

Nota Penyelidikan / Research Notes

Profil Keusahawanan Peniaga India di Malaysia

The Entrepreneurial Profiles of Malaysian Indian Businessmen and Businesswomen

NORASMAH OTHMAN & SUMATHY A/P PANIAPPAN

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti tahap kemahiran keusahawanan dan ciri-ciri keusahawanan dalam kalangan peniaga India di Seremban. Kajian ini telah dilaksanakan ke atas 30 orang peniaga India di bandar Seremban. Satu set soal selidik telah digunakan dalam kajian ini. Hasil kajian menunjukkan bahawa tahap kemahiran keusahawanan dan ciri-ciri keusahawanan dalam kalangan peniaga India adalah di tahap tinggi. Secara keseluruhannya, kajian ini juga menunjukkan bahawa tidak ada perbezaan yang signifikan antara kemahiran keusahawanan dan ciri-ciri keusahawanan berdasarkan gender, umur dan pendidikan. Hanya sedikit perbezaan yang wujud antara gender dengan aspek motivasi diri dalam ciri-ciri keusahawanan dan antara kemahiran kewangan dalam kemahiran keusahawanan dengan latar belakang pendidikan.

Kata kunci: Kemahiran keusahawanan, ciri-ciri keusahawanan, gender, umur, pendidikan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the level of the entrepreneurial skills and the entrepreneurial traits among Indian businessmen and business women in Seremban, Malaysia. A set of questionnaires was administered to 30 Indian businessmen and business women in Seremban town. The findings showed that generally the entrepreneurial skills and the entrepreneurial traits among these Indian businessmen and business women were high. The study also revealed that there were no significant differences between entrepreneurial skills and entrepreneurial traits based on gender, age and education. Only slight differences occurred between genders with respect to self-motivation and financial skills.

Keywords: Entrepreneurial skills, entrepreneurial traits, gender, age, education

PENGENALAN

Bidang keusahawanan adalah satu bidang yang mempunyai potensi luas dalam perkembangan ekonomi negara. Malah isu ini telah berkembang di Malaysia selepas pelaksanaan Dasar Ekonomi Baru (DEB) pada tahun 1970. Antara matlamat DEB ialah membasmi kemiskinan tanpa mengira kaum serta menyusun semula masyarakat dengan menghapuskan pengenalan kaum mengikut fungsi-fungsi ekonomi. Semua kaum jika ingin maju, mereka perlu berusaha untuk merubah diri sendiri seperti kata Stephen Convey, seorang pakar pengurusan, *the change must come from within*. Oleh itu dalam menuju kecemerlangan, perubahan harus dibuat bermula dengan diri sendiri dan bukan melalui orang lain atau menyalahkan pihak-pihak tertentu sebagai *escapism* terhadap segala kelemahan dan kegagalan kita (Mohamad Basri 1996).

Daripada segi ekonomi, keusahawanan dilihat sebagai penawar kepada kebanyakan masalah; sebagai contoh satu strategi menangani pengangguran dan pembasmian kemiskinan (Norasmah 2002). Seorang usahawan

bukan sahaja bekerja sendiri malah menyediakan peluang pekerjaan untuk orang lain. Oleh tu, peranan usahawan tanpa mengira kaum dianggap sebagai pembawa kepada perubahan ekonomi dan sosial. Begitu juga dalam menjayakan sesuatu industri berat di mana banyak industri kecil dan sederhana diperlukan sebagai penyokong kepada kejayaan industri berat tersebut.

Bangsa India di Malaysia telah melibatkan diri dalam bidang keusahawanan sejak sebelum merdeka lagi dan menjadi dinamik selepas kemerdekaan. Ini telah dibuktikan dalam Sejarah Malaysia 1400-1963 di mana pedagang-pedagang dari negara India telah datang berdagang ke seluruh dunia (Lofti 1980; Sethulakshimi Thirupathy 1991). Bagaimanapun secara amnya, jumlah penglibatan mereka jika dibandingkan dengan bangsa lain masih jauh ketinggalan walaupun terdapat peningkatan. Sebagai contoh walaupun 7.2% penduduk Malaysia adalah berbangsa India tetapi hak milik modal saham yang dimiliki mereka tidak sampai 2% (Malaysia 2006). Ini menunjukkan bahawa kedudukan ekonomi bangsa India masih tertinggal di belakang. Perkara serupa juga berlaku di Seremban apabila peratus permohonan lesen

berniaga oleh bangsa India masih rendah berbanding dengan bangsa lain. Sebagai contoh pada tahun 2000, permohonan lesen oleh bangsa India ialah 8.1% manakala Melayu 34.3% dan Cina 54.7%. Pada tahun 2005, telah terdapat peningkatan dalam permohonan lesen tetapi masih lagi rendah jika dibandingkan dengan bangsa lain (India 10.8%, Melayu 34.7% dan Cina 51.2%) (Majlis Perbandaran Seremban 2006). Malah perniagaan yang banyak diceburi oleh bangsa India juga tertumpu kepada perniagaan kategori tred iaitu perniagaan kedai runcit, pakaian, pasar raya, besi buruk, kedai gunting rambut dan kedai makan. Peniaga berbangsa India didapati kurang berminat dalam perniagaan pasar malam, penjaja, pasar hiburan, gerai dan tidak ada seorang pun yang memohon lesen hotel dan rumah tumpangan. Kenapakah perkara seumpama ini berlaku? Adakah mereka tidak memiliki kemahiran atau kurang yakin jika dibandingkan dengan bangsa-bangsa lain.

SEJARAH PERKEMBANGAN KEUSAHAWANAN PENIAGA INDIA DI MALAYSIA

Perkembangan perniagaan India di Malaysia bermula sejak zaman Kesultanan Melaka di mana pedagang-pedagang dari negara India, Gujerat dan Parsi datang berniaga di negeri-negeri seperti Kedah, Pulau Pinang dan Melaka. Kebanyakan peniaga atau usahawan yang mempunyai perniagaan di Kedah dan Melaka merupakan saudagar India yang datang berdagang di Malaysia. Mereka akhirnya berkahwin dengan penduduk tempatan dan mula menetap di negara ini. Keadaan ini telah dibuktikan dengan kegemilangan Kesultanan Melaka sebagai pusat perniagaan dan perdagangan. Malah perkahwinan saudagar India dengan penduduk tempatan India telah mempercepatkan proses asimilasi sehingga tertubuhnya sebuah kampung perniagaan di Melaka yang bernama Tanjung Kling.

Kebanyakan jenis perniagaan yang melibatkan usahawan India ialah penjualan batu permata, emas, pemborong rempah dan pengukir. Salah satu bidang perniagaan utama yang wujud ketika itu ialah perniagaan peminjam wang (*money lenders*) yang juga dikenali sebagai ceti atau sebagai Ceti Melaka. Ceti Melaka di usahakan oleh satu kasta bergelar Chettier iaitu kasta untuk peniaga dan pemberi pinjaman. Perniagaan ini membawa banyak keuntungan kepada peniaga India dan ia berkembang dengan pesat. Antara rumah ceti yang terkenal di Malaysia ialah *Nattu Kottai Chetty Enterprise*. Sumber pinjaman atau syarikat kewangan utama mereka yang terkenal ialah *Nattu Kottai Chettier Chambers And Commerce*. Kumpulan ceti ini mendominasi kebanyakan bidang perniagaan di Malaysia pada satu ketika dahulu. Selain itu, kedai todi juga merupakan satu jenis perniagaan yang telah diteroka oleh peniaga India dan tumpuannya adalah di ladang-ladang, khas untuk masyarakat India.

TUJUAN DAN OBJEKTIF KAJIAN

Kajian ini bertujuan untuk meninjau profil keusahawanan peniaga India di Seremban. Bagi mencapai tujuan tersebut, beberapa objektif kajian telah dibina seperti:

1. Mendapat maklumat mengenai peniaga berbangsa India di Seremban.
2. Mengenal pasti tahap ciri-ciri keusahawanan yang dimiliki oleh peniaga berbangsa India di Seremban.
3. Mengenal pasti tahap kemahiran keusahawanan peniaga berbangsa India di Seremban.
4. Menentukan sama ada terdapat perbezaan yang signifikan dari segi tahap kemahiran dan ciri-ciri keusahawanan berdasarkan latar belakang mereka.

METOD KAJIAN

Kajian yang dijalankan merupakan kajian tinjauan berbentuk deskriptif. Kajian ini dilakukan bagi mendapatkan gambaran tentang sesuatu keadaan atau fenomena yang wujud. Menurut Wiersma (2000), kaedah tinjauan kerap digunakan dalam penyelidikan pendidikan kerana ia mampu memberikan jawapan yang baik kepada persoalan ke atas pemboleh ubah yang dikaji serta menghasilkan kesimpulan yang mempunyai kebolehpercayaan tinggi.

Kajian ini telah menggunakan semua peniaga berbangsa India yang terdapat di bandar Seremban. Keputusan menggunakan kesemua peniaga ini adalah kerana jumlahnya yang tidak ramai iaitu hanya 30 orang sahaja (Majlis Perbandaran Seremban 2006). Dalam melaksanakan kajian ini, soal selidik telah digunakan sebagai instrumen kajian. Soal selidik ini telah diadaptasi dan diubah suai dengan berpandukan daripada kajian Norasmah (2005), Maszuria (2004) dan Yufiza (2004).

Soal selidik terbahagi kepada empat bahagian. Bahagian A bertujuan untuk mendapatkan maklumat demografi peniaga; Bahagian B mengenai latar belakang perniagaan; Bahagian C mengukur tahap kemahiran keusahawanan peniaga dan Bahagian D mengukur ciri-ciri keusahawanan peniaga. Tahap kemahiran keusahawanan yang diukur mengfokus kepada kemahiran mereka dalam aspek pemasaran, kewangan dan kemahiran mengurus. Sementara ciri-ciri keusahawanan yang diukur ialah ciri-ciri kreatif dan inovatif, keyakinan diri, berani mengambil risiko dan motivasi diri. Kesemua dimensi diukur berasaskan skala Likert 5 poin iaitu 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju. Sebelum menggunakan soal selidik ini, kajian rintis telah dilaksanakan untuk mendapatkan nilai kesahan dan kebolehpercayaan. Hasilnya kajian rintis menunjukkan nilai kesahan setiap item melebihi 0.3 dan kebolehpercayaan melebihi 0.7 (Bahagian C: $r = 0.76$, Bahagian D: $r = 0.74$). Ini

bersesuaian dengan syarat yang disarankan oleh Mohd Majid (2000) iaitu meletakkan paras $r = 0.7$ ke atas sebagai kebolehpercayaan yang diterima.

HASIL KAJIAN

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferens. Jadual 1 memaparkan demografi peniaga iaitu bilangan peniaga lelaki seramai 26 orang dan bilangan peniaga perempuan seramai 4 orang. Seramai 27 orang peniaga telah berkahwin manakala 2 orang bujang dan seorang duda. Dari segi umur pula, seramai 13 orang berumur lebih daripada 50 tahun manakala 11 orang berumur antara 40 hingga 49 tahun dan 6 orang kurang daripada 39 tahun. Seramai 26 orang peniaga berasal dari India Selatan, 3 orang dari Kerala dan seorang dari Anthra. Seramai 23 orang peniaga beragama Hindu, 4 orang beragama Islam manakala 3 orang beragama Kristian. Seramai 14 orang anak sulung, 9 orang anak kedua, 7 orang anak ketiga dan 3 orang lain-lain.

Jadual 2 menunjukkan bahawa majoriti peniaga India yang dikaji memiliki tahap pelajaran sekolah menengah (SPM) (18 orang), 6 orang tahap pendidikan

JADUAL 1. Demografi Peniaga

Pemboleh ubah	n	Peratus (%)
Jantina		
Lelaki	26	86.7
Perempuan	4	13.3
Status Perkahwinan		
Kahwin	27	90.0
Bujang	2	6.7
Duda/janda	1	3.3
Umur (tahun)		
20-29	2	6.7
30-39	4	13.3
40-49	11	36.7
50 ke atas	13	43.3
Tempat Asal		
India Selatan	26	86.7
Anthara	1	3.3
Kerala	3	10.0
Agama		
Hindu	23	76.7
Kristian	3	10.0
Islam	4	13.3
Kedudukan dalam Keluarga		
Sulung	14	46.7
Kedua	9	30.0
Ketiga	4	13.3
Lain-lain	3	10.0

sehingga universiti manakala 4 orang berkelulusan kolej dan 2 orang bersekolah rendah. Jadual juga melaporkan 10 orang yang menceburi bidang perniagaan adalah disebabkan oleh keluarga, 9 orang disebabkan oleh diri sendiri, 8 orang menceburi perniagaan atas dorongan kawan manakala 3 orang pula disebabkan oleh dorongan pasangan. selain daripada dorongan keluarga dan sahabat handai, faktor lain yang mendorong mereka menceburi bidang perniagaan ialah kerana minat, ingin berdikari, menambah pendapatan dan kerana desakan hidup akibat telah diberhentikan kerja.

PROFIL PERNIAGAAN RESPONDEN

JADUAL 2. Latar Belakang Pendidikan dan Sebab Menceburi Bidang Perniagaan

Pemboleh ubah	n	Peratus
Latar belakang pendidikan		
Sekolah rendah	2	6.7
Menengah	18	60.7
Maktab/Institusi/Kolej	4	13.3
Universiti	6	20.0
Dorongan		
Keluarga	10	33.3
Kawan	8	26.7
Sendiri	9	30.0
Pasangan	3	10.0
Sebab lain menceburi perniagaan		
Minat	12	90.0
Berdikari	9	30.0
Menambah pendapatan	7	23.3
Berhenti kerja	1	3.3

Berikut adalah enam maklumat mengenai latar belakang perniagaan peniaga yang merangkumi jenis pemilikan perniagaan, jenis perniagaan dan usia perniagaan mereka. Merujuk kepada Jadual 3, jenis pemilikan perniagaan yang paling banyak ialah pemilikan tunggal (53.3%) diikuti dengan syarikat sendirian berhad (40.0%) manakala perkongsian menunjukkan bilangan paling minima iaitu sebanyak 6.7%. Jenis perniagaan yang paling banyak diceburi oleh responden adalah perniagaan peruncitan, diikuti perniagaan restoran, tekstil dan pakaian. Sementara daripada segi usia perniagaan pula, yang melebihi 10 tahun seramai 22 orang, antara 5 hingga 10 tahun seramai 4 dan kurang 5 tahun seramai 4 orang. Daripada segi modal permulaan perniagaan pula, 73.3% daripada simpanan sendiri, 20% daripada pinjaman bank dan 6.7% daripada ahli keluarga.

JADUAL 3. Profil Perniagaan

Pemboleh ubah	n	Peratus
Jenis pemilikan		
Milikan tunggal	16	53.3
Sendirian Bhd.	2	6.7
Perkongsian	12	40.0
Jenis Perniagaan		
Peruncitan	9	30.0
Restoran	8	26.7
Tekstil	6	20.0
Pelancongan	1	3.3
Lain-lain	6	20.0
Usia perniagaan		
2 ke bawah	1	3.3
2 – 5 tahun	3	10.0
5.01 – 10 tahun	4	13.3
Lebih 10 tahun	22	73.3
Sumber Modal		
Simpanan Sendiri	22	73.3
Bank	6	20.0
Keluarga	2	6.7

ANALISIS PROFIL KEUSAHAWANAN PENIAGA

Untuk menganalisis dapatan kajian bagi meninjau tahap kemahiran keusahawanan dan ciri-ciri keusahawanan, Jadual 4 digunakan sebagai panduan.

JADUAL 4. Interpretasi Skor Min

Skor Min	Tahap
1.00 – 2.00	Rendah
2.01 – 3.00	Sederhana Rendah
3.00 – 4.00	Sederhana Tinggi
4.01 – 5.00	Tinggi

Jadual 5 memaparkan dapatan kajian mengenai tahap ciri-ciri keusahawanan peniaga. Data menunjukkan bahawa peniaga India memiliki ciri keusahawanan yang tinggi dari dimensi kreatif dan inovatif serta motivasi diri. Sementara keyakinan diri dan keberanian mengambil risiko adalah di tahap sederhana tinggi.

JADUAL 5. Tahap Ciri-ciri Keusahawanan Peniaga

Dimensi	min	s.p	Tahap
Keyakinan Diri	3.42	0.41	Sederhana Tinggi
Berani mengambil risiko	3.26	0.40	Sederhana Tinggi
Kreatif dan inovatif	4.62	0.47	Tinggi
Motivasi	4.38	0.26	Tinggi
Purata	3.91	0.39	Sederhana Tinggi

Jadual 6 pula memaparkan dapatan mengenai tahap kemahiran keusahawanan peniaga India di Seremban. Secara amnya, purata tahap kemahiran keusahawanan peniaga adalah tinggi. Namun secara terperinci data menunjukkan peniaga hanya memiliki kemahiran pengurusan yang tinggi sementara kemahiran yang lain adalah sederhana tinggi. Maklumat ini boleh dilihat pada Jadual 6.

JADUAL 6. Tahap Kemahiran Keusahawanan

Dimensi	min	s.p	Tahap
Kemahiran Pengurusan	4.32	0.41	Tinggi
Kemahiran Kewangan	3.95	0.73	Sederhana Tinggi
Kemahiran Pemasaran	3.77	0.52	Sederhana Tinggi
Purata	4.01	0.56	Tinggi

DAPATAN INFERENSI TERHADAP HIPOTESIS NUL KAJIAN

Untuk menentukan sama ada terdapat perbezaan yang signifikan antara tahap kemahiran dan ciri-ciri keusahawanan peniaga berdasarkan latar belakang mereka, ujian non-parametrik telah digunakan. Ujian ini digunakan berdasarkan pada pertimbangan bahawa sampel kajian kecil dan tidak berimbang antara kumpulan, hingga tidak memenuhi syarat bagi uji statistik parametrik (Green & Salkind 2005). Menurut Hair et al. (1998), apabila menggunakan statistik parametrik ke atas saiz kumpulan sampel yang tidak sama atau tidak seimbang (saiz terbesar/saiz terkecil melebihi < 1.5), dapatan kajian akan terjejas dan tidak sah.

Justeru, untuk meninjau perbezaan kemahiran keusahawanan berdasarkan jantina dan pengalaman, ujian Mann-Whitney U telah digunakan. Hasil menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan min yang signifikan dalam kemahiran keusahawanan peniaga berdasarkan faktor jantina apabila nilai $Z = 0.34$, $p > 0.05$ bagi kemahiran pengurusan; $Z = 0.95$, $p > 0.05$ (pengurusan kewangan); $Z = -1.71$, $p > 0.05$ (pengurusan pemasaran). Ini bermakna tahap kemahiran antara peniaga lelaki dan perempuan adalah sama atau hampir sama. Maklumat terperinci boleh dirujuk pada Jadual 7.

Jadual 7 juga menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara kemahiran keusahawanan peniaga berdasarkan pengalaman. Nilai perbezaan yang diperoleh berdasarkan pengalaman ke atas pemboleh ubah bersandar adalah $Z = -0.06$, $p > 0.05$ bagi kemahiran pengurusan, $Z = -1.25$, $p > 0.05$ pengurusan kewangan dan $Z = -0.18$, $p > 0.05$ pengurusan pemasaran. Oleh yang demikian, ini bermakna bahawa tidak wujud perbezaan secara statistik antara kemahiran keusahawanan berdasarkan faktor pengalaman bagi responden.

JADUAL 7. Perbezaan Kemahiran Keusahawanan Peniaga Berdasarkan Jantina dan Pengalaman

Pemboleh ubah bersandar	Jantina	Min	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Sig. p
K. Pengurusan	Lelaki	4.29	36.50	387	0.34	0.08
	Perempuan	4.51				
K. Kewangan	Lelaki	3.98	36.50	46	-0.95	0.34
	Perempuan	3.71				
K. Pemasaran	Lelaki	3.71	24.00	375	-1.71	0.09
	Perempuan	4.91				
K. Pengurusan	Tidak Ada	4.36	51.00	61.00	-0.06	0.98
	Ada	4.31				
K. Kewangan	Tidak Ada	3.58	31.50	41.50	-1.25	0.21
	Ada	4.00				
K. Pemasaran	Tidak Ada	3.84	49.00	400.00	-0.18	0.85
	Ada	3.76				

* Signifikan pada aras 0.05

Untuk meninjau perbezaan tahap kemahiran berasaskan umur dan tahap pendidikan, ujian *Chi-square* telah digunakan. Hasil ujian dalam Jadual 8 menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara tahap kemahiran keusahawanan bagi peniaga yang berbeza umur. Ini jelas dipaparkan dengan ujian *Chi-square* bagi kemahiran pengurusan (2.75), pengurusan kewangan (5.02) dan pengurusan pemasaran (5.04). Kesemuanya dengan nilai $p > 0.05$. Nilai-nilai

tersebut menunjukkan tidak wujudnya perbezaan yang signifikan antara kumpulan umur 20-29 tahun, 30-39 tahun, 40-49 tahun, dan 50 tahun ke atas semua pemboleh ubah bersandar yang meliputi kemahiran pengurusan, kemahiran kewangan dan kemahiran pemasaran.

Jadual 8 juga menunjukkan tidak wujudnya perbezaan min yang signifikan dalam kemahiran pengurusan, kemahiran kewangan dan kemahiran

JADUAL 8. Perbezaan Kemahiran Keusahawanan Peniaga Berdasarkan Umur dan Tahap Pendidikan

Pemboleh ubah bersandar	Umur (tahun)	Min	Chi-Square	DF	Sig.
Kemahiran Pengurusan	20-29	4.35	2.75	3	0.43
	30-39	4.03			
	40-49	4.28			
	50 ke atas	4.44			
Kemahiran Kewangan	20-29	4.73	5.02	3	0.17
	30-39	3.82			
	40-49	3.73			
	50 ke atas	4.06			
Kemahiran Pemasaran	20-29	4.03	5.04	3	0.17
	30-39	3.94			
	40-49	3.97			
	50 ke atas	3.52			
Kemahiran Pengurusan	Sekolah Rendah	4.57	1.23	3	0.75
	Sekolah Menengah	4.32			
	Maktab/institut	4.40			
	Universiti	4.20			
Kemahiran Kewangan	Sekolah Rendah	2.80	10.42	3	0.02
	Sekolah Menengah	3.79			
	Maktab/institut	4.36			
	Universiti	4.53			
Kemahiran Pemasaran	Sekolah Rendah	3.54	3.78	3	0.29
	Sekolah Menengah	3.67			
	Maktab/institut	4.18			
	Universiti	3.91			

* Signifikan pada aras 0.05

pemasaran berdasarkan tahap pendidikan. Nilai perbezaan yang diperolehi berdasarkan tahap pendidikan ke atas pemboleh ubah bersandar adalah $Chi-square = 1.23$, $p > 0.05$ bagi kemahiran pengurusan, $Chi-square = 3.78$, $p > 0.05$ (Pengurusan pemasaran). Namun terdapat perbezaan yang signifikan dalam kemahiran kewangan berdasarkan tahap pendidikan $Chi-square = 10.42$, $p < 0.05$ (pengurusan kewangan). Dengan itu, kesimpulannya ialah tidak wujud perbezaan dalam kemahiran pengurusan dan kemahiran pemasaran peniaga India berdasarkan tahap pendidikan manakala wujud perbezaan yang signifikan dalam kemahiran kewangan berdasarkan tahap pendidikan.

PERBEZAAN CIRI-CIRI KEUSAHAWANAN BERDASARKAN JANTINA

Jadual 9 menunjukkan tidak wujud perbezaan dalam ciri-ciri keusahawanan peniaga berbangsa India berdasarkan jantina apabila nilai $Z = -1.56$, $p > 0.05$ bagi ciri-ciri kreatif & inovatif, $Z = -1.20$, $p > 0.05$ bagi ciri-ciri keyakinan diri, $Z = -4.59$, $p > 0.05$ bagi ciri-ciri menghadapi risiko.

Walaupun demikian, wujud perbezaan antara lelaki dan perempuan dalam ciri-ciri motivasi diri yang ditunjukkan oleh nilai $Z = -2.36$, $p < 0.05$. Ini bermakna peniaga lelaki India mempunyai ciri-ciri motivasi keusahawanan yang lebih tinggi berbanding peniaga wanita.

PERBEZAAN CIRI-CIRI KEUSAHAWANAN PENIAGA INDIA DI SEREMBAN BERDASARKAN UMUR

Daripada ujian yang dijalankan ke atas pemboleh ubah bersandar (kreatif & inovatif, keyakinan diri, dan motivasi) dan pemboleh ubah bebas (umur) memperoleh nilai perbezaan seperti berikut $Chi-square = 3.37$, $p > 0.05$ (keyakinan diri), $Chi-square = 2.35$, $p > 0.05$ (bersedia menghadapi risiko), $Chi-square = 2.30$, $p > 0.05$, $Chi-square = 3.94$, dan $p > 0.05$ (Motivasi Diri). Nilai-nilai tersebut menunjukkan tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara kumpulan umur 20-29 tahun, 30-39 tahun, 40-49 tahun, dan 50 tahun ke atas pemboleh ubah bersandar yang meliputi ciri-ciri kreatif & inovatif, keyakinan diri, bersedia menghadapi risiko dan motivasi. Maklumat secara terperinci boleh dirujuk pada Jadual 10.

JADUAL 9. Perbezaan Ciri-ciri Keusahawanan Berdasarkan Jantina

Pemboleh ubah bersandar	Jantina	Min	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Sig.
Kreativiti & Inovatif	Lelaki	4.57	26.00	351.00	-1.56	0.12
	Perempuan	4.91				
Keyakinan Diri	Lelaki	3.35	32.50	383.50	-1.20	0.23
	Perempuan	3.73				
Bersedia Menghadapi Risiko	Lelaki	3.25	44.50	395.50	-0.46	0.65
	Perempuan	3.27				
Motivasi Diri	Lelaki	4.39	14.50	24.50	-2.36	0.02
	Perempuan	4.15				

* Signifikan pada aras 0.05

JADUAL 10. Perbezaan Ciri-ciri Keusahawanan Peniaga India Berdasarkan Umur

Pemboleh ubah bersandar	Umur (tahun)	Min	Chi-Square	DF	Sig.
Kreativiti & Inovatif	20-29	5.00	3.37	3	0.34
	30-39	4.67			
	40-49	4.60			
	50 ke atas	4.56			
Keyakinan Diri	20-29	3.43	2.35	3	0.50
	30-39	3.58			
	40-49	3.42			
	50 ke atas	3.34			
Bersedia Menghadapi Risiko	20-29	3.17	2.30	3	0.51
	30-39	3.42			
	40-49	3.34			
	50 ke atas	3.16			
Motivasi Diri	20-29	4.53	3.94	3	0.27
	30-39	4.50			
	40-49	4.28			
	50 ke atas	4.37			

* Signifikan pada aras 0.05

PERBEZAAN CIRI-CIRI KEUSAHAWANAN PENIAGA INDIA
DI SEREMBAN BERDASARKAN TAHAP PENDIDIKAN

Jadual 11 menunjukkan tidak wujudnya perbezaan yang signifikan berdasarkan tahap pendidikan ke atas ciri-ciri kreatif & inovatif, keyakinan diri, bersedia menghadapi risiko dan motivasi diri. Nilai perbezaan yang diperolehi adalah *Chi-square* = 1.87, $p > 0.05$ bagi ciri-ciri kreatif & inovatif, *Chi-square* = 4.67, $p > 0.05$ bagi keyakinan diri, *Chi-square* = 1.25, $p > 0.05$ bagi bersedia menghadapi risiko dan *Chi-square* = 1.12, $p > 0.05$. Ini bermakna peniaga ini memiliki ciri-ciri keusahawanan yang sama atau hampir sama tanpa mengira latar belakang pendidikan mereka.

kesejahteraan keluarga juga penting. Berdasarkan dapatan kajian juga didapati 43.3% orang usahawan berusia 50 tahun ke atas, diikuti 36.7% berusia 40 hingga 50 tahun dan 20% berusia 40 tahun ke bawah. Keputusan kajian ini adalah hampir sama dengan keputusan kajian Ronstadt (1988) di mana kebanyakan usahawan yang berjaya berusia antara 40 hingga 55 tahun. Usia yang matang dan pengalaman berniaga untuk satu jangka masa panjang membuatkan seseorang menjadi mahir dalam menguruskan perniagaan. Malah Ab. Aziz (2003) juga berpendapat bahawa umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi psikologi usahawan. Usahawan yang berjaya kebanyakannya terdiri di kalangan individu yang

JADUAL 11. Perbezaan Ciri-ciri Keusahawanan Peniaga India Berdasarkan Tahap Pendidikan

Pemboleh ubah bersandar	Tahap Pendidikan	Min	Chi-Square	DF	Sig.
Kreativiti & Inovatif	Sekolah Rendah	4.67	1.87	3	0.60
	Sekolah Menengah	4.51			
	Maktab/institut	4.83			
	Universiti	4.78			
Keyakinan Diri	Sekolah Rendah	3.71	4.64	3	0.20
	Sekolah Menengah	3.38			
	Maktab/institut	3.12			
	University	3.58			
Bersedia Menghadapi Risiko	Sekolah Rendah	3.36	1.25	3	0.74
	Sekolah Menengah	3.29			
	Maktab/institut	3.12			
	Universiti	3.22			
Motivasi Diri	Sekolah Rendah	4.44	1.12	3	0.77
	Sekolah Menengah	4.32			
	Maktab/institut	4.45			
	Universiti	4.43			

* Signifikan pada aras 0.05

PERBINCANGAN

Umumnya bilangan peniaga lelaki lebih ramai daripada perempuan. Dapatan ini serupa dengan kajian-kajian terdahulu seperti Moha Asri (1999). Ini menunjukkan bahawa bidang keusahawanan majoritinya dikuasai oleh lelaki. Namun dewasa ini, bilangan peniaga wanita telah mula meningkat dengan mendadak (Ab. Aziz 2003). Situasi yang serupa juga terdapat di luar negara. Kajian Hisrich dan Peter (1989) mendapati 95.4% perniagaan di Amerika dimiliki oleh golongan lelaki. Situasi ini berlaku berkemungkinan disebabkan oleh persepsi masyarakat “universal” yang masih menganggap kaum lelaki lebih sesuai dengan bidang keusahawanan yang sering berubah dan mencabar.

Manakala dari segi status perkahwinan, 90% usahawan yang dikaji adalah sudah berkahwin. Menurut Ab. Aziz (2003) keluarga berperanan sebagai penggerak atau pendorong usahawan. Rasa tanggungjawab untuk

telah mencapai usia yang matang iaitu 40 tahun dan ke atas. Ini disebabkan tahap pendidikan dan pengalaman telah diserap dalam diri usahawan melalui pendidikan formal atau tidak formal mereka.

Secara purata, hasil kajian mendapati bahawa tahap kemahiran keusahawanan perniagaan di kalangan peniaga India adalah tinggi. Ini menunjukkan bahawa kesemua peniaga telah bersedia untuk menempuh segala kemungkinan dalam bidang perniagaan. Menurut Shamsuddin (2002) dan Mohd. Salleh (2003), seorang peniaga jika ingin berjaya dalam sesuatu perniagaan, mereka mesti mempunyai kemahiran dalam pengurusan, kewangan dan pemasaran. Ini bertepatan dengan kenyataan Wan Liz Ozman (2000) iaitu jatuh bangunnya sesuatu perniagaan adalah berpunca dari kekuatan seseorang mengurus perniagaannya.

Memiliki ciri keusahawanan yang tinggi merupakan satu perkara penting bagi seorang peniaga jika ingin berjaya. Sepertimana kenyataan pakar-pakar keusahawanan bahawa jika sesebuah perniagaan ingin

berjaya, pemiliknya mesti mempunyai ciri keusahawanan yang tinggi. Aspek ini penting kerana ia boleh mendorong diri seseorang untuk melakukan dan mengerjakan tugas dengan baik hingga selesai (Latifah 2003).

Kreatif merupakan unsur yang menjadi kekuatan untuk menjadikan seseorang itu mampu dan berjaya dalam bidang keusahawanan. Manusia yang kreatif mampu menghasilkan sesuatu yang baharu atau menukarkan sesuatu yang sedia ada ke bentuk yang baru yang boleh dimanfaatkan oleh masyarakat (Zimmerer & Scarborough 1996; Barjoyai 2000). Pengkaji-pengkaji terdahulu seperti Drucker (1985) menyatakan bahawa terdapat kaitan yang rapat antara keusahawanan dan tahap kreatif seseorang usahawan. Inovatif pula penting bagi mengembangkan idea perniagaan dan tidak menjadikan bidang ini sebagai bidang yang jumud dan statik. Menurut Baldwin (1999), usahawan yang berjaya mempunyai fikiran yang cerdas iaitu inovatif, kreatif dan bersikap ingin tahu, prihatin terhadap perkembangan teknologi dan sanggup menggabungkannya untuk kegunaan yang produktif.

Motivasi adalah penggerak utama kepada pencapaian yang ditetapkan. Dorongan kepada motivasi ini termasuklah mendedahkan kepada usahawan mengenai peluang-peluang yang boleh diperoleh di dalam alam perniagaan yang penuh dengan pancaroba. Keperluan motivasi yang tinggi menjadi prasyarat kejayaan seseorang usahawan kerana ia sentiasa berhadapan dengan perkara-perkara yang baru dan perubahan sepanjang masa. Tan Kim Meng (1991) menegaskan penglibatan masa usahawan dalam perniagaan adalah tidak terhad serta memerlukan curahan tenaga yang banyak. Elemen motivasi diperlukan bagi memastikan usahanya tanpa putus asa dan kecewa. Risiko menuntut agar usahawan sentiasa menyiapkan dirinya dengan tahap psikologi, emosi dan ketahanan mental yang tinggi. Oleh yang demikian, pemupukan serta penajanaan untuk menjadi usahawan yang daya ketahanan yang tinggi bagi membolehkan mereka bersedia untuk berhadapan dengan sebarang bentuk risiko perniagaan amat penting. Dapatan kajian dalam dimensi pengambilan risiko oleh usahawan India dalam item yang dikemukakan memperlihatkan usahawan India merupakan pengambil risiko yang sederhana tinggi.

Dapatan kajian menunjukkan tidak terdapat perbezaan antara tahap kemahiran keusahawanan berdasarkan jantina, umur dan pengalaman. Jantina tidak menentukan tahap kemahiran keusahawanan usahawan India. Ini selaras dengan kajian Zaleha (2004). Namun ia disangkal oleh Ab. Aziz (2003) apabila beliau menegaskan bahawa umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi psikologi usahawan. Usahawan yang berjaya kebanyakannya terdiri di kalangan individu yang telah mencapai usia yang matang iaitu 40 tahun dan ke atas. Ini disebabkan tahap pendidikan dan pengalaman telah diserap dalam diri usahawan melalui pendidikan formal atau tidak formal.

Hasil kajian mendapati bahawa tidak terdapat perbezaan antara ciri-ciri keusahawanan di kalangan peniaga India mengikut tahap pendidikan, umur dan gender kecuali dalam aspek motivasi diri bagi jantina. Ini bermaksud tahap pendidikan, umur dan gender kecuali yang berkaitan dengan motivasi diri tidak berkaitan dengan pembangunan ciri keusahawanan seseorang. Ia selaras dengan kajian Abdul Aziz (2003) yang mendapati bahawa faktor pendidikan bukanlah faktor penentu kejayaan usahawan. Keputusan kajian ini menyokong dapatan Yufiza (2004) di mana hasil kajian beliau mendapati bahawa tahap pendidikan bukanlah merupakan satu kayu ukur mutlak dalam menentukan pembentukan ciri keusahawanan di dalam diri seseorang pengusaha. Tambah beliau lagi, penerapan ciri-ciri keusahawanan merupakan satu proses berterusan yang berlaku sepanjang proses pendidikan yang diperoleh secara formal mahupun tidak formal. Kajian mendapati kebanyakan peniaga India tidak mengambil jurusan perdagangan, prinsip akaun tetapi mereka berminat untuk menambahkan pendapatan yang sedia ada. Ini menunjukkan tahap pendidikan bukan satu merupakan faktor penting dalam menentukan ciri-ciri keusahawanan peniaga India.

KESIMPULAN

Kesimpulannya, peniaga India di Seremban mempunyai tahap kemahiran dan ciri-ciri keusahawanan yang memuaskan. Dengan memiliki kemahiran dan ciri-ciri ini, kebarangkalian mereka untuk berjaya dalam bidang perniagaan adalah tinggi kerana ia menepati keperluan yang dikehendaki jika ingin menceburi perniagaan sepertimana yang disarankan oleh pakar-pakar keusahawanan.

RUJUKAN

- Abdul Aziz Yusof. 2003. *Prinsip Keusahawanan*. Petaling Jaya: Prentice Hall.
- Barjoyai Bardai. 2000. *Keusahawanan dan Perniagaan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Drucker, P. 1985. *Innovation and Entrepreneurship*. Edisi ke-4. Oxford: The Dryden Press.
- Green, S.B. & Salkind, N.J. 2005. *Using SPSS for Window: Analysing and Understanding Data*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Hair, J.E., Anderson, R.E., Tatham, R.L. & Black, W.C. 1998. *Multivariate Data Analysis*. 5th. Ed. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Hisrich, R.D. & Peter, M.P. 1989. *Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise*. Richard D. Irwin, Inc.
- Lofti Ismail. 1980. *Sejarah Malaysia 1400-1963*. Selangor: Utusan Publication & Distributor.
- Mazuria A. Ghani. 2004. Faktor Pertumbuhan dan halangan Usahawan Bumiputera Kecil dan Sederhana di Negeri Johor. Kertas Projek Sarjana Pendidikan. Fakulti Pendidikan UKM.

- Mohd Basri Sulaiman. 1996. *Matlamat Melayu Cemerlang-Jati Diri dan Jaringan Antarabangsa dalam Era Globalisasi*. Kuala Lumpur: Inst. Perkembangan Minda.
- Mohd Asri Abdullah. 1990. Persepsi usahawan kecil dan sederhana terhadap program latihan di Malaysia. *Akademika* 52: 35-47.
- Mohd Majid Konting. 2000. *Kaedah Penyelidikan Pendidikan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Pustaka.
- Mohd. Salleh Majid. 2003. *Budaya Usahawan*. Kuala Lumpur: Utusan Publication.
- Nor Aishah Buang. 2002. *Asas Keusahawanan*. Selangor: Fajar Bakti.
- Norasmah Othman. 2002. Keberkesanan Program Keusahawanan Remaja. Tesis Kedoktoran. Fakulti Pengajian Pendidikan UPM.
- Rostadt, R. 1988. The corridor principle. *Journal of Business Venturing* 3(1): 31-44.
- Sabri Hj. Hussein. 2002. *Pengenalan kepada Perniagaan, Mengurus Perniagaan dalam Perspektif Malaysia*. Singapore: Thomson Learning.
- Sethulakshimi, T. 1991. Usahawan India: Satu kajian kes di Lembah Kelang. Latihan Ilmiah Fakulti Ekonomi. UKM.
- Tan Kim Meng. 1991. Usahawan Cina dan Keusahawanan di Malaysia: Satu kajian ke atas ciri-ciri dan fenomena keusahawanan Cina. Latihan Ilmiah. Fakulti Ekonomi. UKM.
- Wan Liz Ozman Wan Omar. 2000. *Mengurus Agenda Abad 21: Cabaran dan Persiapan dalam Era Globalisasi*. Kuala Lumpur: Golden Books Centre Sdn. Bhd.
- Yufiza Omar. 2004. Pengaruh Faktor Motivasi Terhadap Pembentukan Ciri-ciri Keusahawanan Kontraktor Kelas F Menceburi Bidang Keusahawanan. Kertas Projek Sarjana Pendidikan. Fakulti Pendidikan UKM.
- Zimmerer, T.W. & Scarborough, 1996. *Entrepreneurship and the New Venture Formation*. New Jersey: Prentice Hall.

Norasmah Othman, Ph.D
 Jabatan Perkaedahan & Amalan Pendidikan
 Fakulti Pendidikan
 Universiti Kebangsaan Malaysia
 43600 UKM, Bangi, Selangor Darul Ehsan, Malaysia.
 e-mail: lin@ukm.my

Sumathy a/p Panniappan
 Jabatan Perkaedahan & Amalan Pendidikan
 Fakulti Pendidikan
 Universiti Kebangsaan Malaysia
 43600 UKM, Bangi, Selangor Darul Ehsan, Malaysia.