

TAHAP PENGETAHUAN DAN KECENDERUNGAN NIAT PELAJAR KOLEJ MARA DAN KOLEJ PROFESIONAL MARA MENCEBURI BIDANG KEUSAHAWANAN SOSIAL

Normala Mohd Hassan
Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia
Tel: +6013-2475626 Email: normala.hassan@mara.gov.my

Norasmah Othman
Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia
Tel: +03-89216240 Email: lin@ukm.edu.my

ABSTRAK

Melihat kepada perkembangan positif bidang keusahawanan di Malaysia, kerajaan kini menggalakkan pula usahawan dan bakal usahawan menceburkan diri dalam bidang keusahawanan sosial. Majlis Amanah Rakyat (MARA) yang cukup sinonim dengan keusahawanan perlu menyahut cabaran kerajaan untuk melahirkan lebih ramai usahawan sosial di Malaysia. Pembudayaan dan penerapan nilai keusahawanan sosial perlu diperluas di institusi pendidikan MARA (IPMa) seluruh negara sebagai usaha menyampaikan pengetahuan mengenai keusahawanan sosial melalui kurikulum dan kokurikulum. Kajian ini dijalankan untuk melihat tahap pengetahuan pelajar di dua jenis IPMa iaitu Kolej MARA (KM) dan Kolej Profesional MARA (KPM) mengenai keusahawanan sosial. Kajian dijalankan secara kuantitatif dan pengumpulan data adalah melalui soal selidik. Seramai 349 orang pelajar di KM dan KPM menjadi sampel bagi kajian ini tetapi hanya 331 soal selidik sahaja dapat digunakan. Hasil dapatan kajian dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensi. Dapatan kajian menunjukkan tahap pengetahuan dan tahap kecenderungan niat pelajar terhadap keusahawanan sosial masih berada pada tahap sederhana tinggi. Manakala statistik inferensi menunjukkan tidak terdapat perbezaan tahap pengetahuan antara pelajar di KM dan KPM. Selain itu juga, terdapat hubungan yang lemah antara tahap pengetahuan pelajar dengan tahap kesediaan kurikulum dan kokurikulum keusahawanan sosial di KM dan KPM.

Kata Kunci: *Keusahawanan sosial, Kolej MARA, Kolej Profesional MARA.*

PENGENALAN

Keusahawanan sosial telah wujud beratus tahun dahulu di seluruh dunia dengan memperkenalkan konsep perubahan sosial dalam masyarakat. Di Malaysia, keusahawanan sosial merupakan satu bidang yang semakin mendapat tempat di kalangan masyarakat masa kini. Ia dilihat sebagai satu kaedah perniagaan yang inovatif dalam menyelesaikan sesuatu masalah yang wujud dalam masyarakat dengan mengambil kira penekanan terhadap nilai sosial (Suraiya & Ahmad Rafli 2015; Shahrilzaily 2017). Kerajaan mengambil pelbagai inisiatif untuk menggalakkan lebih ramai usahawan konvensional di Malaysia menceburi bidang keusahawanan sosial. Kewujudan *Malaysian Global Innovation and Creativity Centre* (MaGIC) pada tahun 2014 membuktikan bahawa kerajaan pada masa itu komited terhadap

peluang yang ada dalam melahirkan lebih ramai usahawan sosial di Malaysia. Pada awal penubuhan MaGIC, seramai lebih kurang 100 orang usahawan sosial yang telah beroperasi dengan objektif khusus termasuklah pendidikan, membasmi kemiskinan, pembangunan luar bandar, kelestarian persekitaran, pengangguran dan program untuk belia berisiko (MaGIC 2015). Malah beberapa agensi lain seperti Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM) dan Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga (TEKUN) juga sudah mula mengorak langkah dalam menggalakkan usahawan menceburi bidang keusahawanan sosial.

Pendidikan keusahawanan sosial menjadi agenda utama dalam sektor pendidikan di luar negara sebagai proses pembudayaan di kalangan masyarakat sehingga tertubuhnya sekolah untuk usahawan sosial (Bornstein, & Bell 1990). Namun begitu, perkembangan mengenai keusahawanan sosial di Malaysia masih baru dan memerlukan lebih banyak pendedahan kepada masyarakat (Radin Siti Aishah 2015; Mohd Ali & Mhd Sarif 2016; Radin Siti Aishah et al. 2017). Ini disebabkan oleh kurang pendedahan mengenai keusahawanan sosial, di samping pembudayaan dan penyampaian pendidikan mengenai keusahawanan sosial begitu terhad kepada masyarakat dan orang awam (Shahrilzaily 2017). Oleh sebab itu, institusi pendidikan dilihat sebagai medium yang tepat untuk membudayakan keusahawanan sosial seterusnya meningkatkan tahap pengetahuan seseorang terutamanya pelajar terhadap keusahawanan sosial (Radin Siti Aishah, Norasmah et al. 2017).

Majlis Amanah Rakyat (MARA) yang begitu sinonim sebagai pusat latihan keusahawanan bertindak sebagai salah satu agensi yang bertanggungjawab dalam mencapai objektif tersebut. Selari dengan misi untuk menerajui bidang keusahawanan, pendidikan dan pelaburan serta memastikan penguasaan ekuiti bumiputera, MARA mengambil langkah awal dengan menerapkan budaya keusahawanan di Institusi Pendidikan MARA (IPMa). IPMa terdiri daripada Kolej MARA (KM) dan Kolej Profesional MARA (KPM) yang ditadbir oleh Bahagian Pendidikan Tinggi, Maktab Rendah Sains MARA (MRSM) yang ditadbir oleh Bahagian Pendidikan Menengah, serta Institut Kemahiran MARA (IKM) dan Kolej Kemahiran Tinggi MARA (KKTM) yang ditadbir oleh Bahagian Kemahiran Tinggi MARA. Pelbagai program berkaitan keusahawanan telah dijalankan di IPMa sebagai salah satu wadah untuk pembudayaan keusahawanan. Justeru, dengan adanya platform ini, maka IPMa juga dilihat sangat sesuai menjadi tempat untuk membudayakan keusahawanan sosial dalam meningkatkan pengetahuan pelajar terhadap keusahawanan sosial, seterusnya dapat menggalakkan pelajar menceburi bidang keusahawanan sosial apabila mereka tamat belajar. Tambahan lagi, pelajar IPMa mempunyai peluang yang amat luas untuk menceburi bidang keusahawanan semasa atau selepas tempoh pengajian kerana mendapat bantuan terutamanya dari pelbagai program latihan dan pembangunan keusahawanan, kemudahan serta khidmat nasihat perniagaan dan pemasaran ("eUsahawan MDEC - Pemangkin Pendapatan Digital" n.d.). Melalui pendidikan keusahawanan yang diperolehi di institusi pendidikan, ia dapat mengalih kecenderungan niat pelajar untuk menceburi bidang keusahawanan (Norasmah & Mazura 2012). Namun begitu, ianya tidak menjadi amalan yang biasa dalam IPMa menyebabkan pengetahuan pelajar terhadap keusahawanan sosial tidak dapat dipastikan tahapnya.

Di peringkat MARA, amalan keusahawanan sosial secara formal hanya dijalankan di KM sahaja melalui satu program yang dinamakan sebagai *Creativity, Activity, Service* (CAS). Ia merupakan satu program khidmat sosial yang memberikan manfaat dalam kehidupan masyarakat dari aspek ekonomi dan sosial (International Baccalaureate Organization 2017).

Pelajar MARA tidak mendapat pendidikan keusahawanan sosial yang formal di dalam bilik darjah tetapi hanya membina pengetahuan terhadap keusahawanan sosial menerusi pembelajaran melalui pengalaman daripada aktiviti CAS tersebut. Selain itu juga, pihak pentadbir sekolah juga kurang memberi sokongan dalam mewujudkan budaya dan pengalaman yang berbeza mengenai keusahawanan sosial (Hayden et al. 2017). Tambahan juga, di KPM juga tidak didedahkan secara formal mengenai keusahawanan sosial. Hal ini menyebabkan pelajar lepasan KM dan KPM lebih ramai memilih untuk menjadi usahawan komersial berbanding bidang keusahawanan sosial apabila mereka tamat belajar (MARA 2017). Melihat kepada permasalahan ini, kajian ini dibuat untuk melihat perbezaan tahap pengetahuan pelajar di bawah pentadbiran Bahagian Pendidikan Tinggi MARA iaitu di KM dan KPM dan kecenderungan pelajar untuk menceburi bidang keusahawanan sosial apabila mereka tamat belajar. Oleh sebab itu, institusi pendidikan dan pusat latihan keusahawanan perlu memainkan peranan penting dalam proses pembentukan budaya keusahawanan sosial di samping menyediakan latihan keusahawanan yang berterusan sebagai proses pembelajaran sosial. Hal ini dapat mempengaruhi niat pelajar untuk menceburi bidang keusahawanan sosial (Schwarz et al. 2009; Farashah 2013; Radin Siti Aishah et al. 2017; Zairon et al. 2017).

METODOLOGI

Reka bentuk kajian merupakan satu perancangan khusus dalam menjalankan sesuatu kajian bagi memastikan tidak berlaku kesilapan yang dilihat boleh menjejaskan hasil kajian (Rosseni 2010). Secara khususnya kajian ini dijalankan secara kuantitatif iaitu satu kaedah pengumpulan data dengan menggunakan borang soal selidik yang diedarkan kepada sampel kajian. Satu kajian rintis telah dibuat bagi menentukan kesahan dan kebolehpercayaan soal selidik. Borang soal selidik pula telah dibina hasil adaptasi daripada kajian oleh Norashidah (2009) dan Ravi (2015) dan telah diubahsuai mengikut kesesuaian item dalam kajian ini. Soal selidik ini mempunyai empat bahagian yang perlu dijawab oleh responden dan mengandungi bentuk soalan pilihan jawapan bagi Bahagian A. Manakala Bahagian B hingga D mengandungi bentuk soalan Skala Likert 1 hingga 5. Pada Bahagian B dan D, ukuran Skala Likert adalah 1 “Sangat Tidak Tepat”, 2 “Tidak Tepat”, 3 “Kurang Tepat”, 4 “Tepat” dan 5 “Sangat Tepat”. Ukuran Skala Likert untuk Bahagian C pula adalah 1 “Sangat Tidak Setuju”, 2 “Tidak Setuju”, 3 “Kurang Setuju”, 4 “Setuju” dan 5 “Sangat Setuju”. Taburan kandungan soal selidik ini ditunjukkan seperti jadual di bawah:

Jadual 1: Taburan Kandungan Soal Selidik

Soal Selidik	Bilangan Item
Bahagian A: Latar belakang pelajar.	6 Item
Bahagian B: Tahap pengetahuan pelajar	10 Item
Bahagian C: Kesiediaan persekitaran dalaman KM dan KPM	40 Item
Bahagian D: Kecenderungan niat pelajar	10 Item

Borang soal selidik ini telah melalui proses kesahan muka dan kesahan kandungan yang telah disemak oleh dua orang pakar yang berpengalaman dalam bidang masing-masing. Pengkaji

telah menggunakan data daripada kajian rintis bagi mendapatkan nilai kesahan konstruk. Nilai kesahan konstruk merujuk kepada nilai pemberat faktor di mana nilai minimum ialah 0.3 bagi setiap item dalam soal selidik (Coakes & Steed 2007). Bagi kajian ini, kesemua item melebihi nilai minimum pemberat faktor iaitu di antara 0.335 hingga 0.820. Manakala kebolehpercayaan instrumen kajian ini diukur dengan menggunakan nilai “*Cronbach Alpha*”. Dalam menentukan kebolehpercayaan setiap soalan dalam soal selidik ini, nilai tersebut adalah melebihi 0.6 sebelum ia boleh digunakan kepada sampel kajian (Al-Sulaiti et al. 2010; Creswell 2012; Gay, Mills & Airasian 2009). Kesemua data yang diperolehi melalui soal selidik akan dianalisis secara sistematik dengan menggunakan perisian *Statistical package for the Social Science (SPSS)* versi 22. Nilai kebolehpercayaan bagi soal selidik kajian ini adalah seperti berikut:

Jadual 2: Nilai Ujian Kebolehpercayaan

Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Bil
Tahap Pengetahuan	0.778	10
Kesediaan Pensyarah	0.804	12
Kesediaan Kurikulum dan Kokurikulum	0.873	18
Kesediaan Sumber Sokongan	0.846	10
Kecenderungan Niat	0.922	10

Dalam kajian ini, populasi kajian adalah sepuluh buah institusi Pendidikan MARA di bawah urus tadbir Bahagian Pendidikan Tinggi MARA yang terdiri daripada KM dan KPM di seluruh Malaysia dan mempunyai anggaran jumlah pelajar seramai 6,202 orang (MARA 2018). Walau bagaimanapun, pengkaji memilih KM dan KPM yang berada di Zon Tengah sahaja sebagai sasaran kajian kerana satu-satunya zon yang menempatkan kedua-dua KM dan KPM. Hal ini disebabkan oleh jumlah pelajar KM dan KPM yang ramai dan berada dalam jarak zon yang berbeza. Tambahan lagi, dapatan yang diambil dari KM dan KPM Zon Tengah ini boleh digeneralisasikan kerana kajian ini tidak memerlukan perbezaan ciri-ciri pelajar. Bagi menentukan jumlah sampel kajian, pengkaji telah menggunakan jadual penentuan Kreijei dan Morgan (1970). Maka untuk kajian ini, seramai 291 orang pelajar telah dipilih sebagai sampel kajian. Pengkaji memilih teknik persampelan secara rawak berstrata berkadaran dalam menentukan sampel kajian. Namun begitu, Gay, Mills & Airasian (2009) menyarankan supaya pengkaji perlu menyediakan lebih sebanyak 20% soal selidik bagi memastikan pengkaji mendapat lebih banyak bilangan sampel untuk mengurangkan risiko ralat (Creswell 2015; Pallant 2010). Oleh sebab itu, pengkaji menyediakan soal selidik sebanyak 349 set untuk diedarkan kepada pelajar semasa yang mendaftar di KM dan KPM Zon Tengah. Walau bagaimanapun, pengkaji hanya menerima sebanyak 331 borang soal selidik memandangkan terdapat dua borang tidak lengkap dan 16 borang tidak dikembalikan semula.

Untuk menginterpretasikan dapatan dalam kajian ini, pengkaji menggunakan nilai min sebagai panduan analisis data. Nilai min merupakan nilai purata yang diambil sebagai mewakili nilai yang dikumpul melalui soal selidik dan ia merupakan kaedah pengukuran kecenderungan memusat. Nilai min diambil untuk menjelaskan purata tahap pengetahuan pelajar dan kecenderungan niat pelajar menceburi bidang keusahawanan sosial. Manakala ujian-t dua sampel tidak bersandar juga dibuat oleh pengkaji untuk melihat sama ada terdapat perbezaan

tahap pengetahuan pelajar mengenai keusahawanan sosial di antara pelajar di KM dan di KPM. Selain itu juga, pengkaji ingin melihat hubungan di antara tahap pengetahuan dengan tahap kesediaan persekitaran dalaman di KM dan KPM. Pengkaji menggunakan ujian korelasi untuk menganalisis dapatan ini. Nilai interpretasi min bagi kajian ini dirujuk berdasarkan jadual di bawah:

Jadual 3: Interpretasi Min

Skor Min	Tahap
1.01 – 2.00	Rendah
2.01 – 3.00	Sederhana Rendah
3.01 – 4.00	Sederhana Tinggi
4.01 – 5.00	Tinggi

Sumber: Norasmah (2002)

PERBINCANGAN

Maklumat Demografi Pelajar

Jadual 4 di bawah menunjukkan maklumat demografi responden bagi kajian ini. Bahagian ini mengumpul maklumat demografi responden mengenai jantina, pusat pengajian, jurusan pengajian semasa, subjek berkaitan keusahawanan yang pernah dipelajari semasa sekolah menengah, pengalaman mengikuti kursus jangka pendek usahawan dan penglibatan responden dalam aktiviti keusahawanan di institusi pengajian semasa.

Jadual 4: Maklumat demografi

Maklumat	Item	Kekerapan	Peratusan
Jantina	Lelaki	116	35.0
	Perempuan	215	65.0
Pusat Pengajian	Kolej MARA	75	22.7
	Kolej Profesional MARA	256	77.3
Jurusan Pengajian	Sains Tulen	53	16.0
	Sains Ikhtisas	73	22.1
	Perniagaan/Perakaunan/ Pemasaran/Ekonomi	205	61.9
Pernah mengambil mana-mana subjek semasa di sekolah menengah (Perdagangan/Pengurusan Perniagaan/Ekonomi/Prinsip Akaun)	Ya	173	52.3
	Tidak	158	47.7
	Pernah	209	63.1

Mengikuti kursus/latihan jangka pendek usahawan	Tidak pernah	122	36.9
Penglibatan dalam aktiviti keusahawanan di pusat pengajian	Pernah terlibat	224	67.7
	Tidak pernah terlibat	107	32.3
	Jumlah	331	100.0

Berdasarkan jadual di atas, didapati sebanyak 65 peratus responden adalah perempuan dan 35 peratus adalah lelaki yang merupakan pelajar semasa yang berdaftar di KM dan KPM. Majoriti daripada responden mengambil jurusan Perniagaan/Perakaunan/Pemasaran/Ekonomi yang menyumbang kepada 61.9 peratus. Kebanyakan responden pernah mengambil subjek yang berkaitan dengan perniagaan/keusahawanan iaitu sebanyak 52.3 peratus manakala 47.7 peratus menyatakan tidak. Sebanyak 63.1 peratus responden menyatakan pernah mengikuti kursus/latihan jangka pendek berkaitan usahawan. Hal ini disebabkan oleh sokongan MARA terhadap pembangunan usahawan sememangnya diterapkan di institusi Pendidikan MARA (Utusan Online 2017). Ini membawa kepada 67.7 peratus responden melibatkan diri secara langsung dalam aktiviti keusahawanan di pusat pengajian masing-masing.

Tahap Pengetahuan Pelajar

Jadual 5: Tahap Pengetahuan Pelajar mengenai Keusahawanan Sosial

Konstruk Pengetahuan	Skor Min	Sisihan Piawai	Tahap
Pemahaman	4.02	0.51	Tinggi
Persepsi	3.92	0.63	Sederhana Tinggi
Keseluruhan	3.99	0.48	Sederhana Tinggi

Jadual 5 menunjukkan min tahap pengetahuan pelajar di KM dan KPM terhadap keusahawanan sosial. Dapatan menunjukkan pengetahuan terhadap keusahawanan sosial berada pada tahap sederhana tinggi dengan mencatat jumlah min keseluruhan sebanyak 3.99. Dapatan ini selari dengan kenyataan MARA dalam Utusan Online (2017a) di mana MARA lebih fokus dalam menerapkan pengetahuan mengenai keusahawanan komersial di kalangan pelajar institusi Pendidikan MARA berbanding keusahawanan sosial. Oleh sebab itu, MARA perlu mencari jalan untuk meningkatkan tahap pengetahuan pelajar terhadap keusahawanan sosial sama ada melalui aktiviti pengajaran dan pembelajaran secara formal atau tidak formal. Hal ini dapat membantu MARA untuk mencapai objektif seterusnya dapat melahirkan lebih ramai usahawan sosial yang dijangka akan mewujudkan peluang pekerjaan di samping penyelesaian sosial kepada masyarakat. Sebagai langkah awal dalam menerapkan budaya keusahawanan sosial, MARA sudah mula menerapkan nilai tanggungjawab sosial dalam organisasi MARA dengan memperkukuhkan program mengenai tanggungjawab sosial melalui penjenamaan semula Yayasan Pelajaran MARA (YPM) kepada Yayasan MARA. Langkah ini dilihat sebagai titik permulaan bagi membangunkan ekonomi Bumiputera. Transformasi ini

berfokus kepada tiga matlamat iaitu pembangunan usahawan dan modal insan; pelaburan dalam penjana pendapatan dan pengukuhan tanggungjawab sosial (eWARTA MARA 2017).

Tahap Kecenderungan Niat Pelajar

Jadual 6: Kecenderungan niat pelajar menceburi bidang keusahawanan sosial

Konstruk	Skor Min	Sisihan Piawai	Tahap
Kecenderungan niat pelajar	3.79	0.784	Sederhana Tinggi

Jadual 6 di atas menunjukkan tahap kecenderungan niat pelajar di KM dan KPM untuk menceburkan diri dalam bidang keusahawanan sosial. Pengkaji mendapati bahawa pelajar di KM dan KPM mempunyai tahap kecenderungan niat yang sederhana tinggi. Dapatan ini seiring dengan tahap pengetahuan pelajar terhadap keusahawanan sosial yang juga berada pada tahap sederhana tinggi. Pengkaji menjangkakan pelajar di KM dan KPM lebih cenderung untuk menceburi bidang keusahawanan komersial memandangkan pelbagai program yang dijalankan oleh MARA dalam menggalakkan pelajaranya melibatkan diri dalam keusahawanan (Utusan Online 2017b). Tambahan lagi, Model Keusahawanan IPMa lebih bersifat keusahawanan komersial berbanding keusahawanan sosial menerusi Model MARA *Startup and Accelerator Edupreneur Model* (MSEAD) yang menggalakkan pelajar membentuk organisasi keusahawanan selalain memenuhi keperluan industri dalam mewujudkan peluang pekerjaan baru (MyMetro 2018).

Perbezaan Tahap Pengetahuan Mengenai Keusahawanan Sosial antara Pelajar KM dan KPM

Jadual 7 menunjukkan perbezaan tahap pengetahuan pelajar mengenai keusahawanan sosial mengikut pusat pengajian iaitu di KM dan KPM. Analisis ini menggunakan ujian-t dua sampel tidak bersandar. Kajian mendapati bahawa tidak terdapat perbezaan yang signifikan pada tahap pengetahuan pelajar KM dan KPM mengenai keusahawanan sosial apabila nilai $t(329) = -0.095$; $p > 0.05$. Ini menunjukkan pusat pengajian tidak mempengaruhi pengetahuan pelajar terhadap keusahawanan sosial. Pengkaji meramalkan hal ini disebabkan oleh kedua-dua pusat pengajian ini adalah di bawah urus tadbir Bahagian Pendidikan Tinggi MARA dan mempunyai perancangan kurikulum dan kokurikulum keusahawanan yang lebih kurang sama.

Jadual 7: Perbezaan tahap pengetahuan mengikut faktor pusat pengajian

Demografi	Faktor	Bil	Min	Sisihan piawai	Darjah Kebebasan	Nilai t	sig.
Pusat pengajian	KM	75	3.9827	0.40416	329	-0.095	0.925
	KPM	256	3.9887	0.50370			

Hubungan Antara Tahap Pengetahuan Pelajar Mengenai Keusahawanan Sosial dengan Tahap Kesiediaan Kurikulum dan Kokurikulum di KM dan KPM

Jadual 8: Jadual Skala Anggaran Kekuatan Perhubungan Antara Pembolehubah

Aras Hubungan	Tahap Hubungan
0.80 – 1.00	Amat Kuat
0.60 – 0.79	Kuat
0.40 – 0.59	Sederhana
0.20 – 0.39	Lemah
0.00 - 0.19	Amat Lemah

Sumber: Chong Hin Lim (2007)

Bagi melihat hubungan antara tahap pengetahuan pelajar mengenai keusahawanan sosial dengan kesediaan kurikulum dan kokurikulum di KM dan KPM, pengkaji telah menjalankan ujian korelasi untuk mengetahui kekuatan hubungan tersebut. Bagi menganalisa dapatan ini, pengkaji merujuk kepada jadual skala anggaran kekuatan hubungan seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 8.

Jadual 9 di bawah menunjukkan dapatan analisis mengenai hubungan yang ingin dilihat antara tahap pengetahuan dengan tahap kesediaan kurikulum dan kokurikulum keusahawanan sosial di KM dan KPM. Hasil analisis mendapati nilai korelasi (r) yang ditunjukkan dalam jadual ini adalah 0.282 pada nilai signifikan (p) adalah 0.01. Dapatan ini menyatakan bahawa terdapat hubungan yang lemah antara tahap pengetahuan pelajar dengan tahap kesediaan kurikulum dan kokurikulum keusahawanan sosial di KM dan KPM.

Jadual 9: Hubungan antara tahap pengetahuan pelajar dengan kesediaan kurikulum dan kokurikulum di KM dan KPM mengenai keusahawanan sosial

		Tahap pengetahuan pelajar	Kesediaan kurikulum dan kokurikulum
Tahap pengetahuan pelajar	Nilai Korelasi Pearson	1	.282**
	Signifikan		.000
Kesediaan kurikulum dan kokurikulum	Nilai Korelasi Pearson	.282**	1
	Signifikan	.000	

** . Korelasi signifikan pada aras 0.01

KESIMPULAN

Bagi merealisasikan hasrat kerajaan dalam melahirkan lebih ramai usahawan sosial di Malaysia, pelbagai inisiatif perlu dibuat sebagai usaha untuk menerapkan pengetahuan terhadap keusahawanan sosial di kalangan masyarakat. Melalui dapatan kajian ini, MARA sebagai salah satu organisasi yang berteraskan keusahawanan perlu mencari inisiatif dan lebih agresif dalam membudayakan keusahawanan sosial seawal di peringkat institusi pendidikan. Hal ini disebabkan oleh pengetahuan mengenai keusahawanan sosial di kalangan pelajar KM dan KPM masih berada di tahap sederhana tinggi. Penerapan ilmu dan pengalaman mengenai keusahawanan sosial perlu dipertingkatkan untuk memastikan pelajar dapat menguasai

pengetahuan tersebut secara lebih mendalam. Kerjasama yang dijalin antara pelbagai pihak seperti pensyarah, pihak pengurusan, pelajar dan juga usahawan sosial diharap dapat meningkatkan tahap pengetahuan pelajar di KM dan KPM terhadap keusahawanan sosial seterusnya dapat mendorong pelajar untuk lebih cenderung melibatkan diri dalam bidang keusahawanan sosial. Dengan ini, objektif MARA untuk melahirkan lebih ramai usahawan di kalangan Bumiputera dapat di capai, seterusnya memenuhi hasrat kerajaan Malaysia dalam melahirkan lebih ramai usahawan sosial di kalangan masyarakat.

RUJUKAN

- Al-Sulaiti, K. I., Baker, M. J., Bryman, A., Baker, M. J., Ballington, L., Bilkey, W. J., Nes, E. et al. 2010. Research Methods for Business Students. *International Marketing Review*,. doi:10.4135/9781412986182
- Apostolakis, C. 2008. The role of higher education in enhancing social entrepreneurship. *3rd European Conference on Entrepreneurship and Innovation Location*, 1(2), 19–26. doi:10.1504/IJSEI.2011.043739
- Azilahwati, A., Syaharizad, A. R. & Intan Shazila, S. 2014. Keusahawanan Sosial: Kesiediaan Usahawan Kolej Komuniti Malaysia. *Prosiding Seminar Antarabangsa Kelestarian Insan*, 2014(April), 1–8.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C. & Fiet, J. O. 2014. The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship: Theory and Practice*,. doi:10.1111/etap.12095
- Bornstein, D. & Bell, P. D. 1990. KEUSAHAWANAN SOSIAL: KOPERASI dan USAHAWAN 24–34.
- Čapienė, A. & Ragauskaitė, A. 2017. Entrepreneurship education at university: innovative models and current trends 2, 284–291. doi:10.22616/rrd.23.2017.080
- Coakes, S. J., & Steed, L. (2007). SPSS Version 14.0 for windows: Analysis without anguish.
- Council, B. 2016. Social enterprise in a global context: the role of higher education institutions (August). Retrieved from https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/british_council_social_enterprise_brochure_draft_11_interactive_version_25_05_15.pdf
- Creswell, J. W. 2012. *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. *Educational Research*,. doi:10.1017/CBO9781107415324.004
- Creswell, J. W. 2015. *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. *Educational Research*,. doi:10.1007/s13398-014-0173-7.2
- Dehghanpour Farashah, A. 2013. The process of impact of entrepreneurship education and training on entrepreneurship perception and intention. *Education + Training*, 55(8/9), 868–885. doi:10.1108/ET-04-2013-0053
- eUsahawan MDEC - Pemangkin Pendapatan Digital. (n.d.). <https://eusahawan.mdec.my/pembudayaan-keusahawanan-sejuta-usahawan-berkualiti-oleh-mara/> [2 October 2018].
- eWARTA MARA. 2017. Iltizam Berterusan Tanggungjawab Sosial MARA _ eWARTA MARA.
- Gay, L. R., Mills, G. & Airasian, P. 2009. Ch. 7: Survey Research. *New Scientist*,. doi:10.1016/S0262-4079(09)63022-0

- Hayden, M., Hemmens, A., McIntosh, S., Sandoval-Hernández, A. & Thompson, J. 2017. The Impact of Creativity, Action, Service (CAS) on students and communities: Report for the International Baccalaureate Organization (August), 1–101. doi:10.13140/RG.2.2.26677.37602
- International Baccalaureate Organization. 2017. *Creativity, Activity, Service Guide*.
- MaGIC. 2015. *Unleashing the power of Social Entrepreneurship: Malaysia Social Enterprise Blueprint 2015-2018*. Malaysian Global Innovation and Creativity Centre (MaGIC),. doi:10.1017/CBO9781107415324.004
- Mohd Ali Kadir Abdul Bahari & Mhd Sarif Suhaimi. 2016. Social entrepreneurship, social entrepreneur and social enterprise: A review of concepts, definitions and development in Malaysia. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 4(2), 16. Retrieved from www.jeeir.com
- MyMetro. 2018. Model keusahawanan IPMa lahir usahawan masa depan _ Harian Metro.
- Norasmah Othman. 2002. *Keberkesanan Program Keusahawanan Remaja Di Sekolah Menengah*. Tesis Ijazah Doktor Falsafah,. Retrieved from <http://psasir.upm.edu.my/9275/>
- Norasmah Othman & Mazura Mansor. 2012. Entrepreneurial intentions among polytechnic students in Malaysia. *International Business Management*, 6(4), 517–526. doi:10.3923/ibm.2012.517.526
- Norasmah Othman, Norashidah Hashim & Hariyaty Ab Wahid. 2012. Readiness towards entrepreneurship education: Students and Malaysian universities. *Education + Training*,. doi:10.1108/00400911211274837
- Pallant, J. 2010. *SPSS Survival Manual: A step-by-step guide to data analysis using SPSS, 4th Edition*. McGraw-Hill International, New York,.
- Radin Siti Aishah, R. A. R., Norasmah, O. & Pihie, Z. A. L. 2017. Social entrepreneurial intention among students of different status and university category. *International Journal of Economic Research*,.
- Radin Siti Aishah, R. A. R., Zaidatol Akmaliah, L. P., Norasmah, O. & Harun, H. 2017. Penguasaan Kemahiran Keusahawanan Sosial (the Mastery of Social Entrepreneurial Skills Among Public 3(7), 24–31.
- Radin Siti Aishah Radin A Rahman, Norasmah Othman, Zaidatol Akmaliah Lope Pihie & Hariyaty Ab. 2016. Entrepreneurial Intention and Social Entrepreneurship among Students in Malaysian Higher Education. *nternational Scholarly and Scientific Research & Innovation*, hlm.Vol. 10, 175–181.
- Rosseni, D. 2010. Analisis data kuantitatif dalam kajian pembinaan. *Penyelidikan dalam pendidikan*,.
- Sarikaya, M. & Coşkun, E. 2015. A New Approach in Preschool Education: Social Entrepreneurship Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*,. doi:10.1016/j.sbspro.2015.06.368
- Shahrilzaily Ab Karim. 2017. Amalan Keusahawanan Sosial Di Malaysia: Konsep Dan Definisi. *Journal of Humanities, Language, Culture and Business (HLCB)*, hlm.Vol. 1, 133–142.
- Siti, R. & Radin, A. 2015. Students Perception on Social Entrepreneurship Education in Higher Education Institutions (HEIs). *International Journal for Innovation Education and Research*,.

- Suraiya Ishak & Ahmad Rafli Che Omar. 2015. Keusahawanan sosial sebagai satu pendekatan inovatif ke arah transformasi sosial masyarakat : Kajian kes di Malaysia. *Malaysian Journal of Society and Space*, 11(8), 38–51.
- Utusan Online. 2017a. Galakkan pembangunan, pendidikan keusahawanan - Nasional - Utusan Online.
- Utusan Online. 2017b. MARA terap budaya keusahawanan di IPMa - Nasional - Utusan Online.
- Wahid, H. A., Ahmad, N. L., Othman, N. & Wan Salmuni, W. M. 2016. Kesosialan , Inovasi dan Orientasi Pasaran dalam Kalangan Pelajar Aktif Keusahawanan Keusahawanan Sosial Di Universiti Awam Malaysia. *Journal of Global Bussiness and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 3(5), 1–10.
- Zaidatol Akmaliah Lope Pihie, Abd Rahim Bakar, M. M. K. 2002. Pelaksanaan Pendidikan Keusahawanan di Malaysia : Kesan Terhadap Aspirasi Keusahawanan Pelajar. *Pertanika Journal Sosial Sciences & Humanities*,.
- Zairon Mustapha, Noor Afizah Atan & Elyn Mohd Ridzwan. 2017. LONJAKAN NILAI-NILAI KEUSAHAWANAN PELAJAR POLITEKNIK MENERUSI PROGRAM i-SMART. *Advance Journal of Technical and Vocational Education*, 1(1), 291–300.