

85416-280040- tanpa rujukan.docx

by asrul nizam abd rahim

Submission date: 28-Apr-2025 07:59PM (UTC+0900)

Submission ID: 2632811063

File name: 85416-280040-_tanpa_rujukan.docx (106.86K)

Word count: 4547

Character count: 30300

Artikel

Kompetensi Keusahawanan Personal Pelajar TVET MARA Bagi Subjek Keusahawanan Digital
(Personal Entrepreneurial Competencies of MARA TVET Students for the Digital Entrepreneurship Subject)

Asrul Nizam bin Abd Rahim ^{1*} dan Siti Zuraidah binti Md Osman ²

¹Pusat Pengajian Ilmu Pendidikan, Universiti Sains Malaysia 11800 Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang

*Corresponding author: Asrul Nizam bin Abd Rahim (asrul1979@student.usm.my)

Abstrak : Keusahawanan Digital (KD) merupakan subjek yang diajar dan diberikan penekanan bagi institusi pendidikan TVET MARA. Berdasarkan kepada kajian yang lepas, terdapat kekurangan dalam mengukur kompetensi keusahawanan personal (KKP) dalam aspek pembelajaran bagi subjek keusahawanan digital. Oleh itu, objektif kajian ini adalah melihat keberkesanan subjek keusahawanan digital ke atas pelajar TVET MARA. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif melibatkan penggunaan soal selidik sebagai instrumen dalam mengukur kajian yang dijalankan. Soal selidik yang dibangunkan merangkumi 70 soalan yang melibatkan 13 kompetensi keusahawanan personal (KKP). Prosedur pensampelan melibatkan TVET MARA seluruh Malaysia yang mengambil sampel keusahawanan digital. Namun begitu, hanya 117 orang pelajar sahaja yang menjawab soal selidik yang diberikan dalam tempoh yang ditetapkan. Dalam membuat analisis kompetensi keusahawanan personal, format analisis menggunakan perisian Microsoft Excel yang dibangunkan oleh Butt & Thechatakerng (2015) digunakan dalam membuat analisis kompetensi keusahawanan personal (KKP) secara keseluruhan. Hasil dapat kajian mendapati secara keseluruhan pelajar KKT/MJII/IKM mempunyai kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang lemah dan ini menunjukkan aktiviti pengajaran dan pembelajaran bagi subjek keusahawanan digital tidak mampu menarik minat pelajar dalam bidang keusahawanan. Implikasi penemuan ini adalah antara cadangan yang boleh dibuat adalah berkolaborasi dengan pihak usahawan melalui konsep dropship atau *affiliate*, menambahkan modul pembelajaran yang lebih menarik dan interatif dan pendedahan dengan ekspo atau aktiviti perniagaan di luar institusi. Kaedah ini dapat membantu pelajar dalam meningkatkan kompetensi keusahawanan personal (KKP) bagi subjek keusahawanan digital.

Kata kunci: Keusahawanan, keusahawanan digital, kompetensi keusahawanan personal, minat keusahawanan, teknologi

Abstract: Digital Entrepreneurship (DE) is a subject taught and emphasized in MARA TVET educational institutions. Based on previous studies, there is a lack of measurement of personal entrepreneurial competencies (PEC) in the learning aspects of the digital entrepreneurship subject. Therefore, the objective of this study is to examine the effectiveness of the digital

entrepreneurship subject on MARA TVET students. This study uses a quantitative method involving the use of a questionnaire as an instrument in measuring the conducted research. The developed questionnaire includes 70 questions involving 13 personal entrepreneurship competencies (PEC). The sampling procedure involved TVET MARA across Malaysia that took the digital entrepreneurship subject. However, only 117 students responded to the questionnaire provided within the specified period. In conducting the analysis of personal entrepreneurial competencies, the analysis format using Microsoft Excel software developed by Butcher & Thechatakeng (2015) was used to analyze personal entrepreneurial competencies (PEC) as a whole. The results of the study found that overall, KKTU/MJII/IKM students have weak personal entrepreneurship competencies (KKP), indicating that the teaching and learning activities for the digital entrepreneurship subject are unable to attract students' interest in the field of entrepreneurship. The implications of these findings suggest that among the recommendations that can be made are collaborating with entrepreneurs through the dropship or affiliate concept, improving learning modules to be more engaging and interactive, and exposure to expos or business activities outside the institution. This method can help students improve their personal entrepreneurial competence (KKP) for the subject of digital entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, digital entrepreneurship, personal entrepreneurial competencies, entrepreneurial interest, technology

Pengenalan

Keusahawanan merupakan elemen terakhir dalam pemilihan kerjaya oleh pelajar Institusi Pengajian Tinggi dan Institusi Pendidikan Tinggi dan Latihan Vokasional (TVET). Ini adalah keranan penerapan elemen keusahawanan merupakan satu pemangkin yang kuat dari seseorang pendidik dalam mendidik seorang pelajar bagi membina dan memupuk minat, kemahiran dan kualiti keusahawanan dalam memperkasakan mereka dalam dunia perniagaan nanti (Daud & Nordin, 2023). Bidang keusahawanan telah dijadikan sebagai pilihan terakhir atau pekerjaan sementara sahaja dan pelajar beranggapan usahawan bukan pekerjaan yang boleh dibanggakan dan stabil seperti pekerjaan yang lain dalam era revolusi 4.0 (Abd Latif et al., 2021). Dalam usaha menarik minat pelajar dalam bidang keusahawanan, penekanan penggunaan teknologi dalam pemasaran adalah amat diperlukan. Justeru itu, subjek keusahawanan digital merupakan salah satu subjek teras yang diberikan penekanan dalam Institusi Pengajian Tinggi (IPT) dan Institusi Pendidikan Tinggi dan Latihan Vokasional (TVET). Keusahawanan digital pula merujuk penciptaan sesuatu usaha baharu dan kemudian mentransformasikan perniagaan sedia ada dengan membangunkan serta menggunakan teknologi digital terkini (Ayob et al. 2023). Subjek keusahawanan digital dilihat sebagai penciptaan dan penggunaan teknologi baru dalam mentransformasikan perniagaan sedia ada yang mendorong dalam meningkatkan operasi perniagaan serta mencipta model perniagaan baru yang berdaya saing (Khalil et al, 2021). Subjek keusahawanan digital diajar kepada pelajar tentang kaedah dalam menggunakan teknologi bagi pemasaran digital serta pengurusan perniagaan secara efektif. Melalui subjek ini antara kemahiran yang perlu dikuasai oleh pelajar adalah kemahiran memasarkan produk atau perkhidmatan jualan, kemahiran komunikasi secara atas talian dan menguruskan transaksi elektronik, bagi memenuhi ciri-ciri salah satu model e-dagang iaitu perniagaan kepada pengguna (B2C) (Roslan & Ghafar, 2021). Namun begitu, penggunaan teknologi pemasaran tidak mencukupi tanpa pelajar dilengkapi dengan kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang secukupnya.

Kompetensi keusahawanan personal (KKP) ditakrifkan pengetahuan, kemahiran dan sikap yang mempengaruhi kesanggupan dan keupayaan untuk melaksanakan tugas keusahawanan penciptaan nilai baharu. Kompetensi keusahawanan personal (KKP) telah dibangunkan oleh Sistem Pengurusan Antarabangsa (MSI) dan Mcber pada tahun 1980-an (Polinar et al., 2022) dan dibahagikan kepada 13 kompetensi keusahawanan personal (KKP) (Alfitri et al., 2023). Menurut Rosita (2023), kompetensi keusahawanan personal (KKP) adalah kompetensi asas yang harus seseorang bangunkan sekiranya mereka ingin memerlukan memulakan perniagaan baru mereka sendiri pada masa hadapan. Ini menunjukkan bahawa kompetensi keusahawanan personal (KKP) dalam adalah penting dalam demi menjamin pertumbuhan dalam perniagaan.

Selari dengan itu, kompetensi keusahawanan personal (KKP) adalah penting dalam mengukur keberkesanan aktiviti pembelajaran terutama subjek keusahawanan digital berdasarkan kepada analisis yang dijalankan berasaskan bukti-bukti empirikal. Oleh itu, objektif kajian ini ialah mengukur tahap kompetensi keusahawanan personal (KKP) terhadap proses pembelajaran subjek keusahawanan digital (KD) bagi pelajar TVET Majlis Amanah Rakyat (MARA) sama ada ia boleh membantu meningkatkan minat pelajar dalam bidang keusahawanan selepas tamat graduasi.

Sorotan Karya

1. Keusahawanan Digital Dan Kompetensi Keusahawanan Personal (KKP)

Keusahawanan digital (KD) dilihat sebagai penciptaan dan penggunaan teknologi baru dalam mentransformasikan perniagaan sedia ada yang mendorong dalam meningkatkan operasi perniagaan serta mencipta model perniagaan baru yang berdaya saing (Khalil et al., 2021). Ianya juga dianggap sebagai sub kategori di dalam keusahawanan (Esmaceeli, 2011), yang telah digital daripada organisasi tradisional. Keusahawanan digital merupakan perniagaan atas talian (Latif et al., 2021). Pelajar pada hari ini perlu memiliki pengetahuan serta kemahiran selaras dengan pembangunan teknologi hari ini bagi memudahkan proses mereka untuk menjadi usahawan (Said et al., 2023). Keusahawanan digital ia merupakan suatu usaha untuk mempromosi cakra keusahawanan, berdikari dan bekerja dalam pasukan, tolong menolong, membuat analisis dan keputusan serta merangka solusi baru dalam menyelesaikan masalah (Ayob et al., 2023). Subjek keusahawanan digital adalah kursus teras umum (*common core*) yang perlu dipelajari oleh pelajar dan menurut Roslan dan Ghafar (2021) yang menyatakan bahawa pelajar yang mempunyai ilmu pengetahuan berkaitan keusahawanan dapat berfikir pada tahap yang tinggi serta kompleks dan sabar dalam mempelajari sesuatu. Dalam aktiviti keusahawanan digital, pelbagai kecekapan teknologi digital diperlukan untuk menyesuaikan diri dan menggabungkan pelbagai teknologi dan inovasi digital (Witwo et al., 2023). Penglibatan pelajar IPT dan TVET dalam keusahawanan digital boleh dibahagikan kepada beberapa kategori seperti droship, rangkaian sosial, pemasaran e-mel, afiliasi dan forum pemasaran (Khalil et al., 2021). Dengan adanya sistem teknologi semakin meluas, belia boleh menggunakannya sebagai sebuah platform untuk mempromosikan keusahawanan yang dijalankan (Said et al., 2023).

Kompetensi keusahawanan personal (KKP) merupakan elemen yang sangat penting yang perlu dimiliki oleh usahawan muda khusus pelajar kerana usahawan yang lebih kompeten dan cekap mampu bersaing lebih efektif dengan usahawan lain yang mempunyai pengetahuan yang sama (Daud & Nordin, 2023). Kompetensi keusahawanan personal (KKP) dibangunkan oleh MSI

bagi tujuan pembangunan, penyemakan, semakan, dan penggubalan kurikulum yang dapat memberikan maklumat yang berharga tentang kompetensi keusahawanan personal (KKP) pelajar yang penting untuk pembangunan kurikulum, program dan dasar yang boleh meningkatkan kompetensi keusahawanan pelajar (Romero & Nalangan, 2023). Kompetensi keusahawanan personal (KKP) merangkumi 13 kompetensi iaitu: 1) Inisiatif, 2) Melihat dan Bertindak Berdasarkan Peluang, 3) Kegigihan, 4) Mencari maklumat, 5) Keprihatinan untuk Kualiti Kerja Tinggi, 6) Komitmen terhadap Kontrak Kerja, 7) Orientasi Kecekapan, 8) Perancangan Yang Sistematis, 9) Penyelesaian Masalah, 10) Keyakinan diri, 11) Ketegasan, 12) Pujukan dan 13) Penggunaan Strategi Pengaruh (Alagappan et al., 2023). Oleh yang demikian, sekiranya pelajar dengan kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang rendah lebih berminat untuk bekerja dari mendapat peluang untuk menjadi usahawan (Azizan & Othman, 2024).

Kompetensi inisiatif bermaksud kuasa atau peluang untuk bertindak atau mengambil alih di hadapan orang lain dan juga tindakan atau strategi yang bertujuan untuk menyelesaikan kesulitan atau memperbaiki keadaan atau pendekatan kepada sesuatu yang baru (Harun et al., 2021). Manakala kompetensi melihat dan merebut peluang adalah sebagai keupayaan seseorang individu menggunakan kemahiran individu dalam menentukan sebarang kemungkinan keadaan yang dia boleh gunakan untuk faedah peribadi atau masyarakat dengan dan mengeksploitasi diri dalam atau memihak kepadanya sama ada melalui penciptaan perniagaan atau pembangunan kerjaya (Romero & Nalangan, 2023). Kompetensi kecekapan bermaksud usaha berterusan mengejar sesuatu walaupun orang lain mengatakan seseorang itu tidak berjaya atau membuat masa dan melihatkan sikap seseorang usahawan yang berdiri teguh dan tidak berputus asa terutamanya ketika menghadapi masa yang mencabar semasa melaksanakan sesuatu yang baru atau sukar (Azizan & Othman, 2024).

Kompetensi mencari maklumat bermaksud seseorang usahawan memiliki kecekapan dalam mengumpul dan mentafsir data daripada pelbagai sumber bagi meningkatkan prestasi perniagaan secara keseluruhan (Cabusao, 2023). Selain itu, kompetensi penekanan ke atas kualiti iaitu boleh definisikan tingkah laku usahawan untuk mencari cara bagi melakukan perkara yang lebih baik, lebih cepat, dan lebih murah; bertindak untuk melakukan perkara yang memenuhi atau melebihi standard kecemerlangan, serta membangunkan menggunakan prosedur untuk memastikan kerja disiapkan tepat pada masanya dan itu kerja memenuhi standard kualiti yang dipersetujui (Buitrago et al., 2022). Dan kompetensi komitmen ke atas perjanjian kerja bermaksud keadaan di mana seseorang menumpukan sejumlah besar masa dan perhatian kepada sesuatu kerana mereka percaya ianya betul dan penting serta apabila seseorang menerima pekerjaan, mereka mesti bersetuju untuk mengambil tanggungjawab sepenuhnya dan melaksanakan tugas dengan cekap (Azizan & Othman, 2024).

Kompetensi berorientasikan kecekapan bermaksud seseorang menetapkan standard yang tinggi tetapi realistik kecemerlangan untuk dirinya sendiri dan dia mendapati sukar untuk berkompromi dengan piawaian tersebut berusaha untuk mencari cara untuk melakukan sesuatu dengan lebih baik, lebih pantas atau lebih murah (Cruz et al., 2023). Bagi kompetensi perancangan sistematik membolehkan seseorang usahawan untuk membuat perancangan dan menilai kebolehan bagi memaksimumkan sumber yang ada melalui perancangan yang teliti dan pemantauan secara berterusan (Cabusao, 2023). Di samping itu, kompetensi penyelesaian masalah adalah proses yang digunakan semasa mencari atau mencipta penyelesaian kepada

cabaran atau pelbagai cabaran dalam sistem yang lebih besar dan kompetensi ini penting kepada usahawan kerana ia membolehkan mereka menangani masalah kehidupan sebenar yang perlu diselesaikan (Peschl et al., 2021). Manakala Kompetensi keyakinan diri boleh didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang terhadap keupayaan dirinya atau potensi untuk melakukan sesuatu sambil mengakui keterbatasannya (Bignotia et al., 2022).

Kompetensi ketegasan bermaksud usahawan yakin dalam gaya atau tingkah laku di mana mereka sentiasa menghadapi masalah dan isu dengan orang lain secara langsung (Harun et al., 2021). Selain itu, kompetensi meyakinkan orang lain bermaksud seseorang usahawan itu semula jadi boleh jadi pemimpin yang boleh memenangkan orang ramai dengan cara pemikirannya termasuklah pembekal, pembeli dan lain-lain lagi dalam usaha membina rangkaian kenalan yang berguna dalam memulakan dan membina perniagaannya (Cruz et al., 2023). Akhir sekali, kompetensi mempengaruhi orang lain didefinisikan sebagai tentang kejayaan usahawan mempengaruhi orang lain untuk mengambil tindakan atau berfikir dengan cara tertentu (Bignotia et al., 2022).

Kajian yang lepas dijalankan lebih melihat kepada faktor dominan dan hubungan dengan kompetensi keusahawanan personal (KKP) dan minat keusahawanan pelajar yang mengambil subjek keusahawanan dan aktiviti keusahawanan. Walaupun terdapat hubungan yang positif di antara kompetensi keusahawanan personal (KKP) dengan program pembelajaran (Romero & Nalangan, 2023), masih terdapat kekurangan kajian ke atas keberkesanan subjek keusahawanan sendiri. Selain itu, kajian lain lebih memfokuskan kepada 10 kompetensi keusahawanan personal (KKP) dan bukan kepada 13 kompetensi keusahawanan personal (KKP). Kekurangan kajian dalam elemen kompetensi keusahawanan personal (KKP) dalam kajian subjek keusahawanan terutamanya melibatkan aspek pendigitalan menyebabkan pensyarah tidak dapat mengenalpasti kekurangan kompetensi keusahawanan personal (KKP) pelajar di bawah seliaannya. Ini adalah kerana salah satu elemen utama kurikulum perniagaan yang perlu dimiliki oleh pelajar ialah kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang menjadi pemangkin kepada pelajar ini akan terus menjadi usahawan masa depan (Sabugo et al., 2023).

23

Kaedah Kajian

Kajian ini menggunakan kaedah kajian kuantitatif dengan membangunkan secara online melalui aplikasi *google forms* sebagai medium pengedaran kepada kumpulan sasaran. Kaedah bancian digunakan bagi mengutip maklumat yang berkaitan dengan bantuan pensyarah keusahawanan TVET MARA yang mengajar subjek keusahawanan digital sama ada daripada peringkat Diploma atau Sijil. Kaedah pengumpulan data dilaksanakan secara talian melalui WhatsApp menggunakan *google form* kerana lokasi kajian adalah seluruh Malaysia dan jarak adalah jauh dari pusat kajian. Prosedur pensampelan adalah mengikut teknik pensampelan oleh *Krajcie & Morgan (1970) (Oladeji & Sophia, 2022)*. Populasi kajian adalah difokuskan kepada pelajar TVET MARA yang mengambil subjek keusahawanan digital seluruh Malaysia iaitu berjumlah 500 orang pelajar pada sesi Jan-Jun 2024 namun hanya 117 orang sahaja pelajar yang mengisi borang soal selidik berkenaan.

Soal selidik yang dibangunkan mengandungi dua bahagian iaitu bahagian demografi dan bahagian berkaitan dengan soalan **kompetensi keusahawanan personal (KKP)**. Item dalam

bahagian demografi yang dikenal pasti berdasarkan kepada kajian adalah seperti institusi, program pengajian, sesi pengajian, umur, jantina dan subjek dan kod subjek. Manakala item dalam bahagian kompetensi keusahawanan personal (KKP) terdiri daripada 70 item yang diterima pakai dan telah dibangunkan oleh Butt & Thechatakerng (2015) dan soal selidik ini terdiri daripada 70 pernyataan tingkah laku. Dalam soal selidik berkenaan terdapat 13 kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang digunakan iaitu inisiatif, melihat dan merebut peluang, kecekalan, mencari maklumat, menitik beratkan mutu kerja yang tinggi, komitmen terhadap perjanjian kerja, berorientasi ke arah kecekapan, membuat perancangan yang sistematik, penyelesaian masalah, keyakinan diri, ketegasan, meyakinkan orang lain dan menggunakan strategi pengaruh (McClelland et al., 1987) diadaptasi melalui Alagappar et al., (2023). Menurut Rosita (2023), melalui responden diminta menilai sejauh mana setiap satu pernyataan menggambarkan dia pada skala Likert lima mata (dengan 5 = sangat baik, 4 = baik, 3 = agak, 2 = sangat sedikit dan 1 = tidak sama sekali).

Bagi analisis data, penyelidikan oleh McBer dan Co, di mana skor min yang dikira ≤ 15 adalah lemah, 16–18 adalah sederhana, dan ≥ 19 adalah petunjuk kuat ciri keusahawanan (Dumilag et al., 2023; Sabugo et al., 2023). Analisis data menggunakan format pemarkahan kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang menggunakan perisian Microsoft Excel dan format ini juga menggunakan pendekatan yang dibangunkan oleh Butt & Thechatakerng (2015).

Jadual 1 menunjukkan latar belakang responden, Responden adalah terdiri daripada 109 orang lelaki (93.2) dan 8 orang perempuan (6.8). Majoriti pelajar mengikut umur adalah sebanyak 67 (57.3%) bagi lingkungan umur 18-21 tahun berbanding dengan mereka yang berumur 22-25 tahun (44 atau 37.6%), lingkungan umur 26-29 tahun (5 atau 4.3%) dan 30 ke atas (1 atau 0.9 peratus). Bagi pusat pengajian respon pelajar dari IKM iaitu 75 orang pelajar atau 64.1% lebih besar berbanding dengan responden pelajar dari KKTm / MJII iaitu sebanyak 42 orang pelajar atau 35.90%. Bagi peringkat Diploma adalah lebih tinggi berbanding dengan peringkat Sijil dengan bilangan responden 107 orang pelajar diploma atau 91.5% berbanding dengan 10 orang pelajar sijil atau 8.5 %. Ini adalah kerana pihak Bahagian Kemahiran & Teknikal MARA (BKT MARA) sedang giat menaik taraf program Sijil ke peringkat Diploma. disebabkan oleh kompetensi yang diperlukan oleh industri dan kemahiran yang dimiliki oleh graduan (Abdullah & Nasuka, 2024).

Jadual 1. Profil Demografi Responden

| | Profil Pelajar | Bilangan | Peratus (%) |
|---------------------|----------------|----------|-------------|
| Jantina | Lelaki | 109 | 93.2 |
| | Perempuan | 8 | 6.8 |
| Umur | 18-21 | 67 | 57.3 |
| | 22-25 | 44 | 37.6 |
| | 26-29 | 5 | 4.3 |
| | 30 KE ATAS | 1 | 0.9 |
| Pusat Pengajian | IKM | 75 | 64.10 |
| | KKTm /MJII | 42 | 35.90 |
| Peringkat Pengajian | DIPLOMA | 107 | 91.5 |
| | SIJIL | 10 | 8.5 |

Jadual 2 menunjukkan tahap kompetensi keusahawanan personal (KKP) pelajar terhadap pembelajaran subjek keusahawanan digital di KKTm/MJII/IKM. Berdasarkan jadual di atas,

majoriti pelajar mencapai skor bawah 15 dan ini menunjukkan bahawa pelajar mencapai kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang memuaskan dalam aspek pembelajaran subjek keusahawanan digital. Ini adalah kerana pelajar mungkin kekurangan kemahiran teknikal kemahiran dalam pengurusan pasaran dan kewangan, serta sedikit pemahaman tentang penambahan nilai (Dumilag et al., 2023). Menurut Khalil et al. (2021), sekiranya pelajar gagal mencapai tahap kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang tinggi disebabkan mereka belum mencapai tahap kemahiran keusahawanan yang diperlukan untuk menjadikan aktiviti bidang keusahawanan digital sebagai kerjaya dan terdapat responden kajian ini tidak terfikir untuk menjadikan aktiviti bidang keusahawanan digital sebagai pemilihan kerjaya pada masa hadapan.

Pelajar mungkin tidak dilengkapkan dengan kemahiran teknikal terutama dari sudut pengurusan pasaran dan kewangan serta sedikit pemahaman tentang penambahan nilai dalam perniagaan (Dumilag et al., 2023). Sehubungan dengan itu, pelajar perlu mempunyai kompetensi seorang usahawan agar mereka bersedia menghadapi dunia sebenar pemasaran, terutamanya dalam penciptaan strategi pemasaran yang berkesan (Romero & Nalangan, 2023). Pelajar dengan tahap pendidikan yang lebih tinggi mungkin mempunyai pemahaman yang lebih baik tentang risiko, lebih cenderung untuk mengejar produk berkualiti tinggi, dan mungkin lebih peka apabila ia melibatkan kompetensi keusahawanan personal (KKP) (Dumilag et al., 2023). Oleh yang demikian dalam meningkatkan kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang tinggi, membangunkan kompetensi keusahawanan personal (KPP) mungkin merupakan proses yang beransur-ansur dan berterusan (Obregon et al., 2023).

Jadual 2. Tahap Kompetensi keusahawanan personal (KKP) Pelajar

| Kompetensi | SKOR | | | PERATUSAN SKOR % | | |
|---------------------------------|------|-----|------|------------------|--------|-------|
| | <=15 | >15 | >=19 | | | |
| 25 Inisiatif | 112 | 4 | 1 | 95.73% | 3.42% | 0.85% |
| Melihat dan bertindak peluang | 114 | 1 | 2 | 97.44% | 0.85% | 1.71% |
| Kecekalan | 111 | 5 | 1 | 94.87% | 4.27% | 0.85% |
| Mencari maklumat | 104 | 12 | 1 | 88.89% | 10.26% | 0.85% |
| Penekanan ke atas kualiti kerja | 113 | 3 | 1 | 96.58% | 2.56% | 0.85% |
| Komitmen untuk bekerja kontrak | 114 | 2 | 1 | 97.44% | 1.71% | 0.85% |
| 14 Orientasi kecekapan | 104 | 11 | 2 | 88.89% | 9.40% | 1.71% |
| Perancangan yang sistematik | 109 | 7 | 1 | 93.16% | 5.98% | 0.85% |
| Penyelesaian masalah | 112 | 4 | 1 | 95.73% | 3.42% | 0.85% |
| Keyakinan diri | 114 | 2 | 1 | 97.44% | 1.71% | 0.85% |
| Ketegasan | 114 | 2 | 1 | 97.44% | 1.71% | 0.85% |
| Mempengaruhi orang lain | 114 | 2 | 1 | 97.44% | 1.71% | 0.85% |
| Penggunaan strategi pengaruh | 115 | 1 | 1 | 98.29% | 0.85% | 0.85% |

Kelemahan kompetensi inisiatif oleh pelajar disebabkan oleh ketidakupayaan membuat keputusan dan kurang nilai tambah ke atas penghasilan dan pemasaran produk (Amalia et al., 2021) dan pelajar tidak mempunyai persediaan dan maklumat yang mencukupi tentang halangan yang dihadapi dan cara untuk mengatasinya (Akaeze & Akaeze, 2023). Kegagalan pelajar dalam mencapai melihat dan merebut peluang kerana pelajar tidak aktif dalam mengeksploitasi persekitaran dalam memulakan perniagaan, menambah baik operasi

perniagaan semasa atau mencari pasaran baru (Buitrago et al., 2022). Manakala aspek kecekalan, pelajar takut dengan kekecewaan, takut sama ada mereka mendapat apa yang diperlukan, dan ketakutan untuk sentiasa berada di hadapan (Azizan & Othman, 2024; Barnuevo & Aperocho, 2021). Dari sudut mencari maklumat, pelajar gagal mendapatkan nasihat daripada orang yang mengetahui banyak tugas yang mereka lakukan dan gagal memahami apa yang orang itu mahukan (Balasbas, 2021) dan kurang optimum pencarian maklumat melalui media massa dan juga maklumat berkaitan prospek pelanggan (Wulandari et al., 2021).

Bagi sudut penekanan ke atas kualiti kerja, pelajar lemah adalah kerana kegagalan pelajar untuk melakukan perkara yang lebih baik, lebih cepat, dan lebih murah; memenuhi atau melebihi standard kecemerlangan, dan membangunkan dan menggunakan prosedur untuk memastikan kerja disiapkan tepat pada masanya serta menepati piawaian kualiti yang dipersetujui (Buitrago et al., 2022). Di samping itu, komitmen ke atas perjanjian kerja yang lemah berpunca daripada ketakutan terhadap komitmen, seperti komitmen untuk menghasilkan produk berkualiti dan komitmen untuk memastikan perniagaan berjaya kerana mereka tidak mempunyai tanggungjawab sepenuhnya terhadap tindakan mereka (Balasbas, 2021). Manakala bagi orientasi kecekapan, tiga faktor kelemahan yang dikenal pasti iaitu pelajar tidak dibimbing dengan penggunaan teknologi pada masa kini (Nikou & Aavakare, 2021), kurang kemahiran pengurusan (Linton & Xu, 2021) dan pelajar gagal memastikan bahawa hasilnya adalah bagi mencapai kepuasan tertinggi (Romero & Nalangan, 2023). Manakala daripada aspek perancangan sistematik, pelajar gagal merancang projek besar dengan memecahkannya kepada tugas yang lebih kecil, tidak dapat memikirkan cara yang berbeza untuk mencapai sesuatu, tidak cuba memikirkan semua masalah yang mungkin mereka (Balasbas, 2021). Selain itu, kompetensi penyelesaian masalah, pelajar tidak mampu berfikir di luar kotak dan tidak mampu untuk menjana lebih banyak idea dalam perniagaan (Rosita, 2023).

Pelajar gagal dalam kompetensi keyakinan diri kerana pelajar tidak percaya diri sendiri mempunyai keyakinan diri yang kuat, menerima kekurangan, dan bermotivasi untuk menyelesaikan matlamat atau aktiviti (Buitrago et al., 2022). Manakala pelajar lemah dari sudut kompetensi ketegasan adalah kerana pelajar tidak mempunyai autonomi sedemikian untuk menjalankan perniagaan, sama ada dari sudut operasi hingga pemasaran (di mana pelajar meletakkan kandungan dan menjana jualan) atau kepada sumber manusia pengurusan, (di mana pelajar menjalankan pembelajaran rakan sebaya) (Lynn et al., 2022). Bagi kompetensi mempengaruhi orang lain, pelajar gagal untuk berinteraksi dengan orang lain (Romero & Nalangan, 2023) dan pelajar gagal bekerja keras untuk memujuk pelanggan membeli produk mereka dan membina hubungan dengan pembekal yang boleh memberikan mereka input kos yang lebih rendah (Sabugo et al., 2023). Akhir sekali, kompetensi penggunaan strategi pengaruh gagal dipenuhi oleh pelajar disebabkan pelajar lemah untuk menjadi pemimpin yang boleh memenangkan orang ramai dengan cara pemikirannya pembiaya, pembekal, sumber maklumat, pembeli dan tidak mampu membina rangkaian kenalan yang berguna untuk memulakan dan membina perniagaannya (Cruz et al., 2023).

Perbincangan

Kompetensi keusahawanan personal (KKP) adalah penting dan diperlukan oleh pelajar untuk berjaya melancarkan usaha perniagaan dan tahap kemahiran terkini graduan baru untuk perniagaan dan program keusahawanan (Bauman & Lucy, 2021). Kompetensi keusahawanan personal (KKP) berdasarkan kajian yang lepas memberi impak yang ketara kepada kejayaan

usahawan dan ianya mempunyai pengaruh yang positif (Mercado, 2024). Kompetensi keusahawanan personal (KKP) adalah atribut individu yang membolehkan seseorang mencapai aktiviti dengan berkesan dan cekap serta membantu mereka mengekalkan postur perniagaan mereka dalam pasaran kompetitif (Briones et al., 2021). Ia juga merupakan ialah satu set kualiti, yang menggariskan sikap dan tingkah laku seseorang usahawan (Lynn et al., 2022 Mei). Ini adalah kerana usahawan adalah orang yang memikul kedua-dua risiko dan kejayaan sesuatu perniagaan dan standard yang diperlukan untuk menjalankan perniagaannya dengan jayanya dipanggil kompetensi keusahawanan personal (KKP) (Peter, 2023). Kompetensi keusahawanan personal (KKP) memerlukan pengetahuan, kemahiran dan sikap yang mempengaruhi kesanggupan dan keupayaan untuk melaksanakan tugas keusahawanan penciptaan nilai baharu (Degaga & Hadaro, 2021). Hal ini kerana usahawan yang lebih kompeten dan cekap mampu bersaing lebih efektif dengan usahawan lain yang mempunyai pengetahuan yang sama (Alfitri et al., 2023). Bagi pendidikan keusahawanan digital, pelajar bergraduat memiliki kualiti dan kompetensi menjadi seorang usahawan walaupun ada di antara mereka kadangkala teragak-agak dan akan meneliti dan semak beberapa faktor terlebih dahulu sebelum melakukan tindakan tertentu (Romero & Nalangan, 2023). Namun begitu, kegagalan dalam pengubalan dasar dan pembangunan program dalam menambah baik kurikulum sedia ada tidak mampu menyokong kompetensi keusahawanan dalam pembelajaran subjek keusahawanan di kalangan pelajar dalam mencapai objektif pembelajaran kursus (Zighan & El-Qasem, 2021).

Secara umumnya subjek keusahawanan digital yang dipelajari oleh pelajar KKTm/MJII/IKM gagal dalam mencapai kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang telah ditetapkan. Soal selidik 13 kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang diuji ke atas pelajar menunjukkan majoriti pelajar gagal memiliki kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang ditetapkan. Kompetensi keusahawanan personal (KKP) adalah penting dan diperlukan oleh pelajar untuk berjaya melancarkan usaha perniagaan dan tahap kemahiran terkini graduan baru untuk perniagaan dan program keusahawanan (Bauman & Lucy, 2021). Kegagalan dalam pengubalan dasar dan pembangunan program dalam menambah baik kurikulum sedia ada tidak mampu menyokong kompetensi keusahawanan personal (KKP) dalam pembelajaran subjek keusahawanan di kalangan pelajar dalam mencapai objektif pembelajaran kursus (Zighan & El-Qasem, 2021). Menurut Khalil et al. (2021), sekiranya pelajar gagal mencapai tahap kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang tinggi disebabkan mereka belum mencapai tahap kemahiran keusahawanan yang diperlukan untuk menjadikan aktiviti bidang keusahawanan digital sebagai kerjaya dan terdapat responden kajian ini tidak terfikir untuk menjadikan aktiviti bidang keusahawanan digital sebagai pilihan kerjaya pada masa hadapan. Di samping itu, kegagalan mencapai kompetensi keusahawanan personal (KKP) adalah melibatkan aspek pengurusan seperti pembuat keputusan, kewangan, pemasaran dan pekerja serta ketiadaan pengetahuan atau kemahiran berkaitan bidang perniagaan yang diusahakan (bin Abdul Lattif, 2021). Selain itu, sekiranya pelajar gagal memenuhi salah satu kompetensi keusahawanan personal (KKP) akan menyebabkan pelajar kurang menceburi dalam bidang keusahawanan. Faktor ini disebabkan oleh pelajar yang tidak mempunyai kompetensi keusahawanan personal (KPP) seperti kemahiran dan pengetahuan yang diperlukan mereka untuk menjalankan dan mengembangkan perniagaan sendiri (Krithika, 2021). Di samping itu, pelajar menyedari ketidakpastian tetapi akan meneliti beberapa faktor dan pertimbangan sebelum mengambil atau melaksanakan sesuatu tindakan (Romero & Nalangan, 2023) dalam perniagaan yang menyebabkan pelajar gagal memenuhi kompetensi keusahawanan personal (KKP) secara keseluruhan.

Apabila elemen kompetensi keusahawanan personal (KKP) tidak dimasukkan ke dalam aktiviti pengajaran dan pembelajaran serta penilaian akan memberi implikasi yang negatif ke atas pelajar dalam mencapai kompetensi keusahawanan personal (KKP) secara maksimum (Sabugo et al., 2023). Kenyataan ini disokong oleh Sulaiman dan Othman (2022) yang berpendapat bahawa kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang rendah akan memberikan kesan kepada sikap keusahawanan dan kesediaan penerapan elemen keusahawanan dan ini berpunca disebabkan oleh pendidikan keusahawanan tidak mengikut keperluan pelajar dan pusat pengajian. Ini termasuklah persekitaran keusahawanan iaitu sumber dari luar yang lemah tidak menyokong pelajar untuk menjalankan aktiviti pembelajaran keusahawanan yang menyebabkan pelajar mencapai kompetensi keusahawanan personal (KKP) secara keseluruhan (Luo et al., 2022) terutamanya sekali dari sudut aktiviti mentoring (Adelowo et al., 2021). Ini kerana pembelajaran keusahawanan hanya dilaksanakan di dalam bilik kuliah dan menurut Rosita (2023), peningkatan kompetensi keusahawanan personal (KKP) adalah melalui pembelajaran berasaskan pasukan atau pembelajaran berasaskan projek yang memberikan pengalaman sebenar, aktiviti dalam kursus atau latihan keusahawanan, pendekatan menggunakan mentoring dan coaching secara berkala.

Akhir sekali, kajian ini mencadangkan agar elemen kompetensi keusahawanan personal (KKP) diberikan penekanan dalam pendidikan keusahawanan khususnya subjek keusahawanan digital. Ini termasuklah dari sudut kaedah pembelajaran, penggunaan teknologi dan modul pembelajaran. Di samping itu, penggunaan mentoring mampu untuk membantu pelajar dalam menimba pengalaman pembelajaran melalui konsep dropship atau *affiliate*. Dengan ini, melalui kaedah di atas dapat membantu pelajar-pelajar yang mengambil subjek keusahawanan digital meningkatkan lagi kompetensi keusahawanan personal (KKP). Apabila tahap kompetensi keusahawanan personal (KKP) pelajar meningkat dah memberikan motivasi dan menarik minat pelajar untuk menjadi usahawan setelah tamat graduasi.

Kesimpulan

Kajian ini adalah melihat keberkesanan pengajaran dan pembelajaran bagi subjek keusahawanan digital yang dilaksanakan di TVET MARA. Hasil kajian mendapati bahawa majoriti pelajar mencapai tahap kompetensi keusahawanan personal (KKP) yang rendah. Hasil dapatan analisis yang dilakukan menunjukkan bahawa pelajar TVET MARA secara umumnya tidak berminat untuk menjadi usahawan selepas tamat graduasi. Ini mungkin disebabkan oleh kaedah pengajaran sedia ada khususnya bagi subjek keusahawanan digital tidak mampu menarik minat pelajar untuk menjadi keusahawanan sebagai kerjaya pilihan.

Kajian yang dilaksanakan ini diharap dapat membantu pihak Bahagian Kemahiran & Teknikal MARA untuk mengenalpasti pendekatan yang terbaik dalam usaha meningkatkan minat dan tahap kompetensi keusahawanan personal (KKP) pelajar TVET MARA. Antara cadangan yang boleh dibuat adalah kolaborasi dengan pihak usahawan melalui konsep dropship atau *affiliate*, penambahbaikan modul pembelajaran yang lebih menarik dan interatif dan pendedahan dengan ekspo atau aktiviti perniagaan di luar institusi. Akhir sekali, terdapat limitasi bagi kajian ini yang hanya fokus kepada pelajar-pelajar TVET MARA sahaja dan ia tidak menyeluruh. Sehubungan dengan itu, kajian ini boleh dipanjangkan kepada pengkaji lain untuk membuat perbandingan di antara semua IPT atau TVET yang mengambil subjek keusahawanan digital

dan program teknikal. Kaedah ini dapat mengenalpasti kekuatan dan kelemahan bagi sesuatu pusat pengajian yang boleh ditambahbaik dan diaplikasikan untuk semua IPT atau TVET.

Penghargaan: Setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih diucapkan kepada Pusat Pengajian Ilmu Pendidikan, Universiti Sains Malaysia di atas sokongan, bimbingan, dan kemudahan yang diberikan sepanjang penyelidikan dan penulisan ini. Tidak lupa kepada semua pensyarah KKT/MJII/IKM yang banyak membantu dalam pengumpulan data bagi tujuan kajian di atas. Segala sokongan, tunjuk ajar, serta dorongan daripada semua pihak amatlah dihargai dan menjadi pemangkin dalam menyempurnakan kajian ini.

Kenyataan Persetujuan Termaklum: Persetujuan termaklum diperoleh daripada semua subjek yang terlibat dalam kajian.

Konflik Kepentingan: Pengarang mengisytiharkan tiada konflik kepentingan.

Rujukan

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|----|--|-----|
| 1 | msocialsciences.com Internet Source | 3% |
| 2 | journalarticle.ukm.my Internet Source | 3% |
| 3 | Submitted to University Tun Hussein Onn Malaysia Student Paper | 2% |
| 4 | 123dok.com Internet Source | 1% |
| 5 | jas.uitm.edu.my Internet Source | 1% |
| 6 | docplayer.net Internet Source | 1% |
| 7 | Submitted to Universiti Kebangsaan Malaysia Student Paper | 1% |
| 8 | www.scribd.com Internet Source | 1% |
| 9 | Submitted to Jabatan Pendidikan Politeknik Dan Kolej Komuniti Student Paper | <1% |
| 10 | www.researchgate.net Internet Source | <1% |
| 11 | www.slideshare.net Internet Source | <1% |
| 12 | Submitted to UNITAR International University Student Paper | <1% |

| | | |
|----|---|------|
| 13 | eprints.usm.my Internet Source | <1 % |
| 14 | vdocuments.net Internet Source | <1 % |
| 15 | bitarajournal.com Internet Source | <1 % |
| 16 | aalifbata.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 17 | amitos.library.uop.gr Internet Source | <1 % |
| 18 | pendaftar.usm.my Internet Source | <1 % |
| 19 | www.diva-portal.org Internet Source | <1 % |
| 20 | ar.scribd.com Internet Source | <1 % |
| 21 | eprints.uthm.edu.my Internet Source | <1 % |
| 22 | hrdutm.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 23 | www.coursehero.com Internet Source | <1 % |
| 24 | www.pjlss.edu.pk Internet Source | <1 % |
| 25 | vibdoc.com Internet Source | <1 % |
| 26 | Berdewa Singh, Jasveen Kaur. "School Teachers' Perception on the Role of the School Library Media Specialist: A Case Study", University of Malaya (Malaysia), 2023 Publication | <1 % |

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off