

PENGAJARAN KEUSAHAWANAN SEBAGAI KURSUS WAJIB: SATU KAJIAN EMPIRIKAL DI UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

Ooi Yeng Keat, Shuhymee Ahmad, Habshah Bakar, & Norashidah Hashim
Universiti Utara Malaysia

ABSTRAK

Kursus keusahawanan telah diwajibkan di institusi pengajian tinggi awam (IPTA) mulai 2007. Berikutan itu, Modul Pembudayaan Asas Keusahawanan telah digunakan oleh semua IPTA bagi memantapkan pengajaran kursus tersebut. Walau bagaimanapun, adalah penting untuk memberi tumpuan kepada para pensyarah yang dianggap sebagai 'tulang belakang' bagi menjayakan hasrat kerajaan ini. Sehubungan dengan itu, satu kajian mengenai persepsi pengajaran kursus keusahawanan serta kaedah pengajaran berkesan dan persekitaran yang menyokong kepada pembangunan keusahawanan di pusat pengajian awam perlulah dilakukan. Secara khususnya, objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti persepsi pensyarah-pensyarah di Universiti Utara Malaysia (UUM) untuk mengajar subjek keusahawanan kepada pelajar-pelajar UUM. Selain itu, pengenaltian teknik atau kaedah pengajaran keusahawanan yang berkesan serta sejauh mana pihak universiti memainkan peranan untuk mempromosikan keusahawanan juga telah dikaji dalam kajian ini. Untuk itu, seramai 92 pensyarah dari tiga Kolej Akademik di UUM, iaitu Kolej Perniagaan, Kolej Sains dan Sastera dan Kolej Undang-undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa terlibat dalam kajian ini. Hasil analisis mendapati secara keseluruhannya, tahap persepsi pensyarah-pensyarah UUM terhadap pengajaran keusahawanan adalah sederhana tinggi ($M=3.86$). Kajian ini turut mengemukakan beberapa langkah dan cadangan kepada pihak terlibat seperti universiti dan kerajaan (Kementerian Pendidikan Malaysia) untuk meningkatkan dan mempromosikan program keusahawanan sedia ada.

Kata kunci: Keusahawanan, persepsi, pensyarah, Universiti Utara Malaysia

ABSTRACT

Entrepreneurship courses were made compulsory in public higher education institutions (IPTA) starting in 2007. Consequently, the Basics Entrepreneurial Acculturation Module has been used by all IPTA to strengthen the teaching of the course. Nevertheless, what is more important is to focus on lecturers who serve as the 'backbone' of the government's success. Given the importance of lecturers in this instance, a study of the perceptions of teaching entrepreneurship courses and effective teaching methods and environments that support the development of entrepreneurship in IPTA needs to be done. The objective of this study, in particular, was to identify the perceptions of lecturers at Universiti Utara Malaysia (UUM) to teach entrepreneurship to their students. Moreover, the identification of entrepreneurial teaching techniques or methods that work, and the extent to which universities play a role in promoting entrepreneurship have also been examined in this study. To this end, a total of 92 lecturers from three main academic colleges in UUM, namely the College of Business, the College of Arts and Sciences and the College of Law, Government and International Studies were participated in this study. Overall, the results indicate that the level of perception UUM lecturers for teaching entrepreneurship is moderately high ($M=3.86$). The study also presented a number of measures and recommendations to the parties concerned such as universities and government (the Ministry of Education) to enhance and promote entrepreneurship programmes available at IPTA.

Keywords: Entrepreneurship, perception, lecturers, Universiti Utara Malaysia

PENGENALAN

Malaysia menuju ke arah negara perindustrian menjelang tahun 2020 yang mana sektor perniagaan dijangka semakin bertambah penting. Ia bukan sahaja merupakan sektor sokongan tetapi lebih ke arah menyediakan asas dan teknologi bagi memastikan kejayaan pembangunan perusahaan yang lebih besar.

Lantaran, keusahawanan boleh dikatakan sebagai salah satu bidang yang amat penting bagi sesebuah negara kerana ia mampu menghakis budaya makan gaji dalam kalangan rakyatnya (Abdul Aziz, 1998; Hisrich,

Michael, & Shephard, 2005). Keusahawanan juga telah menjadi satu teras yang amat penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial di seluruh dunia (Gnyawali & Fogel, 1994; Landstrom, 2005). Aktiviti keusahawanan menggalakkan inovasi, menambah peluang pekerjaan, meningkatkan daya saing global sesebuah syarikat, di samping memacu dan meningkatkan ekonomi (Bygrave, 2004; Bennett, 2006). Kesedaran akan kepentingan keusahawanan mendorong kerajaan menjadikan kursus keusahawanan diajar di universiti untuk menggalakkan pelajar menjadikan keusahawanan sebagai pilihan kerjaya mereka setelah tamat pengajian (Staf, 2006; Mohamed, Rezai, Shamsudin, & Mahmud, 2012). Sehubungan itu, Modul Pembudayaan Asas Keusahawanan telah dilaksanakan oleh pihak Kementerian Pengajian Tinggi di universiti-universiti awam untuk tujuan tersebut (Syahrina, Habshah, Ooi & Norashidah, 2009).

Permintaan yang tinggi kepada pendidikan keusahawanan membawa bersamanya persoalan berkaitan dengan tenaga pengajar yang bersesuaian untuk mendidik dan melahirkan usahawan dalam kalangan graduan. Memandangkan pihak kerajaan telah mewajibkan kursus keusahawanan diajar di semua IPTA, kajian perlu dilakukan terhadap para pensyarah yang menjadi “tulang belakang” ke arah menjayakan polisi kerajaan ini. Di antaranya adalah meninjau persepsi seseorang pensyarah yang akan mengajar kursus ini terhadap keusahawanan di mana persepsi ini berpotensi mempengaruhi pandangan dan tindakan mereka terhadap pengajaran kursus berkenaan. Apakah tahap persepsi pensyarah-pensyarah ini terhadap keusahawanan? Apakah kaedah atau teknik pengajaran yang berkesan? Bagaimanakah universiti memainkan peranannya untuk mempromosikan keusahawanan? Memandangkan kejayaan mewujudkan budaya keusahawanan dalam kalangan pelajar-pelajar ialah melalui pendidikan, tenaga pengajar yang berminat dan mampu merealisasikan aspirasi kerajaan perlu diberi keutamaan.

KAJIAN LITERATUR

Pendidikan Keusahawanan

Aktiviti keusahawanan adalah merupakan pemangkin kepada pertumbuhan ekonomi dan bina upaya kepada usaha meningkatkan inovasi, kreativiti dan daya saing sesebuah negara (Smith, 2010). Transformasi Malaysia daripada ekonomi berasaskan pengetahuan kepada ekonomi berpaksikan inovasi dalam mencapai aspirasi untuk menjadi negara maju dan berpendapatan tinggi menjelang tahun 2020 memerlukan sokongan modal insan yang berkualiti dan kompetitif (Syahida, 2009).

Pendidikan keusahawanan telah didefinisikan sebagai satu proses pembelajaran sepanjang hayat untuk mendapatkan pengetahuan, kemahiran dan nilai keusahawanan tentang segala kegiatan yang dilakukan oleh usahawan melalui pengajaran atau pembelajaran secara formal atau tidak formal dalam usaha untuk membina potensi keusahawanan individu melalui pelaksanaan kurikulum keusahawanan dan aktiviti-aktiviti pengajaran dan pembelajaran (Nor Aishah, 2006). Menurut Nor Aishah (2006) lagi, kurikulum pendidikan keusahawanan diasaskan kepada lima tunjang utama iaitu pembentukan sikap dan ciri-ciri keusahawanan, pembentukan pemikiran keusahawanan, kemahiran pengurusan perniagaan, pembentukan vokasional dan amalan etika dan moral keusahawanan. Manakala Ashmore (1989) dan Nabi dan Holden (2008) sependapat bahawa pendidikan keusahawanan merupakan satu proses pembelajaran seumur hidup yang bermula sejak dari sekolah rendah hingga ke pelbagai peringkat pendidikan. Roffe (1999) turut menegaskan bahawa pendidikan keusahawanan tidak boleh menggunakan satu perspektif yang jumud kerana bidang keusahawanan adalah satu proses yang dinamik.

Pendidikan keusahawanan secara formal bertujuan untuk membentuk seorang insan yang tidak terfikir untuk menjadi usahawan sehingga insan tersebut berminat, mengenal dan memilih kerjaya tersebut (Mohd Noor, Ooi & Mohd Zin, 2004). Pendidikan secara tidak formal pula diperolehi melalui pendedahan dan interaksi harian individu dengan persekitaran berkaitan aktiviti keusahawanan yang sebenar secara tidak terancang dan sedar. Pendidikan dan latihan keusahawanan memainkan peranan yang penting bagi melahirkan usahawan-usahawan yang baru (Zaidatol & Habibah, 1997). Terdapat beberapa ciri keusahawanan yang perlu dibentuk melalui pendidikan keusahawanan seperti keperluan untuk pencapaian, berkeyakinan, kepimpinan, kreatif, berinisiatif, mempunyai jaringan hubungan, berimajinasi dan pengambil risiko sederhana (Nor Aishah, 2006).

Pertambahan penawaran kursus akademik sebagai kursus teras, kursus elektif, program keusahawanan, Ijazah Sarjana Muda Keusahawanan dan juga kursus di peringkat pasca siswazah (Mohd Khairuddin & Syed Azizi, 2002) dan pelbagai program keusahawanan di IPTA (Ishak, Jumaat, Ahmad Rafli, & Zainal Abidin, 2004) memerlukan ramai bilangan tenaga pengajar bagi menjayakannya. Pensyarah yang mengajar keusahawanan mempunyai peranan penting dan memerlukan kompetensi pengajaran yang berkesan untuk menyampaikan ilmu keusahawanan secara berkesan dengan menitikberatkan aspek-aspek tertentu seperti aspek penguasaan

pensyarah terhadap konsep keusahawanan, isi kandungan subjek tersebut, kaedah-kaedah pengajaran yang dipilih serta sikap pensyarah terhadap keusahawanan (Ooi, 2011).

Oleh itu, para pensyarah seharusnya berkeupayaan untuk memerhati dan menganalisis pengalaman-pengalaman yang dimiliki usahawan lain dalam usaha untuk meningkatkan persekitaran pengajaran dan pembelajaran dalam kuliah. Mengikut Sukumaran (1992), kompetensi pengajaran meliputi bidang pedagogi, sosial, komunikasi dan interaksi. Justeru itu, pensyarah sewajarnya memiliki keperibadian yang tinggi, proaktif dan mempunyai kemahiran perniagaan yang sewajarnya untuk memastikan keberkesanan penyampaian ilmu berlaku (Yahya, 2004).

Namun demikian, persepsi pensyarah keusahawanan juga tidak kurang pentingnya dalam proses pengajaran dan pembelajaran (P&P). Persepsi merupakan pandangan mengenai sesuatu perkara, sama ada ia berbentuk positif atau negatif. Sekiranya pensyarah tersebut memiliki pandangan positif, nescaya beliau akan memberikan keputusan yang terbaik terhadap sesuatu tugas yang dilakukannya (Boon & Bohari, 2010). Justeru, pensyarah sebagai pendidik dan penyebar maklumat semasa proses P&P perlu menunjukkan persepsi yang positif kerana segala tindakan mereka menjadi tumpuan pelajarannya dan akan menyumbangkan segala tenaganya terhadap bidang tersebut (Yahya, 2004; Boon & Bohari, 2010).

Hal ini adalah sejajar dengan dasar yang telah dilancarkan oleh Kementerian Pengajian Tinggi iaitu Dasar Pembangunan Keusahawanan Institusi Pengajian Tinggi yang bertujuan untuk menggalakkan pendidikan dan pembangunan keusahawanan yang lebih holistik dalam kalangan institusi pengajian tinggi (IPT) dan dengan harapan dasar ini dapat melahirkan siswazah/lebaran IPT yang mempunyai nilai, pemikiran dan atribut keusahawanan; meningkatkan bilangan usahawan dalam kalangan siswazah/lulusan IPT iaitu mereka yang benar-benar berkecimpung dalam bidang perniagaan sebagai pemangkin kepada pencapaian transformasi ekonomi negara daripada ekonomi berpendapatan sederhana kepada ekonomi berpendapatan tinggi dan pada masa yang sama melahirkan ahli akademik yang mempunyai nilai, kemahiran, pemikiran dan atribut keusahawanan (Kementerian Pengajian Tinggi, 2010).

Kaedah pengajaran keusahawanan

Sementara itu, pengajaran pendidikan keusahawanan haruslah memberi penekanan dan menjelaskan tentang pengalaman sebenar kepada pelajar dan mengelakkan mereka daripada mendapatkan jawapan yang tunggal. Menurut Zaidatol (1993), kaedah-kaedah pengajaran seperti kerja lapangan, simulasi, main peranan, projek dan kajian kes adalah kaedah pengajaran yang boleh merangsang ciri-ciri keusahawanan di kalangan pelajar atau paling berkesan dalam membina tingkah laku pelajar.

Pandangan ini dipersetujui oleh Sukumaran (1992) bahawa kaedah pengajaran simulasi membolehkan peserta mengalami sendiri pengalaman membuat sesuatu perkara dalam keadaan yang direka seperti situasi sebenar. Kaedah pengajaran seperti ini dapat menjana dan menggabungkan pengetahuan dan pengalaman pelajar dan seterusnya dapat menggalakkan pelajar untuk bertindak atau bergerak secara aktif dan kreatif mengikut kehendak persekitaran (Ooi & Hassan, 2005). Oleh itu, tugas-tugas yang dilakukan oleh pelajar adalah mencabar dan implikasinya dapat membentuk sikap pelajar secara positif, iaitu dapat melahirkan pelajar yang berkemahiran dalam berkomunikasi dan menggunakan bahan-bahan yang telah dipelajari.

Selain itu, Zakaria (1995) menyatakan bahawa pengajaran keusahawanan adalah satu yang unik dan beliau menyarankan pensyarah-pensyarah keusahawanan untuk memainkan peranan sebagai fasilitator dan pembimbing kepada pelajar. Beberapa kaedah pengajaran pendidikan keusahawanan yang dicadangkan ialah main peranan, peranan model dan mengadakan peristiwa khas contohnya, Minggu Keusahawanan.

Hasil daripada perbincangan di atas, berdasarkan hasil klasifikasi kaedah pengajaran dalam Jadual 1, didapati bahawa kaedah pengajaran seperti membaca buku, syarahan dan ceramah akan menggalakkan kerja penyelesaian secara analitik di kalangan pelajar. Manakala kaedah pengajaran seperti menulis rancangan perniagaan, rundingan, bekerja dengan usahawan, simulasi komputer, permainan dan kajian kes pula melibatkan pelajar secara "*hands-on*" atau praktikal. Selain itu, kaedah pengajaran seperti lawatan, rundingan dan bekerja dengan usahawan akan mendedahkan pelajar kepada persekitaran perniagaan yang sebenar.

Jadual 1. Klasifikasi kaedah pengajaran

Kaedah pengajaran	Aktiviti pelajar	Persekitaran sebenar	Penyelesaian analitik	Penglibatan tenaga pengajar
Membaca buku	-	-	+	-
Syarah	-	-	+	+
Program penceramah	-	-	+	+
Menulis rancangan perniagaan	+	+/-	-	-
Lawatan	-	+	-	0
Rundingan	+	+	-	-
Bekerja dengan usahawan	+	+	-	-
Sistem pembelajaran interaktif	+	-	+	-
Sistem multimedia	+	(+)	+	-
Simulasi computer	+	-	-	-
Main peranan	+	-	-	-
Kajian kes	+	-	-	+
Kertas kerja/Tesis	+	-	-	-

+ : padan

- : tidak padan

0 : tiada perbezaan

Peranan universiti mempromosikan aktiviti keusahawanan

Universiti memainkan peranan yang penting dalam mempromosikan pendidikan keusahawanan untuk pembangunan ekonomi dan masyarakat serantau (Co & Mitchell, 2006). Mahlberg (1996) bersetuju dengan kenyataan bahawa sekolah dan universiti mempunyai peranan yang penting dalam mempromosikan keusahawanan sejak institusi pendidikan dianggap sebagai satu tempat yang ideal untuk membentuk budaya dan aspirasi keusahawanan dalam kalangan pelajar untuk mereka terus hidup dalam persekitaran perniagaan yang mantap hari ini (Autio, Keeley, Klostén & Ulfstedt, 1997; Landstrom, 2005). Institusi pendidikan tinggi juga mampu melahirkan masyarakat perniagaan yang mempunyai ciri-ciri keusahawanan sekiranya strategi yang bersesuaian digunakan (Mohd Salleh, 1992). Ini kerana universiti merupakan tempat permulaan bagi usahawan untuk mengajar pelajar mereka cara berfikir dan berkelakuan seperti seorang usahawan (Bygrave 2004).

Universiti haruslah berperanan sebagai pusat keusahawanan yang memainkan peranan yang besar dalam memupuk persekitaran keusahawanan yang menggabungkan beberapa faktor yang menyumbang kepada pembangunan keusahawanan (Gnyawali & Fogel, 1994). Universiti haruslah melakukan yang terbaik dalam mewujudkan persekitaran yang menyokong usahawan untuk menggalakkan aktiviti keusahawanan seterusnya membantu meningkatkan budaya perniagaan dalam kalangan pelajar universiti yang bakal menjadi usahawan di masa akan datang (Roffe, 1999).

Menurut Autio, et al. (1997), persekitaran pengajaran universiti merupakan faktor yang amat mempengaruhi persepsi pelajar terhadap kerjaya keusahawanan. Oleh hal yang demikian, persekitaran universiti memainkan peranan yang penting dalam menyediakan sumber dan lain-lain kemudahan bertujuan untuk menunjukkan imej positif usahawan seterusnya menarik perhatian pelajar supaya memilih keusahawanan sebagai kerjaya mereka. Walaupun individu mempunyai ilmu pengetahuan dan kemahiran yang berkaitan dengan keusahawanan, sekiranya mereka tidak mempunyai imej positif mengenai usahawan, mereka mungkin tidak akan menceburi bidang tersebut (Landstrom, 2005). Sehubungan dengan ini, universiti yang mewujudkan budaya keusahawanan di seluruh kampus dijangka akan mempengaruhi pelajar untuk membuat keputusan memulakan perniagaan hasil dari pendedahan awal kepada keadaan persekitaran semasa pengajian mereka.

REKABENTUK KAJIAN

Rekabentuk kajian secara keratan rentas (*cross-sectional*) di lapangan ini melibatkan pensyarah-pensyarah di UUM dari Kolej Perniagaan (COB), Kolej Sastera dan Sains (CAS) dan Kolej Undang-undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa (COLGIS) pada tahun 2012. Dari populasi seramai 919 orang pensyarah, saiz sampel seramai 234 orang, yang dipilih secara rawak mudah berstrata (*proportionate*). Namun hanya 92 borang soal selidik telah berjaya dikutip yang mewakili 20.4 peratus daripada jumlah keseluruhan sampel.

Borang soal selidik mencebap maklumat latar belakang responden serta latar belakang perkhidmatan responden dan 8 item mengenai tahap persepsi terhadap bidang keusahawanan yang diubahsuaikan daripada Bennett (2006). Data dianalisis menggunakan perisian SPSS versi 19.0.

DAPATAN KAJIAN

Hasil analisis mendapati bahawa majoriti responden yang terlibat dengan kajian ini adalah wanita (55.4 peratus) berbanding responden lelaki (44.6 peratus); majoriti berumur di antara 36 hingga 40 tahun (30.4 peratus), diikuti kumpulan yang berumur di antara 31 hingga 35 tahun (21.7 peratus) dan kumpulan yang berumur 46 tahun ke atas (20.7 peratus); berbangsa Melayu (87.0 peratus), berbanding kaum Cina (7.6 peratus), India (2.0 peratus) dan bangsa lain (3.3 peratus). Separuh responden berkelayakan PhD dan bakinya sarjana (sila rujuk Jadual 2).

Jadual 2. Latar belakang responden

Kategori	Bilangan responden	Peratus
Jantina		
1. Lelaki	41	44.6
2. Wanita	51	55.4
Umur		
1. Bawah 30 tahun	8	8.7
2. 31 – 35 tahun	20	21.7
3. 36 – 40 tahun	28	30.4
4. 41 – 45 tahun	17	18.5
5. 46 tahun dan ke atas	19	20.7
Bangsa		
1. Melayu	80	87.0
2. Cina	7	7.6
3. India	2	2.2
4. Lain-lain	3	3.3
Kelayakan Akademik		
1. PhD	46	50.0
2. Sarjana	46	50.0

Seterusnya lebih 50 peratus responden yang terdiri dari pensyarah dari Kolej Perniagaan (COB), diikuti oleh responden dari Kolej Sastera dan Sains (CAS) sebanyak 32.6 peratus dan dari Kolej Undang-undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa (COLGIS) sebanyak 12 peratus. Lebih 50 peratus telah pun berkhidmat di UUM dari 10 hingga 14 tahun. Majoriti (82.6 peratus) responden terdiri dari pensyarah yang berstatus sepenuh masa, manakala tidak ramai (14.1 peratus) yang berstatus sepenuh masa (kontrak). Analisis kajian ini juga mendapati majoriti (73.9 peratus) para responden tidak mempunyai pengalaman dalam perniagaan atau bidang keusahawanan, berbanding mereka yang berpengalaman dalam bidang keusahawanan (26.1 peratus). Daripada 24 orang pensyarah yang mempunyai pengalaman tersebut, didapati 37.5 peratus memperolehi pengalaman dengan cara membantu ahli keluarga atau saudara mara dalam bidang perniagaan. Diikuti dengan pengalaman melalui menjalankan perniagaan sendiri (33.3 peratus), melalui pengalaman-pengalaman lain (20.8 peratus) dan pernah terlibat dalam perniagaan semasa di sekolah, kolej atau universiti (8.3 peratus).

Seterusnya hasil analisis mendapati sebanyak 33.7 peratus responden bercadang untuk melibatkan diri dengan aktiviti keusahawanan di masa depan berbanding mereka yang tidak berminat untuk menceburi bidang keusahawanan di masa depan sebanyak 40.2 peratus (sila rujuk Jadual 3).

Jadual 3. Latar belakang perkhidmatan responden

Kategori	Bilangan Responden	Peratus
Kolej pengajian		
1. COB	51	55.1
2. CAS	30	32.6
3. COLGIS	11	12.0
Tempoh perkhidmatan di UUM		
1. 20 tahun dan ke atas	8	8.7
2. 15 – 19 tahun	8	8.7
3. 10 – 14 tahun	51	55.4

4. 5 – 9 tahun	9	9.8
5. Kurang daripada 5 tahun	16	17.4
Status perkhidmatan		
1. Pensyarah sepenuh masa	76	82.6
2. Pensyarah sepenuh masa (kontrak)	13	14.1
3. Pensyarah separuh masa	1	1.1
4. Pensyarah sambilan	2	2.2
Pengalaman dalam Keusahawanan		
1. Berpengalaman	24	26.1
2. Tidak berpengalaman	68	73.9
Jika berpengalaman, di mana pengalaman diperolehi (n=24)		
1. Terlibat dalam perniagaan di sekolah /kolej /universiti	2	8.3
2. Membantu perniagaan keluarga atau saudara mara	9	37.5
3. Memulakan perniagaan sendiri	8	33.3
4. Melalui pengalaman lain	5	20.8
Rancangan melibatkan diri dengan aktiviti keusahawanan di masa depan		
1. Ya	31	33.7
2. Tidak	37	40.2
3. Tidak pasti	24	26.1

Dalam usaha mengenalpasti tahap persepsi terhadap keusahawanan, kaedah pengukuran skala Likert 5 mata dari yang terendah (1 = sangat tidak setuju) hinggalah yang tertinggi (5 = sangat setuju) digunakan kepada 8 item yang diadaptasi dari Bennet (2006). Dalam mengintepretasikan tahap respon berkaitan item kefahaman terhadap keusahawanan, kaedah pengajaran, pendekatan pengajaran, tahap komitmen dan peranan universiti dalam mempromosikan keusahawanan, cadangan oleh Alias (1997) digunapakai iaitu seperti di Jadual 4. Menurut Alias, Min di antara 3.01- 4.00 dianggap mempunyai kedudukan tahap sederhana tinggi manakala Min yang melebihi 4.01 berada di tahap tinggi.

Jadual 4. Skala skor min dan interpretasi

Skor min	Interpretasi
1.00 – 2.00	Tahap rendah
2.01 – 3.00	Tahap sederhana rendah
3.01 – 4.00	Tahap sederhana tinggi
4.01 – 5.00	Tahap tinggi

Sumber: Alias, B. (1997)

Keputusan kajian mendapati Min keseluruhan pembolehubah persepsi pensyarah-pensyarah yang berkhidmat di UUM terhadap bidang keusahawanan adalah pada tahap sederhana tinggi menurut Alias (1997). Jika dirujuk secara terperinci didapati item B1 hingga B5 mempunyai skor Min dibawah skor 4.0, manakala bagi item B6 hingga B8 mempunyai skor Min yang tinggi iaitu melebihi nilai skor 4.0. Secara keseluruhannya, didapati tahap kefahaman menurut persepsi pensyarah-pensyarah perniagaan terhadap keusahawanan secara keseluruhannya adalah sederhana tinggi seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 5.

Jadual 5. Analisis deskriptif persepsi pensyarah terhadap keusahawanan

Item	Perkara	Min	Sisihan piawai
B1	Keusahawanan bermaksud memiliki dan mengurus sebuah perniagaan	3.95	.953
B2	Seseorang yang memulakan usaha teroka baru adalah seorang usahawan	3.83	.921
B3	Keusahawanan adalah berdasarkan kepada aspek praktikal bagi menjalankan sesuatu perniagaan kecil	3.50	.966
B4	Usahawan merujuk kepada seseorang yang sangat berbeza berbanding dengan orang lain	3.51	1.094
B5	Seseorang usahawan adalah mempunyai kepintaran, ketabahan dan kuasa pujukan	3.96	.837
B6	Usahawan yang berjaya perlu mempunyai visi, impian yang tinggi dan sikap karismatik	4.02	.838
B7	Usahawan sangat berbeza berbanding dengan orang lain dari sudut pengambilan risiko	4.11	.883
B8	Usahawan mempunyai satu sikap keinginan yang kuat untuk berjaya	4.03	.943
Purata keseluruhan		3.86	.549

Sementara itu, dari segi penggunaan kaedah pengajaran kursus keusahawanan yang efektif, didapati secara keseluruhannya, responden bersetuju mengenai usaha-usaha yang dilakukan untuk mengajar bidang keusahawanan di universiti. Contohnya, responden menyokong atau bersetuju bagi pernyataan item C1 “keusahawanan adalah pembelajaran secara kompetensi”, diikuti dengan pernyataan mengenai “kualiti personaliti seseorang seperti kreativiti dan inovasi dapat ditingkatkan melalui pembelajaran” turut disokong oleh responden. Walau bagaimanapun didapati responden kurang pasti dengan pernyataan yang menyatakan “mengajar seseorang untuk menjadi usahawan sangat bermasalah”.

Seterusnya responden bersetuju dengan pernyataan “hanya peratusan kecil sahaja memiliki ciri-ciri keusahawanan secara semulajadi”. Keputusan ini secara tidak langsung memberi ruang kepada proses pengajaran kursus keusahawanan bagi meningkatkan ciri-ciri keusahawanan kepada kumpulan yang tidak memiliki ciri-ciri keusahawanan secara semulajadi. Responden juga bersetuju dengan pernyataan yang merujuk kepada kepentingan untuk memberi pengajaran mengenai bidang keusahawanan kepada para pelajar mengenai asas-asas fungsi perniagaan seperti bidang kewangan, pemasaran, kaedah kawalan belanjawan dan lain-lain (rujuk kepada item C5).

Hasil analisis juga menunjukkan responden bersetuju dengan pernyataan “tujuan kursus keusahawanan adalah untuk memupuk tindakan refleksi serta meningkatkan keupayaan pemikiran” serta turut bersetuju dengan pernyataan yang mengatakan pentingnya pelajar memeriksa secara mendalam mengenai aspek diri, emosi serta nilai sebelum mempelajari fungsi-fungsi spesifik sesebuah perniagaan. Secara ringkasnya, tahap bersetuju kepada kaedah pengajaran kursus keusahawanan adalah sederhana tinggi (sila rujuk Jadual 6).

Jadual 6. Analisis deskriptif pengajaran kursus keusahawanan

Item	Perkara	Min	Sisihan piawai
C1	Keusahawanan adalah pembelajaran secara kompetensi	3.58	.929
C2	Kualiti personaliti seseorang seperti kreativiti dan inovasi dapat ditingkatkan melalui pembelajaran	3.87	.841
C3	Mengajar seseorang untuk menjadi usahawan sangat bermasalah	2.82	.983
C4	Hanya peratusan kecil sahaja memiliki ciri-ciri keusahawanan secara semulajadi	3.37	.910

C5	Kepentingan untuk memberi pengajaran mengenai bidang keusahawanan kepada para pelajar mengenai asas-asas fungsi perniagaan seperti bidang kewangan, pemasaran, kaedah kawalan belanjawan dan lain-lain	3.58	1.122
C6	Tujuan kursus keusahawanan adalah untuk memupuk tindakan refleksi serta meningkatkan keupayaan pemikiran	3.62	1.088
C7	Pentingnya pelajar memeriksa secara mendalam mengenai aspek diri, emosi serta nilai sebelum mempelajari fungsi-fungsi spesifik sesebuah perniagaan	3.53	.954
Purata keseluruhan		3.48	.553

Sementara itu, berdasarkan Jadual 7, keputusan analisis mendapati majoriti responden bersetuju pendekatan *hands-on* selain dari kaedah kuliah (65.2 peratus) bagi proses pengajaran kursus keusahawanan. Kaedah pengajaran yang dianggap pendekatan terbaik bagi proses pembelajaran bidang keusahawanan ialah teknik simulasi perniagaan (91.3 peratus), menggunakan kajian kes sebenar (84.8 peratus), perkongsian pengalaman dengan penceramah atau usahawan dari luar (77.2 peratus) dan penyediaan kertas projek secara individu (76.1 peratus). Tidak ramai responden yang bersetuju penggunaan pendekatan membaca (33.7 peratus) dan mengadakan peperiksaan di akhir kursus keusahawanan (23.9 peratus) sebagai pendekatan kaedah yang bagus.

Jadual 7. Analisis deskriptif kaedah pengajaran kursus keusahawanan

Item	Teknik pengajaran	Frekuensi	Peratus
C8	Kuliah		
	Setuju	60	65.2
	Tidak Setuju	32	34.8
C9	Projek individu		
	Setuju	70	76.1
	Tidak Setuju	22	23.9
C10	Simulasi perniagaan		
	Setuju	84	91.3
	Tidak Setuju	8	8.7
C11	Kajian kes sebenar		
	Setuju	78	84.8
	Tidak Setuju	14	15.2
C12	Pembacaan		
	Setuju	31	33.7
	Tidak Setuju	61	66.3
C13	Peperiksaan		
	Setuju	22	23.9
	Tidak Setuju	70	76.1
C14	Penceramah luar (Usahawan)		
	Setuju	71	77.2
	Tidak Setuju	21	22.8

Dari segi peranan yang dimainkan pihak universiti untuk mempromosikan keusahawanan, merujuk kepada Jadual 8, didapati responden bersetuju dengan pernyataan mengenai “di universiti saya, semua pihak digalakkan untuk meneruskan idea-idea perniagaan sendiri”. Responden juga sangat bersetuju dengan pernyataan yang mengatakan bahawa universitinya berminat untuk membangunkan pendidikan keusahawanan dan turut bersetuju dengan pernyataan “universiti saya mempunyai infrastruktur untuk menyokong permulaan sesuatu perniagaan baru”. Walau bagaimanapun didapati responden turut bersetuju dengan pernyataan yang mengatakan universitinya tidak mempunyai sebarang persatuan yang mempromosikan bidang keusahawanan.

Seterusnya responden kajian ini telah bersetuju dengan pernyataan yang merujuk kepada “para pelajar di universiti ini galakkan untuk meneruskan usaha keusahawanan”. Responden juga bersetuju dengan kenyataan yang merujuk kepada penyediaan latihan dan pembangunan kakitangan oleh universiti bagi tugas pengajaran keusahawanan. Didapati responden turut bersetuju dengan pernyataan “infrastruktur dan dasar universiti telah menggalakkan keusahawanan” serta turut bersetuju dengan pernyataan “universiti saya merupakan tempat yang ideal untuk belajar mengenai memulakan perniagaan”.

Jadual 8. Analisis deskriptif peranan universiti mempromosikan bidang keusahawanan

Item	Perkara	Min	Sisihan Piawai
F1	Di universiti saya, semua pihak digalakkan untuk meneruskan idea-idea perniagaan sendiri	3.34	.964
F2	Universitinya berminat untuk membangunkan pendidikan keusahawanan	4.04	.645
F3	Universiti saya mempunyai infrastuktur untuk menyokong permulaan sesuatu perniagaan baru	3.67	.728
F4	Universiti tidak mempunyai sebarang persatuan yang mempromosikan bidang keusahawanan	3.70	.899
F5	Para pelajar di universiti ini galakkan untuk meneruskan usaha keusahawanan	3.92	.699
F6	Penyediaan latihan dan pembangunan kakitangan oleh universiti bagi tugas pengajaran keusahawanan	3.30	.980
F7	Infrastruktur dan dasar universiti telah menggalakkan keusahawanan	3.57	.929
F8	Universiti saya merupakan tempat yang ideal untuk belajar mengenai memulakan perniagaan	3.75	.750
F9	Aktiviti keusahawanan di universiti ini hanya terhad kepada perniagaan di kalangan para pelajar sahaja	2.91	.910
F10	Menjadikan kursus keusahawanan sebagai kursus wajib di universiti bagi merangsang semangat keusahawanan di dalam kampus	3.65	1.032
F11	Persekitaran universiti yang kreatif telah memberi inspirasi kepada saya untuk membangunkan idea-idea perniagaan baru	3.76	.930
Purata keseluruhan		3.60	0.861

Hasil analisis telah mendapati responden tidak bersetuju dengan kenyataan pada soalan F9 yang merujuk kepada aktiviti keusahawanan di universiti ini hanya terhad kepada perniagaan di kalangan para pelajar sahaja. Seterusnya, responden bersetuju dengan kenyataan untuk menjadikan kursus keusahawanan sebagai kursus wajib di universiti bagi merangsang semangat keusahawanan di dalam kampus. Akhir sekali, didapati responden turut bersetuju dengan pernyataan “persekitaran universiti yang kreatif telah memberi inspirasi kepada saya untuk membangunkan idea-idea perniagaan baru”. Secara keseluruhannya, responden percaya bahawa universitinya (UUM) mampu dan telah memainkan peranan utama bagi mempromosikan bidang keusahawanan kepada para pelajarnya.

PERBINCANGAN DAN CADANGAN

Sekiranya kefahaman yang salah diberikan, kesannya ialah pelajar tidak dapat menjiwai ciri-ciri usahawan yang sebenarnya yang mana boleh mempengaruhi kejayaan perniagaan mereka memandangkan kefahaman yang diterapkan dalam pendidikan keusahawanan ini akan membantu melahirkan usahawan-usahawan yang baru (Zaidatul & Habibah 1997) dan membina potensi keusahawanan individu (Nor Aishah, 2006).

Pendidikan keusahawanan yang betul mampu mendidik seseorang itu mengenal pasti peluang dan merebut peluang yang tercetus dalam persekitarannya, menterjemahkan idea ke dalam bentuk realiti atau satu kegiatan ekonomi dan mampu bertahan dan peka dengan perubahan dan ketidakpastian (Yap, 2002; Nor Aishah, 2006).

Justeru itu, tahap persepsi yang sederhana tinggi ini memberikan gambaran positif bahawa tenaga pensyarah ini mampu memberikan pengajaran yang berkesan dalam membangunkan pemikiran dan potensi keusahawanan dalam kalangan pelajar. Tambahan pula kebanyakan mereka mempunyai pengalaman pengajaran yang lama di universiti. Beberapa kajian lepas seperti Yap (2002) yang mencadangkan supaya pendidikan keusahawanan disampaikan oleh mereka yang benar-benar bersifat keusahawanan. Penyataan ini juga disokong oleh Bennet (2006) yang menyatakan bahawa pensyarah-pensyarah merupakan kumpulan yang penting yang bertanggungjawab untuk mengajar kursus keusahawanan dan mempengaruhi para pelajar serta merangsang minat mereka terhadap bidang keusahawanan.

Sementara itu, hasil analisis kajian ini menggambarkan bahawa para pensyarah sedar kepentingan mengimbangi di antara pembinaan individu dengan nilai keusahawanan di samping melengkapkan diri pelajar dengan kompetensi keusahawanan untuk membolehkan mereka menjalankan perniagaan dengan berkesan ke arah menjadi usahawan yang berjaya kelak. Justeru itu, majoriti mereka tidak bersetuju bahawa mengajar seseorang untuk menjadi usahawan sangat bermasalah (C3) yang mana perkara dapat dibantu dengan menggunakan kaedah yang bersesuaian.

Oleh itu, dapatan kajian ini menyokong hasil kajian Nor Aishah (2006) yang secara formalnya mendefinisikan pendidikan keusahawanan sebagai satu proses pembangunan potensi individu berkaitan semua aspek keusahawanan melalui pengurusan, pelaksanaan kurikulum, pedagogi dan penilaian dalam satu persekitaran yang berstruktur dan terancang yang boleh dibahagikan kepada pendidikan formal dan pendidikan secara tidak formal. Pendidikan keusahawanan secara formal bertujuan untuk membentuk seorang insan yang tidak terfikir untuk menjadi usahawan sehingga insan tersebut berminat, mengenal dan memilih kerjaya tersebut. Pendidikan secara tidak formal boleh diperolehi oleh individu melalui pendedahan dan interaksi harian individu dengan persekitaran berkaitan aktiviti keusahawanan yang sebenar secara tidak terancang dan sedar.

Mengenai kaedah yang baik atau sesuai bagi proses pengajaran dan pembelajaran berkesan bagi kursus keusahawanan, keputusan analisis mendapati majoriti responden bersetuju pendekatan *hands-on* selain dari kaedah kuliah, yang dianggap pendekatan terbaik bagi proses pembelajaran bidang keusahawanan ialah teknik simulasi perniagaan, menggunakan kajian kes sebenar, perkongsian pengalaman dengan penceramah atau usahawan dari luar dan penyediaan kertas projek secara individu. Pendekatan membaca dan mengadakan peperiksaan di akhir kursus keusahawanan sebagai pendekatan kaedah yang dianggap kurang berkesan.

Dapatan ini selaras dengan kaedah yang disarankan oleh Zaidatol (1993) dan Klandt (1993) bahawa kaedah pengajaran yang boleh merangsang ciri-ciri keusahawanan dalam kalangan pelajar atau paling berkesan dalam membina tingkahlaku pelajar iaitu kaedah-kaedah pengajaran seperti kerja lapangan, simulasi, main peranan, projek dan kajian kes yang juga telah dicadangkan oleh beberapa orang pengkaji (Zakaria, 1995; Nor Aishah & Yap, 2002) untuk menggantikan kaedah sedia ada yang biasanya diguna pakai di universiti.

Institusi pendidikan tinggi memainkan peranan penting dalam melahirkan masyarakat perniagaan yang mempunyai ciri-ciri keusahawanan dalam kalangan pelajarnya. Universiti juga berperanan sebagai tempat yang ideal untuk membentuk budaya dan aspirasi keusahawanan dalam kalangan pelajar untuk mereka terus hidup dalam persekitaran perniagaan yang mantap hari ini (Autio et al. 1997; Landstrom 2005, Ooi, 2011). Secara keseluruhannya, responden percaya bahawa UUM mampu dan telah memainkan peranan utama bagi mempromosikan bidang keusahawanan kepada para pelajarnya. Majoriti responden mempunyai tanggapan bahawa pihak UUM menggalakkan penerusan idea-idea perniagaan sendiri. Responden dapat merasakan bahawa pengurusan UUM berminat untuk membangunkan pendidikan keusahawanan di mana terdapat infrastruktur untuk menyokong permulaan sesuatu perniagaan baru. Walau bagaimanapun responden di dapati kurang jelas tentang wujudnya persatuan yang mempromosikan bidang keusahawanan di UUM.

Para responden juga bersetuju para pelajar di universiti ini digalakkan untuk meneruskan usaha keusahawanan mereka dengan tenaga pengajar yang diberikan ruang menjalani latihan dan pembangunan kakitangan oleh universiti bagi tugas pengajaran keusahawanan. Mereka juga mengakui bahawa infrastruktur dan dasar universiti telah menggalakkan keusahawanan di kampus di mana mereka yakin bahawa UUM merupakan tempat yang ideal untuk belajar mengenai memulakan perniagaan.

Oleh yang demikian, aktiviti keusahawanan yang dijalankan di universiti mampu menarik usahawan untuk berkongsi pengalaman selaras dengan pandangan Bygrave (2004) bahawa tempat permulaan bagi mengajar pelajar cara berfikir dan berkelakuan seperti seorang usahawan adalah di universiti. Universiti juga boleh

memainkan peranan untuk menghasilkan kesan *spillover* bukan sahaja untuk di dalam kampus malah pembangunan ekonomi masyarakat serantau.

KESIMPULAN

Dalam memastikan kejayaan P&P keusahawanan, adalah dicadangkan agar pihak universiti dan Kementerian Pendidikan menambah dan meningkatkan kursus dan latihan keusahawanan bagi memperkasakan pensyarah terlibat dalam pendidikan keusahawanan. Selain itu, pihak universiti dan kementerian sewajarnya membuka ruang bagi pensyarah yang mengajar kursus keusahawanan melibatkan diri secara langsung dalam menguruskan perniagaan sendiri atau sebagai rakan kongsi dengan projek perniagaan yang dijalankan oleh pelajar. Ini adalah disebabkan perlunya pensyarah tersebut mendapat pengalaman secara "*hands-on*" bagi membolehkan mereka mengajar atau menyampaikan ilmu keusahawanan dengan lebih berkesan. Selain itu, disebabkan kajian ini hanya melibatkan UUM sahaja, penyelidik-penyelidik akan datang diharapkan dapat mengemaskan lagi kajian ini dengan diluaskan kepada universiti-universiti lain.

RUJUKAN

- Abdul Aziz, Y. (1998). *Asas-Asas Keusahawanan*. Selangor: Prentice Hall (M) Sdn. Bhd.
- Alias, B. (1997). *Statistik Penyelidikan Dalam Pendidikan dan Sains Sosial*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Autio, E., Keeley, R.H., Klofsten, M & Ulfstedt, T. (1997). "Entrepreneurial intent among students: Testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA." *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 17: Babson College/Kauffman Entrepreneurship Research Conference, Centre for Entrepreneurial Studies, Babson College, Wellesley.
- Bennett, R. (2006). Business lecturers' perceptions of the nature of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12(3): 165 – 188.
- Boon, Y., & Bohari, S. (2010). Kesiediaan untuk menceburi bidang keusahawanan di kalangan pelajar-pelajar Bumiputera Tingkatan Empat di tiga buah sekolah sekitar Skudai, Johor. (online report). http://eprints.utm.my/10747/1/KESEDIAAN_UNTUK_MENCEBURI_BIDANG_KEUSAHAWANAN_DI_KALANGAN_PELAJAR.pdf
- Bygrave, W.D. (2004). *The portable MBA in entrepreneurship. The entrepreneurial process*. New Jersey, John Wiley & Sons, Inc.
- Co, M. J. & Mitchell, B. (2006). Entrepreneurship education in South Africa: A nationwide survey. *Education + Training*, 48(5): 348-359.
- Gnyawali, D.R. & Fogel, D.S. (1994). Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4): 43-62.
- Hisrich, R.D., Michael, P.P., & Shephard, D.A. (2005). *Entrepreneurship*. New York: McGraw-Hill, Irwin.
- Ishak, A.R., Jumaat, A.M., Ahmad Rafli, C.O. & Zainal Abidin, H. (2004). Pelaksanaan aktiviti keusahawanan di institusi pengajian tinggi awam di Malaysia: pengalaman beberapa buah universiti awam terpilih. *Prosiding International Business Management Conference*. Universiti Tenaga Nasional, 508-516.
- Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia (2010). *Pelan Strategik Pendidikan Tinggi Negara 2011-2015*.
- Klandt, H. (1993). *Entrepreneurship and business development* (Vol. 3). Stuttgart, Germany: Avebury.
- Landstrom, H. (2005). *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*. New York: Springer Science+Business Media, Inc.
- Mahlberg, T. (1996). Evaluating secondary school and college level entrepreneurial education - pilot testing questionnaire. *The Internationalising Entrepreneurship Education and Training Conference*. Arnhem/University of Nijmegen, The Netherlands.
- Mohamed, Z., Rezai, G., Shamsudin, M.N., & Mahmud, M.M. (2012). Enhancing young graduates' intention towards entrepreneurship development in Malaysia. *Education + Training*, 54(7), 605-618.
- Mohd Khairuddin, H., & Syed Azizi, W. (2002). *Small and Medium-sized Enterprise in Malaysia: Development Issues*. Kuala Lumpur: Prentice Hall Pearson.
- Mohd Noor, M.S., Ooi, Y.K., & Mohd Zin, M. (2004). Kecenderungan keusahawanan: Satu kajian empirikal di kalangan tenaga akademik Politeknik-politeknik Malaysia. *International of Management Studies*, 11(2): 171-194.
- Mohd Salleh, D. (1992). *The development of enterpruenship and enterprise in higher education in Malaysia*. PhD Thesis. University of Durham.
- Mohd Salleh, D. (2002). *Pembangunan Keusahawanan: Cabaran kepada penndidikan Tinggi*. Sintok: Universiti Utara Malaysia.
- Nabi, G., & Holden, R. (2008). Graduate entrepreneurship: intentions, education and training. *Education + Training*, 50(7), 545-551.

- Nor Aishah, B. (2006). *Asas Keusahawanan*. Shah Alam: Penerbit Fajar Bakti Sdn. Bhd.
- Ooi, Y.K., Christopher, S., Denny, M. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: an empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4), 206-220.
- Ooi, Y.K. & Hassan, A. (2005). How inclined are lecturers to teach entrepreneurship at university? *International Journal of Management and Entrepreneurship*, 1(1): 41-49.
- Roffe, I. (1999). Transforming graduates, transforming firms. *Education + Training*, 41(4): 194-201.
- Smith, D. (2010). The role of entrepreneurship in economic growth. *Undergraduate Economic Review*, 6(1), 1-18.
- Staf (2006). Keusahawanan jadi kurikulum sekolah, IPT. *Berita Harian*, January 5.
- Sukumaran, S. (1992). Kaedah-kaedah mengajar Perdagangan KBSM. *Masalah Pendidikan*, 16, 121-136.
- Syahida, A. (2009). The transformation from entrepreneurship to technology entrepreneurship development in Malaysia. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 1(3), 240-247.
- Syahrina, A., Habshah, B., Ooi, Y. K. & Norashidah, H. (2009). Kajian keberkesanan graduan ijazah sarjana muda keusahawanan Universiti Utara Malaysia. *Prosiding Seminar Kebangsaan Pembangunan Keusahawanan 2009*, 8-9 Disember, Kuala Lumpur.
- Yahya, N.F. (2004). *Persepsi pelajar terhadap keberkesanan pengajaran guru pengajian keusahawanan: Satu kajian di Sekolah Menengah Teknik Alor Setar, Kedah*. Tesis Sarjana, Kolej Universiti Teknologi Tunj Hussien Onn.
- Yap, P.M. (2002). *Kesediaan guru-guru perdagangan terhadap pengajaran subjek pengajian keusahawanan*. Tesis Sarjana. Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Zaidatol Akmaliah, L.P., & Habibah, E. (1997). *Keusahawanan dan Motivasi diri*. Serdang: Penerbit Universiti Putra Malaysia.
- Zaidatol Akmaliah, L.P. (1993). Kelayakan dan pengalaman guru dalam bidang perniagaan dan kaitannya dengan amalan pengajaran mata pelajaran Keusahawanan. *Jurnal Pendidikan Guru*, 9, 31-49.
- Zakaria, A.R. (1999). *Pendidikan Keusahawanan di sekolah: Apakah bentuk dan pendekatan yang sesuai?* Tesis Sarjana, Universiti Putra Malaysia.