

Analisis Kualiti Hubungan antara Kolej Swasta dan Universiti Awam di Malaysia

Zainuddin Zakaria

Fakulti Pengurusan Perniagaan

Universiti Teknologi MARA (Terengganu), Kampus Dungun,
23000 Dungun, Terengganu

E-mel: hzainudd@tganu.uitm.edu.my

Mohd Ariff Kamaluddin

E-mel: mohariff@tganu.uitm.edu.my

Mohammad Abi Sofian Abdul Halim

E-mel: drabisofian@tganu.uitm.edu.my

Azyanee Luqman

E-mel: azyanee@tganu.uitm.edu.my

Siti Hajar Mohd Hussain

E-mel: hajarhussain@tganu.uitm.edu.my

ABSTRAK

Usahasama atau pakatan antara universiti awam dan kolej-kolej swasta telah wujud dalam berbagai bentuk dalam usaha kedua-dua pihak untuk melahirkan satu program usahasama yang kukuh, mantap dan kekal untuk jangka masa yang panjang. Dalam hubungan seperti ini kewujudan sinergi adalah kritikal tanpa mengira jenis hubungan dan ini dapat dilihat dalam kebanyakan program usahasama antara kedua-dua jenis institut pengajian tinggi ini. Objektif utama kertas kerja ini adalah untuk menentukan kesan (impak) norma-norma hubungan, kepercayaan dan komitmen ke atas kepuasan hubungan di dalam konteks hubungan Institut Pengajian Tinggi Awam (IPTA) dan Institut Pengajian Tinggi Swasta (IPTS) di Malaysia. Secara khusus, penulis berminat untuk menentukan sama ada norma perhubungan, kepercayaan dan komitmen yang wujud antara IPTA dan PTS memberi kesan yang positif ke atas kepuasan hubungan antara kedua-dua pihak. Dapatkan kajian menunjukkan terdapatnya korelasi yang positif antara norma hubungan, komitmen dan kepercayaan yang di amalkan oleh IPTA dan PTS di Malaysia dan kepuasan hubungan yang di alami oleh kedua-dua pihak. Dapatkan ini menunjukkan kepentingan norma hubungan, kepercayaan dan komitmen yang mantap dan baik bagi meningkatkan kepuasan hubungan antara IPTA dan PTS di Malaysia yang menjalankan usahasama akademik. Kepuasan hubungan yang tinggi boleh membantu kedua-dua IPTA dan PTS yang terlibat untuk mengekalkan usahasama akademik bagi jangka masa yang panjang.

Kata Kunci: Kepuasan Hubungan, Hubungan Pemasaran, Pendidikan Tinggi, Komitmen, Kepercayaan.

PENGENALAN

Industri pendidikan adalah satu industri yang dinamik dan pengajian tinggi menjanjikan pulangan yang tinggi apabila iadat menarik bakal pelajar atau ibu bapa untuk menghantar anak mereka meneruskan pengajian. Apabila dunia berubah ke arah sistem ekonomi yang mementingkan prestasi yang ampuh, sesebuah negara akan memerlukan ramai dari rakyatnya yang mempunyai pendidikan tinggi sebagai pemangkin utama dalam usahanya untuk menjadi negara berteknologi tinggi. Pendidikan tinggi bukan sahaja memberi nilai tambah kepada individu tersebut, tetapi juga kepada organisasi di mana individu ini bertugas dan juga kepada masyarakat secara umum. Kajian yang dilakukan oleh Hill et.al (2005) mendapati negara yang banyak melabur dalam sektor pendidikan telah mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat.

Bagi kebanyakan negara, pertumbuhan dan perkembangan pasaran pendidikan dikongsi antara kerajaan dan pihak swasta. Organisasi swasta telah menjadi satu saluran yang dapat menawarkan peluang pendidikan kepada rakyat dan menyediakan satu wadah untuk mewujudkan budaya pembelajaran berterusan kepada rakyatnya. Oleh itu, banyak kolej-kolej swasta telah mengorak

langkah dengan mewujudkan usahasama atau pun kolaborasi dengan institusi pengajian awam dan swasta didalam dan luar negara. Persaingan yang hebat antara institusi-institusi pengajian tinggi swasta telah menjadi pemungkin dan inisiatif kepada kolej-kolej swasta ini untuk menjalinkan usahasama dengan universiti-universiti tempatan dan luar negara. Antara universiti awam yang aktif menjalankan usahasama dengan kolej-kolej swasta ialah Universiti Teknologi MARA, Universiti Putra Malaysia, Universiti Teknologi Malaysia, Universiti Utara Malaysia dan Universiti Malaysia Sabah.

Usaha bagi meningkatkan hubungan positif dalam kolaborasi antara institusi pengajian tinggi awam dan institusi pengajian swasta telah menjadi satu amalan yang popular diseluruh dunia. Amalan ini juga telah mendapat restu dari Kementerian Pendidikan Tinggi Malaysia. Seperti juga usahasama dalam bidang perniagaan, usahasama dan kolaborasi dalam bidang pendidikan mempunyai cabaran dan halangan yang perlu ditangani oleh kedua-dua kolej swasta dan institusi pengajian tinggi awam di negara ini. Persoalannya apakah elemen-elemen atau ciri-ciri yang perlu dimiliki oleh kedua-dua belah pihak yang menjalinkan usahasama atau kolaborasi ini.

Mobiliti Pelajar Malaysia Dan Antarabangsa

Statistikdari Kementerian Pengajian Tinggi menunjukkan bahawa terdapat peningkatan yang mendadak dari segi jumlah pelajar yang memasuki kedua-dua Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) dan juga Institusi Pengajian Tinggi Swasta (IPTS) seperti yang dipaparkan di Jadual 1 dibawah. Kajian yang dilakukan oleh Morshidi (2008) menyatakan bahawa Malaysia telah muncul sebagai sebuah negara yang terkenal di persada pendidikan antarabangsa khususnya diperingkat Asia. Di samping itu, hasil kajian yang dilakukan oleh Verbik dan Lasanowski (2007),menunjukkan Malaysia mempunyai lebih kurang 2% pasaran pelajar antarabangsa dengan jumlah sekitar 45,000 orang pelajar asing pada tahun 2006. Jumlah ini meningkat dengan mendadak sehingga 86,919 orang pelajar asing pada tahun 2010 seperti yang dipaparkan pada Jadual 2. Peningkatan yang positif ini menunjukkan wujudnya permintaan yang tinggi dari pelajar asing keatas program-program pengajian yang ditawarkan oleh IPTA dan IPTS di Malaysia.

Hasil daripada peningkatan jumlah permintaan pelajar asing tersebut, ianya telah memotivaskan IPTS di negara ini untuk mendapatkan akreditasi yang setaraf dengan IPTA bagi menarik lebih ramai pelajar untuk memasuki institusi mereka. Salah satu cara untuk mendapatkan akreditasi ini ialah dengan mewujudkan kolaborasi atau usahasama dengan IPTA tempatan mahu pun antarabangsa.

(JADUAL 1)

(JADUAL 2)

Secara umum,kolej swasta dan universiti awam sebenarnya saling memerlukan antara satu sama lain. Dalam masa yang sama, adalah penting bagi pengkaji dan pihak yang bertanggungjawab dengan program usahasama ini untuk memahami dengan jelas misi dan objektif kedua-dua institusi pendidikan awam dan swasta yang menjalinkan usahasama atau kolaborasi. Hal ini perlu diperjelaskan kerana pihak swasta adalah organisasi yang berorientasikan keuntungan sementara universiti awam pula lebih berorientasikan khidmat sosial.Oleh kerana berlakunya percanggahan dari sudut misi dan objektif ini, maka sedikit sebanyak ia boleh menjelaskan mutu usahasama dan kelangsungan program usahasama antara kedua-dua institusi ini. Secara asas, perhubungan antara kedua-dua institusi ini boleh wujud dalam tiga situasi, iaitu persaingan, bantu-membantu atau kombinasi antara kedua-duanya. Jika kita sekadar melihat jumlah pelajar yang memasuki kedua-dua jenis institusi pengajian tinggi, kita boleh membuat andaian bahawa senario pada masa kini menunjukkan wujudnya hubungan yang berdasarkan persaingan antara kedua-dua jenis institusi pengajian tinggi ini. Dalam erti kata lain bakal pelajar harus memilih salah satu institusi ini bagi menyambung pengajian mereka ke tahap yang lebih tinggi. Sungguh pun begitu jumlah pelajar yang ramai di kedua-dua institusi pengajian tinggi ini, memberi peluang kepada pengkaji untuk menerokai dan mengenalpasti tahap dan jenis hubungan yang wujud antara kedua-dua belah pihak. Hubungan antara kedua-dua buah organisasi ini juga menjadi lebih menarik untuk dikaji memandangkan pelajar dari negara luar semakin banyak memilih Malaysia sebagai destinasi utama dalam meningkatkan pendidikan mereka ke peringkat yang lebih tinggi.

SENARIO HUBUNGAN ANTARA IPTA DAN IPTS

Hubungan yang wujud antara IPTA dan IPTS yang menjalinkan program usahasama adalah diibaratkan seperti hubungan antara pembelid dan penjual dengan beberapa perbezaan yang unik. Dalam hal ini, Hunt et al (2006) menyatakan bahawa terdapat sepuluh jenis bentuk perhubungan yang wujud antara organisasi seperti yang dicadangkan oleh Morgan dan Hunt (1994). Sepuluh jenis hubungan ini pula boleh diklasifikasikan kepada empat kategori seperti berikut:

1. hubungan dengan pembekal,
2. hubungan dengan pembeli,
3. hubungan secara mendatar (lateral)
4. hubungan antara jabatan.

Penulis mencadangkan bahawa hubungan antara IPTA dan kolej-kolej bersekutu adalah hubungan yang hampir serupa dengan hubungan jenis mendatar. Hubungan ini menyerupai hubungan antara sebuah organisasi dengan pesaing mereka, organisasi yang tidak berorientasikan keuntungan dan juga pihak kerajaan atau pun pihak swasta. Ini kerana pihak IPTS adalah secara tidak langsung adalah organisasi yang bersaing dengan pihak IPTA untuk mencari pelajar yang akan membawa pulangan kepada mereka. Walau bagaimanapun, sebaik sahaja kedua-dua pihak bersetuju untuk mewujudkan usahasama, mereka sebenarnya telah mewujudkan sebuah hubungan yang menyerupai hubungan antarapemberi francais dan pemegang francais.

Institusi Pengajian Tinggi swasta yang menawarkan program-program akademik secara usahasama secara teknikal juga dikenali sebagai kolej-kolej bersekutu. Mereka juga adalah pesaing kepada IPTA-IPTA lain walau pun IPTA tersebut adalah organisasi yang tidak mementingkan keuntungan. Disamping itu IPTS ini juga boleh diibaratkan sebagai pemegang francais kepada IPTA-IPTA ini yang bertindak sebagai pemberi francais. Secara umum, IPTS yang menawarkan program francais ini akan menyediakan kemudahan fizikal, tenaga pengajar dan juga kakitangan bukan akademik, manakala IPTA akan menyediakan silibus, latihan, promosi mengenai kursus-kursus yang ditawarkan di IPTS tersebut secara usahasama. Pada masa yang sama, terdapat juga IPTS yang menjalinkan usahasama dengan lebih dari satu IPTA dengan menawarkan kursus-kursus yang berbeza antara satu IPTA dengan IPTA yang lain. Malah ada juga IPTS yang menjalinkan usahasama dengan Institusi Pengajian Tinggi dari luar negara. Sebagai contohnya, sebuah IPTS boleh menawarkan program perakaunan dari IPTA, kursus pengurusan perniagaan dari IPTA B dan kursus pergigian secara usahasama dengan sebuah IPTA dari Indonesia. Kajian yang dilakukan oleh Zakaria et al (2011) mendapati bahawa terdapat kebarangkalian wujudnya konflik dalam program usahasama ini kerana sebagai pemberi francais, pihak IPTA mempunyai kuasa yang lebih besar dari IPTS yang menjalinkan usahasama dengan mereka. Keadaan ini juga boleh disebabkan oleh orientasi pengurusan yang berbeza dimana IPTA-IPTA secara umumnya adalah organisasi yang tidak berorientasikan keuntungan sementara IPTS pula adalah organisasi yang memburu keuntungan untuk menjamin kelestarian hubungan mereka untuk jangka masa yang panjang. Ini menimbulkan satu cabaran kepada kedua-dua pihak dalam menentukan kualiti dan jangka hayat hubungan antara kedua-dua belah pihak.

ULASAN KARYAWAN

Morgan dan Hunt (1994) mencadangkan hubungan antara organisasi yang tulen seharusnya mengakui bahawa dalam banyak situasi tidak wujud hubungan antara penjual dan pembeli. Apa yang dikategorikan sebagai “pelanggan” adalah sebenarnya rakan kongsi yang sebenarnya bertukar sumber-sumber untuk kepentingan kedua-dua belah pihak. Plewa dan Quester (2007, ms 371) pula mencadangkan satu definisi untuk jenis hubungan antara universiti dan organisasi luar. Definisi yang diberikan oleh mereka adalah seperti berikut.

“Perhubungan pemasaran melibatkan aktiviti yang pro-aktif dalam mengenalpasti, mencipta, membina, mengelakkan, mengukuhkan dan apabila perlu, menamatkan hubungan dengan pelanggan (rakan kongsi) yang berasaskan kepercayaan, komitmen dan secara aktif bagi mencapai maksud memberi nilai untuk jangka masa yang panjang”.

Berdasarkan definisi ini, penulis akan cuba membincangkan apakah faktor-faktor yang boleh menyumbang kepada kualiti dan hubungan positif kedua-dua belah pihak. Berdasarkan kajian-kajian lepas dan analisisempikal, penulis telah mengenalpasti tiga elemen penting yang mampu menyumbang kepada hubungan yang positif, memuaskan dan dapat membantu kepada kelestarian hubungan untuk jangka masa yang panjang. Tiga jenis elemen tersebut adalah Komitmen, Kepercayaan

dan Norma-norma Positif. Hubungan antara ketiga-tiga elemen ini dan hubungan antara organisasi yang positif boleh dilihat di dalam gambar rajah dibawah.

Komitmen

Salah satu elemen penting dalam mewujudkan hubungan yang berkualiti, adalah komitmen. Apabila digabungkan dengan kepercayaan, kombinasi kedua-duanya dianggap sebagai satu gabungan yang ampuh dalam mewujudkan perhubungan yang berkualiti. Wilson (2000) berpendapat, dalam kajian hubungan antara penjual dan pembeli, komitmen adalah elemen atau angkubah yang paling banyak digunakan untuk mengukur kualiti hubungan antara dua organisasi. Pendapat ini juga disokong oleh beberapa kajian lain. Komitmen dianggap wujud dalam dua bentuk, iaitu dalam bentuk tindakan atau aktiviti dan sikap yang terhasil dari tindakbalas aktiviti (kelakuan) yang terjalin antara pihak yang menjalankan hubungan dan usahasama antara satu sama lain (Stockbacka et al, 1994). Dalam masa yang sama, Caceres dan Paparoidamis (2007), menyatakan bahawa komitmen adalah sangat kritikal dalam menentukan kelakuan sebuah organisasi dan boleh mewujudkan hasil dan output yang positif seperti meningkatkan ketaatan dan motivasi pelanggan untuk terus menjadi pelanggan kepada organisasi tersebut. Ini ditambah pula dengan saranan oleh Morgan and Hunt (1994) yang menyokong kepentingan komitmen didalam hubungan antara organisasi. Mereka juga menyatakan bahawa komitmen yang ditunjukkan oleh sebuah organisasi akan memotivasi kepercayaan antara rakan kongsi mereka dan boleh meningkatkan hasil jualan yang lebih tinggi dari para pelanggan. Hubungan yang wujud antara komitmen, kepercayaan dan kepuasan antara rakan kongsi menunjukkan satu hubungan yang positif dan signifikan. Dalam masa yang sama, mereka menyatakan prestasi hubungan adalah sangat penting dalam mempengaruhi keputusan untuk membuat pembelian yang berulang dalam sesebuah hubungan perniagaan. Ini bermakna, kesetiaan dalam bidang perniagaan adalah sama dengan komitmen dalam hubungan usahasama antara organisasi seperti yang berlaku antara IPTA dan IPTS.

Kepercayaan

Membina dan mengukuhkan kepercayaan adalah penting dan kritikal dalam hampir kesemua jenis hubungan. Ini adalah kerana dalam mana-mana hubungan pertukaran maklumat yang sensitif adalah penting dalam penciptaan dan implementasi objektif-objektif dalam sebuah kolaborasi atau usahasama. Disamping itu, kepercayaanakan menjamin dan memberi keyakinan kepada organisasi yang terlibat bahawa hubungan dan usahasama adalah sesuatu yang berbaloi dan kedua-dua pihak telah melakukan yang terbaik bagi menjamin kejayaan terutamanya dalam bidang ekonomi, keadaan sosial atau politik yang tidak menentu (Farrelly dan Quester, 2005a). Friman et.al, (2002) juga menunjukkan bahawa kepercayaan juga diperlukan untuk memilih bakal rakan kongsi. Apa yang menarik, rasa suka dan keikhlasan juga mencipta asas kepada kepercayaan dan dikira penting sebelum rakan kongsi boleh bersetuju untuk mewujudkan komitmen.

Dalam masa yang sama, Rousseau et.al (1998), menyatakan bahawa kepercayaan melibatkan risiko. Mereka menyatakan bahawa keupayaan untuk satu pihak mendedahkan kelemahan pihak yang satu lagi boleh melemahkan usahasama dan kerjasama yang wujud. Ini akan berlaku sekiranya tiada kepercayaan antara pihak-pihak yang menjalankan kerjasama atau usahasama. Dalam hal ini, apabila pihak-pihak yang bekerjasama antara satu sama lain bersetuju untuk mempercayai antara satu sama lain, mereka sebenarnya terdedahkepada risiko untuk menjadi kepada pihak yang satu lagi. Dalam aspek yang lain, kepercayaan adalah satu tonik untuk mewujudkan kepuasan antara pihak-pihak yang mewujudkan usahasama ini apabila mereka memenuhi tanggungjawab mereka secara efektif dan efisien. Hal ini juga menunjukkan bahawa rasa tidak puas hati boleh wujud di kalangan organisasi yang terlibat dalam usahasama dan kerjasama ini sekiranya perkara yang sebaliknya berlaku. Dalam masa yang sama, Paltzelt dan Shepherd (2008) menyatakan bahawa elemen kepercayaan hendaklah digabungkan dengan kawalan apabila ada pihak yang tidak mematuhi tanggungjawab mereka. Mereka mencadangkan elemen kepercayaan bagi mengekalkan hubungan yang bermasalah.

Norma-Norma Perhubungan

Organisasi yang terlibat dalam hubungan kerjasama atau usahasama, pada asasnya mempunyai satu perjanjian atau kontrak untuk mengawal kelakuan pihak-pihak yang terlibat. Dalam masa yang sama, kontrak atau perjanjian ini menyatakan tanggungjawab dan peranan yang perlu dilaksanakan diperjelaskan dalam kontrak ini. Walaupun perjanjian ini berguna untuk menguruskan hubungan antara pihak-pihak yang terlibat, perjanjian atau kontrak tidak fleksibel dan tidak dapat disesuaikan dengan perubahan yang berlaku keatas pihak yang terlibat atau hubungan itu sendiri disebabkan oleh

perubahan perundangan, ekonomi, politik, sosial mahu pun kehendak pasaran. Dalam masa yang sama, kontak yang terlalu terperinci biasanya tidak berupaya untuk mewujudkan satu mekanisme yang boleh menghalang atau mengurangkan kebarangkalian untuk pihak-pihak yang terlibat untuk mengambil tindakan yang bermotifkan kepentingan diri sendiri (Cannon et.al, 2000). Sesetengah perjanjian memberikan ruang kepada pihak yang terlibat untuk membina tahap kepercayaan yang tinggi (*good faith*) dan urusniaga yang adil (*fair dealing*) dan dinyatakan didalam kontrak bagi mewujudkan fleksibilitiuntuk menangani situasi yang tidak dijangkakan. Hal ini dapat membantu pihak yang terlibat untuk membuat pengubahsuaiannya kepada hubungan mereka bagi mengenalpasti kesinambungan di dalam hubungan mereka.

Cannon et.al (2000) juga mencadangkan norma-norma perhubungan yang baik seharusnya di gabungkan dengan satu kontrak yang adil bagi mewujudkan satu mekanisme pengurusan yang mantap dan bukan dilihat sebagai pengganti kepada sebuah kontrak perjanjian. Dapatkan kajian kami mendapat peranan besar yang dimainkan oleh norma hubungan yang baik tanpa mengira transaksi mahu pun jenis hubungan yang terlibat. Dalam ertikata lain, pelaburan masa dan tenaga untuk mewujudkan norma hubungan yang mantap sangat digalakkan kepada organisasi atau pun syarikat yang ingin mewujudkan kerjasama atau pun usahasama antara satu sama lain. Pelaburan ini akan menjadi lebih bermakna apabila keadaan politik, ekonomi, sosial, mahu pun perundangan menjadi tidak stabil. ‘*Sinergi*’ yang wujud antara kontrak hitam putih dan norma hubungan yang baik akan menjadi lebih bernilai dalam menentukan kesinambungan dan kelestarian sesuatu hubungan.

METODOLOGI KAJIAN

Responden yang menjadi sampeldalam kajian ini terdiri daripada kakitangan pengurusan daripada tujuh buah universiti tempatan dan 65 buah kolej swasta yang menjalankan usahasama dalam bidang akademik. Usahasama ini menawarkan kursus akademik yang setara dengan kursus akademik yang ditawarkan di 7 buah universiti tersebut. Akhirnya 266 kakitangan akademik telah memberi maklum balas kepada kajian yang dijalankan oleh penyelidik.Kakitangan ini mempunyai jawatan seperti ketua jabatan, koordinator program dan pengarah atau timbalan pengarah akademik.

Data telah dikumpulkan menggunakan borang soal selidik yang mengandungi tujuh soalan untuk norma Perpaduan, tiga soalan untuk norma Penyertaan / Kerjasama , lima soalan untuk norma Keanjalan, lima soalan untuk Kredibiliti, enam soalan untuk Kebajikan / Kemuliaan, lima soalan untuk komitmen Afektif , lima soalan untuk komitmen Kalkulatif, tiga soalan untuk kepuasan ekonomi dan empat soalan untuk kepuasan bukan ekonomi. Kedua-dua pengkaji dan pembanci telah mengedarkan dan mengumpulkan borang soal selidik selama enam bulan.

DAPATAN KAJIAN

Soalan-soalan yang terdapat dalam borang soal selidik telah diuji darjah kepercayaannya berdasarkan konsep-konsep yang telah dikenalpasti seperti yang di tunjukkan didalam model penyelidikan di atas. Cronbach's Alpha telah digunakan untuk menganalisis data ini dan semua soalan telah melepas tahn minimum 0.600. Ini menunjukkan bahawa semua soalan yang digunakan telah berjaya mengukur konsep atau konstruk penyelidikan dengan efektif.

Analisis *Regresi* menggunakan kaedah “*Siepwise*” telah dipilih untuk menguji Hipotesis kajian. Dalam mengukur model kepuasan ekonomi, analisis regresi menghasilkan empat model regresi dengan jumlah empat pemboleh ubah bebas iaitu komitmen afektif, komitmen kalkulatif, norma penyertaan / kerjasama dan kredibiliti. Analisis regresi ini juga menunjukkan nilai “*adjusted R²*” yang sama dengan 0.548 untuk model pertama, 0.608 untuk model kedua. Nilai “*adjustedR²*” untuk model ketiga bersamaan dengan 0.649 dan model keempat pula bersamaan dengan 0.667. Oleh itu model keempat dikira sebagai model yang terbaik bagi meramalkan kepuasan ekonomi institusi pengajian tinggi. Dalam model pertama, hanya *komitmen afektif* terpilih sebagai angkubahan dalam menilaivariasi atau perubahan kepuasan ekonomi yang dialami oleh institusi pengajian tinggi dengan rakan usahasama mereka di dalam kolaborasi pendidikan. Sungguh pun begitu, apabila lebih banyak angkubahan di tambah kedalam model sedia ada, nilai R^2 bertambah menjadi 0.667. Ini juga bermakna 66.7 % perubahan di dalam kepuasan ekonomi adalah dipengaruhi oleh perubahan empat faktor iaitu komitmen afektif dan kalkulatif, norma penyertaan / kerjasama dan kredibiliti. Dalam hal ini, penulis membuat kesimpulan bahawa model terbaik adalah model keempat yang menunjukkan bahawa kombinasi keempat-empat faktor dapat meramalkan perubahan kepuasan ekonomi institut pengajian tinggi yang terlibat dengan lebih baik.

(JADUAL 3)

(JADUAL 4)

Model pertama yang terhasil bagi menentukan kepuasan bukan ekonomi menunjukkan komitmen afektif sebagai angkubah yang menentukan variasi kepuasan bukan ekonomi di dalam konteks hubungan institut pengajian tinggi dengan rakan usahasama mereka. Nilai “adjusted R square” pula menunjukkan nilai 0.477. Apabila semakin banyak angkubah di pilih dan dimasukkan di dalam model seperti yang ditunjukkan oleh gambar rajah diatas, “adjusted R square” telah bertambah sehingga nilai 0.527. Ini bermakna 52.7 % daripada perubahan bagi kepuasan bukan ekonomi boleh dijelaskan oleh empat pembolehubah iaitu komitmen afektif, perpaduan,kredibiliti dan penyertaan / kerjasama. Ini bermakna model keempat adalah model yang terbaik di mana kombinasi keempat-empat angkubah ini boleh menjelaskan perubahan yang berlaku keatas kepuasan bukan ekonomi.

Analisis varian (ANOVA) yang ditunjukkan di dalam rajah 5 dan 6 menunjukkan bahawa model keempat adalah model yang terbaik untuk menjelaskan perubahan yang mungkin terjadi keatas kepuasan ekonomi dan bukan ekonomi yang dialami oleh kedua-dua IPTA dan PTS yang menjalankan usahasama akademik. Ini ditunjukkan dengan nilai “Sum of Squares” yang tertinggi pada model regresi yang keempat dan nilai “residual” jumlah persegi yang paling rendah. Model ini juga menunjukkan bahawa apabila lebih banyak angkubah peramal (predictor) di tambah kepada model pertama, nilai “Sum of Square” pada model regresi bertambah jika dibandingkan dengan nilai “residua” menunjukkan keupayaan angkubah-angkubah peramal untuk menjelaskan perubahan pada kepuasan yang dialami oleh kedua-dua IPTA dan PTS.

(JADUAL 5)

(JADUAL 6)

PERBINCANGAN

Dapatan hasil kajian daripada analisis regresi menunjukkan terdapatnya hubungan yang kuat antara norma penyertaan, kredibiliti dan kedua-dua jenis komitmen (afektif dan kalkulatif) keatas perubahan kepuasan ekonomi yang dialami oleh kedua-dua institusi pengajian tinggi awam dan swasta. Ini menunjukkan kepentingan keempat-empat faktor dalam mempengaruhi perubahan kepuasan ekonomi untuk IPTA dan kolej swasta yang menjalinkan kerjasama akademik.Tahap komitmen afektif dan kalkulatif yang tinggi adalah petanda kepada kerelaan dan keinginan kedua-dua institusi dalam sebuah kolaborasi untuk meneruskan hubungan untuk jangkamasa yang lebih panjang, Komitmen afektif adalah sejenis komitmen yang memotivasi rakan usahasama untuk meneruskan dan mengekalkan hubungan kerana nilai intrisik (dalam) yang dirasai oleh kedua-dua pihak.Kewujudan komitmen ini juga memberi petanda bahawa kedua-dua pihak merasa gembira dan bersedia untuk memenuhi tanggungjawab masing-masing di dalam usahasama yang diwujudkan (Lai et al, 2009). Dalam erti kata lain komitmen ini adalah jenis komitmen yang lebih tinggi tahapnya kerana wujudnya daya tarikan antara satu sama lain. Sebaliknya, komitmen kalkulatif adalah satu jenis komitmen berdasarkan harapan atau ramalan untuk mendapat ganjaran pada masa hadapan daripada rakan usahasama mereka. Lai et al (2009) juga mencadangkan bahawa komitmen kalkulatif wujud hasil dari rasa takut keatas kesan negatif yang terhasil dari kos yang wujud hasil daripada penggantian rakan kongsi atau kos yang disebabkan oleh pembubaran usahasama tersebut.

Dapatan kajian hasil daripada analisis regresi yang kedua menunjukkan bahawa perubahan di dalam kepuasan bukan ekonomik kedua-dua IPTA dan PTS sangat dipengaruhi oleh tahap komitmen afektif yang tinggi, kepercayaan (kredibiliti), normapenyertaan / kerjasama dan perpaduan. Dalam hal ini pembinaan kepercayaan telah lama dikaitkan dengan kewujudan tahap kepuasan yang tinggi. Hubungan positif kedua-dua komitmen dan kepercayaan keatas kepuasan hubungan disokong oleh Plewa dan Quester (2008) yang juga mencadangkan kepercayaan yang positif memberi kesan keatas komitmen dalam hubungan pihak universiti dan industri.

Kerangka teori juga menunjukkan bahawa kepuasan ekonomi dan bukan ekonomi dalam hubungan yang dialami oleh sesebuah organisasi didalam sebuah hubungan usahasama adalah dipengaruhi oleh kombinasi beberapa angkubah.Dapatan kajian yang diperolehi dari analisis regresi menunjukkan kepentingan kedua-dua jenis komitmen dalam mempengaruhi elemen yang nyata(tangible) dalam kepuasan ekonomi jika dibandingkan dengan kepercayaan dan norma-norma hubungan.Walau bagaimanapun, jika dibandingkan kepuasan bukan ekonomi yang ditunjukkan oleh

IPT Awam dan Swasta adalah dipengaruhi oleh komitmen afektif, kredibiliti dan hanya dua bentuk normaperhubungan iaitu penyertaan / kerjasama dan perpaduan.

Semua keputusan ini menunjukkan peranan penting yang dimainkan oleh norma perhubungan di dalam pembentukan kepuasan bukan ekonomi yang dialami oleh IPT Awam dan Swasta. Perhubungan positif ini juga dinyatakan oleh beberapa orang penulis. Vasques (2005) mencadangkan hubungan tidak langsung yang positif antara pembolehubah norma hubungan keatas kedua-dua kepuasan ekonomi dan bukan ekonomi. Perjanjian usahasama ini menghubungkan antara pengeluar dan pengedar. Di samping itu, Yaqub (2010) mencadangkan norma perhubungan mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan hubungan dimana akhirnya berubah kepada komitmen antara organisasi. Liu et.al (2009) juga berjaya mengenalpasti pengaruh pembolehubah kepercayaan dan tiga jenis norma perhubungan (perpaduan, penyertaan /kerjasama dan pertukaran maklumat) keatas kepuasan hubungan yang tinggi.

Dalam konteks hubungan antara institut pengajian tinggi, pengurus atau pegawai yang bertanggungjawab keatas IPT Awam mahupun IPT Swasta, seharusnya menyedari kepuasan ekonomi dan bukan ekonomi dipengerahi oleh set pemboleh ubah yang berlainan. Oleh itu jika mereka ingin mempengaruhi kepuasan dan jangka hayat antara IPT, pengurus program sesebuah program usahasama ini perlu memberi tumpuan keatas norma hubungan (perpaduan dan penyertaan / kerjasama), kredibiliti dan kedua-dua jenis komitmen sebagai sifat yang mustahak di dalam sesebuah usahasama. Sebagai contoh, kesediaan untuk menawarkan penyelesaian, berkongsi masalah dan cabaran, memainkan peranan yang aktif dalam pembuatan keputusan bersama dan mengambil tindakan penambahbaikan, memberi khidmat kaunseling kepada rakan kongsi apabila menetapkan matlamat dan kebolehan membuat perubahan apabila berhadapan dengan isu yang tidak disangka adalah antara sifat-sifat dan perwatakan sebuah IPT yang disanjung tinggi oleh rakan kongsi mereka. Besar kemungkinan kejayaan, kelestarian dan kelangsungan sesebuah program usahasama itu bergantung kepada pelaksanaan kesemua elemen-elemen tersebut.

RUJUKAN

- Caceres, R. B & Paparoidamis, N. (2007).Service quality, relationship satisfaction, trust, commitment and business-to-business loyalty.*European Journal of Marketing*, 41(7/8)
- Christopher, M., Payne, A. & Ballantyne, D. (2002).*Relationship marketing, creating stakeholder value*.Butterworth-Heinemann. Oxford.
- Farrelly, F., & Quester, P. (2005a). Examining important relationship quality constructs of the focal sponsorship exchange, *Industrial Marketing Management*, 34, 211-219.
- Farrelly, F., & Quester, P. (2005b).Investigating large-scale sponsorship relationship as co-marketing alliances, *Business Horizons*, 48(1), 55-62.
- Farrelly, F., & Quester, P. G. (2003a). The effects of market orientation on trust and commitment – The case of the sponsorship business-to-business relationship, *European Journal OfMarketing*, 37 (No. 3/4), 530-553.
- Farrelly, F., & Quester, P. G. (2003b). What drives renewal of sponsorship principle/agentrelationship? *Journal of Advertising Research*.December, 353-360.
- Friman, M., Gärling, T., Millett, B., Mattsson, J., & Johnston, R. (2002).An analysis of international business-to-business relationships based on the commitment-trust theory.*Industrial Marketing Management*, 31(5), 403-409.
- Hausman, A. (2001). Variations in relationship strength and its impact on performance and satisfaction in business relationships, *Journal of Business & Industrial Marketing*, 16, (7), 600-616.
- Hill, K., Hoffman, D. & Rex, T.R. (2005). The value of higher education: individual and societal benefits. www.wpcarey.asu.edu/seid [accessed 2 November 2011]
- Hunt, S. D., Arnett, D. B., & Madhavaram, S. (2006). The explanatory foundationsof relationship marketing theory, *Journal of Business & Industrial Marketing*. 21(2), 72-87.
- Lai, J.M., Lee, G.G. & Hsu, W.L. (2009).The influence of partner's trust-commitmentrelationship on electronic commerce strategic planning.*Management Decision*, 47(3).491-507.
- Lee, M.N.N. (2004), "Private higher education in Malaysia: Expansion, diversification and consolidation", in Lee, M.N.N. (Ed.), *Restructuring Higher Education in Malaysia*, Penang: School of Educational Studies, Universiti Sains Malaysia.
- Liu, Y., Luo, Y. & Liu, T. (2009) Governing Buyer-Supplier Relationships through Transactional and Relational Mechanism: Evidence from China.*Journal of Operations Management*, 27, 294-309.
- Ministry of Higher Education (2007).*Compilation of statistics*.Putrajaya: MinistryHigher Education.

- Morgan, R. M., & Hunt, S. D.(1994). The commitment-trust theory of relationship marketing,*Journal of Marketing*, 58(July), 20-38.
- Morshidi Sirat (2008). The Impact of September 11 on international student flow into Malaysia:Lessons learned, *International Journal of Asia Pacific Studies*, 4, (1), 79-95.
- Patzelt, H., & Shepherd, D.A. (2008).The decision to persist with underperforming alliances: The role of trust and control,*Journal of Management Studies*, 45 (7), 1217-1243.
- Plewa, C., & Quester, P. (2007). Key drivers of university-industry relationships: The role of organisational compatibility and personal experience, *Journal of Service Marketing*21(5), 370-382.
- Plewa, C and Quester, P (2008). A dyadic study of “champions” in universities industry relationships, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 20(2), 211-226.
- Rich, M. K. (2000). The direction of marketing relationships, *Journal of Business and Industrial Marketing* 15, (2/3), 170-179.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all:A cross-discipline view of trust, *Academy of Management Review*, 23(3), 393- 404
- Stocbacka, K., Strandvik, T. & Gronroos, C. (1994). ‘Managing customer relations for profit:the dynamics of relationship quality’ in Egan, J. (2004), *Relationship Marketing. Exploring Rational Strategies in Marketing*.2nd Edition. Pearson Education Limited. England.
- Vasquez, R., Iglesias, V. & Alvarez-Gonzalez, L.I. (2005).Distribution strategic outcomes of cooperation between manufacturer and distributor.*International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 15(2), 125-150.
- Verbik, L. & Lasanowski, V. (2007). International student mobility: Patterns and trends, *The Observatory on Borderless Higher Education*, UK (September).
- Wan, C.D. (2007). Public and private higher education institutions in Malaysia: competing, complementary or crossbreeds as education providers, *Kajian Malaysia*, XXV, (1), 1-14.
- Wilson, D. T. (2000). An integrated model of buyer-seller relationships in Sheth, J.N. and Parvitar, A. (eds), *Handbook of Relationship Marketing*. Sage, Thousand Oaks, CA. 245-270.
- Yaqub, M.Z., Malik, A. & Haider, S. (2010). The role of satisfaction, trust and commitment in value-creation in strategic networks, *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, (18) 133-144.
- Zakaria, Z., Roslin, R. M., & Daud, N. M. (2011).The Influence of Market Orientation on the Commitment, Trust and Relational Norms in the Education Context. *African Journal of Business Management*, 5(22), 8875-8890.

JADUAL 1: Jumlah Enrolmen Pelajar IPTA dan IPTS Malaysia 2006-2010
(Kementerian Pengajian Tinggi)

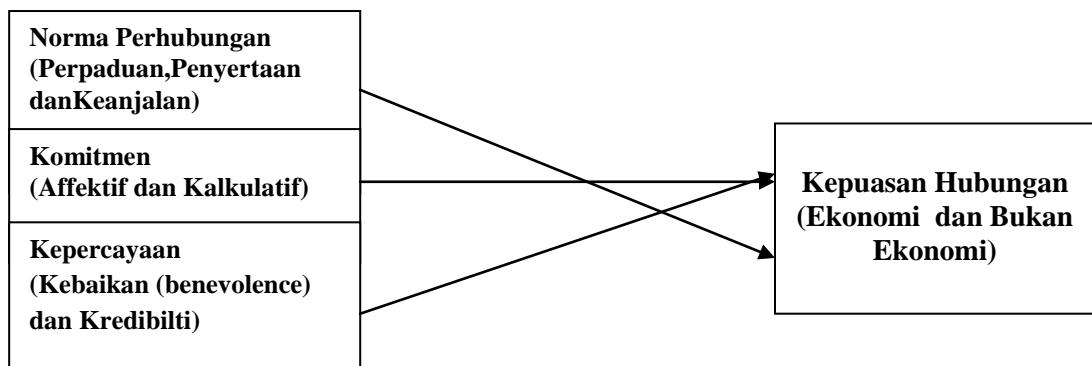
	2006	2007	2008	2009	2010
IPTA	7941	14324	18486	22456	24214
IPTS	36449	33604	50679	58294	62705
Jumlah	44390	47928	69165	80750	86919

JADUAL 2: Jumlah Enrolmen Pelajar Asing di IPTA dan IPTS Malaysia 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
IPTA	331025	382997	419334	437420	462780
IPTS	323787	365800	399852	484377	541629
Jumlah	654812	748797	819186	921797	1004409

(Kementerian Pengajian Tinggi)

RAJAH 1: Kerangka Model Menunjukkan Hubungan Angkubah Bebas Dan Kepuasan Hubungan Antara Organisasi



JADUAL 3: Ringkasan Model Analisis Regresi (Angkubah Bersandar: Kepuasan Ekonomi)

Model	R	R²	R² "adjusted"	"Std. Error of the Estimate"
1	.742a	.550	.548	.66362
2	.782b	.611	.608	.61822
3	.808c	.654	.649	.58466
4	.820d	.672	.667	.57023

- a. Angkubah “Prediktor”: PurataAff Komitmen
- b. Angkubah “Prediktor”: PurataAffCommit, Purat Kredibiliti
- c. Angkubah “Prediktor”: PurataAffCommit, PurataKredibiliti, PurataCalCommit
- d. Angkubah “Prediktor”: PurataAffCommit, Purata Kredibiliti, PurataCalCommit, PurataPenyertaan

JADUAL 4: Ringkasan Model Analisis Regresi (Angkubah Bersandar: Kepuasan BukanEkonomi)

Model	R	R²	R² "adjusted"	"Std. Error of the Estimate"
1	.692a	.479	.477	.67869
2	.720b	.518	.514	.65368
3	.726c	.527	.521	.64903
4	.731d	.535	.527	.64489

- a. Angkubah “Prediktor”: PurataAffCommit
- b. Angkubah “Prediktor”: Purata AffCommit, PurataSolidarity
- c. Angkubah “Prediktor”: Purata AffCommit, PurataSolidarity, PurataKredibiliti
- d. Angkubah “Prediktor” : Purata AffCommit, PurataSolidarity, PurataKredibiliti, PurataPenyertaan

JADUAL 5: ANOVA Untuk Model Regresi (Angkubah Bersandar: Kepuasan Ekonomi)

Model	Sum Squares	of Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	133.032	1	133.032	302.081	.000 ^a
Residual	108.775	247	.440		
Total	241.807	248			
Regression	147.787	2	73.894	193.341	.000 ^b
Residual	94.020	246	.382		
Total	241.807	248			
Regression	158.059	3	52.686	154.131	.000 ^c
Residual	83.748	245	.342		
Total	241.807	248			
Regression	162.467	4	40.617	124.911	.000 ^d
Residual	79.340	244	.325		
Total	241.807	248			

- a. Angkubah “Prediktor”: Purata AffKomitmen
- b. Angkubah “Prediktor”: Purata AffKomitmen, PurataKredibiliti
- c. Angkubah “Prediktor”: Purata AffKomitmen, PurataKredibiliti, PurataCalKomitmen
- d. Angkubah “Prediktor”: Purata AffKomitmen, PurataKredibiliti, PurataCalKomitmen, MeanPenyertaan

JADUAL 6: ANOVA untuk Model Regresi (Angkubah Bersandar: Kepuasan BukanEkonomi)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	105.312	1	105.312	228.629	.000 ^a
Residual	114.695	249	.461		
Total	220.006	250			
Regression	114.036	2	57.018	133.439	.000 ^b
Residual	105.970	248	.427		
Total	220.006	250			
Regression	115.960	3	38.653	91.760	.000 ^c
Residual	104.047	247	.421		
Total	220.006	250			
Regression	117.699	4	29.425	70.752	.000 ^d
Residual	102.307	246	.416		
Total	220.006	250			

- a. Angkubah “Prediktor”: PurataAffKomitmen
- b. Angkubah “Prediktor”: PurataAffKomitmen, PurataSolidarity
- c. Angkubah “Prediktor”: PurataAffKomitmen, PurataSolidarity, PurataKredibiliti
- d. Angkubah “Prediktor”: PurataAffKomitmen, PurataSolidarity, PurataKredibiliti, Purata Penyertaan