

# PERANAN UNIVERSITI SEBAGAI PEMBIMBING TERHADAP KECENDERUNGAN KEUSAHAWANAN PELAJAR

(THE ROLE OF UNIVERSITY AS A COACH ON ENTREPRENEURIAL INCLINATION  
AMONG STUDENTS)

Ida Nadia Hamidon<sup>1</sup>  
Khairul Anuar Mohd Ali<sup>2</sup>

## *Abstrak*

*Penasihat perniagaan boleh didefinisikan sebagai perkhidmatan yang membantu perniagaan dan usahawan supaya dapat menghadapi cabaran perniagaan sama ada dari sudut persekitaran sosial dan fizikal. Ianya juga merangkumi organisasi mahupun individu yang menyediakan pelbagai bentuk nasihat serta perundangan perniagaan. Definisi ini menjelaskan peranan institusi penasihat perniagaan yang tidak hanya terhad memberi bantuan-bantuan kepada perniagaan yang sedia ada, malahan merangkumi aspek awal pembangunan perniagaan. Di Malaysia, antara penasihat perniagaan yang menjadi rujukan termasuklah agensi-agensi kerajaan, kementerian dan pelbagai bank. Walau bagaimanapun, konteks penasihat perniagaan perlu diperluaskan bukan sahaja kepada usahawan baharu, malahan kepada bakal usahawan khususnya para pelajar di universiti. Selari dengan definisi penasihat perniagaan, universiti turut bertindak sebaaai sebuah institusi pembangunan keusahawanan kerana menyediakan pelbagai program, kursus, pendidikan keusahawanan dan sebagainya. Walau bagaimanapun, perbincangan universiti sebagai institusi penasihat perniagaan masih kurang dibincangkan. Sebaliknya, sorotan kajian lepas lebih banyak mengupas dari aspek psikologi dan pendidikan keusahawanan dalam mempengaruhi niat keusahawanan pelajar. Oleh yang demikian, timbul persoalan bagaimanakah universiti dapat menghubungkan jurang antara pelajar dengan dunia keusahawanan sebenar? Berdasarkan konsep penasihat perniagaan yang dijelaskan, artikel ini akan mengupas peranan universiti sebaagai sebuah institusi pembimbing yang mentransformasikan niat kepada minda keusahawanan.*

**Kata Kunci:** *Universiti, Peranan Universiti, Keusahawanan*

## *Abstract*

*Business advisors can be defined as a service that helps businesses and entrepreneurs in order to face the challenges terms of social and physical environment (European Commission, 2001). It also includes organizations and individuals that provide various forms of legal advice and business (Stanger, 2004). This definition describes the role of business advisor who not only give limited assistance to existing businesses, but also on business*

---

<sup>1</sup> Pensyarah di Universiti Malaysia Kelantan, nadia@umk.edu.my

<sup>2</sup> Pensyarah di Universiti Kebangsaan Malaysia

*development. In Malaysia, a business advisor can be referred to government agencies, ministries and various banks thus, the context of helping by business advisers should be extended not only to new entrepreneurs, but also to prospective entrepreneurs, especially students in university. In line with the definition of business advisers, universities also act as entrepreneurial development institutions for providing a variety of programs, courses, and entrepreneurial education. However, there is still lack discussion on university role as business advisors. In contrast, previous research highlights more peeling of psychological and educational aspects of entrepreneurship in the students' entrepreneurial intentions. Therefore, the question arises how the university can bridge the gap between students with entrepreneurial real world? Based on the concept of a business adviser explained, this article will explore the role of the university as a coaching institution that transform entrepreneurial inclination among students.*

**Keywords:** *University, Role of University and Entrepreneur*

2016 GBSE Journal

## **Pengelasan**

Bidang keusahawanan telah menarik minat pelbagai negara pada masa kini berikutan sumbangan besar kepada individu, masyarakat dan pihak kerajaan (Kirby 2004; Luthje & Franke 2002; Mohd Salleh et.al 2005). Menurut Kutzhanova (2009), pembangunan keusahawanan telah wujud secara menyeluruh dikebanyakan negara pada awal 1990-an bertujuan memperbaiki kelemahan dasar pembangunan ekonomi sebelumnya. Pendekatan pembangunan keusahawanan berbeza berbanding pembangunan ekonomi tradisional yang menekankan kepada agenda mewujudkan peluang pekerjaan. Sebagai alternatif, pembangunan keusahawanan berfungsi memberikan inspirasi kepada individu untuk memulakan perniagaan mahupun mengembangkan perniagaan melalui peluang-peluang yang disediakan. Secara tidak langsung, agenda bagi memajukan ekonomi telah beralih kepada melahirkan bakal usahawan berbanding kaedah tradisional iaitu menyediakan prasarana untuk usahawan.

Aktiviti pembangunan keusahawanan bukan sahaja tertumpu kepada usahawan, malahan agenda pembentukan budaya keusahawanan turut dibentuk dalam kalangan pelajar. Di peringkat antarabangsa, pendidikan keusahawanan menunjukkan impak yang positif. Sebagai contoh, di Amerika Syarikat, bilangan institusi yang menyediakan pendidikan keusahawanan meningkat daripada sekitar 20 buah kepada 500 buah institusi dalam tempoh 20 tahun (Kuratko & Hodgetts 2004). Selain itu, menurut Shapero (1984), kesemua negeri di Amerika Syarikat melaksanakan program keusahawanan. Menurut Kourilsky (1995), golongan muda di Amerika Syarikat mempunyai keinginan untuk memulakan perniagaan sendiri berbanding mencari peluang pekerjaan dengan organisasi. Bancian yang dijalankan di beberapa negara seperti di Amerika Syarikat menunjukkan pendidikan keusahawanan telah berjaya menggalakkan lepasan siswazah untuk memulakan perniagaan sendiri (Luthje dan Franke 2002).

Bagi meneruskan agenda membangunkan keusahawanan dalam kalangan siswazah, kerajaan turut menyediakan saluran bantuan perniagaan kepada individu yang berminat menceburi bidang perniagaan selepas tamat pengajian. Penasihat perniagaan dibentuk menerusi pelbagai kementerian dan agensi. Fungsi penasihat perniagaan ini adalah untuk menyampaikan

perkhidmatan dari aspek infrastruktur, kewangan, pemasaran, khidmat nasihat, teknologi serta modal insan. Saban tahun, kerajaan memperuntukkan sejumlah dana yang besar bagi menyediakan pelbagai program di bawah pengurusan agensi terlibat agar pembangunan keusahawanan dapat diteruskan. Malahan pembangunan keusahawanan turut diteruskan disediakan kepada para siswazah bergraduat menerusi sokongan oleh kementerian dan agensi berkaitan. Usaha yang dibangunkan diharap dapat memberi sumbangan yang lebih baik kepada ekonomi negara. Jadual 1 menunjukkan beberapa senarai program keusahawanan yang disediakan bagi graduan selepas tamat pengajian:

Jadual 1: Program Pembangunan Keusahawanan Siswazah

<b>Nama Program</b>	<b>Agensi</b>
<b>Tabung Usahawan Siswazah</b>	SME Bank
<b>Siswazah Perantis</b>	PUNB Berhad
<b>Program Pembangunan Usahawan Siswazah</b>	TEKUN Nasional
<b>Dana Skim Prosper Siswazah</b>	PUNB Berhad
<b>Program Latihan Keusahawanan</b>	MARA
<b>Latihan Keusahawanan</b>	PUSMAL

### **Universiti sebagai sebuah institusi yang membangunkan keusahawanan pelajar**

Menurut Galloway (2005), sektor pengajian tinggi perlu memainkan peranan penting dalam menyediakan pengetahuan yang diperlukan agar dapat menyokong dan menggalakkan penglibatan golongan muda menceburi bidang keusahawanan. Di Malaysia, keusahawanan turut bertindak sebagai salah satu komponen utama dalam menjayakan pertumbuhan ekonomi negara. Hal ini berdasarkan kepada hasrat kerajaan yang mensasarkan 41 peratus Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) pada tahun 2020 terdiri daripada Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS). Justeru, pembangunan keusahawanan semakin giat dipromosikan bagi agar dapat menarik minat masyarakat menceburi bidang keusahawanan. Salah satu kelompok yang dilihat berupaya melaksanakan hasrat murni ini adalah para pelajar di peringkat universiti. Ianya juga selari dengan transformasi Malaysia daripada ekonomi berasaskan pengetahuan (K-Ekonomi) kepada ekonomi berpaksikan inovasi dalam mencapai aspirasi untuk menjadi negara maju dan berpendapatan tinggi menjelang tahun 2020 yang memerlukan sokongan modal insan yang berkualiti dan kompetitif.

Menurut Norita et al. (2007) universiti di Malaysia telah memainkan peranan dalam membudayakan keusahawanan pelajar. Ini berdasarkan pelbagai program dan aktiviti pendidikan keusahawanan yang telah diperkenalkan. Antaranya termasuklah pengenalan kepada kursus asas keusahawanan, penyediaan program keusahawanan, serta aktiviti kokurikulum bagi meningkatkan minat pelajar terhadap bidang keusahawanan (Norasmah et.al 2012). Turut disediakan adalah pusat-pusat keusahawanan di setiap universiti supaya pelajar mampu mendapat manfaat daripada penubuhan pusat keusahawanan tersebut. Secara keseluruhannya, universiti berperanan melaksanakan pendidikan keusahawanan untuk disampaikan kepada pelajar menerusi pelbagai program, penyediaan prasarana serta bantuan kewangan pelajar agar mendapat manfaat dalam bidang ini. Usaha ini juga bagi memastikan proses membangunkan keusahawanan terbentuk lebih awal lagi.

Pembangunan keusahawanan dalam kalangan pelajar sangat berkait rapat dengan peranan universiti yang menyampaikan pendidikan keusahawanan. Lazimnya, universiti dilihat sebagai penyampai pendidikan keusahawanan seperti kursus, program dan sebagainya. Walau bagaimanapun, universiti sebenarnya turut bertindak sebagai sebuah institusi yang menjadi panduan kepada individu dalam membantu mereka melalui dunia sosio-ekonomi melalui peraturan, norma dan nilai-nilai bersesuaian (Chiles et.al 2007). Institusi juga membantu menyelaraskan perancangan individu, menyediakan struktur dan ketenteraman dalam masyarakat (Scott & Meyer 1991). Di samping itu, sesebuah institusi juga mampu membuat tindakan yang berdaya maju sehingga dapat memberikan pengaruh besar dalam aktiviti keusahawanan (Kostova 1999).

De Clercq et.al (2010) menjelaskan persekitaran sesebuah institusi telah terbukti menjadi asas dalam menerokai bidang keusahawanan dan juga pengurusan. Penyelidikan berkaitan bidang keusahawanan telah banyak membincangkan kenapa dan bagaimana individu memulakan perniagaan baharu dan faktor yang menyumbang kejayaan usahawan dalam jangka masa panjang (Bruton et.al 2010). Namun begitu, kajian terdahulu kurang membincangkan universiti sebagai sebuah institusi yang menerapkan nilai norma tingkah laku, peraturan dan budaya yang mampu membentuk minda keusahawanan pelajar. Sebaliknya sorotan kajian lepas membincangkan institusi dari konteks perbandingan antara negara membangun dan maju, serta beberapa negara lain (Sambharya & Musteen 2014; Gupta et.al 2014). Sebagai sebuah institusi yang menjadi tunjang utama kepada peralihan fasa dunia pengajian dan pekerjaan, persekitaran universiti diharap dapat membentuk minda keusahawanan kepada pelajar menerusi peraturan, norma dan kognitif yang disediakan.

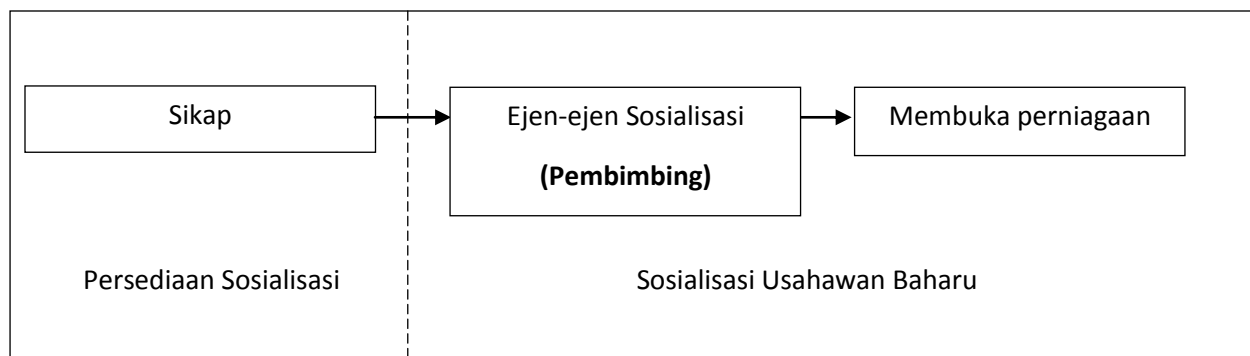
### **Fungsi universiti sebagai pembimbing keusahawanan**

Berdasarkan sorotan kajian yang dijalankan, universiti diukur berdasarkan faktor-faktor pendidikan keusahawanan. Namun, pada masa yang sama universiti juga merupakan sebuah institusi penasihat perniagaan seperti agensi-agensi lain yang sedia ada. Disebalik peranan agensi penasihat perniagaan yang jelas, namun peranan universiti dilihat masih kurang diperincikan. Tambahan pula, fokus kajian di peringkat universiti membincangkan keusahawanan dari aspek niat keusahawanan. Tetapi, masih kurang kajian yang membincangkan bagaimana faktor niat keusahawanan mampu ditransformasikan ke arah pembentukan perniagaan atau menjalankan perniagaan. Sehubungan itu, universiti dilihat berupaya menjalankan fungsi sebagai pembimbing (*coaching*) yang dapat memberi kesan terhadap niat keusahawanan kepada pembentukan perniagaan.

Bimbingan memainkan peranan penting dalam proses membantu pemilik atau pengurus baharu dalam membangunkan kemahiran pengurusan masing-masing (Bisk 2002; Deakins et al. 1998; Graham & O'Neil 1997). Pada dasarnya, bimbingan merupakan pendekatan pembangunan di mana seseorang yang ingin meningkatkan kemahiran beliau memilih untuk dibantu oleh orang lain (Bacon, 2003). Ia telah diterokai secara meluas dalam bidang sukan (Miller et al., 2000), pendidikan (Strong & Baron, 2004), dan psikologi (Laske 1999). Secara umumnya, ia ditakrifkan sebagai struktur sokongan berdasarkan hubungan rapat antara perseorangan yang membawa kepada pembelajaran dan pembangunan potensi, selalunya dalam konteks perubahan.

Peranan pembimbing dalam membantu usahawan dapat diterangkan melalui Model Keusahawanan Sosialisasi yang dibangunkan oleh Starr & Fondas (1992). Model ini menggunakan teori-teori sosialisasi organisasi untuk menggambarkan ciri-ciri perjalanan mereka yang bercita-cita untuk menjadi usahawan daripada seorang yang baru belajar menjadi usahawan kepada pengasas firma dan untuk mengenal pasti faktor-faktor yang mungkin boleh mempengaruhi peralihan daripada pra-organisasi kepada penubuhan sebuah organisasi baharu. Dalam artikel ini, ejen sosialisasi iaitu pembimbing merupakan sumber yang dapat memudahkan atau menghalang penyesuaian ahli baharu kepada persekitaran baharu. Mereka menyediakan latar belakang sejarah, maklumat mengenai amalan-amalan tidak formal dan budaya setempat, dan interpretasi yang memberi makna kepada persepsi pendatang baharu dan pengalaman-pengalaman organisasi (Louis, 1980). Bagi ahli keusahawanan, sosialisasi yang berjaya ditakrifkan sebagai pembentukan sebuah organisasi, manakala sosialisasi yang gagal menghasilkan penamatan aktiviti-aktiviti organisasi (Churchill & Lewis, 1983).

Di peringkat universiti, persediaan sosialisasi merujuk kepada sikap pelajar terhadap keusahawanan. Dengan adanya ejen sosialisasi iaitu peranan pembimbing, ianya dapat memberikan maklumat dan penyesuaian kepada pelajar agar dapat menjadi seorang usahawan. Ini kerana, sebagai pembimbing, peranan utama adalah untuk menyediakan jambatan yang menghubungkan niat keusahawanan kepada pembentukan perniagaan.



Rajah 1: Model Sosialisasi Usahawan

Kajian-kajian lepas telah membincangkan hubungan positif bimbingan terhadap prestasi daripada pelbagai aspek. Kajian yang dijalankan menunjukkan faktor bimbingan mempengaruhi terhadap prestasi perniagaan (Vidal-Salazar, Ferrón-Vílchez, & Cordon-Pozo, 2012). Selain itu, dalam kajian dari sudut pembangunan sumber manusia pula menunjukkan terdapat hubungan positif antara hubungan bimbingan dengan prestasi organisasi (Fraser 2011). Penyelidikan dari konteks organisasi pula menunjukkan terdapat hubungan positif antara bimbingan terhadap pengurusan kemahiran individu (Baron & Morin 2010). Namun, kurang kajian menekankan hubungan universiti sebagai pembimbing terhadap prestasi. Dalam hal ini, prestasi merujuk kepada kejayaan menubuhkan sesebuah perniagaan. Oleh yang demikian, satu kajian lanjut boleh dijalankan bagi mengenalpasti adakah universiti mampu berperanan menjadi pembimbing pelajar dalam menceburi bidang keusahawanan.

## Kesimpulan

Universiti merupakan salah satu institusi penasihat perniagaan sama seperti agensi-agensi penasihat perniagaan yang sedia ada. Walau bagaimanapun, peranan universiti sebagai sebuah institusi membangunkan perniagaan masih kurang diberi tumpuan. Aspek pembangunan keusahawanan di peringkat universiti lazimnya diukur menerusi pendidikan keusahawanan dan psikologi. Oleh yang demikian, berdasarkan sorotan kajian lepas, penyelidik mencadangkan agar kajian pembangunan keusahawanan di peringkat universiti dilihat dari konteks fungsi universiti sebagai pembimbing. Berdasarkan sokongan model yang kukuh, pembimbing dijangka mampu memberi kesan dalam membentuk niat keusahawanan kepada pembentukan perniagaan. Sehubungan itu, peranan universiti dalam membentuk kecenderungan keusahawanan pelajar juga akan dapat dijelaskan.

## Rujukan

- Bacon, T. (2003). Helping people change. *Industrial and Commercial Training*. 35(2).
- Baron, L., Morin, L. 2010. The impact of executive coaching on self-efficacy related to management soft-skills. *Leadership & Organization Development Journal*. 31 (1): 18-38.
- Bisk, L. (2002). Formal entrepreneurial mentoring: the efficacy of third party managed programs. *Career Development International*. 7(5): 262-70.
- Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H. L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship Theory and Practice*. 34(3): 421– 440.
- Chiles, T. H., Bluedorn, A. C., & Gupta, V. K. (2007). Beyond creative destruction and entrepreneurial discovery: A radical Austrian approach to entrepreneurship. *Organization Studies*. 28(4): 467–493.
- Churchill, N. and Lewis, V. (1983). The five stages of business growth. *Harvard Business Review*. 61(3): 30-50
- Deakins, D., Graham, L., Sullivan, R. and Whittam, G. (1998). New venture support: an analysis of mentoring support for new and early stage entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 5 (2):151-61.
- De Clercq, D., Danis, W. M., & Dakhli, M. (2010). The moderating effect of institutional context on the relationship between associational activity and new business activity in emerging economies. *International Business Review*: 19:85–101.
- European Commission (2001) *Creating Top-Class Business Support Services*, SEC (2001) 1937, 28 November.
- Galloway, L., Anderson, M., Brown, W. and Whittam, G. (2005), The Impact of Entrepreneurship Education in HE, *Business Education Support Team*, May.
- Graham, L. and O'Neil, E. (1997), Sherpa or shepherd: the adviser relationship in small firms – mentor and/or consultant? Proceedings of the 20th ISBA National Conference, Belfast, November.
- Kirby, D.A. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education & Training*.46(8/9):510-519.
- Kourilsky, M. L. (1995). Entrepreneurship education: Opportunity in search of curriculum. *Business Education Forum*. 50 (1).

- Kuratko, D.F., and Hodgetts, R.M. (2004): *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice* (6<sup>th</sup> ed.), United States: South-Western.
- Kutzhnova, N., Lyons, T.S. and Lichtenstein, G.A. (2009). Skill-based development of entrepreneurs and the role of personal and peer group coaching in enterprise development. *Economic Development Quarterly*. 23(3):193-210.
- Laske, O.E. (1999). An integrated model of developmental coaching. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research* 51(3): 139-59.
- Louis M.R. (1980). Surprise and sense making: what newcomers experience in entering unfamiliar organizational settings. *Administrative Science Quarterly*. 25(2): 226-51.
- Lu'thje, C. and Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*. 33: 135-47
- Miller, T.W., Ogilvie, B. and Adams, J. (2000). Sports psychology: issues for the consultant. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*. 52(4): 269-76.
- Mohd Salleh Hj Din, Hoe Chee Hee, Norashidah Hashim, Oii Yeng Keat, Shuhymee Ahmad, Habsah Bakar, Norita Deraman, Rosli Mahmood, Armanurah Mohamad, Lily Julienty Abu Bakar & Muhammad Nasri Md Hussain. (2005). *Asas Keusahawanan*. Kuala Lumpur: Thomson Learning.
- Norasah Othman, Harinder Kaur a/p Toluk Singh, Poo Bee Tin & Norasiah Sulaiman. 2012. Impak globalisasi dan tingkahlaku pemilihan kerjaya keusahawanan dalam kalangan pelajar universiti. *Prosiding PERKEM*, 1: 435-445.
- Norita, Armanurah, Shuhymee, Habshah, Mohamad Yusop & Mohd Khairuddin. 2007. *Keusahawanan*. Selangor: Mc Graw Hill.
- Sambharya, R. & Musteen, M. (2014). Institutional and entrepreneurship: an empirical across countries. *Journal of International Entrepreneurship*. 12: 314-330.
- Scott, W. R., & Meyer, J. W. (1991). The rise of training programs in firms and agencies: an institutional perspective. *Research in Organizational Behavior*. 13: 297-326.
- Shapiro, A. (1984) *The entrepreneurial event*. Environment for entrepreneurship, Kent, C. A. Ed., Lexington: D.C. Heath, 21-40.
- Starr, J.A. and Fondas, N. (2002). A model of entrepreneurial socialization and organization formation. *Entrepreneurship Theory & Practice*. Fall:67-76
- Strong, M. and Baron, W. (2004). An analysis of mentoring conversations with beginning teachers: suggestions and responses. *Teaching and Teacher Education*. 20(1): 47-57.
- Vidal-Salazar, María Dolores, Ferrón-Vílchez, Vera Cerdón-Pozo, Eulogio (2012). Coaching: an effective practice for business competitiveness. *International Business Journal*. 22(5): 422-244.
- Vishal K. Gupta & Chun Guo & Mario Canever & Hyung Rok Yim & Gaganjeet Kaur Sraw & Ming Liu. (2014). Institutional environment for entrepreneurship in rapidly emerging major economies: the case of Brazil, China, India, and Korea. *International Entrepreneurship Management*. 10: 367-384
- Walker-Fraser, A. (2011). An HR perspective on executive coaching for organisational learning. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*. 9: 67-7