

Journal Online Jaringan Pengajian Seni Bina (JOJAPS)

Kemahiran Keusahawanan Digital Meningkatkan Keyakinan Dan Minat Alumni Kolej Komuniti Kota Melaka Terhadap Keusahawanan Era Baharu

Suraya Hani Binti Kamarolzaman. Tel: 0127610137; fax: 06-3361220

dr.hanirich@gmail.com
Kolej Komuniti Kota Kelaka

Munirah Binti Abdul Rahim. Tel: 0124947610; fax: 06-3361220

moonizzad8382@gmail.com
Politeknik Merlimau

Fariza Haidayu Binti Mohd Hashim. Tel: 0193700105; fax: 06-3306007

farizahaidayu@yahoo.com.my
Politeknik Melaka

Abstract

Dalam era norma baharu mengharungi pandemic covid -19 ini, kerjaya sebagai seorang usahawan dilihat amat penting kerana ianya bertindak sebagai pemangkin kepada ekonomi di Malaysia dan dengan memilih kerjaya ini akan berkurangnya pengangguran di Malaysia. Sejalan dengan itu, bidang keusahawanan menjadi amat penting sekarang terutama selepas Perintah Kawalan Pergerakan kerana seluruh dunia di landa virus Covid -19 ini. Kajian ini bertujuan untuk memfokuskan kepada faktor keyakinan dan minat serta kemahiran keusahawanan digital. Kajian ini menggunakan soal selidik yang dianalisis menggunakan perisian Statistical Packages for Social Sciences (SPSS) versi 20. Responden terdiri daripada 49 orang alumni Kolej Komuniti Kota Melaka bagi tahun 2019 hingga tahun 2020 yang dipilih secara rawak mudah. Dapatan kajian menunjukkan kemahiran keusahawanan digital merupakan faktor yang mendorong peningkatan keyakinan dan minat alumni terhadap keusahawanan norma.

© 2020 Published by JOJAPS Limited.

Key-word: - Kemahiran, minat keusahawanan, alumni, kerjaya, keusahawanan digital, keusahawanan era baharu.

1. Pengenalan

Bidang keusahawanan kini merupakan salah satu bidang yang penting dalam industri Malaysia lebih-lebih lagi dalam situasi pandemic Covid-19. Pendapatan sebagai seorang usahawan sangat menyumbang kepada pembangunan negara di dalam era masa kini. Peranan keusahawanan bukan sahaja menyumbang kepada pembangunan negara dari segi ekonomi khususnya bahkan ia juga melibatkan kepada struktur perniagaan dan masyarakat. Keusahawanan merupakan satu bidang yang semakin diminati di Malaysia. Ianya mampu untuk memberikan kemewahan dan kejayaan kepada individu yang terlibat. Pada Tahun 2010, Jabatan Pengajian Kolej Komuniti telah melancarkan program keusahawanan yang mana ianya bertujuan untuk membudayakan keusahawanan di kalangan para pelajar Kolej Komuniti.

Menurut Alvarez (1996) dalam Zafir et al. (2003), menyatakan bahawa “Demam Keusahawanan” bermula pada pertengahan 1980an, di mana perkembangan bidang keusahawanan telah bergerak dengan begitu pantas, yang mana ia bukan sahaja tertumpu kepada sesebuah negara tetapi telah berkembang ke seluruh pelusuk dunia serta telah mengubah pemikiran dan orientasi kehidupan masyarakat terhadap aktiviti perniagaan dan seterusnya telah meningkatkan tahap pembangunan sesebuah negara. Kemerdekaan dan sistem pendidikan selepas itu telah banyak mengubah corak pemikiran masyarakat Malaysia dan telah membawa kepada perubahan.

Keusahawanan mula mendapat tempat di Malaysia bermula setelah penggubalan dan pelaksanaan Dasar Ekonomi Baru pada tahun 1970 hasil cetusan idea Tun Abd. Razak Hussein, Perdana Menteri Malaysia yang kedua. Apabila Dasar Ekonomi Baru (DEB) diperkenalkan, ramai bumiputera khususnya orang Melayu cuba untuk menceburi bidang keusahawanan. Melalui DEB, lahirlah golongan usahawan Melayu yang boleh dikatakan hebat dan berjaya. Visi Kolej komuniti adalah untuk menjadi penggerak utama pembangunan keusahawanan di kolej komuniti dan misi adalah untuk melahirkan usahawan yang mempraktikkan pengetahuan dan kemahiran teknikal selaras dengan Dasar Pembangunan Keusahawanan IPT. Senario sekarang memaparkan keusahawanan dimonopoli oleh bukan bumiputera.

Didalam dunia keusahawanan hari ini, senario bagaimana sesuatu urusan dilakukan tidak lagi bersifat “one-way”. Sebelum wujudnya dunia internet, pemilik perniagaan hanya perlu menawarkan produk atau perkhidmatan yang dijual melalui pengiklanan TV, Radio atau bercetak. Sekiranya iklan tersebut berjaya menarik minat pelanggan maka ada kebarangkalian jualannya akan melonjak tinggi. Sungguhpun produk atau perkhidmatan yang berada dipasaran mungkin tidak mencapai tahap yang diinginkan oleh pengguna, mereka tetap akan mendapatkan produk atau perkhidmatan tersebut kerana mereka kurang pilihan atau tiada alternatif lain. Ini amat berbeza dengan senario perniagaan hari ini kerana para pengguna tidak mudah dipengaruhi oleh iklan-iklan yang berada diluar sana. Ini adalah kerana kewujudan kemudahan media sosial dan laman web seperti shopee, lazada, facebook, instagram, menerusi whatsapp, telegram, carousell, dan sebagainya yang telah merubah corak pembelian para pengguna.

2. Kajian Literature

Menurut Mohd. Yusop, Ahmad dan Sarebah (2001), dalam kertas kajian bertajuk "Kesediaan Pelajar-pelajar Institusi Pengajian Tinggi Menceburi Bidang Keusahawanan; Satu Kajian Kes", menyatakan bahawa sebanyak 80 peratus dari responden kajian tidak mempunyai keyakinan untuk menjadi usahawan berjaya. Oleh itu matlamat utama kajian ini bagi mendorong para alumni ke arah keyakinan dan minat serta kemahiran keusahawanan digital kepada keusahawanan norma.

Keusahawanan digital yang diperkenalkan dapat menimbulkan minat pelajar untuk menceburi bidang keusahawanan dan seterusnya menanam keyakinan diri untuk menjadi seorang usahawan. Di samping itu kajian ini juga dijalankan untuk meningkatkan tahap keyakinan alumni bagi menceburi bidang keusahawanan sehingga menjadi usahawan yang Berjaya kelak. Pendidikan keusahawanan digital yang khusus dalam sesuatu bidang itu akan membantu melahirkan seorang usahawan terutamanya pendidikan Teknikal dan Vokasional, kerana ini bukan sahaja melatih tenaga kerja mahir dan separa mahir tetapi juga mampu mendorong minat para pelajar menjadi usahawan digital.

Berdasarkan dapatan kajian oleh Mastura Binti Mustaffa (2020) faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan kerjaya keusahawanan kalangan pelajar Kolej Komuniti Temerloh mendapati terdapat beberapa faktor dalaman yang mempengaruhi pemilihan kerjaya keusahawanan iaitu minat, pendorong dan latihan keusahawanan manakala beberapa faktor luaran iaitu ahli keluarga, rakan sebaya dan peluang pekerjaan. Kajian juga mencari faktor lain seperti bangsa, keluarga dan bidang pengajian pelajar dalam menyumbang kepada pemilihan kerjaya keusahawanan. Berdasarkan dapatan kajian, pengkaji telah memberi beberapa cadangan sebagai panduan dalam usaha untuk meningkatkan pemilihan kerjaya keusahawanan kalangan pelajar Kolej Komuniti.

3. Penyataan Masalah

Para Alumni Kolej Komuniti Kota Melaka dilihat selalu mengikuti aktiviti dan program keusahawanan yang dianjurkan oleh pihak Kolej Komuniti Kota Melaka mahupun agensi luar daripada kolej namun mereka tidak di teras dengan kemahiran keusahawanan digital yang mana dapat meningkatkan keyakinan dan minat para alumni ke arah keusahawanan. Kemahiran digital kini sangat diperlukan dalam industri pekerjaan lebih-lebih lagi dalam situasi Negara Malaysia yang dilanda Pandemik Covid-19. Disebabkan itu, kajian ini dijalankan untuk meningkatkan keyakinan dan minat alumni terhadap keusahawanan dan kemahiran digital dalam kerjaya sebagai seorang usahawan. Suzyanty Binti Mohd Shokory Zuraidah Binti Zainol Asmawi bin Hashim (2008) turut mendapati untuk menjamin survival perniagaan, usahawan perlu mempunyai tahap pendidikan yang tinggi, iaitu pencapaian Diploma dan ke atas, menghadiri latihan dengan kekerapan minimum lima kali setahun dan menumpukan kepada jenis latihan yang berteraskan kewangan dan teknikal. Justeru, adalah wajar setiap pelajar didedahkan dengan kemahiran keusahawanan untuk menyuburkan lagi minat mereka dalam bidang keusahawanan dan perniagaan.

4. Objektif Kajian

Antara objektif kajian adalah:

1. Mengenalpasti hubungan kait antara Kemahiran Keusahawanan digital dengan minat alumni terhadap bidang keusahawanan.
2. Mengenalpasti hubungan kait antara Kemahiran Keusahawanan digital dengan keyakinan alumni terhadap bidang keusahawanan.
3. Mengenalpasti faktor yang paling dominan terhadap penglibatan alumni dalam bidang keusahawanan.

5. Persoalan Kajian

1. Apakah hubungkait antara kemahiran keusahawanan digital dengan minat terhadap bidang keusahawanan
2. Apakah hubungkait antara kemahiran keusahawanan digital dengan keyakinan alumni terhadap bidang keusahawanan
3. Apakah faktor yang paling dominan terhadap penglibatan dalam keusahawanan dikalangan alumni Kolej Komuniti Kota Melaka.

6. Hipotesis Kajian

Hipotesis bagi kajian ini adalah seperti berikut:

Hipotesis pertama (H1): "Terdapat hubungan yang signifikan antara kemahiran keusahawanan digital alumni Kolej Komuniti Kota Melaka terhadap minat dalam penglibatan bidang keusahawanan?"

Hipotesis kedua (H2): "Terdapat hubungan yang signifikan antara kemahiran keusahawanan digital terhadap tahap keyakinan alumni Kolej Komuniti Kota Melaka dalam penglibatan bidang keusahawanan "

7. Skop Kajian

Kajian ini dilakukan ke atas Alumni Kolej Komuniti Kota Melaka yang terdiri daripada 226 orang alumni Kolej Komuniti Kota Melaka yang dipilih secara rawak mudah. Aspek kajian yang dipilih adalah terbatas kepada faktor minat dan keyakinan serta kemahiran keusahawanan digital oleh para alumni Kolej Komuniti Kota Melaka. Oleh yang demikian kemungkinan keputusan kajian adalah terbatas dan tidak boleh digunakan untuk mewakili semua Kolej Komuniti di Malaysia.

8. Kepentingan Kajian

a. Perancang dan Penggubal Kurikulum

Dapatan kajian diharap boleh menjadi panduan kepada perancang dan penggubal kurikulum dalam pengubahsuaian kurikulum dan program pendidikan keusahawanan di dalam kurikulum di Kolej Komuniti Kota Melaka. Kajian ini diharap dapat membantu perancang dan penggubal dalam memantapkan lagi isi kandungan sukatan pelajaran yang mengandungi unsur-unsur keusahawanan dalam usaha memupuk minat alumni ke arah bidang tersebut.

b. Pensyarah, Pegawai Keusahawanan dan Pentadbir Kolej dan Politeknik

Pensyarah dapat menjadikan hasil kajian ini sebagai sumber dalam merancang strategik pengajaran dan pembelajaran yang lebih berkesan. Aktiviti-aktiviti kokurikulum juga dapat disusun dan diuruskan secara jelas ke arah penerapan unsur-unsur keusahawanan agar pelajar-pelajar terdidik dalam bidang berkenaan.

c. Ibu Bapa dan Penjaga

Kepada ibu bapa dan penjaga juga diharap dapat menjadikan dapatan hasil kajian ini sebagai rujukan dan panduan dalam mendidik dan memupuk minat anak-anak terhadap kerjaya keusahawanan seterusnya membuka minda anak-anak ke arah keusahawanan kerana keusahawanan dapat menjadikan mereka manusia yang sanggup menerima cabaran, berfikiran luas dan sentiasa berusaha.

d. Alumni

Melalui kajian yang dijalankan ini, ia akan menjadi salah satu sumber yang akan memberi kesedaran kepada para alumni tentang kepentingan keusahawanan dalam membangunkan negara dan kelebihan yang bakal mereka peroleh sekiranya mereka berkecimpung dalam bidang ini. Selain itu, pengkhususan dan kepakaran yang diperoleh dalam sesuatu bidang semasa pengajian kadangkala tidak dapat menjamin seseorang itu mendapat kerjaya yang diidamkan. Oleh yang demikian, ciri-ciri keusahawanan harus disemai dalam kehidupan pelajar dan apa yang paling utama mereka seharusnya memperoleh kemahiran dan pengetahuan dalam bidang keusahawanan kerana ia merupakan bidang kerjaya yang mempunyai prospek yang cerah pada masa akan datang.

9. Minat

Menurut Gorman (1997), pendidikan keusahawanan adalah mekanisme yang terbaik untuk meningkatkan pemahaman secara teori dan praktikal kepada mahasiswa. Sikap dan pengetahuan dalam keusahawanan juga faktor yang dapat meningkatkan minat mahasiswa kepada dunia perniagaan (K. Wang 2004). Minat merupakan pengaruh utama dan penting yang menjadi asas kepada pelajar untuk terlibat dalam bidang keusahawanan (Syazwani & Iklima 2015). Menurut Mohd Shahrir (2015) seseorang pelajar perlu mempunyai kemahiran, berkebolehan untuk menilai persekitaran dan memiliki idea untuk berniaga. Pengetahuan dan kemahiran ini boleh dipelajari melalui kurikulum dan kokurikulum di sekolah sama ada secara formal atau tidak formal (Mohd Shahrir 2015).

10. Keyakinan Diri

Tahap keyakinan diri juga mengukur kejayaan seseorang dalam sesuatu bidang yang di ceburi dalam bidang perniagaan dan perusahaan, usahawan yang mempunyai keyakinan diri yang tinggi akan terus memacu diri untuk mengembangkan perniagaannya. Ia tidak bergantung kepada nasib semata-mata sebaliknya yakin terhadap usaha yang dilakukan dan bijak menilai kelemahan dan kekuatan yang perlu ada untuk melebarkan sayap perniagaannya ke satu tahap yang lebih tinggi. Hasnah Ali, Norhafizah Abdul razak dan et. Al., (2010) mendapati faktor kejayaan usahawan iaitu keyakinan kepada diri sendiri merupakan faktor yang signifikan dalam mempengaruhi kejayaan mereka. Sebagai contoh, Dato' Maznah merupakan wanita pertama yang melibatkan diri dalam perniagaan perkhidmatan sekuriti sehingga menjadi salah sebuah syarikat sekuriti yang terkemuka di Malaysia Tahap keyakinan yang tinggi dalam dirinya untuk menceburi bidang yang dipelopori lelaki memberi satu inspirasi kepada wanita-wanita di Malaysia.

11. Dapatan Kajian

11.1 Analisis Taburan Demografi

Responden Berdasarkan taburan jantina responden didapati peratus alumni lelaki adalah sebanyak 38.90% manakala 61.10% adalah alumni perempuan. Responden yang berumur 25 tahun ke atas mempunyai peratus yang paling tinggi iaitu sebanyak 45.10%. Kemudian, diikuti pula umur 23 tahun hingga 24 tahun iaitu 35%. Hanya 19.90% sahaja responden yang berada pada umur 28 tahun dan ke atas. Peratus responden yang berniaga ialah 26.10%. Manakala yang bekerja pula mencatatkan nilai peratus paling tinggi iaitu 73.90%.

11.2 Analisis Deskriptif Skor Min

Berdasarkan Jadual 1 menunjukkan pemboleh ubah bersandar iaitu penglibatan dalam keusahawanan berada pada nilai minimum 1.92 dan nilai maksima pula ialah 4.69. Skor min bagi penglibatan dalam keusahawanan ialah 3.61 dan berada pada tahap sederhana. Bagi pemboleh ubah tidak bersandar iaitu faktor minat dan keyakinan masing-masing mempunyai skor min sebanyak 3.48 dan 3.73. Skor min bagi faktor keyakinan menunjukkan tahap yang paling tinggi berbanding faktor minat yang berada pada tahap sederhana.

Jadual 1 Pemboleh Ubah Bersandar Kajian

Pemboleh Ubah	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan Piawai	Tahap
Penglibatan dalam Keusahawanan	1.92	4.69	3.61	0.50	Sederhana
Faktor minat	1.63	4.88	3.48	0.57	Sederhana
Faktor kemahiran keusahawanan digital	1.40	5.00	3.73	0.60	Tinggi
Faktor Keyakinan	1.50	5.00	3.60	0.68	Sederhana

11.3 Analisi Ujian Korelasi Pearson

1. Ujian korelasi digunakan untuk mengenalpasti hubungan setiap pemboleh ubah. Korelasi Pearson digunakan oleh pengkaji untuk menganalisis hubungan antara pemboleh ubah tidak bersandar dan pemboleh ubah bersandar. Penentuan kekuatan hubungan antara dua pemboleh ubah iaitu pemboleh ubah bersandar dan tidak bersandar dapat dilihat pada nilai julat atau nilai pekali *Pearson Correlation (r)* iaitu di antara -1.00 kepada + 1.00.

2. Jadual 2 menunjukkan hasil analisis korelasi antara faktor minat, kemahiran keusahawanan digital dan keyakinan terhadap penglibatan dalam keusahawanan pelajar Kolej Komuniti Kota Melaka dalam bidang keusahawanan. Hasil analisis menunjukkan terdapat hubungan positif antara penglibatan dalam bidang keusahawanan dengan faktor minat ($r = 0.601$), Kemahiran Keusahawanan Digital ($r = 0.724$) dan keyakinan ($r = 0.613$). Keputusan korelasi antara faktor kemahiran keusahawanan digital dan penglibatan dalam bidang keusahawanan menunjukkan nilai yang berada pada tahap tinggi.

Jadual 2: Hubungan antara faktor yang mempengaruhi penglibatan alumni dalam bidang keusahawanan

		PB	PC1	PC2	PC3
Penglibatan bidang Keusahawanan (PB)	Korelasi Pearson	1	.601**	.724**	.613**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	226	226	226	226
Faktor minat (PC1)	Korelasi Pearson	.601**	1	.756**	.536**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	226	226	226	226
Faktor kemahiran keusahawanan digital (PC2)	Korelasi Pearson	.724**	.756**	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	226	226	226	226
Faktor Keyakinan (PC3)	Korelasi Pearson	.613**	.536**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	226	226	226	266

Pallant (2005) yang memetik Cohen (1988) menggambarkan nilai 0.1 hingga 0.29 menunjukkan korelasi yang kecil, 0.30 hingga 0.49 menggambarkan korelasi pada aras sederhana dan nilai 0.50 hingga 1.0 menggambarkan korelasi yang besar.

11.4 Analisis Inferensi

Bahagian ini membincangkan dapatan analisis inferensi bagi menjawab persoalan kajian ketiga hingga kesepuluh, di samping menguji tujuh hipotesis nol kajian, yang disediakan dalam kajian ini. Dua jenis analisis inferensi digunakan untuk menganalisis data-data yang diperoleh dalam kajian ini, iaitu analisis korelasi Pearson dan analisis regresi berganda. Analisis Pearson digunakan untuk menganalisis persoalan kajian ketiga. Sementara itu, dalam membincangkan dapatan-dapatan kajian yang berkaitan dengan korelasi, penyelidik telah melihat kekuatan dan arah hubungan antara dua pemboleh ubah dengan menggunakan pekali korelasi Pearson yang terletak di antara nilai r dari +1 ke -1 (Cohen et al. 1994). Anggaran kekuatan dan huraian terhadap nilai pekali korelasi yang diperoleh dibuat dengan merujuk kepada tafsiran Jadual 3.2 yang berdasarkan kepada Alias (1999) seperti di Jadual 3.1.

Jadual 3.1 Interpretasi Kekuatan Hubungan Antara Pemboleh Ubah

Pekali korelasi	Kekuatan Hubungan
0.00 - 0.20	Boleh diabaikan
0.20 - 0.40	Rendah
0.40 - 0.60	Sederhana
0.60 - 0.80	Tinggi
0.80 - 1.00	Sangat Tinggi

Sumber: Alias Baba 1999.

Jadual 3.2 Interpretasi Kekuatan Hubungan Antara Pemboleh Ubah Bagi Kajian

Pekali korelasi	Kekuatan Hubungan
0.00 - 0.50	Rendah
0.50 - 1.00	Tinggi

11.4.1 Analisis Hubungan Antara Kemahiran Keusahawanan digital terhadap minat dalam bidang keusahawanan

Analisis dalam bahagian ini adalah untuk mengkaji dan mengenal pasti hubungan yang signifikan antara kemahiran keusahawanan digital alumni Kolej Komuniti Kota Melaka terhadap minat dalam penglibatan bidang keusahawanan yang dijawab menerusi pengujian hipotesis kajian (H1) seperti berikut:

Persoalan kajian ketiga: "Adakah terdapat perbezaan signifikan antara kemahiran keusahawanan digital alumni Kolej Komuniti Kota Melaka terhadap minat dalam bidang keusahawanan?"

Hipotesis pertama (H1): "Terdapat hubungan yang signifikan antara kemahiran keusahawanan digital alumni Kolej Komuniti Kota Melaka terhadap minat dalam bidang keusahawanan?"

Jadual 4.1 menunjukkan hubungan antara kemahiran keusahawanan digital alumni Kolej Komuniti Kota Melaka terhadap minat dalam penglibatan bidang keusahawanan. Menerusi ujian **pekali korelasi Pearson**, nilai korelasi adalah: $r = 0.510$ dan nilai signifikan 0.00 iaitu kurang daripada nilai aras signifikan 0.05. Oleh hal yang demikian, nilai-nilai ini menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara kemahiran keusahawanan digital alumni Kolej Komuniti Kota Melaka terhadap minat dalam penglibatan bidang keusahawanan. Justeru, hipotesis nol (H1) bagi kajian ini gagal ditolak dan kesimpulannya, terdapat hubungan yang signifikan antara kedua pemboleh ubah tidak bersandar ini.

Jadual 4.1 Hubungan Antara Kemahiran keusahawanan Terhadap minat dalam Keusahawanan

Pemboleh Ubah	r	Sig	Tahap Kekuatan Hubungan
Minat	.510	.000	Tinggi

Signifikan pada aras 0.05

11.4.2 Analisis Hubungan Antara Kemahiran Keusahawanan digital terhadap tahap keyakinan dalam bidang keusahawanan

Dalam bahagian ini, persoalan kajian keempat akan dikaji bagi mengenal pasti hubungan antara kemahiran keusahawanan digital terhadap tahap keyakinan dalam penglibatan bidang keusahawanan yang dijawab menerusi pengujian hipotesis kajian (H2) seperti berikut:

Persoalan kajian keempat: "Adakah terdapat perbezaan signifikan antara kemahiran keusahawanan digital terhadap tahap keyakinan alumni Kolej Komuniti Kota Melaka dalam bidang keusahawanan?"

Hipotesis kedua (H2): "Terdapat hubungan yang signifikan antara kemahiran keusahawanan digital terhadap tahap keyakinan alumni Kolej Komuniti Kota Melaka dalam bidang keusahawanan?"

Jadual 5.1 menunjukkan hubungan antara kemahiran keusahawanan digital terhadap tahap keyakinan alumni Kolej Komuniti Kota Melaka dalam penglibatan bidang keusahawanan. Menerusi ujian **pekali korelasi Pearson**, nilai korelasi adalah: $r = 0.566$ dan nilai signifikan 0.00 iaitu kurang daripada nilai aras signifikan 0.05. Oleh hal yang demikian, nilai-nilai ini menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara kemahiran keusahawanan digital terhadap tahap keyakinan alumni dalam penglibatan bidang keusahawanan. Justeru, hipotesis nol (H2) bagi kajian ini gagal ditolak dan dapat disimpulkan bahawa, terdapat hubungan yang signifikan antara kemahiran keusahawanan digital terhadap tahap keyakinan alumni dalam penglibatan bidang keusahawanan.

Jadual 5.1 Hubungan Antara kemahiran keusahawanan digital terhadap tahap keyakinan alumni dalam penglibatan keusahawanan.

Pemboleh Ubah	r	Sig	Tahap Kekuatan Hubungan
Tahap keyakinan	.566	.000	Tinggi

Signifikan pada aras 0.05

11.4.3 Sumbangan Kemahiran Keusahawanan Terhadap Minat dalam bidang keusahawanan

Analisis regresi dalam bahagian ini melibatkan dua peramal iaitu kemahiran keusahawanan digital dan minat dalam penglibatan bidang keusahawanan. Jadual 6.1 dan 6.2 menunjukkan hasil regresi kajian ini langkah demi langkah. Hasil analisis didapati, pemikiran mempunyai varian yang signifikan terhadap keinginan kepada keusahawanan dengan nilai $F=147.277$, nilai signifikan 0.00 yang kurang daripada nilai aras kesignifikan 0.05. Dapatan ini menunjukkan bahawa, faktor Pemikiran menyumbang sebanyak 56.6 peratus ke atas keinginan kepada keusahawanan. Kesimpulannya, apabila faktor pemikiran meningkat satu peratus, maka skor keinginan kepada bidang keusahawanan akan meningkat sebanyak 0.566 peratus.

Jadual 6.1 Analisis Varian Bagi Kemahiran Keusahawanan Digital Terhadap Minat dalam bidang keusahawanan

Model	Jumlah Kuasa Dua	df	Min Kuasa Dua	F	Sig.
1 Regresi	70.813	1	70.813	147.277	0.000
Residual	150.494	313	0.481		
Total	215.968	314			

Jadual 6.2 Analisis Regresi Berganda Bagi Kemahiran Keusahawanan Terhadap Minat Dalam Keusahawanan

Peramal	B	Ralat Piawai	Beta	t	Sig	R ²	Peratusan Sumbangan
Kemahiran Digital	0.790	0.065	0.566	12.136	0.000	0.566	56.6
Pemalar	0.408	0.270		1.514	0.131		

11.4.4 Sumbangan kemahiran keusahawanan digital dan keyakinan dalam bidang keusahawanan

Analisis regresi dalam bahagian ini melibatkan dua peramal iaitu kemahiran keusahawanan digital dan keyakinan dalam penglibatan bidang keusahawanan. Jadual 7.1 dan 7.2 menunjukkan hasil regresi kajian ini langkah demi langkah. Hasil analisis didapati, tingkah laku mempunyai varian yang signifikan terhadap keyakinan dalam penglibatan bidang keusahawanan dengan nilai $F=174.223$, nilai signifikan 0.00 yang kurang daripada nilai aras kesignifikan 0.05. Secara kesimpulannya, apabila faktor kemahiran keusahawanan digital meningkat satu peratus, maka skor keyakinan dalam penglibatan bidang keusahawanan akan meningkat sebanyak 0.598 peratus.

Jadual 7.1 Analisis Varian Bagi kemahiran keusahawanan digital dan keyakinan dalam bidang keusahawanan

Model	Jumlah Kuasa Dua	df	Min Kuasa Dua	F	Sig.
1 Regresi	70.635	1	70.635	152.124	0.000
Residual	145.333	313	0.464		
Total	215.968	314			

Signifikan pada aras 0.05

Peramal: (Constant), Kemahiran Keusahawanan Digital

Pemboleh ubah bersandar: keyakinan dalam penglibatan bidang keusahawanan

Jadual 7.2 Analisis Regresi Berganda Bagi kemahiran keusahawanan digital dan keyakinan dalam bidang keusahawanan

Peramal	B	Ralat Piawai	Beta	t	Sig	R ²	Peratusan Sumbangan
Keyakinan	0.613	0.050	0.572	12.334	0.000	0.572	57.2
Pemalar	1.548	0.177		8.765	0.000		

Kriteria: kemahiran keusahawanan digital

Hasil kajian menunjukkan kemahiran keusahawanan digital ini mampu memberi kesan kepada minat dan keyakinan kepada alumni dalam melibatkan diri di dalam bidang keusahawanan era bahru ini. Kajian ini relevan dengan dapatan Badrul Hisham Hj. Alang Osman (1995), pendidikan formal dan tidak formal menyumbang satu pertiga terhadap prestasi sebenar usahawan. Ini membuktikan betapa pentingnya pendidikan formal dan tidak formal di dalam melahirkan usahawan yang berjaya. Minat juga perlu dipupuk dari peringkat sekolah rendah, menengah dan seterusnya ke peringkat Institusi Pengajian Tinggi (IPT) agar mereka memperoleh pendedahan awal tentang keusahawanan (Erinawati, 2014) oleh demikian kemahiran keusahawanan ini amat sesuai di wujudkan secara menyeluruh dengan desakan terhadap keperluan keusahawanan era bahru selepas pandemic covid-19.

12. Cadangan

Kajian ini menunjukkan bahawa kemahiran keusahawanan digital amat penting dan mampu meningkatkan minat dan keyakinan alumni mahupun pelajar melibatkan diri dalam bidang keusahawanan. Kajian ini juga selari dengan Shapero (1975) yang merumuskan hasil daripada kemahiran yang dimiliki melalui sesi pembelajaran kursus berkaitan keusahawanan boleh mempengaruhi kecenderungan pelajar terhadap keusahawanan. Henderson dan Robertson (1999), turut mendapati bahawa kemahiran merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan seseorang terhadap bidang keusahawanan. Rahinah (1997), turut mendapati pengetahuan yang memuaskan mempengaruhi kecenderungan seseorang individu untuk menceburkan diri dalam bidang keusahawanan.

Rujukan

- Amier Hafizun bin Ab Rashid. (2018), Kecenderungan Pelajar terhadap keusahawanan di Kolej Komuniti Segamat 2. BITARA International Journal of Civilization Studies and Human Science.
- Ali, Hasnah and Abdul Razak, Norhafizah and Ahmad, Sanep (2010) Faktor mempengaruhi kejayaan usahawan peruncitan Melayu : satu kajian kes / Hasnah Ali, Norhafizah Abdul Razak dan Sanep Ahmad. In: Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia, 15-17 Oktober 2010, Bangi, Selangor.
- Badrul Hisham, Alang Osman. (1995), Pengaruh pendidikan formal dan nonformal terhadap prestasi usahawan. Tesis Sarjana Pendidikan. Fakulti Pendidikan: Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi
- Cohen, J. (1988). Statistical power analysis (2nd ed.). Hillsdale NJ: Erlbaum.
- Eriniwati, A. M. (2014). Faktor yang Mendorong Kecenderungan Pelajar Kolej Vokasional ke Arah Bidang Keusahawanan. 1-24 Fakulti Pendidikan Universiti Malaya Kuala Lumpur Lambing, P.A. & Kuehl, C.R. 2003. Entrepreneurship: Third Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Gorman (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education and education for small business management. International Small Business Journal 15 (3), 56-57.
- Hairunnaja Najmuddin. 2005. Membimbing Remaja Memilih Pendidikan & Kerjaya. PTS Professional: Publishing Sdn. Bhd.
- Ismail Abd Karim. 1995. Usahawan express laluan usahawan cemerlang. Kota Bharu: Al-Khafilah Enterprise.
- K. Wang (2004). Enterpreneurial interest of university students in singpaore. Technovation 24, 163- 172
- Mohamed Sharif Mustaffa & Roslee Ahmad. 2006. Bimbingan dan kerjaya (konsep dan amalan kontemporari). Skudai: Universiti Teknologi Malaysia.
- Mohd Yusop, Ahmad dan Saribah (2001). Kesediaan Pelajar-pelajar Institusi Pengajaran Tinggi menceburi Bidang Keusahawanan: Satu Kajian Kes
- Mastura Binti Mustaffa (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan kerjaya keusahawanan dari kalangan Pelajar Kolej Komuniti Temerloh. Kolej Komuniti Temerloh Pahang
- Mohd Shahrir bin Abdullah. (2015). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pelajar – Pelajar Diploma Kejuruteraan Politeknik Dalam Menceburi Bidang Keusahawanan. Laporan projek Fakulti Pendidikan Teknikal dan Vokasional Universiti Tun Hussien Onn Malaysia
- Pallant, J. (2005) SPSS Survival Guide: A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows. 3rd Edition, Open University Press, New York.
- Suzyanty Mohd Shokory, Zuraidah Zainol dan Asmawi Hashim. (2008). Pengaruh Tahap Pendidikan Dan Program Latihan Ke Atas Survival Perniagaan Bumiputera. Universiti Pendidikan Sultan Idris.

- Syazwani Yahaya & Iklima Husna Abdul Rahim. (2015). Hubungan Antara Faktor Latar Belakang Pekerjaan Ibu Bapa Terhadap Minat Keusahawanan Pelajar MRSM. *International Conference On Human Resource Development 2015*: 45-50.
- Shapero, A. (1975). The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, 9, 83–88
- Henderson, R. & Robertson, M. 2000. Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career. *Career development international*. 5(6): 279-287.