

CABARAN PELAKSANAAN PROJEK KEUSAHAWANAN DALAM KALANGAN PELAJAR IPT SEMASA PANDEMIK COVID-19

CHALLENGES IN IMPLEMENTING ENTREPRENEURSHIP PROJECT AMONG IHL STUDENTS DURING PANDEMIC COVID-19

Christina Andin¹, Jabil Mapjabil², Rosmiza M.Z.³ & Abdul Said Ambotang⁴

¹Fakulti Psikologi dan Pendidikan, Universiti Malaysia Sabah (UMS)
(E-mel: christina@ums.edu.my)

²Institut Kajian Orang Asal Borneo (BorIIS), Universiti Malaysia Sabah (UMS)
(E-mel: jabil@ums.edu.my)

³Program Geografi, Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan
Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia

⁴Fakulti Psikologi dan Pendidikan, Universiti Malaysia Sabah
(E-mel: said@ums.edu.my)

Article history

Received date : 1-9-2021
Revised date : 2-9-2021
Accepted date : 11-10-2021
Published date : 28-10-2021

To cite this document:

Christina Andin, Jabil Mapjabil, Rosmiza M.Z. & Abdul Said Ambotang (2021). Cabaran pelaksanaan projek keusahawanan dalam kalangan pelajar IPT semasa pandemik COVID-19. *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, 6 (36), 141 - 160.

Abstrak: Artikel ini meneliti tentang cabaran yang dihadapi oleh pelajar IPT yang menjalankan projek keusahawanan semasa pandemik COVID-19. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang melibatkan 79 orang pelajar yang terlibat dalam projek keusahawanan selama satu semester untuk kursus Asas Pembudayaan Keusahawanan. Pelajar dibahagikan kepada 15 kumpulan. Data adalah berdasarkan kepada analisis dokumentasi pelaporan akhir projek pelajar yang mengandungi bahagian refleksi tentang cabaran yang mereka hadapi. Hasil kajian menunjukkan terdapat dua cabaran utama yang berkaitan dengan pandemik COVID-19, iaitu Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang menyebabkan masalah bekalan bahan, peningkatan kos bahan, kehilangan pelanggan dan pasaran terbatas. Pandemi juga menyebabkan cabaran logistik. Manakala empat lagi cabaran kurang kaitan dengan pandemik iaitu faktor pelajar yang meliputi komitmen, pengurusan masa dan kemahiran. Seterusnya pelajar turut berhadapan dengan cabaran sumber, iaitu modal perniagaan dan internet serta cabaran berkaitan dengan pengurusan produk dan persaingan pelanggan. Hasil kajian ini diharapkan boleh memberikan panduan kepada pihak berkaitan untuk membuat penambahbaikan berterusan dalam program pendidikan keusahawanan dalam kalangan pelajar IPT.

Kata Kunci: Cabaran, Keusahawanan, Pelajar IPT, Pandemi COVID-19

Abstract: *This article examines the challenges faced by IPT students undertaking entrepreneurship projects during the COVID-19 pandemic. This study used a qualitative approach, which involved 79 students involved in an entrepreneurship project for one semester for the Fundamentals of Entrepreneurship Cultivation course. Students were divided into 15 groups. The data are based on an analysis of the students' final project reporting documentation that contains a reflective section on the challenges they face. The results showed that there were two main challenges associated with the COVID-19 pandemic namely the Movement Control Order (MCO) which caused material supply problems, increased material costs, loss of customers and a limited market. Pandemics also cause logistical challenges. While the other four challenges are less related to the pandemic, namely student factors that include commitment, time management and skills. Furthermore, students are also faced with resource challenges such as business capital and the internet connection as well as challenges related to product management and customer competition. The results of this study are expected to provide guidance to relevant parties to make continuous improvements in entrepreneurship education programs among IPT students.*

Keywords: *Challenges, Entrepreneurship, IHL Students, Pandemic COVID-19*

Pengenalan

Keusahawanan merupakan satu bidang yang mencipta peluang perkerjaan dan menyumbang kepada perkembangan ekonomi. Terdapat pelbagai pemahaman kepada konsep keusahawanan yang pada asasnya berasal daripada perkataan Perancis iaitu '*entreprenre*' yang bermaksud memikul tugas, tanggungjawanan atau mencuba (Hisrich & Peter, 2008). Keusahawanan melibatkan penciptaan perniagaan baharu dan berkeupayaan menghadapi keadaan yang tidak menentu untuk memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan mengenal pasti serta merebut peluang melalui penyediaan sumber untuk mencapainya (Zimmerer & Scarborough, 1998). Seterusnya, keusahawanan bukan sahaja melibatkan penjanaaan idea baharu, malah menitikberatkan masa, usaha, risiko kewangan, psikologi dan sosial yang akhirnya memberi manfaat dari segi kewangan, kepuasan peribadi dan kebebasan. Oleh yang demikian, usahawan berbeza daripada pencipta atau pereka semata-mata kerana usahawan menggabungkan semua sumber yang diperlukan seperti wang, tenaga kerja, strategi dan kebolehan menanggung risiko bagi menukarkan ciptaan atau rekaan menjadi perniagaan yang boleh terus hidup dan maju (Hisrich & Peter, 1998). Maka menurut Kuratko dan Hodgetts (2007) keusahawanan merupakan proses inovasi dan penciptaan yang melibatkan empat dimensi, iaitu individu, organisasi, alam sekitar dan proses dengan kerjasama rangkaian dalam kerajaan, pendidikan dan perlembagaan. Sejesteru, dapat disimpulkan bahawa keusahawanan mempunyai kaitan rapat dengan usaha yang memerlukan komitmen yang tinggi bermula daripada pengenalan peluang yang mendorong kepada penjanaaan idea, pemasaran idea, penjualan idea sehinggalah memperoleh ganjaran.

Aktiviti keusahawanan mampu mencipta peluang perkerjaan akan mengurangkan budaya makan gaji dalam kalangan generasi muda (Nasharudin & Harun, 2010) dan mengurangkan kadar pengangguran (Rozaimy, 2003). Oleh yang demikian, aktiviti keusahawanan sangat signifikan untuk membantu masalah pengangguran dalam kalangan mahasiswa yang kian meningkat tahun demi tahun. Misalnya siaran akhbar oleh Jabatan Perangkaan Malaysia pada Disember 2019 melaporkan "Bilangan siswazah menganggur pada 2018 adalah seramai 162.0 ribu orang, meningkat 4.6 peratus daripada 2017 (154.9 ribu orang). Seterusnya, "Persekitaran

ekonomi yang kurang memberangsangkan pada 2020 dan kesannya kepada kedudukan pasaran buruh telah menyebabkan bilangan siswazah menganggur meningkat ketara sebanyak 22.5 peratus (+37.2 ribu orang) kepada 202.4 ribu orang (2019: 165.2 ribu). Pertambahan ini dilihat bagi kedua-dua pemegang Ijazah (+22.4 ribu orang) dan Diploma (+14.8 ribu orang) sebahagian besarnya dalam kalangan siswazah berumur 35 tahun dan lebih” (Kenyataan Media, Jabatan Perangkaan Malaysia, Julai 2021).

Sebagai salah satu usaha untuk menangani isu pengangguran dalam kalangan graduan, pelbagai inisiatif untuk memperkasakan bidang keusahawanan dalam kalangan pelajar Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) dan Institut Pengajian Tinggi Swasta (IPTS) telah dilaksanakan. Misalnya, sejak tahun 1989, Program pembangunan Usahawan Siswa (PPUS) telah dilancarkan untuk membudayakan aktiviti keusahawanan dan mengubah minda pelajar supaya menceburi kerjaya sebagai usahawan dan sekaligus mengurangkan masalah pengangguran dalam kalangan graduan (Ibrahim et al., 2009). Aktiviti PPUS termasuklah latihan keusahawanan siswa yang kemudiannya diganti dengan modul keusahawanan untuk pelajar tahun satu sebanyak dua kredit, menganjurkan kursus keusahawanan jangka pendek untuk pelajar tahun akhir, aktiviti galakan berniaga secara berkumpulan dalam kampus, menubuhkan syarikat, dan aktiviti kemasyarakatan *Student In Free Enterprise* (SIFE) untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat setempat. Seterusnya, pembudayaan keusahawanan dalam kalangan pelajar IPT juga diterapkan melalui Program Inkubator Usahawan Siswazah iaitu satu usaha sama di antara Bank Pembangunan dan Infrastruktur Malaysia Berhad (SME Bank) dan IPT yang menawarkan bimbingan dan juga khidmat nasihat mengenai jenis perniagaan yang berpotensi untuk mereka ceburi oleh siswazah yang berminat (Utusan Malaysia, 2005). Inisiatif juga terus dikembangkan apabila KPT telah melancarkan Dasar Pembangunan Keusahawanan Institut Pengajian Tinggi pada 13 April 2010 yang bertujuan menggalakkan pendidikan dan pembangunan keusahawanan yang lebih terancang dan holistik dalam kalangan IPT (Pelan Strategik Pendidikan Tinggi Negara 2011-2015, Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia). Enam Teras Strategik Dasar Pembangunan Keusahawanan IPT telah ditetapkan ialah menubuhkan Pusat Keusahawanan di setiap IPT; menyediakan pendidikan dan program keusahawanan yang terancang dan holistik; memantapkan program pembangunan dan pengukuhan keusahawanan; mewujudkan mekanisme pengukuran yang berkesan; menyediakan persekitaran dan ekosistem yang kondusif bagi pembangunan keusahawanan; dan mengukuhkan kompetensi tenaga pengajar keusahawanan (Ali & Aede Hatib, 2014),

Keusahawanan perlu dipupuk dalam kalangan pelajar universiti supaya mereka tidak mempunyai sebarang permasalahan terhadap peluang pekerjaan di masa hadapan kerana mereka telah mempunyai ilmu dan pengetahuan tentang perniagaan (Muhammad Izzat et al., 2020). Keusahawanan merupakan satu bidang yang boleh dilatih dan tidak bergantung kepada ciri personaliti semulajadi atau dilahirkan sebagai usahawan, kerana minat terhadap keusahawanan dipengaruhi oleh pelbagai faktor persekitaran termasuklah pendedahan melalui pendidikan (Zaidatol Akmaliah & Habibah, 1997). Malah, menurut Gibb (1999), pendidikan keusahawanan mampu memberi pendedah luas kepada pengetahuan terhadap keusahawanan, belajar cara berfikir seorang usahawan dan mengetahui selok belok serta cabaran yang dilalui oleh seorang usahawan. Untuk menjadi seorang usahawan, seseorang individu itu perlu tahu ciri usahawan yang efektif dan efisien sebelum menceburi bidang perniagaan dan keusahawanan. Kajian Siti Hawa (2009) mendapati terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara pendedahan kepada kursus keusahawanan semasa pengajian dengan kecenderungan keusahawanan.

Sehubungan dengan itu, pelaksanaan pelbagai inisiatif pendidikan keusahawanan dalam kalangan mahasiswa diharap dapat melahirkan graduan IPT yang mempunyai nilai, pemikiran dan atribut keusahawanan seterusnya meningkatkan bilangan usahawan dalam kalangan graduan IPT. Walau bagaimanapun, pandemik COVID-19 telah memberi kesan drastik kepada pembelajaran apabila bermulanya penguatkuasaan Perintah Kawalan Pergerakan bermula 18 Mac 2020. Menurut sumber United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), pandemik COVID-19 memberi kesan kepada 1.5 bilion pelajar daripada lebih 165 buah negara di seluruh dunia (Wan Ya Shin, 2020). Fenomena ini turut memberi kesan terhadap sistem pembelajaran di negara ini apabila kerajaan mengambil langkah menutup operasi pembelajaran normal di semua institusi pendidikan seluruh negara bagi mencegah penyebaran virus COVID-19. Proses pengajaran dan pembelajaran secara bersemuka tidak dapat dijalankan seperti biasa dan diganti dengan mod secara online sepenuhnya. Oleh itu, kursus Asas Pembudayaan Keusahawan (APK), yang menjadi konteks kajian ini tidak terkecuali daripada perubahan yang drastik dalam pelaksanaan pengajaran dan pembelajaran. Maka ini boleh memberikan implikasi kepada hasrat pendidikan keusahawan untuk memupuk budaya usahawan dalam kalangan pelajar IPT yang sebelum ini pun agak perlahan. Misalnya, Ibrahim et al. (2009) membuat kesimpulan berdasarkan kepada statistik Jabatan Pengajian Tinggi pada 2007 bahawa walaupun ramai mahasiswa berhasrat untuk menjadi usahawan, namun hanya segelintir sahaja yang menjadi usahawan selepas bergraduasi. Hasil kajian Norfadhilah dan Halimah (2010) yang melibatkan menunjukkan 420 responden dari tiga buah IPTA di Malaysia menunjukkan secara keseluruhannya pelajar IPTA masih belum berminat untuk menjadi usahawan walaupun lebih 80% menunjukkan sikap positif terhadap kerjaya usahawan.

Ini menimbulkan persoalan tentang cabaran yang boleh menjejaskan penerapan budaya keusahawanan dalam kalangan pelajar IPT, terutama sekali dalam situasi pandemic COVID-19, yang memaksa pembelajaran hanya bergantung kepada pertemuan secara online. Memandangkan COVID-19 ini sesuatu yang baharu, maka masih kurang kajian memberikan fokus kepada kesan terhadap program pembudayaan keusahawanan dalam kalangan pelajar IPT seperti kursus APK. Kebanyakan kajian tentang keusahawanan di IPT sebelum ini hanya tertumpu kepada kecenderungan (Siti Hawa, 2009; Mohd Nasrul, 2015; Noor & Rahim, 2011), kesedaran keusahawanan (Farhana, 2013; Wan Naqiyah & Rohana, 2021), faktor pendorong keusahawanan (Muhammad Izzat et al., 2020) dan kemahiran keusahawanan (Aliman et al., 2013) Terdapat satu kajian berkaitan isu cabaran pelaksanaan program keusahawan di IPT, namun fokus kajian diberikan kepada nilai, sikap dan amalan pegawai kanan institut pengajian tinggi terhadap program pembangunan usahawan siswa (Ibrahim et al., 2009).

Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti cabaran yang dihadapi oleh pelajar dalam melaksanakan aktiviti keusahawanan dalam kursus wajib universiti iaitu Asas Pembudayaan Keusahawanan (APK) semasa era pandemic COVID-19. Objektif khusus kajian adalah seperti berikut;

- i. Apakah jenis perniagaan yang menjadi pilihan pelajar semasa pandemik COVID-19?
- ii. Apakah cabaran yang dihadapi oleh pelajar dalam menjalankan perniagaan semasa pandemik COVID-19?

Sorotan Literatur

Sorotan literatur akan membincang ciri-ciri bidang keusahawanan dan model pengajaran pembelajaran pendidikan keusahawanan.

Ciri-ciri bidang keusahawanan

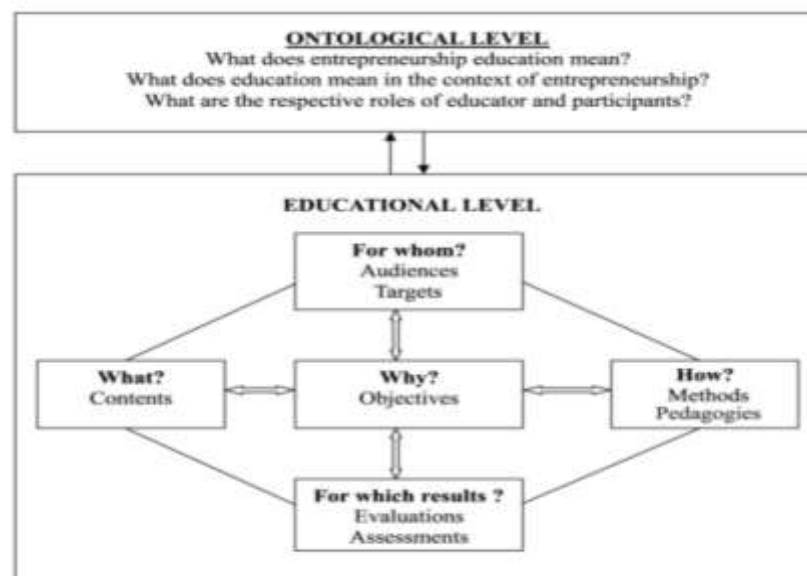
Bidang keusahawanan sering dikaitkan dengan golongan sama ada secara individu atau berkumpulan yang terlibat dengan aktiviti perniagaan diusahakan sendiri berbanding dengan makan gaji (Audia & Rider, 2005). Maka, mereka merupakan golongan yang berdikari atas kaki sendiri, sedia berkorban daripada segi peruntukan masa, daya tumpuan dan keupayaan tenaga yang tinggi. Komitmen ini penting bagi menjalankan aktiviti keusahawanan, menanggung risiko kewangan, psikik dan sosial dalam usaha serta proses penghasilan produk yang baru dan bernilai, seterusnya memperoleh ganjaran atau manfaat daripada usaha-usaha tersebut (Hisrich et al., 2008). Keusahawanan bukan sahaja mampu memberi manfaat yang besar kepada individu, tetapi dalam masa yang sama menyumbang kepada pembangunan ekonomi negara melalui pendapatan yang diperoleh dalam bidang keusahawanan dan turut menyumbang kepada pembangunan yang melibatkan struktur perniagaan dan masyarakat (Siti Hawa, 2009).

Keusahawanan menjurus kepada penciptaan sesebuah organisasi baharu (Gartner & Bellamy, 2009; Barot 2015). Ini sejajar dengan Barot (2015) yang menerangkan keusahawanan sebagai sesuatu usaha yang bermula dengan tindakan dan menuju ke arah pembentukan satu organisasi baru yang berkaitan dengan perniagaan. Tindakan tersebut bermula daripada pengenalan pastian peluang dan sangat menekankan keperluan pengetahuan dan kemahiran sebagai asas penting kepada konsep keusahawanan (Hessels dan Naude, 2019). Seterusnya, Moris et al. (2001) pula menegaskan keusahawanan ialah tindakan perniagaan yang berlandaskan peluang. Selain daripada wujudnya peluang, keusahawanan juga boleh didorong oleh kewujudan permintaan dalam pasaran (Ali et al., 2019). Seterusnya, perkembangan teknologi juga merupakan salah satu motivasi kepada kewujudan pelbagai aktiviti keusahawanan untuk terus berkembang (Nambisan, 2016). Kajian berkaitan dengan keusahawanan amnya banyak berfokus kepada meneroka proses pengurusan keusahawanan seperti kreativiti dan autonomi, kapasiti untuk penyesuaian, dan mencipta inspirasi serta nilai ekonomi dan sosial (Chang et al., 2015).

Kajian lepas menunjukkan bidang keusahawanan memerlukan sekurang-kurangnya tiga kemahiran utama, iaitu kemahiran peribadi, kemahiran pengurusan dan kemahiran teknikal. Kemahiran peribadi meliputi keupayaan mengawal emosi, menerima risiko, mencipta inovasi, berupaya mengatasi setiap perubahan yang berlaku secara tiba-tiba, tabah, sentiasa berusaha, berkepimpinan dan berpandangan jauh (Pyysiäinen et al., 2006). Seterusnya, kemahiran pengurusan pula termasuk perancangan, mengatur, dan menyelia; kemahiran pemasaran, termasuk keupayaan untuk mengenal pasti pelanggan dan pasaran dan melibatkan diri dengan pelanggan; kemahiran pengurusan kewangan; kemahiran undang-undang; kemahiran pentadbiran seperti menyelaraskan struktur dan strategi organisasi; kemahiran membuat keputusan dan menyelesaikan masalah (Chang, 2013). Kemahiran teknikal pula menjurus kepada kemahiran menulis, berkomunikasi lisan atau bukan lisan, kemahiran pengurusan teknologi, kemahiran audio, keupayaan untuk organisasi, mewujudkan rangkaian pengurusan dan bekerja secara berpasukan, (Aliman et al., 2013).

Model Pendidikan Keusahawanan dalam Kursus Pembudayaan Keusahawanan (APK)

Fayolle dan Gailly (2008) telah memperkenalkan model pengajaran dan pendidikan keusahawanan yang mempunyai dua tahap iaitu tahap ontologi dan tahap pendidikan (Rajah 1). Perbincangan dalam bahagian ini akan mengaitkan model ini kepada amalan dalam kursus APK di Universiti Malaysia Sabah, iaitu konteks dalam kajian ini. Maklumat mengenai kursus APK ini adalah seperti tercatat dalam perancangan kursus (*Course Outlines*).



Rajah1: Model pengajaran pendidikan keusahawanan Fayolle dan Gailly (2008, p.572)

Tahap ontologi berkisar kepada tiga persoalan utama iaitu:

- (i) Makna pendidikan keusahawanan yang meliputi pembangunan sikap dan kemahiran keusahawanan serta kualiti personal. Dalam konteks kursus APK, seperti yang tercatat dalam maklumat kursus, makna pendidikan keusahawanan ialah memperkenalkan pelajar kepada konsep dan teori mengenai keusahawanan, seperti kreativiti dan inovasi, baru penjanaan idea perniagaan, dan pengurusan perniagaan. Pembelajaran berasaskan berpengalaman adalah penekanan utama. Kursus ini mengembangkan pelajar minda keusahawanan, kemahiran keusahawanan, dan kecekapan yang diperlukan melalui keseluruhan proses dari penyelesaian masalah, penjanaan idea, dan analisis keperluan untuk pelaksanaan projek keusahawanan.
- (ii) Makna pendidikan dalam konteks keusahawanan yang memberikan fokus kepada konsep 'to educate' berbanding 'to teach' untuk membina *innate capacities* melalui penglibatan aktif pelajar. Ini juga selari dengan kursus APK dimana pelajar digiatkan secara aktif dalam aktiviti melalui projek keusahawanan.
- (iii) Peranan pendidik dan peserta pendidikan keusahawanan yang menekankan kepada kesedaran masing-masing terhadap apa dan mengapa melakukan sesuatu. Dalam APK peranan pensyarah adalah jelas sebagai fasilitator pembelajaran dan pelajar sebagai *active learner* yang mengamalkan pembelajaran berasaskan sendiri (*Self-Directed Learning-SDL*) iaitu penerokaan aktif maklumat berkaitan dengan perniagaan dari semasa ke semasa.

Seterusnya, tahap pendidikan memberikan penekanan kepada lima dimensi iaitu:

- (i) Objektif dan matlamat pendidikan keusahawanan perlu dihuraikan di sekitar pemindahan dan perkembangan pengetahuan, teknik dan kemahiran khusus untuk meningkatkan potensi keusahawanan pelajar. Oleh itu, objektifnya adalah untuk mempersiapkan mereka untuk berfikir, menganalisis dan bertindak sebagai usahawan dalam situasi tertentu dan dalam pelbagai konteks. Semua elemen yang dinyatakan tersebut dicapai melalui tiga objektif khusus APK iaitu (a) menerangkan konsep asas pengetahuan keusahawanan; (b) Mempamerkan idea-idea kreatif dan inovatif ; dan (c) melaksanakan projek/aktiviti keusahawanan.
- (ii) Golongan sasaran - memahami profail golongan sasaran pendidikan keusahawanan sangat penting dalam menentukan kandungan kursus yang bersesuaian dengan ciri pelajar atau peserta program. Kursus APK menyasarkan pelajar tahun satu UMS daripada semua fakulti kecuali Fakulti Perniagaan, Ekonomi dan Perakaunan.
- (iii) Kandungan - bergantung kepada objektif dan profil peserta, kandungan setiap kursus keusahawanan hendaklah ditakrifkan secara jelas melalui gabungan tiga dimensi iaitu teori, professional dan rohani.
 - (a) Dimensi teori - berkaitan dengan teori dan pengetahuan saintifik yang berguna untuk menguasai untuk memahami fenomena keusahawanan, melengkapkan dan menguatkan kandungan yang berkaitan dengan dimensi profesional dan rohani. Kandungan yang diajar bersama dimensi itu boleh membimbangkan kesan dan kesan keusahawanan atau apa-apa soalan lain yang berkaitan dengan fenomena dan proses. Dalam kursus APK, pelajar diberikan pendedahan teori melalui kuliah selama 2 jam setiap minggu untuk 11 unit pembelajaran seperti berikut:
 - Unit 1: Konsep dan pembangunan keusahawanan
 - Unit 2: Kreativiti dan Inovasi
 - Unit 3: Peluang perniagaan- pengesahan idea, pemasaran SEO & google trend
 - Unit 4: Business Model Canvas (BMC).
 - Unit 5: Pemasaran
 - Unit 6: Pemasaran Digital (Facebook & Instagram)
 - Unit 7: Pemasaran digital (Whatsapp, Telegram, e-mel dan laman web)
 - Unit 8: Pengurusan kewangan
 - Unit 9: Pengurusan pengurusan risiko
 - Unit 10: Pengurusan perniagaan
 - Unit 11: Sistem Sokongan dan perundangan
 - (b) Dimensi profesional pendidikan keusahawanan lebih khusus untuk pengetahuan praktikal. Secara konkrit, dimensi ini bergantung kepada tiga jenis pengetahuan:
 - 1) Tahu apa (*know what*): apa yang perlu dilakukan untuk memutuskan dan bertindak dalam keadaan tertentu. Sebagai contoh, apa yang mesti dilakukan untuk mewujudkan sebuah syarikat teknologi, untuk mengesahkan peluang, untuk menjalankan kajian pasaran, dan lain-lain. Dalam kursus APK, pendedahan ini diberikan melalui kelas teori dan mengaplikasikan dalam projek perniagaan yang mereka jalankan.
 - 2) Ketahui bagaimana (*know-how*): bagaimana menangani situasi tertentu. Misalnya bagaimana untuk mengenal pasti risiko dan merancang pelan kontigensi. Pelajar dalam kursus APK dikehendai untuk mengenlpasti risiko yang mereka jangkakan

dalam perniagaan melalui analisis SWOT dan persediaan untuk berhadapan dengan risiko.

- 3) Ketahui siapa (*know-who*): siapakah orang yang berguna dan yang merupakan rangkaian berguna dalam konteks tertentu. Dalam kursus APK, terutamanya BMC, pelajar akan mengenal pasti pihak-pihak yang terlibat dalam projek perniagaan mereka seperti rakan perniagaan melalui konsep *affiliation*, *dropship* dan mereka yang terlibat dalam rangkaian pengeluaran dan pemasaran

(c) Dimensi rohani terdiri daripada *know-why* dan *know-when*.

- 1) Ketahui mengapa (*know-why*): apa yang menentukan tingkah laku dan tindakan manusia, sikap, nilai dan motivasi usahawan. Apa yang memimpin manusia biasa untuk melakukan apa yang usahawan lakukan. Isu-isu mengenai nilai ini dibincangkan dalam APK melalui unit “Etika” dan diterapkan dalam projek keusahawan apabila pelajar dikehendaki untuk memikirkan bagaimana mereka mengendalikan isu-isu etika dalam projek keusahawanan mereka.
- 2) Tahu bila (*know-when*): bilakah masa yang sesuai untuk meneruskan? Adakah ini projek yang baik untuk saya? Ini adalah beberapa soalan utama yang dihadapi oleh pelajar. Kajian kes, temu bual dengan pakar dan profesional boleh membentuk cara yang baik untuk menangani perkara ini. Dalam kursus APK, beberapa seminar perkongsian dengan usahawan dilaksanakan untuk memberikan pendedahan kepada pelajar mengenai persoalan-persoalan tersebut.

(iv) Kaedah pengajaran dan pembelajaran - Pemilihan kaedah pedagogi bagi setiap kursus pendidikan keusahawanan perlu melihat kembali objektif, profail kumpulan sasaran, kandungan serta kekangan institusi. Pada asasnya, pendidikan keusahawanan menggunakan pendekatan *learning by doing*. Ini sejajar dengan kaedah pengajaran dan pembelajaran dalam APK, dimana pelajar akan menjalankan projek keusahawan dan menimba pengalaman semasa menjalankan projek. Dalam kumpulan seramai 5 hingga 6 orang, pelajar diberikan empat pilihan projek iaitu:

- *Take order and delivery* - memberi tumpuan kepada satu industri perniagaan. Sebagai contoh, perniagaan makanan dan minuman, kecantikan, isi rumah atau pakaian dan lain-lain.
- *Gig economy* - memberi tumpuan kepada menawarkan perkhidmatan jangka pendek berbayar mereka (freelance) dalam talian atau di lokasi mereka sendiri (di luar talian). Sebagai contoh, membuat iklan untuk syarikat tempatan.
- SULAM - secara sukarela sebagai perunding untuk membantu mana-mana perniagaan tempatan yang tidak mempunyai mana-mana platform digital (Facebook, Instagram). Ahli bertanggungjawab untuk membantu menubuhkan atau melatih perniagaan tempatan. Terutamanya, pelajar harus membantu perniagaan tempatan untuk membuat posting dan pemasaran secara digital.
- *Virtual management* - menganjurkan acara maya (dalam talian) secara percuma atau berbayar.

(v) Penilaian - penilaian perlu merujuk Kembali kepada objektif pendidikan keusahawanan tersebut dan pada dasarnya penilaian memberikan fokus kepada perkembangan kesedaran, minat dan motivasi terhadap bidang keusahawanan serta, pengetahuan dan kemahiran keusahawanan. Dalam kursus APK penilaian melibatkan 2 komponen iaitu penilaian individu dan kumpulan. Penilaian individu meliputi aspek kuiz dan *content creation* iaitu

penyediaan video seperti *product review* dan *photo flatlay*. Penilaian kumpulan pula memberi fokus kepada projek perniagaan mereka iaitu *pre-pitching* (pembentangan idea perniagaan), penyediaan BMC (perancangan melibatkan 9 komponen dalam BMC, *post-pitching* (pembentangan mengenai pengalaman perniagaan) dan *e-business portfolio* (laporan akhir projek perniagaan).

Pengajaran dan pembelajaran dalam kursus APK sejajar dengan saranan model pendidikan keusahawanan. Namun pandemik COVID-19 telah banyak membawa perubahan kerana keterbatasan proses pembelajaran hanya secara online. Oleh itu adalah penting untuk mengkaji cabaran yang dihadapi pelajar agar penambahbaikan boleh dilaksanakan sesuai dengan keperluan dan keadaan semasa.

Metodologi Kajian

Kajian ini dijalankan menggunakan pendekatan kualitatif berdasarkan analisis dokumentasi laporan projek keusahawanan yang melibatkan 79 orang pelajar yang dibahagikan kepada 15 kumpulan yang mengambil mata pelajaran Asas Pembudayaan Keusahawanan (APK) di Universiti Malaysia Sabah. Seperti yang telah diterangkan, melalui kursus ini pelajar dikehendaki untuk menjalankan perniagaan secara online yang meliputi 4 kategori utama perniagaan iaitu *take order and deliver*, *SULAM*, *Gig economy*, dan *Virtual event management*. Pendekatan pembelajaran dalam kursus APK ialah *learning by doing*, iaitu dengan tujuan memberi pengalaman kepada pelajar untuk menjalankan perniagaan. Untuk tujuan ini pelajar secara berkumpulan akan melaksanakan satu projek perniagaan dan penekanan diberikan kepada perniagaan secara online, terutama sekali dalam situasi pandemik COVID-19, yang banyak membataskan aktiviti perniagaan secara bersemuka. Diakhir semester pelajar dikehendaki membuat laporan pencapaian projek keusahawanan yang mereka serta refleksi kepada cabaran yang mereka hadapi semasa menjalankan perniagaan. Dokumen tersebut akan dijadikan sebagai sumber data kajian ini dan data dianalisis menggunakan pendekatan tematik.

Hasil Kajian

Profail kumpulan projek perniagaan

Jadual 1 menunjukkan perinciap profail perniagaan yang dijalankan oleh pelajar APK.

Jadual 1: Profail Perniagaan

Nama kumpulan	Ahli			Kategori perniagaan	Jenis perniagaan
	L	P	f		
Jassy-Tout	0	5	5	<i>Gig economy</i>	Perkhidmatan pengiklanan untuk mahasiswa UMS yang menjalankan perniagaan.
Creamy Co	1	4	5	Ambil pesanan dan hantar	Produk minuman yang sihat tanpa bahan pewarna dan bahan pengawet yang dihasilkan segar daripada tiga bahan asas, iaitu pisang, susu dan gula perang.
Jual Ja	3	4	7	Ambil pesanan dan hantar	Industri makanan - Pelbagai jenis seperti biskut, keropok lekor, chocojar dan spageti.
Buaya Cookies	4	1	5	Ambil pesanan dan hantar	Industri makanan - membeli secara pukal daripada pembekal, dan menjual Kembali kepada pelanggan. Makanan ringan <i>brownies</i> , <i>pour n dip</i> & <i>koocrunch</i> mi.

Heaven Aroma	1	4	5	Ambil pesanan dan hantar	Sugarbomb seperti <i>perfume</i> , <i>hand sanitizer</i> dan <i>air freshener</i> . Syarikat Le Parfum adalah <i>dropship</i> kepada jenama minyak wangi yang terkenal iaitu Sugarbomb. Mereka membeli stok dan menjual kembali.
The Girlish	0	5	5	Ambil pesanan dan hantar	Menjual pelbagai jenis <i>gift box</i> di mana barang utama kami adalah scrunchies dan mempunyai barang sampingan yang berbeza bagi setiap jenis <i>set gift box</i> . 5 <i>set gift box</i> dimulai dengan Set A (<i>Scrunchies and BTS Unofficial Merch Set</i>), Set B (<i>Scrunchies and Mini Teddy Bear</i>), Set C (<i>Scrunchies and Basic Make-Up</i>), Set D (<i>Scrunchies and Satin Facemask</i>) dan Set E (<i>Scrunchies and Fairy LED</i>).
E Farfum Sugar Bomb	0	5	5	Ambil pesanan dan hantar	Menjual pelbagai produk dari Sugarbomb seperti <i>perfume</i> , <i>hand sanitizer</i> dan <i>air freshener</i> . Syarikat Le Parfum adalah <i>dropship</i> kepada jenama minyak wangi yang terkenal iaitu Sugarbomb.
Health and beauty-Jetitih	0	6	6	Ambil pesanan dan hantar	Menjual produk kecantikan Jamu Tun Teja. Mereka membeli stok dan menjual kembali.
Lubuk Lautan	0	5	5	Ambil pesanan dan hantar	Menjalankan perniagaan dalam makanan kering, iaitu amplang ikan dan sotong dalam pelbagai pilihan saiz. Produk amplang dibeli secara borong dari pembekal dalam skala yang besar lalu dibungkuskan semula dalam pelbagai saiz bungkusan dan melekatkan logo syarikat lubuk lautan dan menjual kembali.
ChocoCharm	2	4	6	Ambil pesanan dan hantar	Menjual produk makanan coklat jenama Choco Charms. Mereka membeli secara borong dan menjual kembali.
Chemalin	0	4	4	Ambil pesanan dan hantar	Industri makanan dan minuman. <i>Dropship</i> kepada perniagaan jenama Chemalin. Produk termasuklah <i>red velvet cookies</i> , <i>chocolate cookies</i> , <i>colorful block chocolate</i> , sambal goreng <i>crunchy</i> , sambal ikan masin warisan dan sambal tempoyak ikan bilis.
Book Access	1	3	4	<i>Gig economy</i>	Perkhidmatan penjualan dan pembelian buku terpakai secara maya.
Shugah Hux	0	5	5	Ambil pesanan dan hantar	Makanan ringan - kerepek jagung tortilla Pakaian - penjualan t-shirt Mereka membeli secara borong daripada pembekal dan menjual kembali.
Crunchy Pop	2	3	5	Ambil pesanan dan hantar	Produk makanan ringan yang berasaskan kulit popiah yang berperisa keju asli dan pedas. Syarikat mereka menggunakan kaedah borong daripada pembekal.
Nasi lemak kampung <i>style</i>	7	0	7	Ambil pesanan dan hantar	Membuat tempahan nasi lemak daripada pembekal dan menjual Kembali.
	21	58	79		

Ciri-Ciri Perniagaan

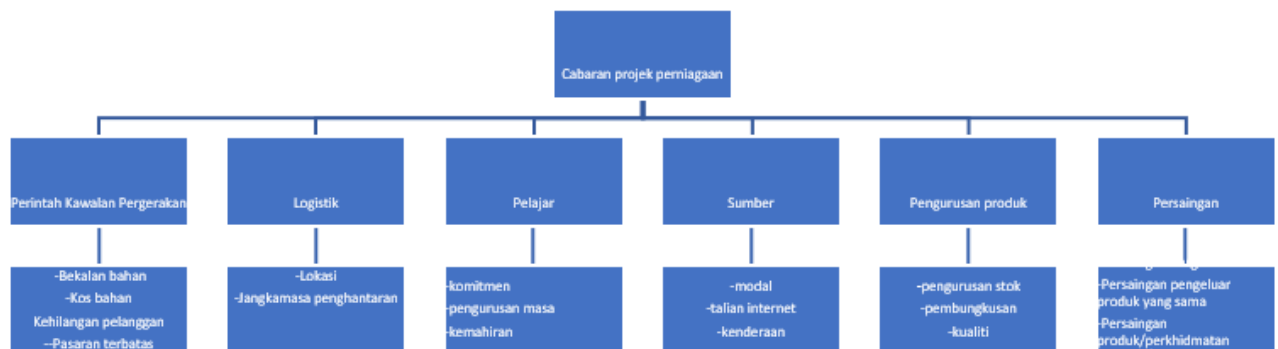
Berdasarkan Jadual 2, hasil kajian menunjukkan majoriti pelajar adalah perempuan iaitu seramai 58 orang (73%) dan hanya 21 orang (27%) adalah lelaki. Saiz kumpulan kebanyakannya 5 orang ahli iaitu sebanyak 9 kumpulan (60%). Kategori perniagaan yang paling diminati ialah ambil pesanan dan hantar iaitu sebanyak 13 kumpulan (86%). Hanya 2 kumpulan (13%) yang memilih *gig economy* dan tiada kumpulan yang berminat untuk SULAM dan *virtual management*. Jenis perniagaan yang paling digemari ialah perniagaan berkaitan dengan makanan dan minuman iaitu sebanyak 9 kumpulan (60%), diikuti oleh produk kecantikan sebanyak 3 kumpulan (20%). Hanya 2 kumpulan (13%) menjalankan perniagaan berasaskan perkhidmatan dan satu kumpulan (6%) menjalankan perniagaan pakaian.

Jadual 2: Ciri Perniagaan

Perkara	Kategori	Kekerapan (f)	Peratusan (%)
Jantina	Lelaki	21	73
	Perempuan	58	27
Bilangan ahli kumpulan	4 orang	2	13
	5 orang	9	60
	6 orang	2	13
	7 orang	2	13
Kategori perniagaan	Ambil pesanan dan hantar	13	86
	<i>Gig economy</i>	2	13
	SULAM	0	0
	<i>Virtual management</i>	0	0
Jenis perniagaan	Makanan dan minuman	9	60
	Produk Kecantikan	3	20
	Pakaian	1	6
	Perkhidmatan	2	13

Cabaran melaksanakan projek perniagaan

Hasil kajian menunjukkan terdapat enam cabaran utama yang dihadapi oleh pelajar ketika menjalankan perniagaan mereka iaitu yang berkaitan dengan pelajar, Perintah Kawalan Pergerakan (PKP), logistik, faktor pelajar, sumber, pengurusan produk dan persaingan (Rajah 2).



Rajah 2: Cabaran projek perniagaan semasa pandemik COVID-19

Cabaran Perintah Kawalan Pergerakan PKP

Perintah Kawalan Pergerakan telah memberikan beberapa kesan kepada projek perniagaan pelajar APK. Antara kesan tersebut termasuklah masalah untuk mendapatkan bekalan bahan. Ini dinyatakan oleh kumpulan Creamy co. dan Jualja yang memerlukan bahan mentah untuk produk mereka;

Sebelum Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) diumumkan di Malaysia, kami mudah untuk mendapatkan bekalan ini daripada peniaga-peniaga kecil. Contohnya di tempat seperti, pasar malam, pasar pagi, dan kenalan rapat kami yang menjual buah pisang. Harga yang dijual oleh mereka adalah sangat murah dan berkualiti. Buah pisang yang dijual oleh mereka juga adalah sangat baik dan segar. Apabila PKP diumumkan di seluruh negara, banyak peniaga-peniaga kecil ini terpaksa berhenti seketika untuk berniaga atas dasar undang-undang kerajaan.....(Creamy co.)

Masalah yang saya hadapi untuk produk spaghetti adalah barang yang diperlukan tidak mencukupi dan disebabkan oleh PKPD yang berlaku. Hal ini menyebabkan saya terpaksa berhenti untuk mengambil tempahan sepanjang PKPD.....(Jualja)

Seterusnya situasi PKP juga telah menyebabkan kos pengeluaran meningkat. Ini dinyatakan oleh kumpulan Creamy Co. seperti berikut;

Hal ini memaksa kami untuk mendapatkan bekalan buah pisang di supermarket yang dibenarkan untuk beroperasi sewaktu PKP dilaksanakan. Apabila kami membeli daripada supermarket harganya tetap dan tidak boleh berunding serta tidak boleh diborong. Ini menyebabkan modal pengeluaran untuk satu unit modal meningkat sekaligus pulangan hasil perniagaan menurun.....(Creamy.co)

Pelaksanaan PKP turut mengakibatkan pembatalan penjualan dan kehilangan pelanggan.

Masalah yang kami hadapi pertama sekali ialah barang-barang sumber utama kami tersekat. Pada 4 April, KKM mengumumkan PKPD dikuatkuasakan selama 2 minggu di tiga kolej kediaman UMS. PKPD ini berlanjutan sehingga 4 minggu. Pelajar dan kakitangan universiti dilarang keluar dari kediaman masing-masing. Semua laluan keluar masuk kawasan pkpd turut ditutup. Barang-barang yang dipos juga disekat. Salah satu ahli kumpulan kami tidak dapat melakukan penjualan untuk gift box nya. Penjualannya terpaksa ditunda sehinggalah PKPD tamat.(The Girlish)

Isu-isu yang dihadapi oleh syarikat kami ialah isu kekurangan pelanggan. Pada awalnya, kami bercadang untuk melakukan operasi penjualan di UMS kerana target pelanggan kami adalah pelajar UMS dari kalangan rakan-rakan. Walaubagaimanapun, akibat arahan PKP semasa pandemik yang tidak dapat dielakkan, kami tidak dapat melaksanakan rancangan yang telah diatur.(Buaya cookies)

PKP telah menyebabkan pasaran kepada peniagaan menjadi terbatas seperti yang diutarakan oleh kumpulan Crunchypop.

...kami juga mengalami masalah untuk menjual produk selain daripada kawasan tempat tinggal kerana situasi PKP.....(Crunchypop).

Cabaran Logistik

Cabaran logistik dalam pelaksanaan projek perniagaan dalam kalangan pelajar APK yang telah dikenal pasti dalam kajian ini termasuklah berkaitan dengan masalah penghantaran yang disebabkan oleh PKP dan juga faktor lokasi. Misalnya kumpulan Book Access yang memberikan perkhidmatan menjual buku terpakai mengalami masalah seperti berikut;

Kami sukar melakukan pengeposan buku dan tidak dapat mengambil buku-buku daripada penjual yang berada jauh di sekitar kediaman kami.....(Book Access)

Pelajar turut berpendapat pelanggan lebih suka penghantaran secara *Cash on Delivery* (COD) berbanding menggunakan perkhidmatan pos. Walau bagaimanapun, menurut kumpulan Lubuk Lautan;

Masalah yang kami hadapi adalah tidak dapat memenuhi kehendak pelanggan untuk menghantar secara Cash On Delivery (COD). Masalah ini memberi impak kepada perniagaan kami kerana kebanyakan pelanggan mahukan perkhidmatan COD tapi akibat pelaksanaan PKP kumpulan kami tidak dapat buat COD.(Lubuk Lautan)

Hal yang sama juga berlaku kepada pelajar yang menggunakan perkhidmatan pos seperti yang disuarakan oleh kumpulan Heaven Aroma;

...penghantaran produk tergendala juga merupakan masalah yang kami hadapi di mana perkhidmatan J&T tidak dapat melakukan penghantaran dengan segera disebabkan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP). Hal ini juga menyebabkan tempahan pelanggan menjadi lambat dan tertunda lebih daripada seminggu dan menyebabkan pelanggan berasa marah kerana menunggu barang terlalu lama. Oleh itu, kepercayaan terhadap jualan dan perkhidmatan kami menjadi kurang. (Heaven aroma)

Bagi pelajar yang tinggal di kampus UMS, PKPD yang telah dilaksanakan menyebabkan,

...penghantaran sukar untuk dilakukan disebabkan oleh PKPD. Oleh itu, penghantaran di luar kawasan PKPD telah dihentikan sehingga PKPD selesai.(Jualja)

Semasa PKPD dijalankan di sekitar kolej kediaman UMS juga kami tidak dapat menghantar produk pada pelanggan di kolej yang berbeza.(Crunchy pop)

Selain daripada masalah penghantaran, isu logistik juga ada kaitan dengan faktor lokasi terutama sekali pengeposan barangan ke semenanjung yang memakan kos yang tinggi. Ini disuarakan oleh pelajar seperti berikut;

...mengenai kos penghantaran. Kos penghantaran bagi barangan dari sabah ke semenanjung adalah tinggi malah segelintir tempat memiliki harga pos yang hampir menyamai harga produk. Hal ini mampu meningkatkan risiko kerugian dan mengurangkan pembelian pelanggan dari semenanjung. ... (Buaya cookies)

... kos pengeposan yang agak tinggi untuk penghantaran luar Sabah. Harga pengeposan yang tinggi adalah dilema bagi kami untuk meyakinkan pelanggan untuk membeli produk kami kerana kadangkala cas pos adalah lebih tinggi berbanding jumlah bayaran yang harus dibayar oleh pelanggan. (Lubuk Lautan)

Cabaran Faktor Pelajar

Beberapa cabaran yang dihadapi adalah berkaitan dengan faktor pelajar. Ini termasuklah berkaitan dengan kemahiran, pengurusan masa dan komitmen. Bagi kemahiran, kebanyakan kumpulan merasa tidak yakin disebabkan masih kurang kemahiran dalam melaksanakan perniagaan terutama secara online.

...mengalami kekangan menjual produk secara atas talian kerana sebelum ini belum pernah menjual produk menggunakan status whatsapp dan di instagram story. (Crunchypop)

...kami kurang membuat promotion di laman media sosial menyebabkan orang awam tidak mengetahui yang kami ada menjual produk tersebut. (Chemalin)

...disebabkan ahli kumpulan kami tidak pernah menyertai ataupun membuat perniagaan secara online mahupun offline, pengetahuan kami dalam bidang perniagaan adalah sangat kurang. Hal ini menyebabkan kami sukar untuk mendapat followers di platform media sosial seperti Facebook dan Instagram dan ini juga menyebabkan produk yang telah kami promosikan di media sosial tidak tersebar secara meluas kepada orang awam. (LaFarfum)

...kurang pengalaman dalam perniagaan... jualan produk pewangi Sugarbomb merupakan perniagaan pertama bagi kami sekumpulan.

Sukar untuk mendapatkan pelanggan kerana perniagaan kami hanya diketahui oleh segelintir kumpulan sahaja...Kesukaran dalam mempromosikan perkhidmatan kami kerana kurangnya pengaruh dalam platform media sosial. (Jassy Tout)

Selain daripada kurang kemahiran, pelajar juga mengalami masalah pengurusan masa untuk memberikan fokus kepada projek perniagaan mereka.

...masa yang terhad kerana peniaga harus membahagikan masa untuk pembelajaran dan masa untuk berniaga. Masa yang terhad boleh menyebabkan kesukaran untuk menjalankan perniagaan pada hari-hari tertentu,,menjalankan perniagaan pada hujung minggu sahaja..... (Jualja)

... pengurusan masa untuk menjalankan pemasaran. Disebabkan kekangan masa untuk menyiapkan tugas serta aktiviti lain yang banyak, pemasaran serta pengiklanan kami adalah tidak konsisten di media sosial.(Lubuk Lautan)

...mengalami masalah untuk menghantar makanan yang dipesan oleh pembeli. Hal ini kerana penghantaran melalui COD adalah terhad mengikut masa kesesuaian kami.

...kami berasa sukar untuk menguruskan masa untuk pembelajaran dan untuk perniagaan. Oleh itu, kami sukar untuk menguruskan dan mencatat kewangan dari segi modal dan untung.(LaFarfum)

Cabaran Pengurusan Produk

Pengurusan produk merupakan salah satu cabaran yang dikenal pasti dalam pelaksanaan projek perniagaan pelajar APK. Misalnya komen kumpulan seperti berikut;

Cepat kehabisan stok chocojar... stok lambat sampai.(Jualja)

Ketiadaan saiz baju... sukar menjangka saiz mana yang paling banyak permintaan..... (Shugah Hux)

...mengalami masalah dalam pembungkusan apa yang paling bagus untuk nasi lemak yang kami jual..... (Nasi Lemak Kampung Style)

Cabaran sumber

Cabaran sumber dikaitkan dengan permasalahan talian internet yang diperlukan untuk perniagaan online.

Terdapat ahli kumpulan yang sukar mengakses Internet menjadikan kegiatan promosi menjadi rumit..... (Book Access)

...mengalami masalah dalam mempromosikan produk jualan kami di mana jaringan internet yang lemah. Ekorannya, sukar dalam mempromosikan produk jualan kami ini dan ia memerlukan banyak masa dalam memastikan jaringan internet menjadi kuat.....(Crunchypop)

Hanya satu kumpulan iaitu Heaven Aroma yang menyuarakan masalah berkaitan dengan modal perniagaan.

...kami mengalami kekurangan dari segi modal. Modal yang tidak mencukupi sukar untuk membeli stok produk mengikut citarasa pelanggan terutamanya bagi pelanggan yang membeli produk pewangi dalam kuantiti yang banyak... terpaksa menggunakan duit simpanan sendiri dan mengumpul duit daripada setiap ahli.(Heaven aroma).

Cabaran persaingan

Persaingan daripada peniaga lain juga menjadi salah satu cabaran yang dihadapi oleh kebanyakan kumpulan. Ini dapat dilihat daripada pernyataan berikut;

...masyarakat sekarang boleh mendapatkan eBook sebagai bahan bacaan dan sumber maklumat mereka.(Book Access)

Kami mengalami masalah mendapatkan pelanggan untuk perniagaan nasi lemak kami kerana terdapat persaingan dengan penjual yang terdapat di dalam UMS.(Nasi Lemak Kampung Style)

Pakaian jersi banyak dijual dan mudah didapati.(Shugah Hux)

...penjual lain juga menjual produk Sugarbomb atau dikenali sebagai produk pewangi. Persaingan daripada penjual merupakan masalah bagi kami kerana ianya akan menjejaskan jualan syarikat kami. Selain itu, persaingan dari segi pelanggan yang membeli produk pewangi daripada kami dan syarikat lain. Oleh itu, persaingan yang sengit antara syarikat lain akan menjejaskan jualan dan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan perkhidmatan kami berikan.(Heaven aroma)

...Pandemik yang berlaku pada waktu kini memberi impak kepada semua peniaga mahupun besar ataupun kecil. Pesaing lain juga mempunyai caranya tersendiri untuk mengekalkan pelanggan mereka untuk membeli produk mereka. Sebagai contoh, perniagaan lain telah mengurangkan harga satu unit produk. Perkara ini memaksa kami untuk mengikuti trend harga pasaran bagi mengekalkan pelanggan kami.(Creamy co.)

Ramai telah mendaftar sebagai pengedar produk sugarbomb..... (La Farpum)

Perbincangan dan Kesimpulan

Hasil kajian ini telah berjaya mengenal pasti enam cabaran utama yang dihadapi oleh pelajar ketika menjalankan perniagaan mereka semasa pandemik COVID-19. Dua cabaran yang berkait secara langsung dengan pandemik COVID-19 ialah Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) dan cabaran logistik. Perintah Kawalan Pergerakan Diperketat (PKPD) di lokasi tertentu ternyata menjadi satu situasi luar jangka dalam kalangan pelajar yang terlibat dimana banyak aktiviti yang telah dirancang tidak dapat diteruskan. Oleh yang demikian terdapat keperluan untuk memberikan para pelajar dengan pengetahuan dan kemahiran berhadapan dengan situasi yang tidak menentu yang boleh mempengaruhi aktiviti keusahawanan pada masa kini dan masa akan datang. Semasa pandemik, banyak perniagaan menghadapi masalah dan mendatangkan keperluan kepada pelan kesinambungan perniagaan yang meliputi pelan pengurusan risiko, analisis kesan perniagaan, pelan Tindakan insiden dan pelan pemulihan (Intesh Digital, 2020). Kursus APK perlu memberikan perhatian yang lebih khusus kepada keperluan baru ini dalam kandungan kursus. Dengan adanya pelan kesinambungan perniagaan ini, masalah lain yang berkaitan seperti masalah logistic juga akan dapat ditangani dengan baik.

Hasil kajian juga menunjukkan beberapa cabaran yang bukan disebabkan oleh pandemik tetapi lebih kepada faktor pelajar sendiri. Ini termasuklah masalah sikap iaitu kurang komitmen

daripada ahli kumpulan. Menurut Norfadhilah dan Halimah (2010), sikap merupakan faktor yang mempengaruhi pelajar untuk menceburi bidang keusahawanan. Oleh yang demikian, disamping memberikan pendedahan kepada dunia perniagaan, program keusahawanan perlu memberikan perhatian kepada pembangunan nilai diri. Seterus, pelajar juga menghadapi cabaran pengurusan masa untuk memberikan fokus disebabkan komitmen kursus lain yang diambil dalam semester. Menurut Janssen (2006) pengurusan masa merupakan teknik dan cara seseorang itu mengatur, mengurus dan membahagikan masa sehariannya dengan berkesan. Kemahiran ini amat diperlukan dalam diri seorang pelajar yang mempunyai banyak tugas untuk dilaksanakan dalam tempoh masa yang terhad (Norzaini, 2013). Oleh itu kursus APK perlu memberikan pendedahan kepada aspek pengurusan masa yang berkesan semasa melaksanakan projek keusahawanan.

Pelajar juga menghadapi masalah berkaitan dengan kemahiran dalam melaksanakan pemasaran digital. Hasil kajian ini menunjukkan pelajar masih kurang dapat mengadaptasi pembelajaran terarah sendiri (*Self directed learning - SDL*), dan masih bergantung kepada pensyarah. Menurut Hmelo-Silver (2004), SDL menekankan proses perancangan pembelajaran, membina dan mengaplikasikan strategi untuk belajar dan menggunakan sumber pembelajaran secara berkesan. Oleh itu, cabaran berkaitan kurang kemahiran ini memberikan gambaran pelajar masih tidak dapat memanfaatkan pelbagai sumber dan platform pembelajaran untuk menerokai ilmu perniagaan secara online. Ini boleh menyebabkan mereka kekurangan pengetahuan dan kemahiran untuk berhadapan dengan pelbagai cabaran dalam perniagaan seperti persaingan dan pengurusan produk. Hasil kajian ini menunjukkan persaingan dan pengurusan produk juga merupakan antara cabaran yang dihadapi oleh pelajar.

Seterusnya cabaran lain ialah berkaitan dengan sumber perniagaan iaitu modal dan juga kemudahan internet. Pelajar mengalami ketidak cukupan modal untuk membeli stok produk. Kekangan modal ini antara isu yang diutarakan dalam kajian Norasmah et al. (2009) dalam kajian mengenai kekangan menjalankan perniagaan dalam kalangan pelajar universiti. Oleh yang demikian, cabaran berkaitan modal perniagaan bukan satu perkara baru dalam kalangan pelajar yang menjalankan perniagaan. Perkara ini juga harus dipertimbangkan dalam pelaksanaan kursus APK agar bantuan yang sewajarnya dapat diberikan. Seterusnya, pemasalahan berkaitan dengan talian internet juga ada dilaporkan oleh pelajar. Oleh yang demikian, strategi pembelajaran secara keseluruhannya perlu disesuaikan dengan persekitaran pelajar APK yang pelbagai.

Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan panduan kepada penambahbaikan berterusan kursus berkaitan dengan pendidikan keusahawanan agar matlamat pembudayaan keusahawanan dapat dicapai dan dalam jangkamasa panjang menghasilkan generasi yang cenderung kepada budaya kerja sendiri berbanding dengan makan gaji dan ini seterusnya dapat membantu masalah pengangguran dan masa yang sama membantu merencanakan perkembangan ekonomi negara.

Rujukan

- Ahmad, S. Z. (2013). The need for inclusion of entrepreneurship education in Malaysia lower and higher learning institutions. *Education and Training*, 55(2), 191-203.
- Audia, P. & Rider, C.I. (2005). A garage and an idea: What more does an entrepreneur need? *California Management Review*, 48(1), 6-28.
- Ali Sis & Aede Hatib Musta'Amal (2014). Cabaran kursus pendek keusahawanan di dalam pembelajaran sepanjang hayat di Kolej Komuniti Kementerian Pendidikan Malaysia. <http://eprints.utm.my/id/eprint/61317/1/>
- Aliman, S., Abdul Kadir S. & Lope Pihie, Z.A. (2013). *Kemahiran keusahawanan di dalam pendidikan teknik dan vokasional*. In: Graduate Research in Education Seminar (GREduc 2013), 1 Dec. 2013, Faculty of Educational Studies, Universiti Putra Malaysia. (pp. 217-223).
- Barot, H. (2015). Entrepreneurship - A key to success. *The International Journal of Business and Management*, 3(1), 163-165.
- Chang, J. (2013). Assessing students & apos: Entrepreneurial skills development in live projects. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 225-241.
- Course Outline Kursus Asas Pembudayaan Keusahawanan. Pusat Penataaran Ilmu dan Bahasa, Universiti Malaysia Sabah.
- Farhana, M. R. (2013). Pembudayaan keusahawanan ke arah mempengaruhi kecenderungan menceburi bidang keusahawanan dalam kalangan bakal graduan di UTHM. Projek Sarjana - Tidak diterbitkan. UTHM, Parit Raja: Universiti Tun Hussein Onn Malaysia.
- Fayolle, A. & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569-593.
- Gartner, W. B. & Bellamy, M. G. (2009). *Creating the Enterprise* (1st Ed.). Canada: Thomson South-Western.
- Gartner, W. B. & Vesper, K.H. (1994). Experiments in entrepreneurship education: successes and failures. *Journal of Business Venturing*, 9(2), 179-187.
- Gibb, A. (1993). The Enterprise culture and education: understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider education goal. *International Small Business Management Journal*, 11 (3), 11-34.
- Hessels, J. & Naudé, W. (2019). The intersection of the fields of entrepreneurship and development economics: A review towards a New View. *Journal of Economic Surveys*, 33(2), 389-403.
- Hmelo-Silver, C. E. (2004). Problem-based Learning: What and how do students learn? *Educational Psychology Review*, 16(3), September.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P. & Shephard D. A. (2008). *Entrepreneurship* (International Edition). Singapore: The McGraw-Hill Education Asia.
- Ibrahim Mamat, Wan Mohd Zaifurin Wan Nawang & Noorun Nashriah Ramli (2009). Nilai, sikap dan amalan pegawai kanan institut pengajian tinggi terhadap program pembangunan usahawan siswa. *Jurnal Kemanusiaan*, 4, 96-115.
- Intesh Digital (2020). Pelan Kesenambungan Perniagaan (Business Continuity Plan) – 4 elemen asas. <https://intesh.com.my/pandemik-covid-19-membuktikan-setiap-perniagaan-memerlukan-pelan-kesinambungan-perniagaan/>.
- Jabatan Perangkaan Malaysia (Disember 2019). Siaran akhbar Statistik Siswazah 2018. <http://www.dosm.gov.my>.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (Julai 2021). Kenyataan Media Statistik Siswazah 2020. <http://www.dosm.gov.my>.

- Janssen, D. A. 2006. The ultimate self challenge: Time management. [Http://www.danieljanssen.com](http://www.danieljanssen.com) [3 Jun 2012].
- Kementerian Pendidikan Tinggi. (2016). Pelan Tindakan Keusahawanan Institusi Pendidikan Tinggi 2016-2020. Dimuat turun daripada http://www.pnc.upm.edu.my/upload/dokumen/menul320171013112713Pelan_Tindakan_Keusahawanan
- Kuratko & Hodgetts. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. USA: South Western Cengage Learning.
- Kuratko, D. F. (2011). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. (5th ed.) California: Harcourt College Publishers.
- Nasrul Hakim, M. (2015). Kajian kecenderungan keusahawanan pelajar di Universiti Kuala Lumpur. Projek Sarjana - Tidak diterbitkan. Sintok: Universiti Utara Malaysia.
- Nambisan, S. (2016). Digital Entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055.
- Noor, N. M. & A. Rahim, N. (2011). Kecenderungan pelajar-pelajar Institut Kemahiran Mara (IKM) Johor Bahru terhadap bidang keusahawanan. Fakulti Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia.
- Norzaini Azman (2013). Perkaitan antara pengurusan masa dan stress dalam kalangan pelajar siszawah di IPTA. *AJTLHE*, 5(1), 34-49.
- Norasmah Othman, Azzyyati Anuar & Muhammad Husin (2009). Kekangan dalam menjalankan perniagaan dalam kalangan pelajar di Universiti Kebangsaan Malaysia. *Jurnal Personalia Pelajar*, 12, 87-107.
- Morris, M., Kuratko, D. & Schindehutte, M. (2001), Towards integration: understanding integration through frameworks, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 2 (1), 35-49.
- Muhammad Izzat Akmal Fakhrol Anwar, Nurazwa Ahmad & Nor Kamariah Kamaruddin (2020). Faktor pendorong pelajar UTHM dalam bidang keusahawanan. Kajian Kes di Malaysia, Siri 4 UTHM: 63-72.
- Nasharudin, N. & Harun, H., (2010). aspirasi kerjaya keusahawanan dalam kalangan pelajar institusi pengajian tinggi awam. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 35(1), 11-17.
- Pyysiäinen, J., Anderson, A., McElwee, G. & Vesala, K. (2006). Developing the entrepreneurial skills of farmers: Some myths explored. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12(1), 21-39.
- Norfadhilah, N. & Halimah, H. (2010). Aspirasi kerjaya keusahawanan dalam kalangan pelajar institusi pengajian tinggi awam. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 35(1),11-17.
- Pelan Strategik Pendidikan Tinggi Negara 2011-2015, Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia).<https://www.mohe.gov.my/muat-turun/penerbitan-jurnal-dan-laporan/pppm-2015-2025-pt/103-pelan-pembangunan-pendidikan-malaysia-2015-2025-pendidikan-tinggi/file>.
- Pittaway, L. (2005). Philosophies in entrepreneurship: A focus on economic theories. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 11 (3), 201-21.
- Rozaimy Baharuddin. (2003). Modul OUM: Bab 1 Pengenalan Kepada Keusahawanan. Universiti Terbuka Malaysia
- Siti Hawa Mohamed Idris (2009). Kecenderungan keusahawanan di kalangan pelajar bidang kejuruteraan di institusi pengajian tinggi awam di Kawasan Utara Semenanjung Malaysia. Projek Sarjana - Tidak diterbitkan. Fakulti Sains Pengurusan. Sintok: Universiti Utara Malaysia.
- Wan Ya Shin. (2020). Pendidikan Sepanjang Krisis COVID-19. 8 April 2020. Retrieved from Institute for Democracy and Economic Affairs (IDEAS):

<https://www.ideas.org.my/pendidikan-sepanjang-krisis-covid-19/>. Dimuat turun pada 12 Mei 2020

Wan Naqiyah Wan Abdul Majid & Rohana Ahmad. (2021). Kesedaran keusahawanan dalam kalangan pelajar Institut Latihan Perindustrian (ILP) Jabatan Tenaga Manusia di Terengganu. *Universiti Malaysia Terengganu Journal of Undergraduate Research*, 3(1), 87-98.

Utusan Malaysia. (26 April, 2005). Universiti Bantu Lahir Usahawan Siswazah.

Utusan Malaysia. Pelajar IPTA wajib ambil subjek keusahawanan. 2 Julai 2007. Utusan Malaysia.

Zaidatol Akmaliah Lope Pihie & Habibah Elias (1997). *Keusahawanan dan Motivasi Diri*. Universiti Putra Malaysia.

Zimmerer, T. W. & Scarborough, N. M. (1998). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. (2nd ed.). New York Prentice Hall.