

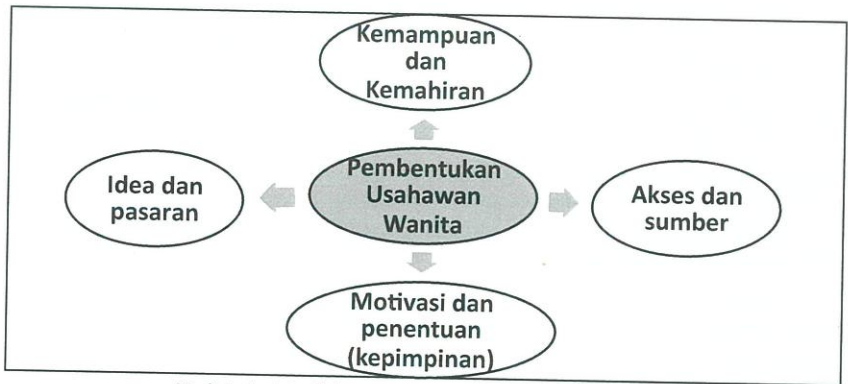
## **PENGENALAN**

Keusahawanan adalah satu proses mencipta perniagaan dan mengembangkannya untuk keharmonian masyarakat dan pembangunan negara. Proses mencipta sesuatu perniagaan perlu menghadapi risiko fizikal, kewangan, melibatkan usaha dan masa serta kepuasan peribadi. Pendidikan dan latihan dilihat sebagai satu saluran penting dalam pembangunan modal insan untuk membentuk individu berkemahiran tinggi seterusnya menjadi pekerja yang berkualiti. Pendidikan Teknikal dan Vokasional (PTV) adalah salah satu aliran yang diiktiraf sebagai satu sistem yang berperanan untuk membentuk individu yang mempunyai kemahiran yang tinggi seperti yang dikehendaki perindustrian. Kebanyakan kursus yang ditawarkan dalam PTV adalah dikuasai golongan lelaki (Adelakun, Oviawe, & Barfa, 2015). Namun begitu, terdapat beberapa kursus masih dikuasai golongan wanita misalnya kursus menjahit pakaian yang telah berkembang ke peringkat pengajian tinggi. Bagi seseorang individu yang ingin menceburkan diri dalam industri fesyen, kompetensi yang paling penting adalah pengetahuan perdagangan, pengetahuan tekstil, dan pengetahuan rekaan (Kamis, 2014). Selain itu, kebanyakan latihan amali yang diberikan kepada pelatih lebih menitikberatkan aspek kemahiran menjadi pekerja cemerlang daripada membentuk kemahiran untuk menjadi usahawan yang berjaya (Nasharudin & Harun 2010). Program pendidikan dan latihan yang berkualiti adalah merangkumi secukupnya kompetensi kemahiran yang tinggi, pengisian pengetahuan kepada pelajar yang menekankan bidang teknikal dan vokasional serta penerapan nilai keusahawanan (Maigida & Saba, 2013).

### **Ciri-ciri dan Elemen Keusahawanan untuk Wanita**

Ciri-ciri usahawan yang dapat dikenalpasti terdiri daripada ciri-ciri-ciri kreatif dan inovatif, berani mengambil peluang dan mengambil risiko, bermotivasi dan percaya kepada diri sendiri (Othman et al., 2012). Wanita adalah merupakan golongan minoriti penglibatan dalam bidang ekonomi dunia dan politik (Vujicic, 2012). Namun begitu penglibatan golongan wanita dalam keusahawanan semakin hari semakin positif perkembangannya. Menurut Vujicic (2012), faktor yang mendorong wanita memilih untuk menceburi bidang keusahawanan adalah untuk meningkatkan pendapatan keluarga, ingin lebih berdikari, menunjukkan kemampuan dan kebolehan serta pontensi diri mereka sendiri, dapat menjana keuntungan, berupaya mengeluarkan idea serta masa kerja yang lebih fleksible. Tahap keberkesanan sumbangan sumber keusahawanan

sesebuah negara bergantung kepada pelbagai faktor iaitu kualiti, komposisi penglibatan jantina lelaki dan perempuan serta jenis-jenis keusahawanan (Safaraz, Mian, & Karadenis, 2013). Keupayaan golongan wanita yang menceburi bidang ini perlu mempunyai personaliti yang berkeyakinan, bersedia mengambil risiko, pengalaman kerja serta idea dan inovasi yang kreatif (Kim, 2010). Ciri-ciri tertentu usahawan pereka fesyen saling berkaitan dengan pertumbuhan perusahaan termasuk motivasi, pengalaman pengurusan sebelumnya dan demografi usahawan misalnya dari segi umur dan tahap pendidikan (Mbugua & Ogada, 2013). Keusahawanan yang kreativiti memerlukan pengetahuan, motivasi, persekitaran yang menggalakkan, gaya pemikiran kreatif, dan ciri-ciri personaliti yang sesuai (Moloi, 2014). Pembentukan keupayaan individu merupakan aspek penting untuk melahirkan usahawan wanita yang berdaya saing dalam perniagaan. Model pembentukan usahawan wanita (Rajah 1) seperti yang dicadangkan oleh Redzual et al. (2012) menyatakan elemen motivasi, kemampuan dan kemahiran, idea dan pasaran serta akses sumber menjadi faktor pembentukan keupayaan usahawan wanita di Malaysia.



Rajah 1: Model pembentukan usahawan wanita

Bidang rekaan fesyen memerlukan kompetensi dari segi pengetahuan perdagangan, pengetahuan tekstil, dan pengetahuan rekaan (Kamis, 2014). Valkjärvi et al. (2012) mendapati bahawa kebanyakan pelatih pereka fesyen kurang yakin untuk memasuki dunia perniagaan walaupun mereka sangat kreatif dan mempunyai idea yang menarik dalam menghasilkan kerja mereka. Moloi (2014) menyatakan bahawa usahawan wanita yang terlibat dalam bidang rekaan fesyen kurang mempunyai keyakinan diri jika dibandingkan dengan usahawan lelaki. Hani dan Rachmania (2012) turut mendapati bahawa antara halangan yang dihadapi usahawan wanita dalam mengendalikan perniagaan mereka adalah masa



dalam mengurus perniagaan, kaedah pembayaran jika terdapat pelanggan yang memesan produk, dan keupayaan memiliki pekerja dalam mengendalikan perniagaan. Selain itu, kekurangan kemahiran keusahawanan dan perniagaan adalah salah satu cabaran utama bagi pereka fesyen untuk menjadi seorang usahawan (Kurz, 2010).

### **Objektif Kajian**

- i) Menenal pasti ciri keusahawanan dalam bidang rekaan fesyen pakaian dalam kalangan pelatih wanita.
- ii) Menenal pasti elemen-elemen kemahiran keusahawanan dalam membentuk usahawan rekaan fesyen pelatih wanita.
- iii) Menenalpasti perbezaan ciri-ciri dan kemahiran usahawan pelatih antara institusi latihan.

### **METODOLOGI KAJIAN**

Kajian ini dijalankan dengan menggunakan tinjauan deskriptif berbentuk kuantitatif dengan menggunakan soal selidik untuk mendapatkan data. Data yang diperoleh adalah mengenai ciri-ciri usahawanan dan elemen kemahiran usahawanan yang perlu diserapkan dalam kalangan pelatih wanita di institut latihan. Populasi bagi kajian ini adalah terdiri daripada pelajar wanita dalam Program Rekaan Fesyen Pakaian yang mempunyai pelbagai latar belakang dari tempat institut latihan yang berbeza. Kedua-dua institut yang terlibat dalam kajian ini mempunyai matlamat yang sama iaitu untuk menghasilkan graduan yang menjadi usahawan atau mempunyai perniagaan sendiri dalam bidang rekaan fesyen sebagai kerjaya para pelajar kelak. Teknik persampelan rawak mudah digunakan untuk memilih sampel dan kajian ini melibatkan 130 orang pelatih wanita dari dua buah institut latihan kemahiran sebagai responden kajian.

### **DAPATAN KAJIAN**

#### **Faktor Demografi Responden**

Seramai 130 orang pelatih wanita Program Rekaan Fesyen Pakaian di institut latihan menjadi responden dalam kajian ini. Majoriti daripada pelatih wanita ini adalah lepasan daripada Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) dan berumur dalam kelompok 20 tahun ke bawah. Jadual 1 menunjukkan taburan responden mengikut faktor demografi.

Jadual 1 menunjukkan demografi responden yang mewakili dua Institusi Latihan Kemahiran. Taburan responden kursus Rekaan Fesyen pada Institusi Latihan Kemahiran 1 adalah lebih ramai (70.8%) berbanding Institusi Latihan Kemahiran 2 (29.2%). Majoriti responden belum berkahwin (95.4%) dan bilangan ahli keluarga yang menjadi usahawan juga adalah 53.8%. Peratusan responden yang tidak mempunyai pengalaman menjadi usahawan adalah lebih tinggi (56.1%) berbanding yang mempunyai pengalaman (30.8%).

Jadual 1: Taburan Responden Mengikut Faktor Demografi

| Taburan Responden                     | Peratus (%) |
|---------------------------------------|-------------|
| Institut Latihan Kemahiran            |             |
| Institut Latihan Kemahiran (1)        | 70.8        |
| Institut Latihan Kemahiran (2)        | 29.2        |
| Status Perkahwinan                    |             |
| Bujang                                | 95.4        |
| Sudah Berkahwin                       | 4.6         |
| Ahli keluarga yang menjadi usahawan ? |             |
| Ya                                    | 53.8        |
| Tidak                                 | 46.2        |
| Pengalaman dalam Keusahawanan         |             |
| Ada                                   | 30.8        |
| Tiada                                 | 56.1        |
| Pernah Mengikuti Kursus Keusahawanan  |             |
| Ya                                    | 13.1        |
| Tidak                                 | 86.9        |

### **Mengenalpasti Ciri-ciri Keusahawanan dalam Bidang Rekaan Fesyen Pakaian dalam kalangan Pelatih Wanita**

Jadula 2 menunjukkan ciri-ciri usahawan yang dikaji iaitu kreativiti dan inovasi, berani mengambil risiko, keyakinan diri dan motivasi. Majoriti responden sangat bersetuju dengan ciri-ciri motivasi adalah amat diperlukan dalam elemen keusahawanan (skor min=4.03) di samping elemen keyakinan diri (skor min= 3.98) dan diikuti dengan skor min 3.93 pada ciri-ciri berani mengambil risiko serta kreativiti dan inovasi skor in 3.84.

Jadual 2 : Ciri-ciri Usahawan

| Ciri-ciri Usahawan      | Skor Min |
|-------------------------|----------|
| Kreativiti dan Inovasi  | 3.84     |
| Berani Mengambil Risiko | 3.93     |
| Keyakinan Diri          | 3.98     |
| Motivasi                | 4.03     |

N= 130

### Mengenalpasti Elemen-elemen Kemahiran Keusahawanan dalam Membentuk Usahawan Rekaan Fesyen Pelatih Wanita

Jadual 3 adalah kemahiran keusahawanan yang perlu ada dan dapatan menunjukkan kemahiran penyelesaian masalah adalah yang paling perlu dalam membentuk usahawan rekaan fesyen (skor min = 4.08). Kemahiran kepimpinan merupakan kemahiran yang mempunyai nilai skor nin yang paling rendah (3.78) dalam elemen ini.

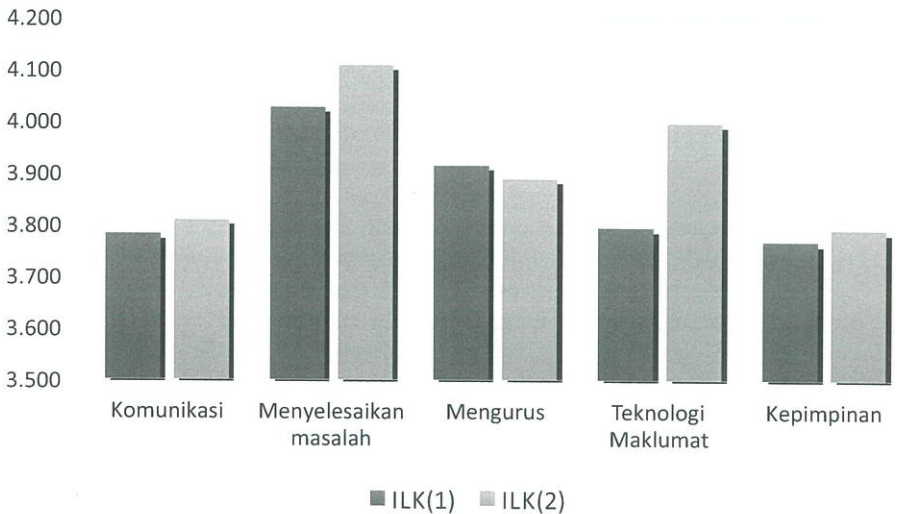
Jadual 3: Kemahiran Keusahawanan

| Kemahiran Keusahawanan          | Skor Min |
|---------------------------------|----------|
| Komunikasi                      | 3.80     |
| Kemahiran Menyelesaikan Masalah | 4.08     |
| Kemahiran Mengurus Perniagaan   | 3.90     |
| Kemahiran Teknologi Maklumat    | 3.94     |
| Kemahiran Kepimpinan            | 3.78     |

N= 130

### Perbezaan dalam Kemahiran Keusahawanan antara Institut Latihan Kemahiran

Rajah 2 menunjukkan perbezaan secara deskriptif kemahiran keusahawanan antara dua Institut Latihan Kemahiran yang dikaji. Kemahiran komunikasi, kemahiran mengurus dan kemahiran kepimpinan menunjukkan skor min yang hampir sama. Manakala bagi kemahiran menyelesaikan masalah dan teknologi maklumat Institut Latihan Kemahiran (2) menunjukkan skor min yang lebih tinggi.



Rajah 2: Perbezaan dalam kemahiran keusahawanan antara Institut Latihan Kemahiran (ILK)

## PERBINCANGAN DAPATAN KAJIAN

### Ciri-ciri Usahawan

Memiliki ciri-ciri usahawan yang tinggi merupakan satu perkara yang penting bagi usahawan yang ingin berjaya kerana ianya boleh mendorong seseorang itu dapat melaksanakan tugas dengan baik sehingga selesai (Othman et al., 2012). Kim (2010) turut menyatakan bahawa usahawan wanita perlu mempunyai personaliti yang berkeyakinan, bersedia mengambil pengalaman kerja serta idea yang berinovatif.

Dalam konstruk kreativiti dan inovasi, item 10 “Saya akan mencuba sesuatu yang baharu dan berlainan dari apa yang saya pernah lakukan.” memperoleh min tertinggi (3.95). Kurz (2010) juga menyatakan bahawa usahawan fesyen perlu kreatif dan inovatif dalam menjana idea perniagaan dan juga dalam mereka bentuk yang unik bagi menarik perhatian pelanggan dari semasa ke semasa. Bagi melahirkan usahawan yang kreatif dan inovatif, seseorang itu juga perlu mempunyai sifat-sifat yang rajin



membaca, rajin membuat penyelidikan, rajin mengkaji kemahuan pengguna, rajin mencari idea bernas, dan memanfaatkan pelancongan (Sulaiman, 2008). Memiliki sifat-sifat ini, membolehkan seseorang itu menghasilkan idea yang baharu, pandangan lebih jauh dan memiliki pengetahuan yang lebih matang.

Berani mengambil risiko juga merupakan salah satu faktor yang mendorong kejayaan usahawan pereka fesyen dan jahitan (Moloi, 2014). Majoriti responden menyatakan bahawa mereka bersedia menerima risiko untuk menceburkan diri dalam bidang keusahawanan rekaan fesyen (item 12). Namun begitu, Tunggak et al. (2011) menyatakan bahawa sebelum membuat keputusan untuk menjadi usahawan, seseorang individu perlu menilai diri sendiri samada dirinya mempunyai keberanian untuk mengambil dan menanggung risiko perniagaan. Malahan Kurz (2010) turut berpendapat bahawa usahawanan rekaan fesyen perlu menghadapi cabaran daripada industri yang penuh dengan pelbagai ketidakpastian dari segi keadaan industri, ekonomi industri, mata wang, dan sokongan daripada kerajaan.

Dalam keyakinan diri, majoriti responden menyatakan bahawa mereka yakin kerjaya dalam usahawanan rekaan fesyen mampu menjamin masa depan yang baik (item 17). Valkjärvi et al. (2012) juga mencadangkan bahawa pihak institusi haruslah memberi keyakinan kepada pelatih pereka fesyen bahawa kerjaya dalam usahawan fesyen mampu menjamin masa depan yang baik. Dalam membentuk keusahawanan, peranan institusi penting untuk memberi keyakinan kepada usahawan dengan aktiviti perniagaan yang diceburi, memberi pengetahuan kepada usahawan mengenai peluang dan potensi yang dimiliki oleh sesuatu industri (Audia, 2005, Yusof et al., 2011). Kajian ini juga mendapati pelatih wanita menyatakan bahawa mereka mampu berdaya saing dengan perusahaan rekaan fesyen (item 19) dengan aras persetujuan yang tinggi. Begitu juga, Hani et al. (2012) mendapati terdapat hubungan positif antara pembolehubah keyakinan diri dengan berdaya saing ( $r = .92$ ) iaitu persaingan antara perusahaan yang lain sangat mempengaruhi keyakinan usahawan wanita dalam mengendalikan perniagaan mereka.

Motivasi memperoleh nilai min keseluruhan yang tertinggi (4.032) berbanding dengan konstruk ciri-ciri usahawan yang lain. Motivasi adalah nadi utama dalam mencapai sesuatu matlamat. Dalam kajian Moloi (2014), majoriti responden menyatakan bahawa mereka memiliki motivasi yang dapat mendorong mereka untuk mencapai kejayaan dalam perniagaan rekaan fesyen. Dalam kajian ini, majoriti responden menyatakan bahawa

persaingan yang kuat antara usahawan lain akan menambahkan lagi motivasi mereka untuk berjaya (item 24). Dapatan ini selari dengan dapatan kajian Hani et al. (2012) yang mendapati bahawa usahawan wanita tidak takut akan persaingan yang ada malahan semakin mendorong mereka untuk maju ke hadapan. Kajian Sidal, (2014) juga menyatakan bahawa apabila usahawan wanita memiliki motivasi dalaman yang kuat, semakin tinggi usahanya untuk mencapai matlamat perniagaan.

Secara keseluruhan, setiap konstruk ciri-ciri usahawanan seperti kreativiti dan inovasi, berani mengambil risiko, keyakinan diri, dan motivasi berada pada aras persetujuan yang tinggi. Ini menunjukkan ciri-ciri ini perlu diserapkan dalam kalangan pelatih wanita di institut latihan bagi melahirkan bakal usahawan yang berkualiti tinggi.

### **Kemahiran Keusahawanan**

Usahawan yang berjaya adalah usahawan yang memiliki kemahiran keusahawanan yang tinggi (Othman et al., 2012). Elemen-elemen kemahiran ini merangkumi kemahiran komunikasi, kemahiran menyelesaikan masalah, kemahiran mengurus, kemahiran teknologi maklumat, dan kemahiran kepimpinan. Kemahiran komunikasi merupakan satu elemen yang penting yang perlu ada dalam diri usahawanan. Kamis (2011) mendapati bahawa aspek komunikasi seperti menarik pelanggan, menyakinkan, dan memujuk merupakan elemen penting untuk melariskan produk di samping mengekalkan kualiti. Semasa berurusan dengan pihak pelanggan, usahawan rekaan fesyen perlu menggunakan gaya bahasa perniagaan yang sesuai sama ada secara lisan atau secara bukan lisan bagi menarik perhatian pelanggan (Kurz, 2010). Majoriti responden menyatakan bahawa mereka mampu menggunakan bahasa yang sopan ketika berkomunikasi dengan pelanggan (item 26: min = 4.18). Pelatih wanita dalam rekaan fesyen harus mempunyai sikap yang sopan apabila berurusan dengan pelanggan terutamanya dari segi penggunaan bahasa (Kinuthia et al., 2014). Mampu membina rangkaian yang baik dengan rakan kenalan perniagaan juga penting untuk diserapkan dalam diri usahawan kerana ianya mempengaruhi kejayaan pengusaha.

Dalam perniagaan, terdapat pelanggan yang lebih mengutamakan kualiti pakaian daripada harga pakaian (Swinker et al., 2007, Kinuthia et al., 2014). Jadi, usahawan perlulah menerangkan ciri-ciri kualiti pakaian tersebut dengan cemerlang. Kajian ini mendapati terdapat responden yang menyatakan bahawa mereka mampu menerangkan ciri-ciri produk kepada pelanggan dengan terperinci (item 29). Kajian ini mendapati bahawa



mereka juga boleh menyakinkan orang untuk membeli produk yang mereka jual (item 30). Maka, pelatih wanita harus menyedari betapa pentingnya memiliki kemahiran komunikasi dalam menerangkan ciri-ciri produk kerana ianya juga boleh menyakinkan pelanggan untuk membeli produk tersebut (Sulaiman, 2008).

Dalam kemahiran menyelesaikan masalah, seseorang itu perlu mendapatkan pandangan pakar yang bertauliah sebagai jalan penyelesaian yang terbaik bagi membolehkan usahawan menyelesaikan masalah dengan cara yang sesuai (Sulaiman, 2008). Penjelasan Sulaiman (2008) selari dengan dapatan kajian ini iaitu responden bersetuju bahawa mereka akan mendapatkan nasihat tentang perniagaan daripada pakar bertauliah apabila menghadapi masalah (item 34). Usahawan yang ingin berjaya dalam bidang keusahawanan, mereka mesti mempunyai kemahiran pengurusan kewangan dan pemasaran kerana jatuh dan banggunya sesuatu perniagaan adalah bergantung kepada kekuatan mengurus perniagaan (Othman et al., 2012). Kajian mendapati faktor kemahiran mengurus perniagaan yang dimiliki usahawan menyumbang kepada prestasi kejayaan usahawan Melayu di Langkawi (Yusof et al., 2010). Hasil kajian ini mendapati responden menyatakan bahawa mereka mampu mengurus masa dalam mengendalikan pekerja, pelanggan dan pembekal (item 39). Sidal (2014) juga turut menjelaskan bahawa memiliki keupayaan menguruskan kewangan, pekerja, kualiti, dan pemasaran adalah elemen penting yang perlu ada dalam diri usahawan wanita untuk memastikan kesinambungan perniagaan dan kejayaan menghadapi cabaran.

Kemahiran teknologi maklumat juga harus disemaikan dalam diri pelatih yang ingin menceburkan diri dalam kerjaya keusahawanan. Majoriti responden menyatakan bahawa mereka akan menjadikan internet sebagai sumber mencari peluang perniagaan baharu dan menggunakan internet untuk membuat kajian produk yang terkini. Ini adalah kerana penggunaan *internet online shopping* adalah bertujuan memudahkan pelanggan membeli, mendapatkan maklumat barangan, dan memilih pakaian tanpa ke pusat membeli belah (Park, Kim, Fuaches, & Foxx, 2011). Hasil kajian Kuppusamy et al. (2010) mendapati usahawan wanita memiliki gaya kepimpinan keusahawanan pada tahap yang baik. Hal ini kerana gaya kepimpinan keusahawanan mempengaruhi tahap pembentukan individu dalam arena perniagaan. Dalam kajian ini, majoriti responden menyatakan bahawa mereka mampu memberi fokus kepada tugas dan tanggungjawab yang diberikan. Rezduan (2012) juga mencadangkan bahawa usahawan wanita harus menjadi pemimpin yang mempunyai misi serta matlamat yang jelas dan memastikan perniagaan dapat berjalan dengan lancar. Hal ini

kerana keusahawanan dan kepimpinan dalam bidang pemasaran harus berpadanan dengan sasaran pasaran serta misi organisasi.

Penerapan kemahiran keusahawanan dalam program pendidikan telah membawa impak yang sangat positif terhadap kejayaan usahawan malahan mempunyai hubungan positif dengan pembangunan ekonomi (Zain et al., 2010). Kemahiran ini diperlukan untuk memastikan usahawan dapat bertahan, perniagaan berkembang dan terus mencapai kejayaan.

### **Perbezaan dalam Kemahiran Keusahawanan antara Institusi Latihan Kemahiran**

Kajian mendapati terdapat perbezaan yang signifikan dalam ciri-ciri usahawanan antara Institut Latihan Kemahiran (1) dan Institut Latihan Kemahiran (2) dalam aspek kreativiti dan inovasi dan juga keyakinan diri. Sementara itu, tidak terdapat perbezaan yang signifikan dalam aspek ciri-ciri berani mengambil risiko dan motivasi antara institut latihan kemahiran yang dikaji. Kajian ini turut mendapati terdapat perbezaan yang signifikan dalam kemahiran keusahawanan antara kolej yang dikaji dari segi kemahiran teknologi maklumat.

Dapatan kajian Boon dan Aziz (2010) mendapati pelajar yang mempunyai ciri-ciri keusahawanan yang tinggi adalah pelajar yang melibatkan diri dengan aktiviti yang berasaskan keusahawanan. Ini menunjukkan penglibatan pelajar dalam aktiviti keusahawanan mempengaruhi pembentukan ciri-ciri keusahawanan. Maknanya, perbezaan ciri-ciri keusahawanan dari segi kreativiti dan inovasi dan keyakinan antara kolej ini juga mungkin dipengaruhi pengalaman dalam keusahawanan yang mana peratusan responden dari Institut Latihan Kemahiran (1) yang mempunyai pengalaman dalam keusahawanan lebih ramai jika dibandingkan dengan Institut Latihan Kemahiran (2). Tambahan pula, didapati julat min bagi ciri-ciri kreativiti dan inovasi dan keyakinan diri bagi Institut Latihan Kemahiran (1) adalah lebih besar berbanding dengan Institut Latihan Kemahiran (2).

Hasil kajian ini juga mendapati peratusan responden dari Institut Latihan Kemahiran (2) yang mempunyai ahli keluarga yang menjadi usahawan lebih sedikit berbanding dengan Institut Latihan Kemahiran (1). Malahan, Nasharudin et al. (2010) menjelaskan bahawa pemupukan budaya keusahawanan dalam keluarga, pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh keluarga dapat merangsang dan memotivasikan pelajar ke arah kerjaya yang sama dengan keluarga mereka. Ini bermakna bahawa pendidikan tidak



formal yang diterima dari ahli keluarga berjaya mencetuskan aspirasi terhadap kerjaya keusahawanan.

Kajian terdahulu oleh Othman et al. (2012) mendapati tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara kemahiran keusahawanan berdasarkan pengalaman. Beliau juga mendapati tidak terdapat perbezaan yang signifikan dalam kemahiran keusahawanan bagi responden peniaga yang berbeza umur. Kajian ini turut mendapati tidak terdapat perbezaan yang signifikan dalam kemahiran kepimpinan, kemahiran komunikasi, kemahiran mengurus perniagaan, dan kemahiran menyelesaikan masalah antara kolej-kolej yang dikaji walaupun kolej-kolej ini mempunyai responden yang pelbagai latar belakang dari segi umur, status perkahwinan, dan pendidikan. Namun begitu, terdapat perbezaan yang signifikan dalam aspek kemahiran teknologi maklumat antara kolej-kolej yang dikaji.

Namun begitu, Aziz (2003) menjelaskan bahawa umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi psikologi usahawan. Beliau turut menekankan bahawa usahawan yang berjaya kebanyakannya adalah terdiri daripada individu yang berusia matang iaitu 40 tahun ke atas. Hal ini kerana tahap pendidikan dan pengalaman telah diserapkan dalam diri mereka melalui pendidikan tidak formal atau formal secara tidak langsung membentuk kemahiran keusahawanan dalam diri mereka.

Kajian ini mendapati terdapat dua orang pelatih wanita yang berumur 35 tahun ke atas dari Institut Latihan Kemahiran (1) manakala peratusan kelompok responden yang berumur 25-30 tahun dari Institut Latihan Kemahiran (1) lebih peratusan dari Institut Latihan Kemahiran (2). Maknanya, terdapat perbezaan dalam kemahiran keusahawanan yang dipengaruhi umur responden pelatih kolej-kolej tersebut. Pernyataan ini disokong oleh Rezduan et al. (2012) yang menyatakan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara umur dengan pembentukan pengetahuan, kemahiran, dan pengalaman apabila majoriti responden dalam kajian ini adalah terdiri daripada mereka yang berumur 41 tahun ke atas dan memperoleh tahap pembentukan pengetahuan, kemahiran, dan pengalaman yang tinggi.

Sehubungan itu, kajian Tunggak, Salamon, dan Abu (2012) mendapati bahawa pengalaman berniaga dan tahap pendidikan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan kompetensi penurusan perniagaan yang melibatkan aspek perakaunan dan kewangan, pengurusan sumber manusia, jaringan perniagaan dan pemasaran. Beliau juga mendapati bahawa kekerapan penglibatan responden dalam mengikuti



kursus dan latihan keusahawanan mempunyai pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan, kemahiran, dan keperibadian usahawan serta kompetensi pengurusan perniagaan. Walau bagaimanapun, kajian ini mendapati tidak terdapat perbezaan dalam kemahiran mengurus perniagaan antara kolej-kolej yang dikaji. Kesimpulannya, latar belakang setiap individu juga boleh mempengaruhi pembentukan ciri-ciri dan kemahiran keusahawanan dalam diri pelatih. Oleh yang demikian, untuk menerapkan nilai keusahawanan di sesebuah institusi, hendaklah selaras dengan bidang yang diceburi dan juga keadaan demografi pelatih di institut latihan tersebut serta selari dengan kehendak industri secara global bagi melahirkan bakal usahawan wanita yang berkualiti tinggi.

## **KESIMPULAN**

Dalam membina ciri-ciri usahawan yang kreatif dan inovasi, pelatih wanita harus mempunyai keupayaan menghasilkan produk baharu yang sesuai dengan kehendak pelanggan, pasaran terkini, berbeza daripada pengusaha lain dan juga membuat sesuatu yang berlainan daripada apa yang pernah dilakukan. Bagi menghasilkan produk yang lebih kreatif dan inovatif, pelatih wanita rekaan fesyen perlu rajin membuat penyelidikan produk bagi memperolehi idea yang bernas serta memantapkan pengetahuan selok-belok perniagaan pakaian dan fesyen. Adanya elemen keusahawanan dalam sesuatu bidang atau kursus dapat membantu pelatih lebih mengenali potensi diri dan aspirasinya terhadap bidang keusahawanan, mendapat maklumat terkini berkaitan dengan sesuatu perniagaan serta membantu untuk membentuk personaliti dan ciri-ciri usahawanan yang berjaya.

## **RUJUKAN**

- Adelakun, O., Oviawe, J.J., & Barfa, G. (2015). Strategies for enhancing females participation in Technical, Vocational Education and Training (TVET) in Nigeria. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 2(4), 11-120. doi: 10.14738.
- Aziz, A.Y. (2003). *Prinsip Keusahawanan*. Petaling Jaya: Prentice Hall.
- Arif, S. (2009). Keupayaan pemasaran dalam kalangan pengusaha kecil makanan halal di Melaka Tengah: Satu kajian awal. MALIM Bil.10. Dicapai daripada [www.localadmy.com/c/pemasaran-melaka-418148](http://www.localadmy.com/c/pemasaran-melaka-418148).
- Audia, P. (2005). A garage and an idea: What more does an entrepreneur need? *California Management Review*, 48(1), 6-28.

- Dicapai daripada  
<http://mba.tuck.dartmouth.edu/pages/faculty/pino.audia/docs/garage>
- Djurkovic, V. J. (2012). The role and impor tant of female entrepreneurship in development of a new private sector in Serbia. *Business Economics. Edukons*, 1(2), 239-257.
- Hani, U., & Rachmania.N.I. (2012). Patterns of Indonesian women enterpreneurship. *Procedia Economic and Finance*, 4, 274-285.
- Ismail, M. H. (2012). Kajian Mengenai Kebolehpasaran Siswazah di Malaysia: Tinjauan dari Perspektif Majikan. *Pros. Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia Ke VII*. Ipoh, Perak: Universiti Kebangsaan Malaysia, 906-913.
- Kamis, A. (2014). Keperluan Kompetensi Pengetahuan Rekaan Fesyen Pakaian Untuk Menceburkan Diri dalam Industri Fesyen. *Sains Humanika*, 2(4), 25–33.
- Kurtz, E. (2010). *Analysis on fashion design entrepreneurship: Challenges and supporting models*. Master thesis. Universiti of Boras.
- Kinuthia, N., Mbrugu, K., & Mutuku. (2014). Fashion marketing: Strategies in the garment-making mirco and small enterprises in Nakuru, Kenya. *African Journal of Marketing Management*, 6(5), 68-74.
- Kuppusamy, J., Ganesan, J., & Rosada, S.A. (2010). Leadership styles and management techniques: An analysis of Malaysian women entrepreneurs. *Journal of Communication of the IBIMA*. doi: 817881.
- Kim, E., & Johnson, K. P. (2007). The U.S. apparel industry: Futuring with undergraduates' students in apparel major. *Clothing and Textiles Research Journal*, 25(4), 283-306.
- Minghat, A. D., & Ruhizan, Y. M. (2010). A sustainable framework for Technical and Vocational Education in Malaysia. *Proc. Social and Behavioral Sciences*, 9, 1233–1237.
- Maigida, J. F., & Saba T.M. (2013). Entrepre neurial skills in Technical Vocational Education and Training as a strategic approach for achieving youth empowerment in Nigeria. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(5), 303-310.
- Mbugua & Ogada (2013). Factors affecting the growth of micro and small enterprises: A case of tailoring and dressmaking enterprises in Eldoret. *International Journal of Business and Social Science*, 4(5), 285-293.
- Moloi, K.C. (2014). The impact of fashion entrepren eurs' traits on the success of fashion businesses in the Gauteng Province in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(4), 78-86.
- Makhbul, Z., & Hasun, M. F. (2006). Menjadi Usahawan: Busines dan Pengurusan PTS Publications & Distributors Sdn. Bhd.



- Nasharudin, N., & Harun, H. (2010). Aspirasi Kerjaya Keusahawanan dalam Kalangan Pelajar Institutsi Pengajian Tinggi Awam. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 35(1), 11-17.
- Othman, N., & Panniappan, S. (2012). Profil Keusahawanan Peniagaan India di Malaysia. *Akademika*, 82(1), 103-111.
- Sarfraz, L., Mian, S., & Karadeniz, E. E. (2013). Female entrepreneurship, internationalization and trade liberalization: The case of Iran, Pakistan, and Turkey. *Proc. of the 16<sup>th</sup> International Entrepreneurship Conference*. Montréal, Canada: McGill University, 11-25.
- Sidal, A. (2014). Taksonomi Keupayaan Usahawan Wanita Melayu. *Journal of Human Capital Development*, 7(3), 63-78.
- Sulaiman, S. (2008). Usahawan Cemerlang, Tip dan Panduan Keusahawan. Utusan Publication & Distribution Sdn. Bdn.
- Tunggak, B. & Salamon, H. (2011). Budaya Usahawan Berjaya. UTM press. Universiti Teknologi Malaysia.
- Tunggak, B., Salamon, H., & Abu, B. (2012). Pengaruh Faktor -Faktor Demografi Terhadap Budaya Niaga Usahawan Bumiputera Muslim. *Jurnal Kemanusiaan*, 20. ISSN: 1675-1930
- Redzuan, M., Rahaman, A. R., & Nasharudin, N. A. (2012), Pembentukan Keupayaan Individu dalam Kalangan Usahwan Wanita Industri Kecil. *Akademika*, 82(1), 57- 64.
- Valkjarvi, M., & You, W. (2012). *Business Plan for a Fashion Brand*. Bachelor. Thesis. Lahti University of Sciences.
- Yusof, I., Mardzuki, K., & Darawi, Z. (2011), Faktor Keusahawanan dan Prestasi Kejayaan Usahawan Melayu di Pulau Langkawi, Kedah. Prosiding Perkem VI, Jilid 2 (2011), 196-207 ISSN: 2231-962X
- Zain, Z., Akram, M., & Ghani, E. (2010). Entrepreneurship intention among Malaysian business studies. *Canadian Social Science*, 6(3), 33-44.