malaysia.
3. Menghuraikan tahap dimensi-dimensi yang menyumbang kepada pemikiran keusahawanan mahasiswa IPTA di Malaysia.

Penyataan Masalah

Pernyataan masalah bagi kajian ini ialah:

1. Apakah profil mahasiswa IPTA yang mempunyai pemikiran keusahawanan?
2. Apakah tahap pemikiran keusahawanan mahasiswa IPTA di Malaysia?
3. Apakah tahap bagi dimensi-dimensi keusahawanan yang menyumbang kepada pemikiran keusahawanan mahasiswa IPTA di Malaysia?

Kajian Literatur

Pendidikan Keusahawanan

Pendidikan keusahawanan merujuk kepada pendidikan yang menekankan kepada aspek kreativiti, inovasi dan pembangunan keterampilan individu sebagai usahawan yang merangkumi aspek pemikiran, sikap dan kemahiran keusahawanan (Kementerian Pengajian Tinggi 2010). Pendidikan keusahawanan dapat membentuk pelajar yang mempunyai pemikiran, sikap dan kecenderungan yang tinggi terhadap bidang keusahawanan (Armanurah et al. 2006; Abdul Razak et al. 2010; Ooi et al. 2011). Ia juga adalah satu proses mendapatkan ilmu pengetahuan dan kemahiran tentang segala kegiatan yang dilakukan oleh usahawan melalui pengajaran dan pembelajaran (Nor Aishah, 2006) sama ada secara formal atau tidak formal.

Tujuan pendidikan keusahawanan adalah untuk mengembangkan potensi pelajar ke arah yang lebih kreatif, berinisiatif dan bijaksana dalam membuat keputusan. Pendidikan keusahawanan juga mengajar seseorang itu supaya bersedia mengenal pasti peluang dan merebut peluang yang tercetus dalam persekitarannya, menterjemahkan idea ke dalam bentuk realiti atau satu kegiatan ekonomi, di samping bertahan dan peka dengan perubahan dan ketidakpastian (Yap, 2002). Manakala Pyysiainen et al. (2006) menyatakan tujuan utama pendidikan enterpris adalah untuk membangunkan sikap, kemahiran dan atribut enterpris.

Sikap keusahawanan terdiri daripada ciri-ciri keusahawanan yang penting (Nor Aishah, 2006). Antara ciri-ciri keusahawanan penting yang perlu dibentuk melalui pendidikan keusahawanan adalah keperluan untuk pencapaian, kepimpinan, kreatif, berkeyakinan, mempunyai hubungan jalin, berinisiatif, pengambil risiko, berimiginasi dan berkeupayaan menganalisa. Tingkah laku dan ciri-ciri keusahawanan ini boleh dibentuk melalui pendidikan keusahawanan (Kuratko, 2017).

Pemikiran Keusahawanan

Mengikut Kamus Dewan Oxford Fajar (2017) pemikiran ialah cara menyelesaikan masalah dengan menggunakan daya imaginasi, bukan dengan menggunakan cara-cara logik atau cara-cara pemikiran yang biasa sehingga dapat menghasilkan pelbagai pendekatan yang kelihatan luar biasa tetapi berkesan. Pemikiran ialah proses menggunakan minda untuk mencari makna dan pemahaman terhadap sesuatu, menerokai pelbagai kemungkinan idea atau ciptaan dalam membuat pertimbangan yang wajar bagi membuat keputusan dan menyelesaikan masalah serta diikuti dengan membuat refleksi dan metakognitif terhadap proses yang dialami (Som & Mohd Dahalan 1998). Proses menggunakan minda ini boleh diasuh, dipupuk dan diajar (Mohd. Yusof 2007).

Pemikiran keusahawanan adalah proses kognitif yang melibatkan amalan membuat pemerhatian kepada persekitaran sebagai salah satu cara mengumpul maklumat, mencernakan maklumat bagi menghasilkan idea alternatif serta menilai idea tersebut dari sudut peluang dan penerimaan masyarakat (De Bono 2006; Nor Aishah 2010). Konsep pemikiran ini adalah selari dan boleh dikaitkan dengan konsep keusahawanan di mana Timmons dan Spinelli (2004) menyatakan bahawa keusahawanan adalah cara pemikiran, pernyataan sebab dan tindakan yang dipengaruhi oleh peluang. Mengikut De Bono (2006) untuk menukarkan idea kepada peluang yang sebenarnya memerlukan pemikiran dan ini melibatkan masa dan usaha untuk berfikir. Menurut beliau lagi, tujuan utama pemikiran adalah untuk memformulasikan idea peluang. Kedua ialah untuk menilai faedah peluang. Ketiga ialah untuk memastikan kebolehlaksanaan peluang. Dalam hal ini pemikiran yang baik akan mengurangkan risiko kepada penerokaan

peluang. Konsep yang sama juga diutarakan oleh Norashidah (2009), iaitu pemikiran keusahawanan merupakan aspek kognitif yang membantu usahawan untuk mengenal peluang, menjana idea, berfikir kreatif dan mampu untuk mengurus dan mengawal sumber.

Pemikiran keusahawanan adalah konsep pemikiran yang tidak berstruktur, iaitu bukan secara tradisional dan lurus, tetapi ialah pemikiran yang memfokuskan kepada membuat perbezaan daripada orang lain (Clouse et al. 2003; Higdon 2005; Kuratko 2017). Mereka yang memiliki pemikiran keusahawanan berupaya berfikir di tahap yang tinggi dan kompleks (Mohd. Yusof 2007). Mereka sabar mempelajari sesuatu, dan mempunyai keupayaan untuk menangani hal-hal yang kompleks dan kabur dengan berkesan. Bermula dengan pengetahuan asas yang kukuh, mereka berupaya untuk melihat fakta utama dan memisahkan perkara yang penting daripada perkara-perkara yang remeh (Higdon 2005).

Individu yang mempunyai pemikiran keusahawanan ialah seseorang yang menerima hakikat bahawa persekitaran perniagaan adalah sesuatu yang cukup dinamik, di mana perubahan-perubahan yang berlaku di dalam persekitaran perniagaan akan mewujudkan banyak peluang dan persaingan serta pasaran produk tanpa had sempadan negara (Che Ani & Mohamad Amin 2002). Pemikiran keusahawanan ini adalah selari dengan pemikiran global yang diutarakan oleh Habrizah (2002), di mana beliau menyatakan bahawa usahawan perlu mempunyai kemahiran untuk melihat dunia sebagai satu arena untuk mempamerkan kebolehan, memaksimumkan kejayaan mereka dan mempengaruhi orang lain. Mereka sentiasa terdorong untuk melihat sesuatu dengan cara yang lebih meluas, mampu mengikut arus perubahan dan mengurus kemampuan syarikatnya untuk berindak balas ke atas kejutan dan kekaburan sebagai peluang-peluang untuk inisiatif baru, serta mempunyai kualiti diri seperti pengetahuan, analitikal, strategik, fleksibel, sensitif dan terbuka.

Menurut Che Ani dan Mohamad Amin (2002), pemikiran keusahawanan akan membawa seseorang kepada tindakan keusahawanan. Tindakan keusahawanan ialah di mana seorang usahawan itu membuat kajian dengan teliti akan setiap projek perniagaannya, membuat perancangan berasaskan fakta dan situasi semasa, menggunakan segala pengalaman yang ada, menggunakan semua sumber sokongan dan nasihat pakar, menyediakan perancangan yang formal, menyenaraikan kekuatan dan kelemahan yang ada padanya, meramalkan segala ancaman dan peluang yang wujud, tindakan sentiasa mengikuti perancangan dan menilai setiap tindakan yang diambil bagi memperbaikinya demi mengelak berlakunya kegagalan.

Gaya pemikiran keusahawanan dari aspek pengurusan pengetua juga dilihat kepada tiga aspek iaitu gaya pemikiran kreatif dan inovatif, pemikiran pembentukan organisasi yang mengurus dan menanggung risiko serta pemikiran pemimpin yang mempunyai gaya kepimpinan (Norasmah & Hariyaty, 2016). Berpandukan kepada konsep pemikiran keusahawanan daripada kajian-kajian lepas dan dari pemikir-pemikir dalam bidang keusahawanan (Che Ani & Mohamad Amin 2002; Habrizah 2002; Clouse et al. 2003; Timmons & Spinelli 2004; Higdon 2005; De Bono 2006; Norashidah 2009), kesemua mereka hampir sependapat tentang elemen atau dimensi pemikiran keusahawanan, iaitu terdapatnya elemen mengenal peluang, kreativiti dan inovasi, kesanggupan menanggung risiko dan toleransi kepada kekaburan.

Kesimpulannya, individu yang mempunyai pemikiran keusahawanan boleh dinilai dari beberapa aspek iaitu, kebolehan melihat dan merebut peluang, kreativiti dan inovasi serta kesanggupan menanggung risiko.

Dimensi-Dimensi Keusahawanan

i) Melihat dan Merebut Peluang

Peluang perniagaan ditakrifkan oleh Kirzner (1997) sebagai keperluan pasaran yang tidak dapat dipenuhi dengan tepat, sumber-sumber atau keupayaan yang tidak digunakan atau kurang digunakan. Peluang wujud disebabkan oleh perjumpaan sesuatu yang baik secara tidak sengaja, melalui pencarian kepada peluang atau penciptaan kepada peluang (Alsos & Kaikkonen 2004).

Individu yang mempunyai pemikiran keusahawanan mempunyai keupayaan untuk melihat dan merebut peluang yang orang lain tidak nampak (Clouse et al. 2003; Higdon 2005). Dalam merebut peluang, individu yang mempunyai pemikiran keusahawanan mengenal pasti dan merebut peluang berasaskan latar belakang, pengalaman dan perhubungan mereka (Higdon 2005). Kenyataan merebut peluang ini disokong oleh kajian Alsos dan Kaikkonen (2004) yang menegaskan bahawa perbezaan dalam proses penjanaan peluang dalam kalangan usahawan adalah berkait rapat dengan situasi usahawan, pengalaman-pengalaman lepas mereka dan jaringan sosial mereka. Menurut Rae (2004), pengalaman-pengalaman lepas yang diperoleh peniaga atau usahawan dapat membentuk pemikiran yang membolehkan mereka membuat persepsi, menapis, menganalisis, membuat keputusan dan bertindak dengan berkesan terhadap sesuatu peluang perniagaan berbanding dengan individu lain.

Sementara itu Shane (2000) menyatakan bahawa peluang perniagaan boleh dikenali oleh usahawan melalui pengetahuan pasaran, pengetahuan memenuhi keperluan pasaran dan pengetahuan daripada masalah pelanggan. Kuratko dan Hodgetts (2004) serta Alsos dan Kaikkonen (2004) menyatakan peluang perniagaan boleh dikenal pasti daripada keadaan dan perubahan yang berlaku dalam persekitaran serta menterjemah dan memproses maklumat persekitaran tersebut melalui keupayaan keusahawanan. Menurut Kuratko dan Hodgetts (2004) persekitaran terbahagi kepada persekitaran luaran dan persekitaran dalaman. Persekitaran luaran yang terdiri daripada persekitaran makro dan persekitaran industri merupakan sumber peluang perniagaan kepada usahawan. Usahawan membuat analisis tentang persekitaran makro yang terdiri daripada persekitaran politik dan undang-undang, ekonomi, sosial budaya dan teknologi dengan mengimbas, memantau, meramal dan menilai persekitaran tersebut untuk mengenal pasti peluang perniagaan. Selain itu, usahawan boleh mengenal pasti peluang-peluang perniagaan daripada persekitaran industry, iaitu persekitaran luaran khusus yang terdiri daripada pesaing, pelanggan, pembekal, institusi kewangan, agensi kerajaan dan pertubuhan bukan kerajaan.

ii) Kreativiti dan Inovasi

Kreativiti merupakan penjanaan idea yang membawa kepada peningkatan dalam kecekapan dan keberkesanan sesuatu sistem (Kuratko & Hodgetts 2004). Kreativiti juga ditakrifkan sebagai satu usaha secara sedar yang melibatkan kelahiran idea kreatif beserta tindakan kreatif terhadap sesuatu konsep atau pendekatan atau ciri-ciri lama (Mohd Azhar 2003). Justeru itu, kreativiti adalah kebolehan menjana sesuatu idea yang baru serta dapat menggunakan idea tersebut untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Manakala Nor Aishah (2002) menyatakan bahawa kreativiti merujuk kepada fleksibiliti pemikiran dalam penghuraian berbagai-bagai cara yang mungkin untuk menyelesaikan sesuatu masalah dan suatu kebolehan atau kemahiran untuk menghasilkan idea-idea yang mempunyai sifat-sifat baru dan asli.

Kreativiti dan inovasi merupakan kemahiran yang semakin penting dalam ekonomi yang berubah dengan pantas (Clouse et al. 2003; Higdon 2005). Individu yang mempunyai pemikiran keusahawanan mempunyai ciri-ciri kreativiti dan inovasi. Seseorang yang mempunyai

pemikiran kreatif berkemungkinan untuk melihat dunia dengan cara yang berbeza daripada orang lain (De Bono 2006). Individu yang kreatif dan inovatif ialah seseorang yang dapat menghasilkan idea dan konsep baru dan dapat menterjemahkannya kepada produk yang dapat dikomersilkan (Johnson 2001; Rosli et al. 2007). Individu yang kreatif merupakan usahawan yang mempunyai banyak idea, panjang akal dan berupaya menghasilkan produk baru serta unik. Manakala individu yang mempunyai ciri inovatif ialah usahawan yang sentiasa ingin memperkembang dan membuat pembaharuan atau pengubahsuaian ke atas produk yang sedia ada untuk mempertingkatkan atau memperbaiki mutunya dan menjadikan produk itu lebih baik serta mempunyai kelebihan saingan dan sentiasa berada di hadapan pesaing (Mohd. Salleh et al. 2005). Inovasi merangkumi semua kegiatan atau usaha yang membawa kepada satu bentuk pembaharuan termasuklah pengenalan kepada proses teknologi baru atau produk baru (Schumpeter 1934). Individu yang berfikiran inovatif mampu menyesuaikan diri dengan persekitaran dan perubahan, di mana mereka berupaya untuk bertindak balas secara fleksibel terhadap perubahan (Norita et al. 2007). Selain itu, mereka mempunyai daya pemikiran, daya imaginasi dan kebolehan untuk mencipta atau menghasilkan keluaran atau perkhidmatan baru yang belum dicuba oleh orang lain (Mohd. Salleh et al. 2005). Manakala Clouse et al. (2003) dan Higdon (2005) melihat individu yang mempunyai pemikiran keusahawanan sebagai individu yang kreatif dalam penyelesaian masalah dan kreatif dalam membuat penyesuaian.

Mengikut Mohd. Salleh et al. (2005) usahawan boleh meningkatkan keupayaan kreativiti dan inovasi mereka dengan beberapa cara. Antaranya ialah:

- *Usahawan hendaklah sentiasa bertanya soalan seperti, “wujudkah cara lain yang lebih baik?”.*
- *Usahawan hendaklah mampu mencabar suatu kebiasaan yang sudah menjadi tradisi atau keluar daripada kehidupan yang terlalu rutin.*
- *Permainan mental, iaitu cuba melihat sesuatu isu atau masalah daripada pelbagai perspektif dan sudut yang berbeza.*
- *Menyedari bahawa terdapat lebih daripada satu jawapan bagi setiap persoalan.*
- *Usahawan tidak terikat dengan satu jawapan kerana untuk membina kreativiti, usahawan mestilah berupaya melihat lebih dari itu.*
- *Melihat kesilapan dan kegagalan hanyalah ranjau biasa untuk menuju kejayaan.*
- *Mengaitkan idea yang kelihatan tidak berkaitan dengan masalah yang cuba diselesaikan bagi menghasilkan penyelesaian yang lebih kreatif.*

iii) Kesanggupan Menanggung Risiko

Risiko ditakrifkan oleh Bird (1989) sebagai peluang kejayaan atau kegagalan untuk sebarang tugas atau rancangan. Timmons et al. (2004) pula mengaitkan risiko dengan peluang, di mana beliau menekankan bahawa risiko merupakan suatu peluang yang munasabah dan mencabar untuk berjaya. Ia juga adalah suatu situasi di mana hasil sesuatu tindakan dipengaruhi oleh keupayaan dan daya usaha seseorang. Individu yang mempunyai pemikiran keusahawanan adalah seorang pengurus risiko yang baik. Usahawan mengurus dan mengenal pasti risiko yang akan diambil supaya risiko itu munasabah dan berpatutan serta berpadanan dengan ganjaran yang bakal diperolehi. Ini bermaksud mereka bukanlah pengambil risiko liar tetapi risiko yang sederhana yang boleh dikira, dijangka dan dikawal dan dapat menggunakan risiko itu untuk menghasilkan keuntungan (Mohd. Salleh et al. 2005; Norita et al. 2007). Usahawan membuat penilaian dan pertimbangan terhadap risiko yang diambil (Rosli et al. 2007) dan tahu memindahkan sebahagian daripada risiko usaha teroka kepada orang lain seperti pelabur, pihak bank, pelanggan, pembekal dan sebagainya bagi meminimalkan risiko yang dihadapi (Mohd. Salleh et al. 2005; Norita et al. 2007). Selain itu, usahawan yang mempunyai pemikiran keusahawanan mempunyai kemahiran dan minda untuk menyelesaikan masalah yang berkaitan

dengan emosi dan risiko, serta merancang, menyusun dan menggunakan sumber-sumber dalam keadaan yang berisiko dan kabur untuk merebut peluang (Clouse et al. 2003; Higdon 2005).

Metodologi

Kajian ini menggunakan kaedah campuran (*mix-methods*) iaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Penggunaan kedua-dua pendekatan kuantitatif dan kualitatif dalam kajian ini adalah selaras dengan saranan Cresswell dan Clark (2007), yang menyatakan bahawa menggunakan sama ada data kuantitatif atau kualitatif sahaja adalah tidak mencukupi. Pengkaji perlu menggabungkan kedua-dua data ini untuk memberi gambaran yang lebih lengkap bagi memahami tentang permasalahan yang dikaji. Dengan kaedah gabungan pengkaji juga mendapat bukti yang lebih komprehensif dalam mengkaji permasalahan kajian berbanding dengan penggunaan salah satu kaedah sahaja. Kekuatan pada satu kaedah dapat menampung kelemahan kepada kaedah satu lagi. Kajian kuantitatif mempunyai kelemahan untuk memahami konteks atau *setting* percakapan seseorang. Suara dan intepretasi partisipan/subjek tidak dapat didengari dan tidak dibincangkan secara langsung dalam kajian kuantitatif. Justeru itu, kajian kualitatif dapat melengkapinya. Manakala kajian kualitatif dilihat kekurangannya kerana pengkaji membuat intepretasi peribadi ke atas subjek yang dikaji. Dapatan kajian kualitatif tidak boleh digeneralisasikan kepada kumpulan yang besar kerana limitasi ke atas jumlah subjek yang dikaji. Justeru itu, kajian kuantitatif dapat melengkapinya. Walaupun kedua-dua kaedah ini berbeza, namun ianya saling melengkapinya antara satu sama lain. Di samping itu, menurut Neuman (2003) serta Gay dan Airasian (2003) kedua-dua kaedah ini mengumpul dan menganalisis data secara sistematik dan seterusnya membuat pemerhatian terhadap corak data tersebut. Menurut mereka, kaedah gabungan kedua-dua data kuantitatif dan data kualitatif sesuai dilaksanakan dalam sesuatu kajian. Mohamad Hussin (2006) dalam kajian penilaiannya yang bertajuk ‘Penilaian terhadap Perancangan dan Pelaksanaan Program Pembelajaran Kontekstual di Sekolah-sekolah Menengah Teknik di Malaysia’ telah menggunakan reka bentuk kaedah gabungan yang dimulakan dengan kajian kuantitatif dan kemudiannya diikuti dengan kajian kualitatif.

Untuk menjawab persoalan kajian di atas, skor min diintepretasi seperti dalam Jadual 1 Perincian dapatan mengenai tahap pemikiran keusahawanan dibincangkan dalam bahagian seterusnya.

Jadual 1: Intepretasi Skor Min

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

Sumber: Armanurah (2014)

Dapatan

Profil Jadual 2 menunjukkan dapatan bagi latar belakang diri responden dan keluarga seperti dibawah. Majoriti responden adalah perempuan 61.4%, manakala dari segi umur responden majoriti berada di bawah 24 tahun (84.3%) dan bangsa Melayu merupakan skor tertinggi bagi kajian ini (77.4%). Bagi kedudukan dalam keluarga, majority responden merupakan anak pertama (27.7%) dan 51.7% dibesarkan di kawasan kampung.

Jadual 2: Latar belakang Diri dan Keluarga Responden

	Kategori	Kekerapan	Peratus
Jantina	Lelaki	763	38.1
	Perempuan	1229	61.4
Umur	24 tahun ke bawah	1686	84.3
	25 hingga 29	51	2.5
Bangsa	Melayu	1549	77.4
	Cina	347	17.3
	India	51	2.5
	Lain-lain	47	2.3
Kedudukan dalam keluarga	Anak pertama	555	27.7
	Anak tunggal	96	4.8
	Anak bongsu	353	17.6
	Anak kedua	366	18.3
	Anak ketiga	294	14.7
	Lain-lain	328	16.4
Kawasan dibesarkan	Kampung	1035	51.7
	Bandar	785	39.2
	Bandaraya/ibu negeri	169	8.4

Jadual 3 menunjukkan skor min, kedudukan min, sisihan lazim dan interpretasi skor min bagi dimensi pemikiran keusahawanan. Jadual ini juga menerangkan secara terperinci tahap dimensi kebolehan melihat dan merebut peluang. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa dimensi mengenal peluang adalah di tahap sederhana tinggi dengan nilai min adalah 3.968 dan sisihan piawai 0.507. Dalam konstruk kebolehan mengenal peluang ini nilai min tertinggi dicapai oleh item 1 (4.196) diikuti oleh 12 (4.096), 9 (4.082), 4 (4.063), 5 (4.022), 3 (4.019) dan 13 (4.006), di mana semua item ini berada di tahap tinggi. Manakala nilai min terendah pula dicapai oleh item 15 dengan nilai min 3.765.

Dimensi kesanggupan mengambil risiko terdiri daripada lima item. Jadual 4.62 memperincikan mengenai nilai min, sisihan piawai dan tahap dimensi ini. Secara keseluruhan, dimensi kesanggupan menanggung risiko pelajar IPTA mencapai tahap tinggi dengan nilai min 4.073 dan sisihan piawai 0.577. Daripada lima item yang diukur dalam konstruk ini, hanya item 5 dalam dimensi kesanggupan mengambil risiko sahaja yang berada di tahap sederhana tinggi dan menunjukkan skor min yang terendah iaitu 3.930. Manakala item yang mencapai nilai min tertinggi adalah item 5 dalam konstruk dimensi kesanggupan mengambil risiko iaitu 4.144.

Penilaian tahap kreatif dan inovatif adalah seperti dalam Jadual 3. Terdapat 4 item yang diukur dalam konstruk kreatif dan inovatif. Nilai skor min tertinggi pula dicapai oleh item 2 dalam konstruk dimensi kreatif dan inovatif iaitu 3.721 dan sisihan piawai 0.804. Secara keseluruhan tahap kreatif dan inovatif mempunyai skor min 3.623 dan sisihan piawai 0.659. Ini menunjukkan secara keseluruhan kreatif dan inovatif pelajar IPT adalah di tahap sederhana tinggi.

Jadual 3: Skor Min, Kedudukan Min, Sisihan Lazim dan Interpretasi Skor Min bagi Konstruk Pemikiran Keusahawanan

Aspek Pemikiran Keusahawanan	Kedudukan Min (Pemikiran Keusahawanan)	Min	Sisihan Lazim	Interpretasi Skor Min
Dimensi Mengenal Peluang				
1 Percaya idea perniagaan mempunyai kaitan dengan keperluan masyarakat	1	4.196	0.711	Tinggi
2 Suka mencari idea-idea yang boleh ditukarkan kepada peluang perniagaan.	9	3.964	0.752	Sederhana tinggi
3 Suka mengikuti perubahan gaya hidup masyarakat.	6	4.019	0.759	Tinggi
4 Percaya semua masalah masyarakat merupakan peluang perniagaan.	4	4.063	0.802	Tinggi
5 Suka mencari peluang perniagaan yang sesuai dengan minat saya.	5	4.022	0.800	Tinggi
6 Suka fikir produk baru yang boleh memberi manfaat kepada pengguna.	7	3.979	0.803	Sederhana tinggi
7 Suka mengambil tahu mengenai masalah-masalah keperluan pelajar semasa belajar di UUM.	13	3.802	0.845	Sederhana tinggi
8 Sentiasa menganalisis faedah daripada peluang-peluang perniagaan yang saya kenal pasti.	14	3.793	0.813	Sederhana tinggi
9 Suka memilih untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan kemampuan saya.	3	4.082	0.718	Tinggi
10 Rasa gembira apabila menemui penyelesaian yang baik untuk masalah-masalah yang belum pernah orang lain selesaikan.	2	4.096	0.789	Tinggi

11 Percaya untuk berjaya, sesebuah syarikat mesti menggunakan amalan perniagaan yang mungkin sekali imbas dilihat luar biasa.	7	4.006	0.779	Tinggi
12 Rasa sungguh seronok apabila berfikir idea-idea baru bagi merangsang perniagaan.	8	3.972	0.764	Sederhana tinggi
13 Sering mendekati peluang-peluang perniagaan dalam cara yang unik.	15	3.765	0.831	Sederhana tinggi
14 Rasa seronok menjadi pemangkin kepada perubahan dalam hal-hal perniagaan.	12	3.843	0.807	Sederhana tinggi
15 Rasa seronok apabila membuat sesuatu yang baru dalam urusan perniagaan saya.	10	3.921	0.783	Sederhana tinggi
16 Kerap fikir idea-idea baru apabila saya berada dalam keadaan relaks.	11	3.920	0.783	Sederhana tinggi
Jumlah Item =16 item		3.968	0.507	Sederhana tinggi
Dimensi Mengambil Risiko				
1 Percaya adalah penting untuk mengira risiko sebelum memulakan sesuatu usaha.	3	4.110	0.764	Tinggi
2 Suka melakukan usaha yang mempunyai risiko yang mampu saya uruskan.	5	3.930	0.766	Sederhana tinggi
3 Percaya seseorang akan memperolehi banyak peluang keusahawanan jika berani mengambil risiko.	2	4.135	0.743	Tinggi
4 Rasa puas apabila berjaya mengambil risiko untuk mendapatkan keuntungan.	4	4.045	0.779	Tinggi

5 Percaya untuk maju dalam perniagaan seseorang mesti mengambil risiko.	1	4.144	0.768	Tinggi
Jumlah Item=5		4.073	0.577	Tinggi
Dimensi kreatif dan inovatif				
1 Sering menjana beberapa idea perniagaan pada satu masa.	3	3.614	0.854	Sederhana tinggi
2 Sering melaksana tugas dengan cara yang unik.	1	3.721	0.804	Sederhana tinggi
3 Boleh menyelesaikan masalah daripada maklumat yang kabur.	4	3.520	0.971	Sederhana tinggi
4 Sering dapat menyelesaikan tugas dengan baik walau pun tidak diberi tahu cara melakukannya.	2	3.636	0.892	Sederhana tinggi
Jumlah Item =4		3.623	0.659	Sederhana tinggi

Elemen Keusahawanan Yang Menyumbang Kepada Pemikiran Keusahawanan

Temubual secara bersemuka juga diadakan bersama 25 orang pelajar Universiti Utara Malaysia (UUM) yang menjalankan perniagaan terhadap dimensi yang menyumbang kepada pemikiran keusahawanan. Rumusan hasil dapatan terhadap empat orang pelajar yang menjalankan perniagaan seperti di jadual 4.

Jadual 4: Hasil dapatan temubual pelajar terhadap dimensi pemikiran keusahawanan.

Dimensi	Mengenal Peluang	Kreatif dan Inovatif	Pengambilan Risiko
Responden 1	<i>“Pendidikan keusahawanan membolehkan saya mengenal peluang perniagaan yang wujud di kampus.”</i>	<i>“Saya sering berfikiran kreatif dan inovatif ketika belajar subjek keusahawanan”</i>	<i>“Sebagai usahawan kampus, saya perlu bersedia mengambil risiko”</i>
Responden 2	<i>“Saya nampak banyak peluang apabila saya menyertai program keusahawanan”</i>	<i>“Program keusahawanan memberi saya idea kreatif dan inovatif dalam menyelesaikan masalah perniagaan”.</i>	<i>“Saya tahu nak berniaga saya perlu menerima cabaran dan risiko....”</i>

Responden 3	<i>“Sebelum program keusahawanan saya tak nampak peluang, namun selepas menyertai program keusahawanan saya dapat melihat dan merebut peluang perniagaan yang ada”.</i>	<i>“Saya suka mencari idea baru, resepi baru semasa menghasilkan produk perniagaan saya”</i>	<i>“..saya terima risiko sebagai cabaran untuk membangunkan perniagaan saya..”</i>
Responden 4	<i>“Banyak peluang perniagaan di kampus UUM dan saya telah pun memulakan perniagaan di UUM setelah tamat program”</i>	<i>“Saya sering mencari idea baru untuk perniagaan saya”</i>	<i>“Saya perlu berhadapan dengan risiko perniagaan sejak membuat keputusan untuk memulakan perniagaan”</i>
Responden 5	<i>“Saya dapat melihat peluang perniagaan yang terdapat di kampus UUM”</i>	<i>“Idea kreatif dan gila-gila dapat membantu saya meningkatkan jualan produk”</i>	<i>“.. ya, setiap perniagaan ada risikonya dan saya perlu berhadapan risiko dengan hati terbuka”</i>

Kesimpulan

Secara keseluruhan tahap pemikiran keusahawanan pelajar IPTA adalah pada tahap sederhana tinggi. Pelajar IPTA mempunyai tahap pemikiran keusahawanan yang tinggi hanya pada dimensi kesanggupan mengambil risiko iaitu dengan skor min 4.073. Ini diikuti oleh dimensi mengenal peluang dengan skor min 3.968 dan dimensi kreatif dan inovatif dengan skor min 3.623. Dimensi seperti mengenal peluang dan dimensi kreatif dan inovatif adalah pada tahap sederhana tinggi. Dapatan ini selari kajian Esteti (2012) terhadap pemikiran keusahawanan secara keseluruhan dalam kalangan pelajar IPT di Padang Sumatera Barat Indonesia adalah pada tahap sederhana tinggi dengan nilai min 3.95 (sisihan piawai 0.34). Kesimpulan yang dapat dibuat ialah, pemikiran keusahawanan pelajar IPTA wajar ditingkatkan untuk melahirkan usahawan dalam kalangan siswazah di Malaysia.

Rujukan

- Abdul Razak, A., Syahrina, A. & Armanurah, M. (2010). Entrepreneurial Characteristics and Entrepreneurial Intentions among undergraduates: Case of UiTM Students, The First Seminar on Entrepreneurship and Societal Development in Asean (ISE-SODA), p.p 70-82.
- Alsos, G.A & Kaikkonen V. (2004). Opportunity Recognition and Prior Knowledge: A Study of Experienced Entrepreneurs. NCSB 2004 Conference 13th Nordic Conference on Small Business Research.
- Armanurah Mohamad, Salmah Ishak & Norashidah Hashim. (2006). Perkembangan pendidikan keusahawanan dalam institusi pendidikan di Malaysia. Kertas kerja *“The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Small Business (NCESB 2006): Advancing Entrepreneurship and SMEs In the Growing Challenges of Globalization”*. Anjuran Fakulti Pengurusan Perniagaan dan Institut Pembangunan Keusahawanan. Pulau Pinang, 9-10 Disember.

- Armanurah Mohamad (2014). *Penilaian Pelaksanaan Program Siswaniaga Universiti Utara Malaysia*. Tesis Dr. Fal, Universiti Putra Malaysia.
- Bird, B.J. (1989). *Entrepreneurial Behaviour*. Illinois: Scott, Foresman.
- Che Ani Mad & Mohamad Amin Mad Idris. (2002). Impak liberalisasi dan globalisasi kepada usahawan Malaysia. *Kertas kerja Seminar Globalisasi dan Usahawan Wanita: Kepintaran, Emosi dan Integriti*. Anjuran Institut Pembangunan Keusahawanan, Universiti Utara Malaysia. Sintok, 29-31 Mei.
- Clouse, R. W., Goodin, T., Davey, M & Jeff Burgoyne, J. (2003). *Entrepreneurs In Action: An Integrated Approach To Problem Solving Via The Internet*.
- Creswell, J.W & Clark V. L. P. (2007). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*, SAGE Publication.
- De Bono, E. (2006). *Edward De Bono Thinking Course: Powerful Tools to Transform Your Thinking*. England: BBC Active.
- Esteti. (2012). *Pemikiran Keusahawanan Kalangan pelajar IPT di Sumatera Barat*, retrieved from www.google.com pada 20 Jun 2016.
- Gay & Airasian (2003). *Educational Research Competencies for Analysis and Application (7th ed.)* Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Higdon, L. J. 2005. *Liberal Education and The Entrepreneurial Mindset: A Twenty-First-Century Approach*. <http://www.aacu.org/liberaleducation/le-wi05/le-wi05perspective2.cfm> [21 Januari 2007].
- Johnson, D. (2001). What is innovation and entrepreneurship? Lessons for larger organisations, *Industrial and Commercial Training*, Vol. 33 (4), pp 135-140.
- Kamus Dewan Oxford Fajar (2017). *Kamus Dwibahasa Oxford Fajar*, 6th ed., Petaling Jaya: Oxford.
- Kementerian Pengajian Tinggi (2010). *Pelan Pembangunan Pendidikan Malaysia 2015-2025*, dicapai di www.mohe.gov.my, pada 15 Januari 2017.
- Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach, *Journal of Economic Literature*, 35(3): 60-85.
- Kuratko, D.F (2017). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice, 10th ed.*, United State: Cengage Learning.
- Kuratko, D. F. & Hodgetts R.M. (2004). *Entrepreneurship Theory Process Practice. Ed. ke-6*. Ohio: South-Western, Thompson Corporation.
- Mohamad Hussin M., Y. (2006). Penilaian Terhadap Perancangan dan Pelaksanaan Program Konteksual di Sekolah-Sekolah Teknik di Malaysia, *Thesis PhD*, UKM Bangi.
- Mohd Salleh Hj Din, Hoe Chee Hee Norashidah Hashim, Ooi Yeng Keat, Shuhymee Ahmad Habshah Bakar, Norita Deraman, Rosli Mahmood, Armanurah Mohamad, Lily Julienti Abu Bakar & Muhammad Nasri Md. Hussain. (2005). *Asas Keusahawanan*. Australia: Thomson.
- Mohd Syahrir Rahim, Ahmad Zamil A. Khalid, Sahadah Abdullah, Syahrina Abdullah, Saudah Ahmad, Norria Zakaria, Iskandar Adon, Armanurah Mohamad & DonnyAbdul Latief P. (2017). *Asas Keusahawanan: Ke Arah Pengukuhan Minda dan Kemahiran Keusahawanan*, Sintok: UUM Press.
- Mohd Yusof Hasan (2007). *Teori pendidikan Pemikiran Global*. Tanjung Malim: UPSI.
- Neuman (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, Dlm Research gate, www.reaserachgate.net, diakses pada 15 Jun 2008.
- Norashidah Hashim. (2009). A Correlation Study of Psychological Characteristics and Entrepreneurial Success Among Malaysian Women Entrepreneurs. . ICIES 2009 : Proceedings of the first Indonesian Conference on Innovation, Entrepreneurship and Small Business, page 959 – 966.
- Nor Aishah Buang. (2006). *Deraf Pendidikan Keusahawanan*. UKM: Malaysia.

- Nor Aishah Buang, Salmah Ishak, Armanurah Mohamad & Norashidah Hashim (2018). Cabaran Membangun Usahawan Siswazah Malaysia. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Norita Deraman, Armanurah Mohamad, Shuhymee Ahmad, Habshah Bakar, Mohamad Yusop Mohd Yusop Jani & Mohd Khairuddin Hashim. (2007). Keusahawanan. Shah Alam: Mc Graw Hill (M) Sdn. Bhd.
- Norita Deraman. (2010). *Keusahawanan Teori dan Praktis*, Kuala Lumpur: Perpustakaan Negara Malaysia.
- Ooi, Yeng Keat and Selvarajah, Christopher and Meyer, Denny (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2 (4). pp. 206-220.
- Pyysiainen, J. (2006). Developing the entrepreneurial skills of farmers: some myth explored, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol 12 (1), pp 21-39.
- Rae, D. (2004). Entrepreneurial Learning: A Practical Model from the Creative Industries, *Journal of Education and Training*, Vol. 46 (8/9), pp. 492-500.
- Rosli Mahmood, Lily Julienti Abu Bakar, Mohamad Yusop Mohd Jani, Muhammad Shukrin Bakar, Norita Deraman, Norria Zakaria, Syahrina Abdullah, Rosli Mohd Saad & Azrain Nasyrah Mustapa. (2007). *Prinsip-prinsip Asas Keusahawanan*. Kuala Lumpur: Thomson.
- Schumpeter, J. (1934). The Teory of Economic Development. Dalam Okum, E. (pnyt). *Studies in Economic Development*, pp. 64. Cambridge MA: Harvard University.
- Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science* 11(4): 448-469.<http://www.sciencedirect.com/science/> [3 Januari 2006].
- Som Hj Nor & Mohd Dahalan Mohd Ramli (1998). *Kemahiran Berfikir Secara Kritis dan Kreatif (KBKK)*, Selangor: Longman Malaysia Sd. Bhd.
- Suhaila, A., K. (2012). Amalan nilai Islam dan kejayaan perusahaan kecil dan sederhana di Kelantan dan Selangor, *Thesis MSc.*, Universiti Malaysia, Kuala Lumpur.
- Timmons J. A. & Spinelli S. (2004). *New Venture Creation Entrepreneurs for the 21st Century*, edisi ke-6. New York: McGraw Hill/Irwin.
- Yap Poh Moi. (2002). Kesiediaan guru-guru perdagangan terhadap pengajaran subjek pengajian keusahawanan. *Tesis Sarjana Pendidikan*. Universiti Kebangsaan Malaysia