

**HUBUNGAN SIKAP KEUSAHAWANAN DENGAN
KECENDERUNGAN KEUSAHAWAN DIGITAL
DALAM KALANGAN PELAJAR
MANAGEMENT AND SCIENCES UNIVERSITY (MSU)**
*(The Relationship Between Entrepreneurial Attitudes and Digital Entrepreneurial
Tendencies Among Management and Sciences (MSU) Students)*

Khairul Anuar Abd Latif
P9406@ukm.edu.my

Radin Siti Aishah Radin A Rahman
radin@ukm.edu.my

Universiti Kebangsaan Malaysia

Abstrak: *Kecanggihan teknologi kini telah mempengaruhi seluruh aktiviti kehidupan segenap masyarakat seharian. Peranannya semakin penting dalam memudahkan perhubungan dan urusan seharian. Maka kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti hubungan antara sikap keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Management and Science University (MSU) di Shah Alam. Manakala objektif kajian ini adalah untuk i) mengenal pasti tahap sikap keusahawanan dan kecenderungan keusahawanan digital, dan ii) mengenal pasti hubungan antara sikap keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar MSU. Soal selidik telah diedarkan kepada 375 orang sampel pelajar MSU, di Shah Alam menggunakan teknik persampelan deskriptif dan interpretif. Setelah memenuhi keperluan kesahan muka dan kandungan serta hasil ujian rintis memberikan nilai kebolehpercayaan cronbach alfa melebihi 0.7. Data telah dianalisis menggunakan nilai min dan sisihan piawai, dan inferensi menggunakan ujian korelasi. Dapatan kajian menunjukkan tahap sikap keushawanan dalam kalangan pelajar MSU berada pada tahap yang tinggi ($min=4.090$, $sp=0.806$) sebaliknya tahap kecenderungan keusahawanan digital pula berada pada tahap sederhana tinggi ($min=3.84$, $sp=0.10$). Selain itu, wujud hubungan positif yang signifikan sederhana antara sikap keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan digital ($r=0.304$, $p<0.05$). Implikasi kajian menyumbang kepada kebolegunaan teori tingkah laku terancang dan teori pemilihan kerjaya Holland yang dibuktikan melalui pembentukan sikap dan kecenderungan pelajar MSU menjadi usahawan digital.*

Kata kunci: *Kecenderungan keusahawanan digital, sikap kesuahawanan, pelajar management and science university (MSU)*

Abstract: *The advancement of technology has largely impacted most if not all daily activities of the entire society. It is becoming vastly important in easing everyday relationships and activities. Nowadays, digital platforms have become a necessity in planning business activities specifically for young entrepreneurs. Recognizing this importance, there are inevitable gaps between businesses. Hence, this study aims to identify the relationship between entrepreneurial attitudes and digital entrepreneurial tendencies in students of Management and University of Science (MSU) in Shah Alam. While the objectives of this study are to i) identify entrepreneurial attitudes and digital entrepreneurial tendencies, and ii) identify the relationship between entrepreneurial*

attitudes and digital entrepreneurial tendencies in MSU students. Questionnaires were administered to 375 MSU students, in Shah Alam using descriptive and interpretive sampling techniques. Having fulfilled the face and content validity requirements, as well as the pilot test's result, given a Cronbach alpha reliability value of more than 0.7. Data were analyzed using mean values and standard deviations, and inferenced using correlation tests. Findings show that entrepreneurial attitudes in MSU students are at a high level (mean = 4.090, sp = 0.806) In addition, there is a significant positive relationship between entrepreneurial attitudes with digital entrepreneurial tendencies ($r = 0.304$, $p < 0.05$). Implications of the study on the applicability of Holland's planned behavior theory and career choice theory as evidenced through the attitudes and tendencies of MSU students to become digital entrepreneurs. In addition, MSU needs various programs and activities to improve students' digital knowledge.

Keywords: Digital entrepreneurial tendencies, entrepreneurial attitudes, student management and university of science (MSU)

2021 JGBSE

Article Received: 03 July 2021, Revised: 15 July 2021, Accepted 22 August 2021

Pengenalan

Bekerja dan memiliki kehidupan yang berkualiti menjadi objektif utama pelajar- pelajar selepas melanjutkan pengajian di IPT. Ini kerana mereka beranggapan tahap pendidikan yang lebih tinggi lebih mudah untuk mendapatkan pekerjaan. Tetapi tanggapan tersebut sangat berbeza di dalam tempoh pasca Covid-19 yang telah berlarutan hampir 2 tahun di negara kita. Jabatan Perangkaan Malaysia (JPM) yang melaporkan pada suku 2020 bahawa negara merekodkan seramai 232,000 siswazah menganggur dan mendaftar sebagai pencari kerja aktif dengan Job Malaysia di bawah Jabatan Tenaga Kerja (JTK) Semenanjung.

Sehubungan dengan itu, kerajaan Malaysia meramalkan peluang pekerjaan semakin sukar di kalangan mahasiswa dan telah membuat perancangan jangka masa panjang untuk menggalakkan lebih ramai usahawan digital dengan memperuntukkan RM10 juta kepada Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC) untuk melatih usahawan mikro-digital dan pakar teknologi bagi memanfaatkan platform e-dagang serta media sosial pada bajet 2020. Maka pelajar mempunyai peluang yang besar untuk melibatkan diri dan menceburi dalam keusahawan digital daripada insiatif dan usaha kerajaan ini.

Untuk menjadi seorang usahawan digital yang berjaya, ciri yang efektif dan efisien sebelum menceburi bidang keusahawanan digital perlu diketahui oleh pelajar. Hal ini kerana seorang usahawan yang berjaya bukan sahaja kerana memiliki ciri-ciri personaliti semula jadi atau dilahirkan, tetapi kerana pelbagai faktor lain dan boleh dilatih (Zaidatol Akmaliah 1998).

Perniagaan digital mempunyai kemampuan dalam penghantaran data yang tidak terhad melalui Internet dan maklumat mampu merentasi sempadan negara. Pengguna dari seluruh pelosok dunia berpeluang berkomunikasi secara bebas, bertukar maklumat, dan terlibat dalam apa jua aktiviti atas talian. Internet juga dianggap sebagai platform utama bagi urus niaga komersial sebagai yang berkesan dalam e-dagang.

Kini terdapat lebih banyak produk baru dan menarik diperkenalkan dan dijual melalui internet berbanding dengan produk yang ditempatkan di premis-premis perniagaan. Oleh itu, dengan adanya perniagaan melalui Internet, pengguna menggunakan Internet sebagai medium untuk membuat pembelian bagi sesuatu produk baru di pasaran. Dengan demikian, proses pembelian

dapat dilakukan oleh pengguna secara mudah dan cepat jika dibandingkan dengan pembelian secara tradisional yang memerlukan penggunanya terpaksa ke lokasi produk dijual dan melibatkan diri dalam proses-proses pembelian yang lama.

Dalam kajian lepas menunjukkan antara golongan paling besar yang telah menggunakan kemudahan ini adalah dari golongan mahasiswa. Ini menunjukkan bahawa pembelian atas talian mempunyai banyak kelebihan. Antara faktor yang mempengaruhi mahasiswa menjadi pembeli perniagaan atas talian adalah kerana harga, keselesaan, kecekapan, kepelbagaian produk, perkhidmatan dan keselamatan. Satu kenyataan yang dikeluarkan dalam kajian ini ialah harga produk dalam laman web biasanya lebih murah daripada harga di kedai runcit. Namun begitu, di sebalik keindahan perkhidmatan atas talian, terdapat kelemahan seperti tahap keselamatan yang rendah dari segi pembayaran dan perkhidmatan untuk mendapatkan maklumat yang terperinci mengenai produk tertentu (Peng Li, 2010). Sehubungan dengan itu, menurut Rashad Yazdanifard et al. (2011) penipuan dari segi barang, kekurangan pendedahan mengenai barang, cara penghantaran dan pembayaran, dan kurang kepercayaan terhadap pemilikan perniagaan dalam Internet merupakan masalah yang dihadapi oleh pengguna sistem membeli-belah secara atas talian.

Kajian terdahulu mengenai penglibatan mahasiswa sebagai pembeli telah banyak dilakukan. Namun sedikit perhatian diberikan untuk memahami penglibatan pelajar sebagai peniaga dengan menggunakan medium perniagaan atas talian sebagai asas perniagaan mereka. Walaupun meningkatnya kesedaran serta minat perniagaan melalui program-program keusahawanan di universiti serta celik IT dikalangan generasi baru pelajar namun ia tetap menjadi tanda tanya sejauh mana penglibatan pelajar sebagai penjual dalam perniagaan atas talian ini.

Penglibatan pelajar dalam bidang keusahawanan di peringkat pengajian adalah perlu sebagai satu proses pendedahan untuk menerapkan ciri-ciri serta budaya keusahawanan dalam diri pelajar. Ini bertujuan sebagai persediaan mereka selepas menamatkan pengajian untuk menceburi bidang keusahawanan selain dapat menambahkan nilai diri dalam menghadapi persaingan modal insan yang semakin mencabar.

Penyataan Masalah

Kementerian Pengajian Tinggi (KPT) mewajibkan institusi pendidikan agar menerapkan aktiviti keusahawanan dalam setiap kursus yang ditawarkan kepada siswazah IPT. Institut Pengajian Tinggi Swasta (IPTS) sangat menekankan keusahawanan terhadap pelajar untuk mengalakan pelajar mereka mendapatkan pekerjaan secepat mungkin bagi memasarkan kualiti universiti swasta di mata masyarakat. Sejar dengan hasrat KPT, MSU telah menyertai pelbagai aktiviti dan pertandingan keusahawanan sehingga menerima pelbagai anugerah dari dalam dan luar negara. Antaranya, MSU telah berjaya merangkul anugerah '*Most Entrepreneurial Private University 2016-2017*' oleh Kementerian Pendidikan Tinggi Malaysia, anugerah seterusnya merupakan anugerah individu berprestij yang di menangi oleh Presiden dan pemilik MSU iaitu Professor Tan Sri Dato' Wira Dr Mohd Shuri bin Ab Yahid merupakan Usahawan Tahunan 2017 didalam industri pendidikan oleh Asia Pacific Entrepreneurship Awards (APEA) dan MSU antara universiti paling aktif memecahkan pelbagai rekod Malaysia melalui Malaysia Book of Record (MBR). Oleh demikian, pihak MSU telah memperkenalkan beberapa subjek kemahiran untuk menarik minat dan membentuk usahawan yang berjaya seperti kemahiran keusahawanan dan kemahiran berfikir secara kreatif. Di samping kemahiran bekerja didalam kumpulan, kemahiran kepimpinan dan kemahiran berkomunikasi bagi mengekalkan budaya keusahawanan di kampus.

Dalam konteks ini, pendidikan keusahawanan melalui program-program latihan keusahawanan menjadikan ia medium yang cepat, mudah dan biasa digunakan bagi proses perubahan sikap yang dimaksudkan. Program pendidikan keusahawanan boleh dianjurkan di tempat pengajian untuk memupuk minat pelajar menjadi usahawan seterusnya mendedahkan pelajar dengan aktiviti pembudayaan keusahawanan. Pelajar perlu kreatif, inovatif, cekal, tabah dan berani menanggung risiko untuk menceburkan diri sebagai usahawan (Norafza Abd Rashid, 2018).

Walaupun telah banyak usaha yang telah dijalankan pihak IPTS, masih ramai di antara pelajar masih tidak mempunyai kesedaran yang perniagaan merupakan kerjaya yang paling terbaik dan selamat bagi menghadapi era revolusi 4.0. Menurut Khairuddin (1996), bidang keushawanan telah dijadikan sebagai pilihan terakhir atau pekerjaan sementara sahaja. Ini bermakna pelajar beranggapan usahawan bukan pekerjaan yang boleh dibanggakan dan stabil seperti pekerjaan yang lain. Oleh yang demikian, sikap dan minat mereka terhadap kerjaya keusahawanan harus diperbetulkan kerana kebanyakan pelajar mempunyai motivasi dan dorongan yang rendah untuk membangunkan perniagaan sendiri. Pelajar juga kurang melihat peluang perniagaan yang tersedia di media sosial dan lambat bertindak untuk memenuhi keperluan masyarakat (Salmianti, 2015).

Kerjaya dalam bidang keusahawanan tidak mendapat sambutan yang menggalakkan dari kalangan siswazah di Malaysia. Ini kerana kerjaya dalam bidang keusahawanan memerlukan siswazah untuk memiliki sikap, kecenderungan personaliti kerjaya, tahap keinginan dan tingkah laku pemilihan kerjaya keusahawanan yang tinggi (Nor Aishah, 2005). Kajian Jing et al. (2016) di China mendapati kegagalan pelajar memulakan perniagaan adalah perkara biasa berpunca daripada kekurangan penerapan sikap keusahawanan semasa pengajian di universiti dan kolej. Kegagalan ini memberi makna bahawa sikap dan hasrat pelajar terhadap bidang keusahawanan tidak berada pada tahap yang memuaskan (Azmi et al. 2012; Jing et al. 2016; Lee et al. 2017).

Tujuan Kajian

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh sikap keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Management and Sciences University, Shah Alam.

Objektif Kajian

1. Mengetahui tahap sikap keusahawanan dan kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar MSU, Shah Alam.
2. Mengetahui hubungan yang signifikan antara sikap keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar MSU, Shah Alam.

Persoalan Kajian

Persoalan-persoalan adalah seperti berikut:

1. Adakah tahap sikap keusahawanan dan kecenderungan keusahawanan digital pelajar MSU?
2. Adakah terdapat hubungan sikap keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan digital pelajar MSU?

Kajian Literatur

Keusahawanan Digital

Keusahawanan digital boleh dianggap sebagai sub kategori di dalam keusahawanan (Esmaeeli, 2011), yang telah digitalkan daripada organisasi tradisional. Keusahawanan digital merupakan perniagaan atas talian. Dengan menggunakan beberapa aplikasi atas talian seperti Facebook dan Instagram, menjadikan perniagaan ini berkembang secara global. Keusahawanan digital merupakan inovasi dalam pendekatan perniagaan di mana ia mudah diuruskan tanpa memerlukan kos yang tinggi. Terdapat perbezaan antara keusahawanan digital dan tradisional terutamanya daripada cara pemasaran produk oleh usahawan (Hafezieh et. al, 2011). Aktiviti keusahawanan digital terbahagi kepada lapan kategori iaitu *auction*, *dropship*, *sales latter*, *multiple page web pages (MPWS)*, *affiliate*, *social networking*, *email marketing* dan *forum marketing* (Nizam et. al., 2013).

Sikap Keusahawanan

Sikap sangat penting untuk meramal tingkah laku yang dapat menentukan kejayaan pelajar dalam meneroka bidang keusahawanan kerana usaha meneroka bidang perniagaan yang ingin diceburi memerlukan pelajar bersikap rajin, berkomitmen tinggi, dan tabah untuk mengatasi pelbagai cabaran dan kegagalan yang mungkin akan dihadapi di peringkat awal perniagaan (Mohd Salleh, 2005). Menurut Nor Aishah (2016), sikap merujuk kepada satu gambaran jelas tentang perasaan seseorang yang dizahirkan menerusi tingkah laku seperti pemilihan kerjaya dalam bidang keusahawanan. Sikap dalam kajian ini merujuk kepada niat pelajar di Management and Science University untuk menjadi usahawan digital yang berjaya.

Sikap keusahawanan pertama ialah risiko didefinisikan sebagai kemungkinan atau bahaya kerugian, kemungkinan mendapat bahaya atau kerugian di dalam Kamus Dewan (Edisi Ketiga muka surat 1143). Risiko juga didefinisikan sebagai kemungkinan kerugian, kemalangan, kelemahan dan keruntuhan. Pengurusan risiko pula didefinisikan sebagai pengurusan menyeluruh yang proaktif dalam aktiviti bagi sesuatu program dan kemungkinan menerima kegagalan dalam program berkenaan (Simmons, 1998). Pengurusan risiko juga melibatkan analisis, mengenalpasti dan penilaian projek atau program dan pembangunan strategi untuk melihat keberkesanan kos serta pelan tindakan bagi menghindari dan kesediaan menerima risiko. Dalam kajian ini menunjukkan jika pelajar yang mempunyai sikap penanggung risiko yang tinggi, ini bermakna dia mampu menjadi usahawan yang berani untuk menceburi pelbagai jenis perniagaan mengikut keadaan semasa.

Sikap keusahawanan seterusnya ialah kemahiran kreativiti dan implementasi idea seseorang individu dalam menghasilkan perniagaan yang baharu merujuk kepada kreatif dan inovatif. Pemikiran kreatif memberi peluang kepada individu menjana idea perniagaan yang kreatif dan membangunkan keunikan produk atau perkhidmatan yang mempunyai potensi di dalam pasaran (Lourenço, Jones, & Jay, 2013). Inovatif pula merupakan proses menterjemahkan idea atau ciptaan kepada sesuatu yang baik atau perkhidmatan yang mencipta nilai yang dibayar oleh pelanggan (Dodgson, 2013). Oleh itu sikap kreatif dan inovatif dalam kajian ini menunjukkan kebolehan pelajar dalam mengaplikasikan kreativiti yang dimiliki untuk memenuhi keperluan masyarakat dengan menyelesaikan masalah yang dihadapi dan mendapatkan peluang bagi meningkatkan dan mengayak kehidupan manusia.

Sikap keusahawanan yang terakhir yang dikaji ialah keyakinan individu terhadap perniagaan yang bakal dibangunkan merupakan sifat daya saing yang ingin dikaji. Menurut Baron, Tang, & Hmieleski (2011) dengan adanya aspek daya saing, usahawan lebih fokus terhadap pencapaian,

berusaha memberi komitmen pada setiap perkara, dan penuh keazaman untuk melakukan sesuatu keperluan di dalam perniagaan. Daya saing juga merujuk kepada keupayaan individu untuk bersaing dengan orang lain di dalam bidang yang diceburi bagi mencapai matlamat yang ditetapkan (Coulter, 2003). Oleh itu, daya saing di dalam kajian ini merujuk kepada keyakinan pelajar untuk bersaing terhadap perniagaan yang bakal dibangunkan.

Kecenderungan Keusahawanan Digital

Do & Dadvari (2017) kecenderungan keusahawanan ditakrifkan sebagai minda berfokuskan kepada pemerhatian peribadi dan pengalaman yang kecenderungan keusahawanan berdasarkan tingkah laku keusahawanan yang dirancang. Pelbagai faktor akan di ambil kira oleh individu dalam membina kerjaya. Terutamanya kelebihan yang terdapat pada diri mereka sendiri serta kecenderungan diri (Dutot & Van Horne, 2015). Dalam membentuk kecenderungan keusahawanan individu, mempelajari pendidikan keusahawanan penting selain didorong oleh motivasi dan kawalan melalui jantina dan umur (Maresch, Harms, Kailer, & Wimmer-Wurm, 2016).

Oleh itu, di dalam kajian ini penting untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kecederungan keusahawanan digital, kerana ekonomi negara akan meningkat jika terdapat ramai usahawan yang bergiat aktif dengan memperkenalkan pelbagai jenis barang dan perkhidmatan. Sejajar dengan itu kadar pengangguran di kalangan pelajar universiti juga dapat dikurangkan.

Teori Tingkah Laku Terancang Dan Teori Pemilihan Kerjaya Holland

Pengaruh sikap keusahawan pelajar MSU telah membuktikan secara empirikal bahawa Teori Tingkah Laku Terancang Ajzen (1991) di gabungkan dengan Teori Pemilihan Kerjaya Holland (1973) adalah relevan dalam kajian ini. Teori Tingkah Laku Terancang Ajzen (1991) menjelaskan tingkah laku pemilihan kerjaya keusahawanan digital dipengaruhi oleh pelajar yang mempunyai tingkah laku keusahawanan. Sebagai contoh, jika pelajar merupakan seorang yang kreatif and inovatif, maka pelajar tersebut sangat sesuai untuk melibatkan diri dalam dunia perniagaan digital.

Seterusnya Teori Pemilihan Kerjaya Holland (1973) mampu untuk membantu pelajar untuk memilih kerjaya keusahwanan digital secara tidak langsung. Sebagai contoh sekiranya pelajar mempunyai personaliti keazaman yang tinggi, maka pelajar tersebut sesuai untuk menjadi usahawan digital. Kajian lepas telah menemui bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkah laku dan personaliti usahawan dengan pemilihan kerjaya keusahawanan.

Metologi

Rekabentuk Kajian

Kajian deskriptif telah digunakan dalam kajian ini yang bertujuan untuk menerangkan secara terperinci sesuatu perkara yang sedang berlaku (Mohd Majid Konting, Kaedah penyelidikan pendidikan, 2005). Manakala, rekabentuk kajian tinjauan merupakan prosedur dalam kajian kuantitatif bagi mendapatkan maklumat berkenaan dengan sikap, persepsi, atau ciri-ciri dalam satu populasi (Creswell, 2008). Kajian tinjauan hanya mengambil data dalam suatu masa tertentu sahaja (Mohd Najib, 2003) dan ini memerlukan perancangan yang teliti sebelum melaksanakan kajian supaya tidak berlakunya pembaziran dalam penyelidikan. Oleh itu, rekabentuk yang

digunakan dalam kajian ini adalah kajian deskriptif dan inferensi berbentuk tinjauan yang menggunakan boring soal selidik sebagai satu alat untuk mengumpul data daripada responden.

Populasi dan Teknik Persampelan

Populasi kajian yang dipilih pengkaji ialah 375 orang pelajar di Management and Sciences Universiy (MSU), Shah Alam, Selangor. MSU mempunyai hampir 10854 orang pelajar yang melibatkan tiga fakulti dan empat sekolah iaitu Fakulti Perniagaan dan Pengajian Profesional, Fakulti Sains Teknologi dan Kejuruteaan, Fakulti Kesihatan dan Sains Kehidupan, Sekolah Pendidikan dan Sains Sosial, Sekolah Hospitaliti dan Seni Kreatif, Sekolah Farmasi dan yang terakhir ialah Sekolah Perubatan Antarabangsa. Pengiraan saiz sampel minimum yang diperlukan di MSU seperti dalam Jadual 1. Pengkaji menggunakan teknik persampelan rawak berstrata untuk menentukan jumlah pelajar yang terlibat di dalam kajian. Menurut Creswell (2005), teknik pensampelan rawak berstrata berkadar adalah teknik yang digunakan kerana populasi yang tidak menunjukkan ketidakseimbangan ciri-ciri bagi suatu sampel. Dalam hal ini pensampelan rawak mudah akan menyebabkan kekurangan sampel bagi kategori tertentu. . Pendapat ini disokong oleh Sekaran (1992), yang menyatakan reka bentuk pensampelan rawak berstrata berkemungkinan adalah paling cekap dan dengan bilangan sampel yang sama paling banyak akan memberi 159 maklumat dengan lebih terperinci. Teknik persampelan rawak berstrata ini juga membolehkan pengkaji mengurangkan kos dalam menentukan lokasi kajian dan mendapatkan sampel populasi yang tepat (Newman & Ramlo, 2010).

Jadual 1: Pengiraan saiz sampel

Fakulti / Sekolah	Bilangan Pelajar
Fakulti Perniagaan dan Pengajian Profesional	98
Fakulti Sains Teknologi dan Kejuruteaan	66
Fakulti Kesihatan dan Sains Kehidupan	32
Sekolah Pendidikan dan Sains Sosial	64
Sekolah Hospitaliti dan Seni Kreatif	62
Sekolah Farmasi	18
Sekolah Perubatan Antarabangsa	35
Jumlah	375

Instrumen Kajian

Instrumen kajian ini terbahagi kepada tiga bahagian iaitu Bahagian A, B dan C. Bahagian A mengandungi 6 item yang merangkumi demografi responden. Seterusnya Bahagian B pula mengandungi 12 item yang merangkumi sikap keusahawanan dan yang terakhir merupakan Bahagian C yang mengandungi 5 item yang merangkumi kecenderungan keusahawanan digital. Secara keseluruhan terdapat 23 item yang perlu dijawab oleh responden bagi memenuhi satu set soal selidik. Instrumen bagi pemboleh ubah sifat keusahawanan diadaptasi daripada Robinson et.al (1991), manakala bagi kecenderungan keusahawanan digital instrumen ini diadaptasi dan ubah suai daripada Linan (2008), Benachenhou dan Boucif (2017).

Pembinaan soal selidik di dalam kajian menggunakan skala nominal yang memerlukan responden mengisi ruang kosong dengan menandakan (/) pada kotak yang disediakan untuk menjawab item-item di dalam kajian. Bagi item faktor sikap diukur oleh empat sub-konstruk,

iaitu kreatif dan inovatif, penanggung risiko, komunikasi personal dan daya saing. Sub-konstruk tersebut dibentuk adalah bertujuan menganalisis hubungan sikap keusahawanan pelajar terhadap keinginan kerjaya keusahawanan digital dikalangan pelajar MSU.

Bagi tujuan kajian ini, pengkaji menggunakan skala likert di jadual 2 bagi membolehkan responden kajian memberikan persetujuan atau sebaliknya terhadap setiap item yang dibina. Satu skala nombor berbentuk poin atau ruangan antara tiga hingga tujuh dan skala lima poin merupakan teknik skala likert yang kerap digunakan oleh kajian kuantitatif. Skala Likert digunakan kerana ia merupakan kaedah yang popular digunakan untuk mengumpul maklumat dalam tempoh yang singkat dan mudah diurus, dipakai serta boleh dianalisis dengan berkesan (Mohd Najib, 2003).

Jadual 2: Skala Pemeringkatan Likert

Skor	Pilihan Jawapan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Tidak Pasti
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Kebolehpercayaan juga merupakan salah satu dari elemen penting bagi memastikan kekuatan instrumen kajian dalam mengukur pemboleh ubah. Chua (2006) menyatakan bahawa dalam statistik, kebolehpercayaan instrumen kajian menggunakan pekali Cronbach Alpha yang dianggap memuaskan ialah antara 0.65 hingga 0.95. Jackson (2006) pula menetapkan pada kadar kebolehpercayaan yang tinggi iaitu sebanyak 0.80, manakala Hair et al. (2007) pula menetapkan nilai alpha minimum sebanyak 0.7 bagi menunjukkan kebolehpercayaan. Bagi kajian ini, pengkaji menetapkan kadar kebolehpercayaan sebanyak 0.7 (Hair et al. 2007) ke atas untuk menunjukkan item mempunyai nilai kebolehpercayaan yang tinggi. Oleh itu, Jadual 3 Interpretasi Tahap Kebolehpercayaan Pemboleh Ubah menunjukkan interpretasi tahap kebolehpercayaan pemboleh ubah berdasarkan Kline (2011).

Jadual 3: Interpretasi Tahap Kebolehpercayaan Pemboleh Ubah

Crobach alpha's	Interpretasi
Melebihi atau sama 0.90	Cemerlang
Melebihi atau sama 0.80	Sangat baik
Melebihi atau sama 0.70	Mencukupi
Kurang daripada 0.50	Tidak dapat dipercayai

Sumber: Kline (2011)

Dalam kajian ini, analisis deskriptif yang digunakan untuk menjawab setiap persoalan kajian 1 melalui dapatan min, sisihan piawai, frekuensi dan nilai peratusan yang dihasilkan. Statistik inferensi di jadual 4 yang digunakan dalam kajian ini adalah menggunakan korelasi Pearson dan analisis regresi berganda untuk menjawab persoalan-persoalan kajian. Aras signifikan yang dipilih dalam kajian ini ialah 0.05. Nilai ini memberi erti kemungkinan akan berlaku kesilapan dalam menolak hipotesis nul lima peratus atau menolak hipotesis pada kadar 95 peratus. Jika nilai aras signifikan lebih rendah dipilih dalam sesuatu kajian, maka akan mengurangkan “*statistical power*” dan meningkatkan “*type II error*” dalam analisis kajian (Field, 2002).

Jadual 4: Intreprestasi Skor Min yang digunakan dalam kajian

Skor Min	Interprestasi Skor Min
1.00 hingga 2.00	Rendah
2.01 hingga 3.00	Sederhana Rendah
3.01 hingga 4.00	Sederhana Tinggi
4.01 hingga 5.00	Tinggi

Sumber: Adaptasi dari Norasmah 2002

Ujian kolerasi juga digunakan untuk membuktikan secara empirikal melalui kaedah statistik sama ada wujud atau tidak hubungan yang signifikan, bagaimana bentuk hubungan yang wujud tersebut positif atau negatif dan pengukuran kekuatan hubungan antara pembolehubah. Ujian Kolerasi Pearson dijalankan untuk memenuhi objektif kajian iaitu mengkaji hubungan sikap keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan digital.

Jadual 5: Tafsiran Pekali Korelasi

Nilai Pekali Kolerasi (r)	Tafsiran Pekali
0.01 hingga 0.09	Boleh diabaikan
0.10 hingga 0.29	Rendah
0.30 hingga 0.49	Sederhana
0.50 hingga 0.69	Kukuh
0.70 hingga 0.99	Sangat Tinggi
1 .00	Sempurna

Sumber: Davies (1971)

Apakah Tahap Sikap Keusahawanan Pelajar MSU

Kajian ini melibatkan seramai 375 responden. Jadual 6 menunjukkan kekerapan, sisihan piawai, nilai min dan peratus item menunjukkan taburan kekerapan dan peratusan responden mengikut persetujuan pelajar di Management and Sciences University (MSU) ke atas sikap keusahawanan yang dimiliki. Secara keseluruhannya dapat diterangkan bahawa pelajar MSU memiliki sikap keusahawanan yang tinggi. (Min=4.090, Sisihan Piawai=0.806)

Hasil kajian mendapati sembilan item berada pada tahap kekerapan yang tinggi. Item pertama adalah 87.1 peratus (S = 42.8 peratus dan SS = 44.3 peratus), min 4.29 pelajar bersetuju bahawa mereka mempunyai kemahiran berfikir secara kritis. Item yang kedua dengan 76.7 peratus (S = 41.8 peratus dan SS = 34.9 peratus), min 4.09 pelajar bersetuju ingin membangunkan idea perniagaan daripada inovasi produk sedia ada. Item yang seterusnya adalah 87.9 peratus (S = 43.6 peratus dan SS = 44.3 peratus), min 4.31 pelajar bersetuju bahawa selalu positif terhadap keunikan sesuatu perkara. Item keempat adalah 89.6 peratus (S = 47 peratus dan SS = 42.6), min 4.31 pelajar bersetuju bahawa mampu belajar daripada kesilapan.

Item yang seterusnya adalah 87.4 peratus (S=43.8 peratus dan SS=43.6), min 4.29 pelajar bersetuju selalu cuba pelbagai cara apabila menghadapi saat kesukaran. 82 peratus (S = 44.6 peratus dan SS = 37.4 peratus), min 4.15 pelajar setuju sukakan persaingan kerana boleh meningkatkan kebolehan dan kemahiran. Item yang kelapan adalah 80.4 peratus (S = 46.5 peratus dan SS = 33.9 peratus), min 4.10 pelajar setuju untuk mencabar perkara yang sukar walaupun mengetahui kebolehan diri. Item ke sembilan yang tahap kekerapan yang tinggi adalah 79.2

peratus ($S = 44.8$ peratus dan $SS = 33.4$ peratus), min 4.07 pelajar berasa gembira bersaing untuk menunjukkan kebolehan diri dan 72.5 peratus ($S = 39.6$ peratus dan $SS = 32.9$ peratus), min 4.01 pelajar mahir menyampaikan idea-idea yang baru kepada rakan. Hasil penelitian kepada item-item yang berfrekuensi tinggi ini menunjukkan pelajar MSU mempunyai sifat keusahawanan yang tinggi. Mereka mempunyai keyakinan dan kepercayaan terhadap diri sendiri untuk menjadi usahawan. Pengkaji berpendapat bahawa sikap keusahawanan dalam kalangan pelajar MSU telah dibentuk dan dilatih daripada pelbagai aktiviti pembelajaran kearah keusahawanan telah berjaya dipenuhi, seperti pengetahuan, latihan, bengkel, teknologi dan kemudahan perniagaan.

Menurut Nor Aishah (2016), sikap merujuk kepada satu gambaran jelas tentang perasaan seseorang yang dizahirkan menerusi tingkah laku seperti pemilihan kerjaya dalam bidang keusahawanan. Sikap juga merupakan elemen penting dalam mempengaruhi tingkah laku keusahawanan (Mohd Noor & Mohammad Basir 2009; Linan, Urbano & Guerrero 2011; Zanariah et al. 2010). Dan sikap positif boleh menjadi faktor memotivasikan seseorang untuk menceburi bidang keusahawanan (Hisrich et al. 2008). Sikap yang positif dapat melahirkan manusia yang cemerlang dan berwawasan (Zamrah 1999).

Seterusnya, kelakuan atau amalan seseorang dipercayai dipengaruhi oleh sikap. Namun kepercayaan ini hanya separuh benar (Warner & DeSimone 2009). Dapatkan lain, sikap seseorang terhadap sesuatu perkara dipengaruhi oleh apa yang dipelajari dan bukan daripada keturunan atau semulajadi (Abdullah & Ainon 1997). Justeru, sikap boleh diubah walaupun proses perubahannya agak kompleks dan mengambil masa yang agak panjang. Maksudnya, semua pelajar berpotensi dan berupaya untuk menjadi usahawan sekiranya dilatih (Ibrahim Mamat, Wan Mohd Zaifurin & Noorun 2009).

Jadual 6: Kekerapan, sisihan piawai, nilai min dan peratus item sikap keusahawanan

No	Item	Skala									
		STS		TS		KS		S		SS	
		Bil	%	Bil	%	Bil	%	Bil	%	Bil	%
1	Saya hendak mempunyai kemahiran berfikir secara kritis.	2	0.5	10	2.5	40	9.9	173	42.8	179	44.3
2	Saya ingin membangunkan idea perniagaan daripada inovasi produk sedia ada	1	0.2	8	2	85	21	169	41.8	141	34.9
3	Saya selalu positif terhadap keunikan sesuatu perkara.	1	0.2	1	0.2	47	11.6	176	43.6	179	44.3
4	Saya seorang yang boleh menerima kegagalan dan kerugian.	4	1	22	5.4	10	25.7	170	42.1	104	25.7

5	Saya seorang yang mampu belajar daripada kesilapan.	0	0	4	1	38	9.4	190	47	172	42.6
6	Saya selalu cuba pelbagai cara apabila menghadapi saat kesukaran.	0	0	5	1.2	46	11.4	177	43.8	176	43.6
7	Saya sukakan persaingan kerana mendorong saya untuk meningkatkan kebolehan dan kemahiran diri	2	0.5	8	2	63	15.6	180	44.6	151	37.4
8	Saya suka mencabar diri dengan perkara yang sukar walaupun mengetahui kebolehan diri.	2	0.5	10	2.5	67	16.6	188	46.5	137	33.9
9	Saya berasa gembira bersaing kerana menunjukkan kebolehan diri.	5	1.2	8	2	75	18.6	181	44.8	135	33.4
10	Saya mahir menyampaikan idea-idea yang baru kepada rakan.	2	0.5	12	3	97	24	160	39.6	133	32.9
11	Saya mempunyai jaringan komunikasi yang baik dengan perniagaan lain	8	2	30	7.4	125	30.9	149	36.9	92	22.8
12	Saya boleh menyakinkan orang lain dengan penyampaian yang berkesan.	3	0.7	13	3.2	119	29.5	167	41.3	102	25.2

STS = Sangat tidak setuju, TS = Tidak setuju, KS = Kurang setuju, S = Setuju dan SS = Sangat setuju

Apakah Tahap Kecenderungan Keusahawanan Digital Pelajar MSU

Bahagian ini menerangkan mengenai item bagi persoalan kajian yang kedua iaitu apakah tahap kecenderungan keusahawanan digital pelajar MSU? terdapat lima item bagi mengukur tahap kecenderungan keusahawanan digital pelajar MSU. Jadual 7 menunjukkan taburan kekerapan dan peratusan responden mengikut persetujuan pelajar di Management and Sciences University (MSU). Secara keseluruhannya kecenderungan keusahawanan digital pelajar MSU adalah sederhana tinggi. (Min = 3.84, Sisihan Piawai = 0.10)

Hasil kajian menunjukkan 65.3 peratus (S = 35 peratus dan SS = 30.3 peratus), min 3.87 pelajar telah menyatakan setuju melakukan apa sahaja untuk menjadi usahawan digital. Item seterusnya adalah 57.1 peratus (S = 31.8 peratus dan SS = 25.3 peratus), min 3.63 memilih untuk menjadi seorang usahawan digital diikuti oleh 71.7 peratus (S = 40.9 peratus dan SS = 30.8 peratus), min 3.94 pelajar akan bekerja keras untuk memulakan keusahawanan digital sendiri. Seterusnya, 67.8 peratus (S = 37 peratus dan SS = 30.8 peratus), min 3.86 pelajar mempunyai kecenderungan yang tinggi untuk memulakan perniagaan digital dan akhir sekali 64.7 peratus (S = 30 peratus dan SS = 34.7 peratus), min 3.88 pelajar yang memilih untuk menjadi usahawan digital berbanding makan gaji. Hasil penelitian kepada item-item yang berfrekuensi serdahana tinggi ini menunjukkan bahawa pelajar belum bersedia menceburi dunia perniagaan digital sepenuhnya. Kekurangan pengetahuan terhadap kelebihan perniagaan digital dalam kalangan pelajar membataskan pelajar menjadikan keusahawanan digital sebagai kerjaya mereka.

Pernyataan ini disokong oleh Omar, A. Rahim, & Ahmad Dimyati (2019) bahawa kecenderungan keusahawanan memerlukan individu itu untuk merancang kewangan, pengorbanan waktu, kemampuan diri, komitmen dan kemahiran bagi mencapai objektif perniagaan serta untuk mendapatkan pulangan. Kajian dijalankan Sorayah Nasip, Sharifah Rahama Amirul, Stephen Laison Sondoh Jr., (2015) terhadap pelajar universiti di Utara Borneo mendapati bahawa kecenderungan keusahawanan dipengaruhi oleh inovasi di mana pengkaji menyatakan bahawa semakin kreatif individu tersebut, semakin tinggi kemungkinan untuk individu menceburi bidang keusahawanan.

Dapatan kajian ini menyokong kajian yang dijalankan oleh Abd, Aisyah, Taib, & Tengku (2017) yang mendapati kecenderungan keusahawanan digital terhadap pelajar UA dan IPTS di Malaysia pada tahap sederhana berbanding pelajar Indonesia. Hal ini disebabkan oleh faktor ekonomi, budaya dan sosial Indonesia yang memberi tekanan kepada pelajar untuk bekerja sendiri. Selain itu permintaan pengguna yang tinggi juga telah memberi banyak peluang untuk mempengaruhi keusahawanan pelajar universiti Indonesia. Manakala kajian yang dijalankan oleh Islami (2019) terhadap pelajar pendidikan ekonomi di Jember kecenderungan keusahawanan digital pelajar adalah terhad disebabkan oleh literasi digital pelajar yang pada tahap sederhana.

Jadual 7: Kekerapan, sishan piawaian, nilai min dan peratus item kecenderungan keusahawaan digital pelajar MSU

No	Item	Skala									
		STS		TS		KS		S		SS	
		Bil	%	Bil	%	Bil	%	Bil	%	Bil	%
1	Saya sanggup melakukan apa sahaja untuk menjadi usahawan digital.	6	1.5	18	4.5	116	28.8	141	35	122	30.3
2	Matlamat kerjaya professional saya adalah untuk menjadi seorang usahawan digital.	14	3.5	46	11.4	113	28	128	31.8	102	22.3

3	Saya akan bekerja keras untuk memulakan keusahawanan digital sendiri.	4	1	16	4	94	23.3	165	40.9	124	30.8
4	Saya mempunyai kecenderungan minat yang tinggi untuk memulakan perniagaan digital.	12	3	25	6.2	93	23.1	149	37	124	30.8
5	Saya memilih untuk menjadi usahawan digital berbanding bekerja makan gaji.	10	2.5	27	6.7	105	26.1	121	30	140	34.7

STS = Sangat tidak setuju, TS = Tidak setuju, KS = Kurang setuju, S = Setuju dan SS = Sangat setuju

Adakah Terdapat Hubungan Sikap Keusahawanan Dengan Kecenderungan Keusahawanan Digital Pelajar MSU

Jadual 8 menunjukkan analisis korelasi Pearson bahawa terdapat hubungan yang sederhana antara sifat keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan digital. Nilai pekali kolerasinya ialah $r = 0.304$. Ini bermakna wujud hubungan positif sederhana antara sifat keusahawanan pelajar MSU dengan kecenderungan keusahawanan digital. Semakin tinggi tingkat sikap keusahawanan, semakin kuat kecenderungan terhadap keusahawanan digital. Dapatan ini menunjukkan sikap merupakan faktor penggerak kepada tingkah laku keusahawanan digital dalam kalangan pelajar MSU untuk memulakan perniagaan setelah tamat belajar nanti.

Jadual 8: Ujian kolerasi Pearson

Pemboleh ubah tidak bersandar	Pemboleh ubah bersandar Kecenderungan keusahawanan digital	
	r	Signifikan
Sikap Keusahawanan	0.304	0.000

Walau bagaimanapun, hubungan yang sederhana antara sikap keusahawanan dengan kecenderungan keusahawanan digital belum memadai untuk pelajar MSU mempamerkan tingkah laku memilih keusahawanan digital sebagai kerjaya mereka kelak. Ini kerana pelajar MSU masih belum didedahkan dengan aktiviti perniagaan atas talian yang sebenar di dalam silibus pembelajaran di MSU untuk meningkatkan sikap keusahawanan digital. Menurut Teori Tingkah Laku Terancang Ajzen (1991) dan Teori Sosial Kognitif Bandura (1989), faktor sikap perlu digabungkan dengan faktor-faktor lain seperti faktor motivasi (Owoseni 2014),

pengalaman keusahawanan dan personaliti proaktif (Drost & Mcguire 2011) untuk menghasilkan tingkah laku pelajar MSU memilih kerjaya keusahawanan digital. Dapatan ini selari dengan Wan Syukry (2004) terdapat hubungan yang signifikan antara personaliti dengan kecenderungan keusahawanan pelajar Universiti Utara Malaysia. Selain itu, dapatan ini menyokong hasil kajian yang dijalankan oleh Idris (2009) iaitu ciri-ciri keusahawanan dalam diri individu mempunyai hubungan yang positif dengan kecenderungan keusahawanan serta selari dengan kajian oleh Hmieleski dan Corbett (2008) di mana keterbukaan tidak mempunyai hubungan secara langsung dengan kecenderungan keusahawanan.

Kesimpulan

Secara keseluruhannya responden kajian menunjukkan kecenderungan keusahawanan digital yang sederhana tinggi. Hal ini bermakna, majoriti pelajar Management and Sciences University (MSU), Shah Alam mempunyai sifat keusahawanan tapi belum bersedia untuk memilih bidang keusahawanan digital sebagai kerjaya sepenuh masa apabila tamat pengajian kelak. Malah, sebahagian responden kajian tidak terfikir untuk memulakan perniagaan sendiri dan tidak rela untuk berkorban dan mengambil risiko menjadi usahawan digital. Ini berlaku kerana kurangnya pendedahan tentang ilmu dan kemahiran keusahawanan digital di kalangan pelajar MSU.

Rumusannya, dapatan kajian ini terbukti dapat menjelaskan jurang antara kecenderungan keusahawanan dengan sifat keusahawanan pelajar MSU menunjukkan wujud hubungan yang positif. Justeru, tahap sikap keusahawanan pelajar yang tinggi seharusnya selari dengan keinginan mereka untuk menjadi usahawan digital terutamanya dalam era pandemik Covid-19 memandangkan hubungan signifikan yang kuat antara keduanya. Kajian ini mengukuhkan lagi teori Tingkah Laku Terancang Ajzen (1991) di gabungkan dengan Teori Pemilihan Kerjaya Holland (1973) mengenai tingkah laku pelajar memilih kerjaya keusahawanan digital dipengaruhi oleh tingkah laku dan sikap keusahawannya.

Dapatan ini mampu untuk memberikan manfaat kepada beberapa pihak seperti Kementerian Pendidikan Tinggi (KPT), Institut Pengajian Tinggi Swasta (IPTS) dan agensi-agensi berkaitan keusahawanan digital. Bagi membangunkan keusahawanan digital dalam pendidikan tinggi, pihak KPT dan IPTS perlu berkerja sama untuk meningkatkan dan mempelbagaikan lagi kursus dan aktiviti keusahawanan yang lebih relevan dan terkini di pengajian tinggi.

Rujukan

- Affzalina , H., & Nor Aishah, B. (2017). Perbandingan tahap sikap, pemikiran dan tingkah laku keusahawanan dengan tahap perancangan berniaga mahasiswa jurusan sains. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 1(1): 86-99.
- Alid, F. (2016). *Rebut peluang jayakan aspirasi ekonomi digital kerajaan*. Utusan Online.
- Ahmad Firdause Md Fadzil, & Mohd Rafi Yaacob. (2014). Faktor Individu Sebagai Komponen Menyumbang Kepada Penciptaan Perniagaan Baharu Usahawan E-Dagang. *PROSIDING PERKEM ke-9*, (pp. 451-458).
- Armanurah Mohamad, Nor Aishah Buang, & Muhammad Hussin. (2014). Memformulasikan Pelajar Institusi Pengajian Tinggi Ke Arah Kerjaya Usahawan. *PROSIDING PERKEM ke-9* (pp. 433-441). Bangi: The Malaysian National Economic Conference (PERKEM).
- Azlizan Talib, Hamzah Jusoh, Yahaya Ibrahim, & Habibah Ahmad. (2012). Penyertaan komuniti dalam bidang keusahawanan luar bandar. *Malaysia Journal of Society and Space*, 8(9): 84-96.
- Azmi , A., Nik Hairi, O., & Lee Kuan, Y. (2012). Faktor kritikal kejayaan usahawan dalam perniagaan. *E-Bangi Journal of Human Sciences and Humanities*, 34-45.
- Azlan, N., & Noridah, R. (2010). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Kerjaya Perguruan Di Kalangan Pelajar-Pelajar Fakulti Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia*. UTM: Fakulti Pendidikan.
- Aishah, B. (2002). *Asas Keusahawanan*. Shah Alam: Fajar Bakti Sdn Bhd.
- Autio, E., Keeley, R., Klofsen, M., & Ulfstedt, T. (1997). *Entrepreneurial intent among student: Testing an intent model in Asia, Scanddnavia and Usa*. (Babson College Frontiers of Entrepreneurship Research).
- Buerah Tunggak, & Hussin Salamon. (2014). Perubahan Sikap Keusahawanan Usahawan Melayu Di Malaysia (Changing Entrepreneurship Attitudes Malay Entrepreneurs In Malaysia). *Journal of Social Sciences and Humanities*, 9(1): 98-116.
- Baharu Kemat Al-Haj, & Mohammed Zain Yusof. (2013). Entrepreneurial Attitude and Entrepreneurial Intention: An Assessment of Instruments in The Study of Entrepreneurial Tendency. *Jurnal Personalia Pelajar*, 15: 61-69.
- Eriniwati Aliza. (2014). *Faktor Yang Mendorong Kecenderungan Pelajar*. UTHM: Thesis.
- Elliott, W., Hodge, F., & Sedor, L. (2011). Using online video to announce a restatement: Influences of investment decisions and the mediating role of trust. *The Accounting Review*, 87(2): 513-535.
- Fuentelsaz, L., Juan, P., & Javier, M. (2018). Entrepreneurs and innovation: The contingent role of institutional factors. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 1-26.
- Faradillah, I., Samsudin, A., & Ali, S. (2015). Penyertaan digital dan ciri keusahawanan dalam pemerikasaan usahawn di Malaysia. *Jurnal Komunikasi*, 241-256.
- Farhana, R. (2013). *Pembudayaan Keusahawanan ke arah Mempengaruhi Kecenderungan Menceburi Bidang Keusahawanan dalam kalangan bakal graduan UTHM*. UTHM: Jabatan Ikhtisas Pendidikan.
- Faudziah Zainal Abidin, Habshah Bakar, & Rafidah Mahyuddin. (2013). *Memperkayakan Pengalaman Keusahawanan Pelajar Melalui Koperasi*. Sintok: Universiti Utara Malaysia.
- Gusniar Nurdin, Geraldine, Chan, Sivapalan Selvadurai, & Suraiya Ishak. (2014). Hubungan sosial dan perniagaan kecil-kecilan di Malaysia - tingkah laku inovatif usahawan wanita atas talian. *Malaysian Journal of Society and Space*, 10(6): 206-218.

- Gusniar, N., Geraldine, K., Sivapalan, S., & Suraiya, I. (2014). Hubungan sosial dan perniagaan kecil-kecilan di Malaysia - Tingkah laku inovatif usahawan wanita atas talian. *Malaysia Journal of Society and Space* 6: 206-214.
- Ishak, Y., Khairunnisa, M., Zaimah, D., & Mohd Shukri Hajinoor. (2011). Faktor keusahawanan dan prestasi kejayaan usahawan Melayu di Pulau Langkawi, Kedah. *Pusat Pengajian Ekonomi* (pp. 15-20). Universiti Kebangsaan Malaysia: Fakulti Ekonomi dan Pengurusan.
- Halimah Harun, & Norfadhilah Nasharudin. (2010). Aspirasi Kerjaya Keusahawanan dalam Kalangan Pelajar Institusi Pengajian Tinggi Awam. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 35(1): 11-17.
- Hessels, J., Van Galderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31: 323–339.
- Habibah, Z. &. (2004). *Keupayaan Usahawan Bumiputera Melaksanakan Kemahiran Keusahawanan: Satu Kajian Kes*. Pertabika J. Soc. Sci. & Hum.
- Hamed, A., & Deraman, N. (2002). *Jaringan usahawan: Satu pengenalan* (Vol. 3). Jelapang. Kementerian Pendidikan Tinggi. 2015. *Pelan Tindakan Keusahawanan Intitusi Pendidikan Tinggi (2016-2020)*. Putrajaya: Kementerian Pendidikan.
- KPT. (2014). *Laporan Kajian Pengesanan Graduan 2013*. Putrajaya: Kementerian Pengajian Tinggi.
- Kolvereid, L. (1996). Organizational employment versus self-employment: reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship theort and practice*, 20(3): 23-31.
- Mohammad Izzuan, M., & Mohd Khata, J. (2017). Integrasi Teori-Teori Keusahawanan Ke Arah Pembangunan Keusahawanan dalam Pelajar di Malaysia. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*, 2(1): 11-18.
- Mohd Hizam Hanafiah, Noor Azuan Hashim, & Sh Usman Yousaf. (2016). Entrepreneurs' intention to invest in current business: An empirical study of Malaysian SME entrepreneurs. *Malaysian Journal of Society and Space*, 12(2): 119-131.
- Mohd Asri, A. (2015). *Hubungan kompetensi usahawan dan efikasi keusahawanan terhadap tingkah laku inovatif guru praperkhidmatan IPG*. Universiti Teknologi Malaysia: Tesis Dr Falsafah.
- Mohd Shahrir. (2015). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pelajar-pelajar Diploma Kejuruteraan Politeknik dalam menceburi bidang keusahawanan*. UTHM: Master Thesis.
- Mohd Rosli, F. (2013). *Pembudayaan Keusahawanan Kearah Mempengaruhi Kecenderungan Menceburi Bidang Keusahawanan Dalam Kalangan Bakal Graduan di UTHM*. UTHM: Tesis Sarjana.
- Mohd Nor Hakim Yusoff, & Mohd Rafi Yaacob. (2010). *Memula dan mengurus perniagaan perusahaan mikro, kecil dan sederhana (perniagaan kecil dan sederhana)*. Pengkalan Chepa: Penerbit Universiti Malaysia Kelantan.
- Mohd Majid Konting. (2005). *Kaedah penyelidikan pendidikan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa & Pustaka.
- Mohd Salleh, H., Hoe Chee, H., Norashidah, H., Oii, Y., Shymee, M., Hasbah, B., Muhammad Nasri, M. (2005). *Asas Keusahawanan*. Kuala Lumpur: Thomson Learning.
- Mohd Najib. (2003). *Reka Bentuk Soal Selidik Pendidikan*. Skudai: Universiti Teknologi Malaysia.
- Norafza Abd Rashid. (2018). *Efikasi sendiri kerjaya, kematangan kerjaya dan tingkahlaku pemilihan kerjaya keusahawanan pelajar ekonomi tingkatan enam*. Bangi: Tesis Sarjana UKM.

- Nur Yuhainis, A., & Shuhymee, A. (2017). Hubungan antara penggunaan ICT dan prestasi perniagaan PKS di Malaysia. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 1(3): 218-226.
- Nur Ajeerah, O., Faradillah Iqmar, O., & Mohd Azul, M. (2017). Keperluan afektif penggunaan ict dalam perniagaan: kajian terhadap usahawan wanita melayu. *4th International Research Management & Innovation Conference (IRMIC 2017)* (pp. 61- 71). Bangi: Institut Latihan Malaysia (ILIM).
- Nor Suhaily Bakara, Muhammad Shahreza Samat, Nur Suriana Awaludina, Shuhaimi Jaafara, & Suhaila Nadzria. (2016). Kajian faktor penglibatan belia dalam keusahawanan. *Proceeding of the 3rd International Conference on Management & Muamalah 2016 (3rd ICoMM)* (pp. 175-178). Kajang: KUIS.
- Nor Aishah, B., & Ravi, N. 2016. *The Relationship between Attitude, Intention, and Entrepreneurship Career Choice among Malaysian Indian Undergraduates*. Bangi: Fakulti Pendidikan.
- Nor Azira Ayob, Sity Daud, & Muhamad Takiyuddin Ismail. (2016). Modal insan, daya saing dan prestasi usahawan wanita di Malaysia: Analisis kualitatif usahawan wanita bumiputera di Melaka. *Journal of Society and Space*, 10: 56-67.
- Nor Aishah. (2016). *Psikometriks Indeks Keusahawanan Nor Aishah (PIKEN)*. Selangor: PIKEN.
- Nandamuri, P., & Gowthami, C. (2014). Entrepreneurial Orientation and Family Background: A Correlation Analysis. *Journal of Management*, 14: 1-16.
- Nur Shifa' Najihah. (2014). *Tahap tingkahlaku pemilihan kerjaya keusahawanan pelajar jurusan kejuruteraan di Johor dan Melaka*. Tesis Sarjana.
- Noor Zalika Mahamd Zuki. (2013). *Cabaran dan Halangan Membangunkan Usahawan Bumiputera Berjaya*. Kedah.
- Noorah, Y., Norain, M., & Zakiah, J. (2013). Persepsi Pelajar Prasiswazah Terhadap Program Pembangunan Kebolehpasaran Siswazah: Kes Universiti Sains Malaysia [Usm]. *International Journal of Environment, Society and Space*, 1(1): 43-61.
- Natashadora Muridan. (2013). *Penguasaan kemahiran komunikasi interpersonal dalam kalangan pelajar tahun satu fakulti pendidikan teknikal dan vokasional di UTHM*. Parit Raja: Universiti Tun Hussein Onn Malaysia.
- Nor Hafiza Othman. (2012). *Impak Globalisasi dan Tahap Keinginan Keusahawanan Pelajar Universiti Terhadap Tingkah Laku Pemilihan Kerjaya Keusahawanan*. UKM: Bangi: Tesis Sarjana Pendidikan.
- Norasmah Othman, Nor Hafiza Othman, Poo Bee Tan, & Rahmah Ismail. (2012). Impak Globalisasi dan Tingkah Laku Pemilihan Kerjaya Keusahawanan dalam Kalangan Pelajar Universiti. *PROSIDING PERKEM VII, JILID 1*, (pp. 435 - 445). Bangi.
- Norashidah, H., Ooi, Y., Mohd Salleh, H., Hoe, C., Shuhymee, A., Habshah, B., Muhammad Nasri, M. (2009). *Asas Keusahawanan*. Sintok: Pusat Pendidikan Professional dan Lanjutan.
- Nor Aishah Buang. (2007). *Draf Instrumen Psikometrik Indeks Keusahawanan Nor Aishah (PIKEN)*. Fakulti Pendidikan Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Norasmah. (2006). *Pembentukan Indeks Tingkah Laku Keushawanan Golongan Remaja Malaysia*. Geran Penyelidikan IRPA 07-02-02-0036 EA 279.
- Norita, D. (2005). *Keusahawanan Selangor*. Malaysia: McGraw Hill.
- Nor Aishah. (2005). Hubungan Pendidikan Universiti dengan Tingkah Laku Kerjaya Keusahawanan Siswazah ke Arah Pembangunan Pendidikan Keusahawanan Yang Berkesan. *Draf Laporan Akhir Projek Penyelidikan UKM*.

- Norasmah, H. (2002). Keberkesanan Program Keusahawanan Remaja di Di Sekolah Menengah. *Tesis Dr Fal*.
- Razli Ahmad, Hanum Hassan, & Aizatul Akma, W. (2014). *Pembudayaan kreativiti dan inovasi dalam kalangan pelajar institusi pengajian tinggi: Kajian ke atas pelajar Universiti Malaysia Perlis*
- Rahimah Ismail. (2012). *Modal manusia dalam pembangunan ekonomi memacu produktiviti dan daya saing*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Rahmah Ismail, Nor Aini Idris, Mohd Nasir, & Norasiah Sulaiman. (2010). Analisis status dan penentu daya saing pekerja dalam sektor pendidikan di Malaysia. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 44: 83-91.
- Rahman, I. A. (2006). *Memperkasakan bidang keusahawanan sebagai suatu disiplin akademik*. Hotel Vistana, Pulau Pinang.
- Siti Masayu Rosliah Abdul Rashid. (2016). Keupayaan ict dalam meningkatkan pencapaian usahawan wanita: satu kajian kes usahawan luar bandar di Malaysia. *Jurnal Sosial Sains dan Kemanusiaan*, 11(2): 78-103.
- Salmianti, M. (2015). Tinjauan Kecenderungan Keusahawanan dalam Kalangan Pelajar di Institusi Pengajian TInggi Awam. *Jurnal Sains Sosial dan Kemanusiaan*, 40-48.
- Shahrir. (2015). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pelajar-pelajar Diploma Kejuruteraan Politeknik dalam menceburi bidang keusahawanan*. Johor: Universiti Tun Hussein Onn Malaysia.
- Suhaila, N., Suhaily , S., & Muhammad, F. (2014). Faktor-faktor penyumbang kepada kejayaan dan kegagalan perusahaan kecil dan sederhana (PKS) bumiputera di Malaysia. *E-proceeding of the conference on Management and Muamalah*, 20-30.
- Susetyo, D., & Lestari, S. 2014. Developing Entrepreneurial Intention Model of University Students (An Empirical Study on University Students In Semarang, Indonesia. 5(3), 20-34.
- Syamsuriana Siedek. (2014). *Microfinance programme, entrepreneurial qualities and small business performance : empirical evidence in Kelantan and Terengganu*. Kelantan: Universiti Malaysia Kelantan.
- Syed, Z. (2013). The need for inclusion of entrepreneurship education in Malaysia lower and higher learning institutions. *Education + Training*, 55(2): 191-203.
- Salmianti Mutalib. (2013). *Tinjauan kecenderungan keusahawanan dalam kalangan pelajar di institusi pengajian tinggi awam*, Bandar Penawar: Kolej Komuniti Bandar Penawar.
- Sandhu, M., Sidique, S., & Riaz, S. (2011). Entrepreneurship barriers and entrepreneurial inclination among Malaysian postgraduate students. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 4: 428-449.
- Zahariah, M., Amalina, M., & Erlana, K. (2010). Entrepreneurship intention among Malaysian business students. *Canadian Social Sciences*, 6(3): 34-44.
- Zhao, F. (2005). Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1): 25-41.