

Aktiviti Hiliran di Kawasan FELDA: Analisis Faktor Pendorong Penglibatan Wanita dalam Aktiviti Perniagaan

Nor Aini Haji Idris
Pusat Pengajian Ekonomi
Fakulti Ekonomi dan Perniagaan
Universiti Kebangsaan Malaysia

Nur Afiyas Daud
Fakulti Ekonomi dan Perniagaan
Universiti Kebangsaan Malaysia

ABSTRAK

Kertas kerja ini membincangkan hasil kajian mengenai faktor-faktor pendorong yang mempengaruhi penyertaan usahawan wanita di dalam aktiviti hiliran di tanah rancangan FELDA. Soalan selidik telah digunakan sebagai kaedah pengumpulan data dan diedarkan kepada 292 orang usahawan wanita yang terlibat dalam aktiviti keusahawanan di sepuluh gugusan tanah rancangan FELDA iaitu FELDA Raja Alias, FELDA Jengka, FELDA Terengganu, FELDA Jelai, FELDA Chini, FELDA Palong, FELDA Pasak, FELDA Air Tawar, FELDA Tenang dan FELDA Palong Timur. Data yang diperolehi dianalisis menggunakan program *Statistical Packages For Social Science (SPSS) 21.0* bagi mendapatkan kekerapan, peratusan dan analisis faktor serta ujian kebolehpercayaan dilakukan ke atas setiap item dan konstruk. Selain itu, analisis kajian ini juga turut menggunakan kaedah SPSS AMOS version 5 untuk menilai hubungan di antara item-item pendorong dengan menggunakan model persamaan struktur. Secara umumnya hasil kajian menunjukkan bahawa faktor 'keinginan untuk berjaya' merupakan faktor pendorong paling penting yang menggalakkan usahawan untuk terlibat dalam aktiviti hiliran. Faktor ini merangkumi 'keinginan usahawan untuk memenuhi impian iaitu mempunyai perniagaan sendiri dan melalui aktiviti hiliran yang dijalankan, usahawan wanita mampu menimba pengalaman serta dapat belajar untuk memikul tanggungjawab dalam membangunkan perniagaan'. Selain itu, kajian juga mendapati faktor kawalan diri dan sokongan psikologi turut mendorong usahawan wanita untuk menyertai aktiviti hiliran. Faktor ini merangkumi 'seorang yang tidak mudah berputus asa, mendapat galakan dari kawan dan keluarga serta bangga menjadi seorang usahawan'.

Kata kunci: faktor pendorong, usahawan wanita, aktiviti hiliran, model persamaan struktur (SEM), FELDA.

ABSTRACT

This paper deals with women's participation in downstream activities. It provides an analysis of the motivational factors that influence the participation in that particular activities. A set of questionnaire has been used as a method for data collection and it is distributed to 292 respondents that involved in the downstream activities within ten areas which include FELDA Raja Alias, FELDA Jengka, FELDA, FELDA Jelai, FELDA Chini, FELDA Palong, FELDA Pasak, FELDA Air Tawar, FELDA and FELDA Palong Timur. The data obtained then were analysed by using Statistical Packages for the Social Science (SPSS) 21.0 in order to get frequency, percentage and factor analysis and the reliability tests of each item as well as the constructs. In addition, the study also is analysed by using SPSS AMOS version 5 for the evaluation of the relationship among the motivation items by using structural equation model. In general the findings showed that 'the need for success' becomes the most important factor that encourages women's entrepreneurs to run the downstream activities. The factor includes the items of 'the need of entrepreneurs to fulfill the dream of having their own business and through the downstream activities that is carried out, women entrepreneurs are able to get experience and can learn how to take responsibility in running the business'. In addition, the study also found that factors such as the personal control and the psychological support might also encourage the women to participate in the activities. The items that related with the factors are include 'not to give up, have support from friends and family and proud to be an entrepreneur'.

Keywords: the motivational factors, women's entrepreneurs, downstream activities, structural equation modelling (SEM), FELDA.

PENGENALAN

Aktiviti hiliran didefinisikan sebagai kegiatan lanjutan perusahaan atau perkilangan yang menggunakan bahan mentah atau barangan separa siap melalui beberapa tahap pemprosesan sebelum menjadi barangan pengguna. Aktiviti hiliran wujud apabila terdapat peluang untuk meningkatkan nilai tambah kepada sesuatu keluaran iaitu sekiranya keluaran tersebut akan dijadikan input untuk penghasilan output yang mempunyai nilai yang lebih tinggi. Sebagai contoh, hasil pertanian, perikanan dan penternakan yang diproses menjadi produk yang lain. Aktiviti hiliran melibatkan aktiviti pemprosesan dan inovasi dan digunakan sama ada di sektor pembuatan mahupun perkhidmatan.

Aktiviti hiliran merupakan antara aktiviti yang dilakukan bagi tujuan meningkatkan taraf hidup terutama golongan wanita sama ada di bandar mahupun di luar bandar. Penglibatan golongan wanita di dalam aktiviti hiliran bermula secara kecil-kecilan dan bermula untuk kegunaan sendiri. Di bawah sistem 'barter', sekiranya terdapat lebihan di dalam pengeluaran, hasil tersebut akan ditukar dengan barangan lain. Apabila sistem mata wang mula diperkenalkan, mereka dapat memasarkan lebihan pengeluaran untuk menjana pendapatan. Dengan kata lain, aktiviti hiliran memberi peluang kepada golongan wanita untuk meningkatkan pendapatan sama ada sebagai sumber pendapatan utama mahupun pendapatan sampingan.

Persepsi masyarakat dahulu menganggap wanita lebih sesuai duduk di rumah dan memandang rendah terhadap kebolehan kaum wanita. Walau bagaimanapun, keadaan ini telah berubah. Masyarakat Melayu sekarang ini lebih bersikap terbuka. Ini dapat dilihat dengan penampilan wanita bumiputra di dalam aktiviti-aktiviti sosial dan penglibatan mereka di dalam bidang pekerjaan yang mencabar. Kini wanita juga turut menceburkan diri dalam bidang keusahawanan secara serius.

Kajian mengenai penglibatan wanita di dalam aktiviti hiliran biasanya fokus terhadap faktor-faktor yang mendorong mereka menceburi bidang ini. Menurut Zaidatol (2004), terdapat tiga faktor yang mempengaruhi penglibatan tersebut iaitu faktor luaran, diri dan motivasi. Faktor luaran merangkumi aspek galakan daripada keluarga dan kerajaan, diberhentikan kerja, pendedahan berkenaan perniagaan dan dipengaruhi oleh kawan. Faktor motivasi merangkumi keinginan untuk menambahkan wang, mendapat kebebasan, untuk dihormati, melihat peluang berniaga serta yakin perniagaan mampu menjamin kemajuan di dalam kehidupan. Manakala faktor diri berkait dengan aspek-aspek latihan, kemahiran dan pengetahuan yang mencukupi bagi menceburi bidang ini. Usahawan yakin mereka boleh menghadapi segala cabaran dalam dunia perniagaan yang mencabar kerana memiliki ketiga-tiga faktor tersebut.

Walaupun bagaimanapun, faktor utama yang mendorong usahawan wanita menceburkan diri di dalam aktiviti hiliran adalah berkait dengan keluarga iaitu untuk menambah pendapatan keluarga atau sebagai mata pencarian utama bagi usahawan wanita yang bergelar ibu tunggal. Mengikut Shane (2003), saiz keluarga mempengaruhi penyertaan di dalam aktiviti hiliran dan pandangan ini disokong oleh Salman (2009) yang mengatakan wanita di Pakistan yang mempunyai seorang atau dua orang anak lebih berminat untuk menyertai perniagaan bagi tujuan menjana pendapatan keluarga. Berbeza dengan Allen *et al.* (2008) dan Lawal *et al.* (2009), mereka berpandangan bahawa wanita yang memiliki keluarga yang besar iaitu melebihi lima orang ahli keluarga didapati lebih berminat untuk menjadi usahawan.

Selain itu, faktor diri atau sikap dan latihan serta pendidikan seseorang usahawan merupakan penentu utama dalam meningkatkan kemahiran usahawan dan mengurangkan risiko kegagalan di dalam perniagaan. Mengikut model pembangunan usahawan yang dirangka oleh Rohayu *etal.* (2012), kejayaan seorang usahawan turut dipengaruhi oleh faktor latar belakang serta budaya. Kerajaan Malaysia turut memainkan peranan melalui penyediaan pelbagai bantuan dan sokongan kepada golongan usahawan khususnya usahawan wanita bagi membangunkan dan mengembangkan potensi diri. Oleh itu, kerajaan telah merangka pelbagai strategi seperti membangunkan industri kecil dan sederhana (IKS) dan industri desa bagi menggalakkan penyertaan golongan usahawan bumiputera khususnya bagi mendirikan industri berasaskan bahan mentah tempatan. Fokus perbincangan kertas kerja ini adalah untuk melihat faktor-faktor pendorong yang mempengaruhi penyertaan usahawan wanita di dalam aktiviti hiliran melalui kajian yang dijalankan ke atas usahawan wanita di FELDA. Aktiviti hiliran utama yang diceburi oleh responden di kawasan kajian termasuk berniaga secara kecil-kecilan (37.0%), tukang jahit atau sulaman (11.3%), makanan diproses atau kuih tradisional (20.5%), lain-lain perniagaan (19.9%), kraf tangan (5.5%), penternakan (2.4%), pertanian (1.7%), pusat kecantikan (1.0%) dan dandan rambut (0.7%).

KAJIAN LEPAS

Pelbagai kajian berkaitan pembangunan keusahawanan telah dijalankan. Teori yang sering dibincangkan ialah teori ekonomi, teori psikologi dan teori sosiologi. Ramai pengkaji telah mengkaji teori-teori motivasi tersebut dan di samping mengemukakan pelbagai kritikan terhadap teori tersebut.

Kwabena (2011) telah mengkaji teori-teori motivasi seperti ekonomi, psikologi, sosiologi, antropologi, teori berasaskan peluang dan teori berasaskan sumber berdasarkan bukti empirikal. Walaupun setiap teori menerima kritikan namun ia masih relevan untuk dalam mengkaji bidang keusahawanan.

Selain itu, kajian juga dijalankan oleh Hafizet *al.* (2012) ke atas faktor psikologi dan bukan psikologi usahawan yang mempengaruhi orientasi keusahawanan di Pakistan. Faktor psikologi yang dinilai terdiri daripada keperluan kepada pencapaian, lokus kawalan, toleransi terhadap ketidakpastian dan gerak hati usahawan. Manakala faktor bukan psikologi pula terdiri daripada peranan pendidikan, kepelbagaian kemahiran, hubungan formal/ sosial serta hubungan tidak formal atau peribadi. Kajian mendapati faktor psikologi serta faktor bukan psikologi adalah signifikan dan positif di dalam mempengaruhi orientasi keusahawanan. Usahawan perlulah mempunyai kehendak kepada pencapaian yang tinggi, lokus kawalan yang lebih, toleransi yang lebih terhadap ketidakpastian dan mempunyai gerak hati yang tinggi. Kajian mereka juga mendapati bahawa kebanyakan usahawan yang berjaya adalah daripada keluarga yang mempunyai latar belakang perniagaan serta sumber modal disumbangkan oleh keluarga dan rakan. Manakala pendidikan dan perbezaan tingkat kemahiran merupakan antara faktor penting di dalam pembangunan budaya keusahawanan.

Kajian Kavita R.N dan Santhi (2013) cuba melihat sejauh manakah peranan faktor-faktor persekitaran, personaliti dan motivasi mempengaruhi usahawan wanita dan bukan usahawan menyertai aktiviti hiran di Malaysia. Ketiga faktor tersebut didapati signifikan dalam mempengaruhi usahawan menyertai aktiviti hiran. Faktor persekitaran terdiri daripada sokongan psikologi, faedah daripada persekitaran dan situasi tempat kerja terdahulu dan kajian mendapati sokongan psikologi usahawan adalah lebih rendah berbanding bukan usahawan disebabkan oleh tekanan yang dialami kesan daripada latar belakang keluarga yang susah berdasarkan kajian terdahulu daripada Silver (1983) dan Wilken (1987). Faktor personaliti yang mempengaruhi usahawan pula terdiri daripada sembilan faktor iaitu kemahiran, kestabilan emosi, waspada, *abstractness*, lebih bersendirian, bersifat terbuka untuk melakukan perubahan, mementingkan kesempurnaan, lebih tegang dan kurang keyakinan. Hasil kajian ini sekari dengan keputusan kajian Vries (1996) yang mendedahkan bahawa usahawan adalah orang yang memerlukan kawalan, mempunyai rasa tidak percaya, keinginan untuk dihargai dan perlu melalui mekanisme pertahanan primitif. Manakala Kamisan dan Nek Kamal (2009) pula berpandangan bahawa faktor personaliti dan sosioekonomi banyak mempengaruhi motivasi usahawan wanita di Malaysia. Kajian mendapati teknologi dan maklumat merupakan faktor utama mempengaruhi penglibatan usahawan wanita diikuti oleh ciri peribadi seperti etika kerja dan nilai pengurusan.

METODOLOGI

Lokasi Kajian dan Sampel

Kajian berbentuk tinjauan telah dilaksanakan dengan mengedarkan borang soal selidik di tanah rancangan FELDA. Populasi kajian dihadkan kepada usahawan wanita FELDA. Kesemua soal selidik yang diedarkan kepada responden telah dilengkapkan, ini bermakna tingkat keyakinan adalah 100 peratus. Seramai 292 responden telah diperolehi daripada 10 gugusan tanah rancangan FELDA iaitu FELDA Raja Alias, FELDA Jengka, FELDA Terengganu, FELDA Jelai, FELDA Chini, FELDA Palong, FELDA Pasak, FELDA Air Tawar, FELDA Tenang dan FELDA Palong Timur.

Instrumen Kajian

Kajian ini menggunakan soal selidik sebagai instrumen kajian bagi mengenal pasti faktor motivasi yang mendorong penglibatan wanita di dalam aktiviti hiran di tanah rancangan FELDA. Kajian ini dibangunkan dengan nilai skala *likert* 1 hingga 5 bagi mengukur setiap item faktor-faktor yang mendorong usahawan wanita untuk menyertai aktiviti hiran. Seterusnya data yang diperolehi telah dianalisis dengan menggunakan program *Statistical Packages For Social Science (SPSS) 10.0* untuk mendapatkan kekerapan dan peratusan. *SPSS* juga digunakan untuk melakukan analisis faktor ke atas setiap item serta ujian kebolehpercayaan terhadap setiap konstruk yang dibentuk. Selain itu, kajian ini juga dianalisis menggunakan *SPSS AMOS version 5*.

Kaedah Analisis Data

Analisis kajian dijalankan dengan menggunakan teknik analisis statistik iaitu model persamaan struktur (SEM). Model SEM digunakan untuk melihat hubungan item-item yang mendorong usahawan wanita menyertai aktiviti hiran. Untuk menjadikan SEM sebagai model terbaik, beberapa indikator digunakan sebagai batas penerimaan bagi memeriksa kesesuaian model pengukuran tersebut. Analisis adalah bergantung kepada indeks kesesuaian seperti CMIN/df, CFI, TLI, IFI, RFI, NFI, dan RMSEA.

DAPATAN KAJIAN

Jadual 1 menunjukkan maklumat demografi usahawan wanita yang meliputi maklumat berkenaan umur, taraf perkahwinan, bilangan isi rumah, tahap pendidikan dan generasi. Kajian menunjukkan kebanyakan responden berada dalam kategori umur 22 tahun hingga 60 tahun. Hal ini kerana pada usia ini produktiviti adalah tinggi untuk menjalankan aktiviti hiran. Kajian juga mendapati sebanyak 88.7 peratus responden sudah berkahwin dan sebanyak 45.9 peratus responden mempunyai bilangan ahli isi rumah lebih daripada 6 orang. Dari segi tahap pendidikan, sebanyak 46.9 peratus responden berkelulusan SPM dan setaraf dengannya, 26.4 peratus responden berpendidikan sehingga sekolah rendah manakala responden yang memiliki sijil/ Diploma/ Ijazah dan selebihnya adalah kecil iaitu 9.9 peratus. Ini menunjukkan bahawa majoriti usahawan wanita tidak mempunyai pendidikan tinggi. Menurut kajian yang dijalankan Dolinsky dan Caputo (1993), pencapaian pendidikan pada tahap yang berlainan akan mempengaruhi wanita menceburi bidang keusahawanan dan mengekalkan kerjaya tersebut. Wanita yang kurang berpendidikan selalunya akan menghadapi masalah dari segi kewangan atau modal yang akan menghadkan perkembangan perniagaan mereka.

Model hubungan faktor yang mendorong usahawan menyertai aktiviti hiran dianalisis menggunakan *Explanatory Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Bagi menjalankan analisis tersebut, SPSS V21 digunakan untuk mengukur kebolehpercayaan setiap item serta *Cronbach alpha* bagi setiap konstruk yang dibina. Semakin hampir nilai *Cronbach alpha* kepada 1, ia menunjukkan tahap kebolehpercayaan yang tinggi. Sekiranya nilai *Cronbach alpha* kurang daripada 0.60, maka boleh dianggap instrumen yang digunakan dalam kajian mempunyai nilai kebolehpercayaan yang rendah. Menurut Uma Sekaran (1992), tahap kebolehpercayaan yang baik dan boleh diterima jika nilai *Cronbach alpha* lebih daripada 0.70. Oleh itu, konstruk yang mempunyai nilai *Cronbach alpha* kurang daripada 0.70 tidak akan digunakan di dalam analisis seterusnya seperti yang disarankan oleh Nunnally (1978).

Jadual 2 menunjukkan hasil analisis faktor yang telah dilakukan ke atas 20 item faktor motivasi di mana 6 konstruk telah terbentuk. Hasil daripada penilaian *factor loading* dan *Cronbach alpha*, 4 konstruk faktor pendorong telah dipilih. Konstruk terdiri daripada keinginan untuk berjaya, kawalan lokus diri dan sokongan psikologi, berorientasikan kepada pencapaian dan penghargaan serta bermotivasikan kepada perniagaan. **Jadual 3** menunjukkan *factor loading* dan kebolehpercayaan yang diperolehi. Berdasarkan jadual tersebut, secara umumnya *factor loading* yang ditunjukkan bagi semua 15 item adalah tinggi. Nilai *factor loading* yang paling rendah ialah 0.508 yang ditunjukkan oleh item F10 iaitu 'menerima permintaan yang tinggi untuk produk yang dikeluarkan'. Manakala *factor loading* yang paling tinggi pula ialah 0.866 yang merupakan item F03 iaitu 'menimba pengalaman daripada perniagaan'. Menurut Comrey dan Lee (1992) dan Distefano dan Hess (2005) yang mengatakan nilai *factor loading* 0.6 adalah sangat baik manakala 0.70 ke atas adalah cemerlang kerana jumlah yang dimiliki oleh konstruk terpendam adalah lebih besar daripada ralat varian.

Keputusan daripada *Exploratory factor analysis* menunjukkan nilai KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) ialah 0.804 dengan nilai Chi-Square (*Bartlett's Test of Sphericity*) sebanyak 2491.116. Nilai KMO yang diperolehi daripada analisis ini melebihi 0.50 seperti mana yang disarankan oleh Hair *et al.* (1998).

Seterusnya *confirmatory factor analysis* dilakukan dengan menggunakan teknik analisis statistik iaitu model persamaan struktur (SEM). Model SEM digunakan untuk menentukan kekuatan hubungan faktor pendorong usahawan menceburi aktiviti hiran. Untuk menjadikan SEM sebagai model terbaik yang digunakan, beberapa indikator digunakan sebagai batas penerimaan. Menurut Shairil & Hasnah (2013), bagi memeriksa kesesuaian model pengukuran tersebut, analisis adalah bergantung kepada indeks kesesuaian seperti CMIN/df, CFI, TLI, IFI, RFI, NFI, dan RMSEA.

Jadual 4 menunjukkan nilai *Squared Multiple Correlation* (SMC) yang merupakan pemeriksaan terperinci bagi menentukan kebolehpercayaan 15 item bagi mengukur 4 konstruk faktor pendorong yang terdiri daripada keinginan untuk berjaya, kawalan lokus diri dan sokongan psikologi, berorientasikan kepada pencapaian dan penghargaan serta bermotivasikan kepada perniagaan. Dapatan

pada Jadual 4 tersebut menunjukkan nilai SMC berada pada 0.125 hingga 0.799. Terdapat 5 item yang menunjukkan nilai SMC yang tinggi iaitu F08 yang mempunyai nilai 0.799, F03 yang bernilai 0.701, F02 yang bernilai 0.697, F13 yang bernilai 0.637 dan F12 yang bernilai 0.620. Ini menunjukkan varian yang diekstrak item F08 adalah 79.9 peratus pada konstruk kawalan diri dan sokongan psikologi. Item F03 menunjukkan varian yang diekstrak adalah 70.1 peratus pada konstruk keinginan untuk berjaya. Menurut Arbuckle (1997), nilai SMC 0.30 ke atas adalah nilai yang boleh diterima bagi menunjukkan sesuatu item atau indikator tersebut mengukur konstruk yang berkaitan. Di dalam model ini, item F10 tidak diterima untuk mengukur konstruk kerana mempunyai nilai SMC kurang daripada 0.30.

Keputusan mendapati item pendorong atau motivasi di dalam konstruk keinginan untuk berjaya lebih banyak menunjukkan nilai SMC yang tinggi. Konstruk ini terdiri daripada 3 item motivasi yang mendorong keputusan usahawan untuk menyertai aktiviti hiran: i) ingin memenuhi impian untuk mempunyai perniagaan sendiri, ii) usahawan wanita mampu menimba pengalaman dan, iii) belajar untuk memikul tanggungjawab. Bagi memenuhi impian tersebut ia telah mendorong wanita menjalankan aktiviti hiran. Mengikut McClelland (1961), seseorang yang mempunyai keperluan kepada pencapaian yang tinggi akan menggalakkan untuk melakukan penetapan matlamat dan akan bekerja keras untuk mencapai matlamat tersebut melalui kemahiran dan keupayaan diri. Selain itu, semangat usahawan yang mahu menimba pengalaman daripada perniagaan yang dijalankan mendorong usahawan untuk menjalankan aktiviti hiran terutama dari aspek pengurusan, pengorganisasian, pengeluaran, pemasaran, jualan dan sebagainya. Berdasarkan teori psikologi yang diutarakan oleh McClelland, mereka yang mempunyai keperluan kepada pencapaian yang tinggi akan sentiasa mahukan maklum balas segera agar mereka boleh menilai prestasi sama ada berubah atau tidak. Namun begitu, Chellet *al.* (1991) mengatakan bahawa terdapat budaya di mana kegagalan dianggap sebagai satu pengalaman positif bagi mendidik usahawan. Usahawan wanita juga didorong untuk menjalankan aktiviti hiran juga disebabkan keinginan untuk belajar memikul tanggungjawab. Menurut McClelland, individu yang mempunyai kehendak pencapaian yang tinggi merupakan golongan yang lebih suka mengambil tanggungjawab ke arah mencapai sesuatu matlamat dengan usaha sendiri. Usahawan wanita bertanggungjawab ke atas hala tuju perniagaan dan pembuatan keputusan bagi mengurus serta mengatasi sebarang masalah yang timbul.

Selain itu, konstruk kawalan diri dan sokongan psikologi merupakan konstruk kedua yang mempunyai nilai SMC yang tinggi di mana turut mendorong usahawan wanita untuk menyertai aktiviti hiran. Konstruk ini terdiri daripada 3 faktor motivasi iaitu: i) seorang yang tidak mudah berputus asa, ii) mendapat galakan dari kawan dan, iii) bangga menjadi seorang usahawan. Usahawan merupakan seorang yang tidak mudah berputus asa dan akan bekerja keras untuk mencapai matlamat yang telah ditetapkan. Kajian juga mendapati faktor galakan kawan dan keluarga merupakan sokongan psikologi yang mendorong usahawan untuk menyertai aktiviti hiran dan penemuan ini selari dengan hasil kajian Shapero & Sokol (1982). Namun, hasil kajian ini bertentangan dengan kajian Kavita, R.N dan Santhi (2013) yang mengatakan sokongan psikologi usahawan adalah lebih rendah. Usahawan juga terdorong untuk menyertai aktiviti hiran kerana bangga menjadi seorang usahawan. Menurut Rotter (1966), usahawan adalah individu yang mempunyai keyakinan diri yang tinggi, berdikari, serta berkebolehan untuk mengawal diri.

Korelasi antara indikator yang di cadangkan seperti yang ditunjukkan dalam **Jadual 5** adalah bertujuan melihat interaksi usahawan terhadap faktor yang mendorong golongan wanita menjalankan aktiviti hiran di FELDA. Setiap faktor yang dibentuk telah dianalisis bagi memperlihatkan korelasi antara faktor melalui AMOS. Dapatan yang diperoleh di dalam Jadual 5 menunjukkan nilai berada pada 0.352 sehingga 0.543. Korelasi antara kawalan diri dan sokongan psikologi dalam faktor pendorong dengan pendorong bermotivasikan kepada perniagaan berada pada tahap 54.3 peratus. Manakala korelasi antara keinginan untuk berjaya dengan dalam bermotivasikan kepada perniagaan dalam faktor pendorong pula berada pada tahap 51.1 peratus. Hubungan korelasi antara dua indikator ini memaparkan kawalan diri dan sokongan psikologi serta antara keinginan untuk berjaya akan bertindak balas dengan motivasi menjalankan perniagaan dalam kalangan responden. Dapatan kajian juga memperlihatkan wujud hubungan antara faktor yang lemah iaitu kawalan diri dan sokongan psikologi dan berorientasikan kepada pencapaian serta penghargaan iaitu pada tahap 35.2 peratus.

Selain itu, analisis AMOS juga mampu mengenalpasti kewujudan keserasian model kajian yang dibentuk (*goodness of fit*) yang diterangkan dalam *Model of Fit*. Menurut Arbuckle (2007), kaedah analisis *model of fit* yang diperoleh berdasarkan hasil kajian adalah CMIN/DF yang dikenali relatif *chi-square*. Walaupun tiada ketetapan nilai yang sepatutnya, namun menurut Kline (1998) nisbah ini seharusnya kurang daripada 3. Namun terdapat juga penetapan yang dibuat di mana nisbah ini seharusnya kurang daripada 5. *Chi-square* diguna untuk mengukur perbezaan antara model yang

dibentuk dengan data yang digunakan. Kajian ini memperoleh nilai CMIN/DF 3.554 iaitu kurang daripada 5 (Rujuk **Jadual 6**).

NFI atau *Normed Fit Index* mencerminkan kualiti model yang dibandingkan dengan model yang diandaikan. Nilai NFI yang diperolehi adalah 0.837. Garson (2008) menyarankan nilai NFI perlu di sekitar 0.90 hingga 0.95. RFI pula adalah *Relative Fit Index* yang tidak jamin bervariasi dari 0 hingga 1, tetapi RFI yang menghampiri 1 menunjukkan model yang baik seperti dapatan 0.797. IFI adalah *Incremental Fit Index* yang juga tidak jamin bervariasi dari 0 hingga 1 tetapi, IFI yang menghampiri 1 menunjukkan model yang baik seperti dapatan 0.878. TLI atau *Tucker Lewis Index* yang menghampiri 1 seperti dapatan iaitu 0.845 adalah baik (*good fit*) manakala CFI yang menghampiri 1 seperti dapatan 0.876 juga adalah model yang baik. Nilai RMSEA yang diperolehi daripada kajian ini ialah 0.094. Dengan dapat dirumuskan bahawa model yang dibentuk adalah mempunyai keserasian di antara pemboleh ubah.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI DASAR

Kajian ini merumuskan bahawa 'faktor pendorong asas' merupakan faktor penting yang menggalakkan usahawan untuk menjalankan aktiviti hiliran. Ini boleh dilihat melalui item motivasi di dalam konstruk keinginan untuk berjaya iaitu untuk memenuhi impian, menimba pengalaman daripada perniagaan serta keinginan untuk belajar memikul tanggungjawab. Menurut McClelland, melalui Thematic Apperception Test (TAT) yang dilakukan didapati seseorang yang mempunyai keperluan kepada pencapaian yang tinggi sememangnya mempunyai ketiga-tiga ciri peribadi tersebut.

Selain itu, kajian juga mendapati konstruk kawalan diri dan sokongan psikologi turut mendorong usahawan wanita untuk menyertai aktiviti hiliran. Konstruk ini terdiri daripada 3 faktor pendorong iaitu seorang yang tidak mudah berputus asa, mendapat galakan dari kawan dan keluarga serta bangga menjadi seorang usahawan. Apa yang boleh dilihat ialah item-item motivasi yang mempengaruhi usahawan untuk menyertai aktiviti hiliran adalah daripada faktor psikologi atau peribadi usahawan.

Memandangkan faktor psikologi didapati lebih mempengaruhi usahawan, kajian ini mencadangkan supaya lebih banyak penganjuran kursus dan program pembangunan bagi mempengaruhi dan memotivasikan individu ke arah pencapaian matlamat melalui perubahan terutamanya dari aspek cara berfikir, mentaliti dan keperibadian individu itu sendiri. Hal ini kerana menurut McClelland usahawan bukan dilahirkan tetapi dibuat atau dibentuk kerana ciri psikologi boleh dipelajari atau diubah.

Selain itu, keperibadian usahawan juga boleh dipupuk sejak dari bangku sekolah lagi Sekolah adalah tempat terbaik untuk memupuk pelajar menceburi dan mempelajari bidang perniagaan dan keusahawanan. Penubuhan koperasi di sekolah diharapkan dapat memulakan budaya keusahawanan di mana ia mampu menerapkan ciri peribadi seseorang usahawan serta memberi pengetahuan asas berkenaan keusahawanan.

RUJUKAN

- Allen, I. E., Elam, A., Langowitz, N. & Dean, M. 2008. *2007 Global Entrepreneurship Monitor report on women and entrepreneurship*. Babson College: The Centre for Women's Leadership.
- Arbuckle, J.L. 1997. *AMOS users' guide: Version 3.6*. Chicago. SPSS.
- Arbuckle, J. L. 2007. *Amos 16.0 User's Guide*. Chicago: SPSS.
- Comrey & Lee. 1992. Second edition. L. United States: Erlbaum Associates.
- DiStefano, C., & Hess, B. 2005. *Using confirmatory factor analysis for construct validation: An empirical review*. *Journal of Psychoeducational Assessment* 23: 225-241
- Dolinsky, A.L. & Caputo, R.K. 1993. *the effects of education on business ownership: a longitudinal study on women*. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 18(1) pp 43
- Hafiz Ullah, Muhammad Azam Farooq & Zulqarnain Muhammad Ahmad. 2012. *A Study of Psychological and Non Psychological Factors of Owner Influencing Entrepreneurial Orientation: Evidence from Khyber Pakhtunkhwa-Pakistan*. *Journal of Management Science and Engineering*. 6: 44-55
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. 1998. *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, New Jersey. Prentice Hall.

- Kamisan Gadar & Nek Kamal Yeop Yunus. 2009. *The Influence of Personality And Socio-Economic Factors on Female Entrepreneurship Motivations in Malaysia*. International Review of Business Research Papers. 5(1): 149-162
- Kavitha Raman, R. N. Anantharaman & Santhi Ramanathan. 2013. *Environmental, Personality and Motivational Factors: A Comparison Study between Women Entrepreneurs and Women Non Entrepreneurs in Malaysia*. International Journal of Business and Management. 8(13): 15-23
- Ket De Vries, F. R. 1996. *The anatomy of the entrepreneur: Clinical observations*. Human Relations. 49(8): 53-883
- Kline, R. B. 1998. *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York. Guilford Press.
- Kwabena Nkansah Simpeh. 2011. *Entrepreneurship theories and Empirical research: A Summary Review of the Literature*. European Journal of Business and Management. Vol 3, No.6
- Lawal, J. O., Omonona, B. T., Ajani, O. I. Y., & Oni, O. A. 2009. *Effects of social capital on credit access among cocoa farming households in Osun State, Nigeria*. Agricultural Journal, 4(4), 184-191
- McClelland, D.C. 1961. *The Achieving Society*, NJ: Van Nostrand, Princeton
- Nunnally, J. C. 1978. *Psychometric Theory*. New York. McGraw-Hill.
- Rohayu Binti Roddin. 2012. *Pendekatan Model Baru Pembangunan Usahawan Wanita Luar Bandar Bagi Tujuan Pembasmian Kemiskinan*
- Rotter, J. B. 1966. *Generalized Expectancies for Internal Versus External Locus Control of Reinforcement*. Psychological Monographs: General and Applied. 609(80): 1-28
- Shairil Izwan Taasim & Hasnah Ali. 2013. *Penerimaan Pengguna Terhadap Kaedah Pembayaran Elektronik*. Jurnal Ekonomi Malaysia 47: 3-12
- Silver, D. A. 1983. *The Entrepreneurial Life: How To Go For It And Get It*. New York: John Wiley & Sons
- Salman, A. 2009. *How to start a business: A guide for women*. Pakistan: Centre for International Private Enterprise, Institute of National Endowment for Democracy, affiliate of the USA Chamber of Commerce
- Shane, S. 2003. *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. UK: Edward Elgar
- Shapiro, A. & Sokol, L. 1982. *Social dimensions of Entrepreneurship, in Kent, C.A., Sexton, D.L. & Vesper, K.H. (Eds.): Encyclopaedia of entrepreneurship*. Prentice Hall. Englewood Cliffs, New Jersey.
- Wilkins, J. 1987. *Her own business: Success secrets of entrepreneurial women*. US: McGraw Hill
- Zulridah Mohd Noor, Hasmiah Kasimin, Aini Aman & Noraidah Sahari. 2011. *Evaluating End-User Satisfaction with an E-Government Service Electronic Labor Exchange (ELX)*. Jurnal Ekonomi Malaysia 45: 11-20

JADUAL 1: Demografi responden

Demografi responden	Kekerapan	Peratus
<i>Taraf perkahwinan</i>		
Bujang/ tidak berkahwin	9	3.1
Janda	24	8.2
Berkahwin	259	88.7
<i>Umur</i>		
18-21 tahun	2	0.7
22-30 tahun	46	15.8
31-40 tahun	73	25.0
41-50 tahun	62	21.2
51-60 tahun	83	28.4
lebih daripada 60 tahun	26	8.9
<i>Bilangan ahli isi rumah</i>		
1-2 orang	18	6.2
2-4 orang	78	26.7
4-5 orang	62	21.2
Lebih 6 orang	134	45.9
<i>Tahap pendidikan</i>		
Tidak sekolah	9	3.1

Sekolah rendah	77	26.4
SRP/PMR dan Setaraf	25	8.6
SPM dan setaraf	137	46.9
STPM dan setaraf	15	5.1
Sijil/Diploma/ Ijazah dan setaraf	29	9.9

JADUAL 2: FactorAnalysis

Konstruk	Factor Loading					
	1	2	3	4	5	6
Mengambil kesempatan suasana ekonomi yang baik (F1)	.270	.169	.171	.391	.287	.164
Memenuhi impian (F2)	.220	.043	.211	.826	.148	.068
Menimba pengalaman (F3)	.136	.088	.079	.866	.180	.086
Belajar memikul tanggungjawab sendiri(F4)	.172	.172	-.013	.620	-.040	.529
Mendapat galakan dari kawan dan keluarga(F5)	.160	.105	.037	.209	.171	.763
Memberi kesenangan kepada keluarga (F6)	.110	-.077	.366	.069	.047	.766
Tidak mudah berputus asa (F7)	.215	.058	.762	-.035	.077	.380
Keyakinan diri yang tinggi (F8)	.186	.192	.798	.130	.199	.101
Bangga menjadi usahawan (F9)	.100	.042	.813	.218	.005	-.008
Menerima permintaan yang tinggi (F10)	.182	.508	.305	.010	-.044	-.295
Penerimaan masyarakat (F11)	.158	.804	.109	-.030	.019	.063
Mengukur keupayaan diri (F12)	-.005	.819	-.012	.155	.165	-.004
Mempraktikkan ilmu berkenaan perniagaan (F13)	.057	.722	.040	.187	.304	.204
Hubungan dengan pelanggan (F14)	-.056	.156	.097	.122	.764	.173
Kebahagiaan dan kehidupan berkualiti(F15)	.171	.095	.029	.178	.803	.025
Peluang untuk berniaga (F16)	.561	.184	.209	.024	.534	-.078
Pendapatan yang lumayan (F17)	.745	-.039	.087	.149	.177	-.044
Suka berniaga (F18)	.729	.130	.244	.084	.129	.112
Bebas membuat keputusan (F19)	.735	.242	.162	.149	.026	.153
Melakukan perubahan dalam hidup (F20)	.728	.009	.002	.206	-.146	.228

ExtractionMethod: PrincipalComponentAnalysis.

RotationMethod: VarimaxwithKaiserNormalization.

a. Rotationconverged in 6 iterations.

JADUAL 3: Keputusan analisis faktor dan ujian kebolehpercayaan

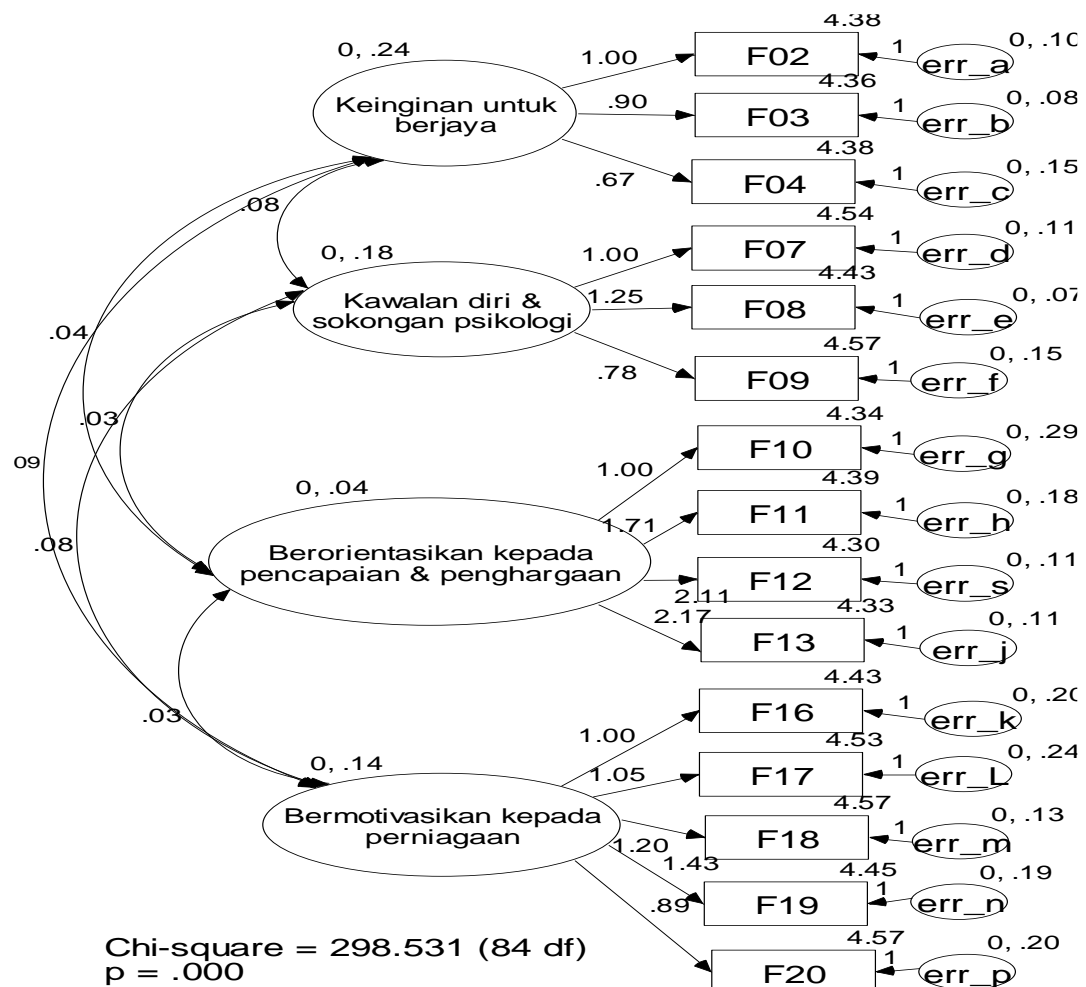
Item pendorong	Factor loading	Kebolehpercayaan
Keinginan untuk berjaya		
F02 Memenuhi impian untuk mempunyai perniagaan sendiri	0.826	
F03 Menimba pengalaman daripada perniagaan	0.866	0.813
F04 Belajar memikul tanggungjawab sendiri	0.620	
Kawalan diri & sokongan psikologi		
F07 Seorang yang tidak mudah berputus asa	0.762	
F08 Mendapat galakan dari kawan dan keluarga	0.798	0.814
F09 Bangga menjadi seorang usahawan	0.813	
Berorientasikan kepada pencapaian dan penghargaan		
F10 Menerima permintaan yang tinggi untuk produk yang dikeluarkan	0.508	
F11 Penerimaan masyarakat adalah baik bagi peniaga	0.804	
F12 Mampu mengukur keupayaan diri di dalam mengusahakan perniagaan	0.819	0.736
F13 Mempraktikkan ilmu berkenaan perniagaan untuk memajukan perniagaan	0.722	
Bermotivasikan kepada perniagaan		

F16	Mendapat peluang untuk berniaga dan perniagaan tersebut sesuai dengan diri	0.561	
F17	Mendapat pendapatan yang lebih lumayan sekiranya berniaga	0.745	
F18	Seorang yang suka berniaga	0.729	0.810
F19	Bebas membuat keputusan berkaitan perniagaan	0.735	
F20	Menceburi bidang perniagaan kerana ingin melakukan perubahan dalam hidup	0.728	

Nota: Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.



RAJAH 1: Keputusan Model persamaan struktural faktor pendorong menyertai aktiviti hiliran

JADUAL 4: SQUARED MULTIPLE CORRELATIONS (SMC)

Faktor	Item Pendorong	SMC
Keinginan untuk berjaya	F02	0.697
	F03	0.701
	F04	0.419

