



**UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA**

***AMALAN PENGAJARAN GURU DAN KREATIVITI PELAJAR TERHADAP  
STRATEGI PELUANG PERNIAGAAN DALAM KALANGAN PELAJAR  
PENGAJIAN KEUSAHAWANAN SEKOLAH MENENGAH TEKNIK***

**UMMI AISHAH BINTI MOHD MUSTAFA**

**FPP 2018 24**



**AMALAN PENGAJARAN GURU DAN KREATIVITI PELAJAR TERHADAP  
STRATEGI PELUANG PERNIAGAAN DALAM KALANGAN PELAJAR  
PENGAJIAN KEUSAHAWANAN SEKOLAH MENENGAH TEKNIK**

By

**UMMI AISHAH BINTI MOHD MUSTAFA**

**Tesis ini dikemukakan kepada Sekolah Pengajian Siswazah,  
Universiti Putra Malaysia, sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah  
Master Sains**

**Oktober 2017**

Semua bahan yang terkandung dalam tesis ini, termasuk tanpa had teks, logo, ikon, gambar dan semua karya seni lain, adalah bahan hak cipta Universiti Putra Malaysia kecuali dinyatakan sebaliknya. Penggunaan mana-mana bahan yang terkandung dalam tesis ini dibenarkan untuk tujuan bukan komersil daripada pemegang hak cipta. Penggunaan komersil bahan hanya boleh dibuat dengan kebenaran bertulis terdahulu yang nyata daripada Universiti Putra Malaysia.

Hak cipta © Universiti Putra Malaysia



Abstrak tesis yang dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia  
sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah Master Sains

**AMALAN PENGAJARAN GURU DAN KREATIVITI PELAJAR TERHADAP  
STRATEGI PELUANG PERNIAGAAN DALAM KALANGAN PELAJAR  
PENGAJIAN KEUSAHAWANAN SEKOLAH MENENGAH TEKNIK**

Oleh

**UMMI AISHAH BINTI MOHD MUSTAFA**

**Oktober 2017**

**Pengerusi : Suhaida binti Abdul Kadir, PhD**  
**Fakulti : Pengajian Pendidikan**

Pemikiran yang kreatif dan amalan pengajaran guru sangat berkait rapat dengan strategi mengenal pasti peluang perniagaan. Kreativiti dan ilmu pengetahuan yang didapati melalui pengajaran guru yang kreatif mampu melahirkan pelajar yang berjaya dalam bidang perniagaan. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji strategi yang digunakan oleh pelajar dalam mengenal pasti peluang dalam perniagaan, tahap kreativiti pelajar dan amalan pengajaran guru dalam Pengajian keusahawanan. Kajian ini juga adalah untuk mengenal pasti hubungan antara kreativiti pelajar dan amalan pengajaran guru dengan strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar sekolah teknik. Responden terdiri daripada 194 pelajar tingkatan 5 aliran perdagangan Sekolah Menengah Teknik Kementerian Pendidikan Malaysia. Kajian ini merupakan kajian tinjauan dengan menggunakan soal selidik dan Ujian Kreativiti Torrance. Pemilihan sampel dibuat secara rawak berkadaran.

Dapatan kajian melalui analisis deskriptif menunjukkan pelajar sekolah menengah teknik cenderung untuk memilih strategi pemerolehan pengetahuan ( $M=4.22$ ,  $SP=.47$ ) berbanding strategi kreativiti dalam mengenal pasti peluang dalam perniagaan. Selain itu, hasil Ujian Kreativiti Torrance kreativiti pelajar secara keseluruhannya berada pada tahap yang cemerlang. Manakala, amalan pengajaran guru pula menunjukkan keseluruhan pelajar setuju dengan amalan penerapan kreativiti dan pedagogi mengenal pasti peluang perniagaan dengan ( $M=3.80$ ,  $SP=.47$ ). Analisis korelasi Pearson pula menunjukkan tiada hubungan yang signifikan antara kreativiti pelajar dengan strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar [ $r(192) = .059$ ,  $p < .417$ ] tetapi terdapat hubungan yang

signifikan [ $r(192) = .395, p < .0.001$ ] antara amalan pengajaran guru dengan strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar.

Kesimpulannya, kajian ini mendapati pelajar lebih cenderung memilih strategi perniagaan dengan menggunakan pengetahuan yang didapati melalui pengajaran guru. Oleh itu, guru, pihak pentadbir di peringkat sekolah, Pejabat Pendidikan Daerah, Jabatan Pendidikan Negeri serta Kementerian Pelajaran Malaysia perlu memainkan peranan yang lebih proaktif dalam merancang dan melaksanakan pedagogi yang berkesan di peringkat awal agar mereka dapat menjana idea perniagaan yang berdaya maju bagi memulakan perniagaan kelak.



Abstract of thesis presented to the Senate of Universiti Putra Malaysia in fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science

**TEACHER'S TEACHING PRACTICE AND STUDENT CREATIVITY  
TOWARD STRATEGY BUSINESS OPPORTUNITIES AMONG  
ENTREPRENEURSHIP STUDIES STUDENTS IN TECHNICAL SCHOOL**

By

**UMMI AISHAH BINTI MOHD MUSTAFA**

**October 2017**

**Chairman : Suhaida binti Abdul Kadir, PhD**  
**Faculty : Educational Studies**

Creative thinking and teaching practices are closely linked to the strategy of identifying business opportunities. Creativity and knowledge gained through creative teaching practices can developed successful students in business. This study aimed to investigate the strategies used by students in identifying business opportunities, level of student's creativity and teacher's teaching practice in Entrepreneurship studies. This study also identifies the relationship between the student's creativity and teacher's teaching practice with strategies to identify business opportunities among technical high school students. The respondents of this study consist of 194 students in trade option from Sekolah Menengah Teknik under the Ministry of Education. This study is a descriptive research by using survey and Torrance Test of Creativity questionnaire. The sample selection was made by proportionate random sampling.

The findings through descriptive analysis technique explains that the secondary technical school students show a tendency to choose the strategy of knowledge acquisition ( $M = 4.22$ ,  $SD = .47$ ) compared with the strategy of creativity in identifying opportunities in business. In addition, the Torrance Test of Creativity shows that the level of student's creativity are at a level of excellence. Meanwhile, the teacher's teaching practice shows that the majority of the students agree with the application of creativity and pedagogical practices to identify business opportunities with ( $M = 3.80$ ,  $SD = .47$ ). Pearson correlation analysis shows that there is no significant relationship between student's creativity and strategy to identify business opportunities [ $r(192) = .059$ ,  $p < .417$ ], but there is a significant correlation [ $r$

(192) = .395,  $p < .001$ ] between the teacher's teaching practice with student's strategy to identify business opportunities.

As a conclusion, the study found that students are more likely to choose business strategies using the knowledge obtained through teacher's teaching activity. Therefore, the teachers, the school administrators, District Education Office, the State Education Department and the Ministry of Education should play a more proactive role in planning and implementing effective pedagogy approach in the early stages so that they can generate business ideas that are viable for starting a business later.



## PENGHARGAAN

Bismillahirrahmanirahim. Alhamdulillah, bersyukur ke atas Illahi dengan limpahan rahmat serta nikmat masa, nyawa tenaga yang dianugerahkan kepada saya akhirnya dapat juga saya menyiapkan kajian ini dengan sempurna. Pertamanya, setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih diucapkan kepada penyelia yang saya sanjung Profesor Madya Dr Suhaida bt Abdul Kadir atas bimbingan, tunjuk ajar, masa yang diluangkan dan kesabarannya dalam membantu saya menyiapkan thesis ini. Sesungguhnya kepakaran, ketelitian, kesabaran, pandangan dan kesediaan untuk berkongsi maklumat amat membantu saya dalam menyiapkan thesis ini akan saya ingat sampi bila-bila. Tidak lupa juga kepada Penyelia saya Prof Dr Zaidatol Akmaliah Lope Pihie atas kesediaan berkongsi ilmu dan kepakaran serta menyumbang idea dan pandangan untuk saya gunakan dalam kajian saya ini. Ribuan terima kasih juga diucapkan kepada panel pakar atas kesudian memberi pandangan untuk saya memurnikan instrumen kajian saya. Di kesempatan ini juga jutaan kasih sayang saya rakamkan terutamanya kepada suami tercinta Affero bin Ismail atas dorongan dan kesabaran beliau mengiringi saya mengharungi cabaran dalam proses menyiapkan kajian ini. Kepada anakanda yang saya sayangi Ahmad Irfan bin Affero dan Ahmad Irsyad bin Affero, anakandalah sumber inspirasi dan kekuatan untuk diri ini berjuang menyiapkan thesis ini. Ucapan jutaan terima kasih juga ditujukan kepada kedua orang tua saya iaitu Mohd Mustafa bin Yahya dan Nazifah bt Abdul Latiff dan adik-beradik saya atas masa, galakan dan nasihat yang diberikan sepanjang saya mengharungi proses menyiapkan kajian ini. Tidak lupa juga kepada semua pihak yang terlibat secara langsung ataupun tidak langsung dalam membantu saya menyiapkan thesis ini.



Saya mengesahkan bahawa satu Jawatankuasa Peperiksaan Tesis telah berjumpa pada 24 Oktober 2017 untuk menjalankan peperiksaan akhir bagi Ummi Aishah binti Mohd Mustafa bagi menilai tesis beliau yang bertajuk "Amalan Pengajaran Guru dan Kreativiti Pelajar terhadap Strategi Peluang Perniagaan dalam Kalangan Pelajar Pengajian Keusahawanan Sekolah Menengah Teknik" mengikut Akta Universiti dan Kolej Universiti 1971 dan Perlembagaan Universiti Putra Malaysia [P.U.(A) 106] 15 Mac 1998. Jawatankuasa tersebut telah memperakukan bahawa calon ini layak dianugerahi ijazah Master Sains.

Ahli Jawatankuasa Peperiksaan Tesis adalah seperti berikut:

**Abdullah bin Mat Rashid @ Mat Idris, PhD**

Profesor Madya  
Fakulti Pengajian Pendidikan  
Universiti Putra Malaysia  
(Pengerusi)

**Tajularipin bin Sulaiman, PhD**

Profesor Madya  
Fakulti Pengajian Pendidikan  
Universiti Putra Malaysia  
(Pemeriksa Dalam)

**Norasmah Hj. Othman, PhD**

Profesor Madya  
Universiti Kebangsaan Malaysia  
Malaysia  
(Pemeriksa Luar)



---

**NOR AINI AB. SHUKOR, PhD**  
Profesor dan Timbalan Dekan  
Sekolah Pengajian Siswazah  
Universiti Putra Malaysia

Tarikh: 26 April 2018

Tesis ini telah dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia dan telah diterima sebagai memenuhi syarat keperluan untuk Ijazah Master Sains. Ahli Jawatankuasa Penyeliaan adalah seperti berikut:

**Suhaida binti Abdul Kadir, PhD**

Profesor Madya  
Fakulti Pengajian Pendidikan  
Universiti Putra Malaysia  
(Pengerusi)

**Zaidatul Akmaliah binti Lope Pihie, PhD**

Profesor  
Fakulti Pengajian Pendidikan  
Universiti Putra Malaysia  
(Ahli)

---

**ROBIAH BINTI YUNUS, PhD**

Profesor dan Dekan  
Sekolah Pengajian Siswazah  
Universiti Putra Malaysia

Tarikh:

## Perakuan pelajar siswazah

Saya memperakui bahawa:

- tesis ini adalah hasil kerja saya yang asli;
- setiap petikan, kutipan dan ilustrasi telah dinyatakan sumbernya dengan jelas;
- tesis ini tidak pernah dimajukan sebelum ini, dan tidak dimajukan serentak dengan ini, untuk ijazah lain sama ada di Universiti Putra Malaysia atau di institusi lain;
- hak milik intelek dan hakcipta tesis ini adalah hak milik mutlak Universiti Putra Malaysia, mengikut Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- kebenaran bertulis daripada penyelia dan Pejabat Timbalan Naib Canselor (Penyelidikan dan Inovasi) hendaklah diperoleh sebelum tesis ini diterbitkan (dalam bentuk bertulis, cetakan atau elektronik) termasuk buku, jurnal, modul, prosiding, tulisan popular, kertas seminar, manuskrip, poster, laporan, nota kuliah, modul pembelajaran atau material lain seperti yang dinyatakan dalam Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- tiada plagiat atau pemalsuan/fabrikasi data dalam tesis ini, dan integriti ilmiah telah dipatuhi mengikut Kaedah Kaedah Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) dan Kaedah Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012. Tesis telah diimbaskan dengan perisian pengesanan plagiat.

Tandatangan: \_\_\_\_\_ Tarikh: \_\_\_\_\_

Nama dan No. Matrik: Ummi Aishah binti Mohd Mustafa, GS34925

## Ahli Jawatankuasa Penyeliaan:

Dengan ini, diperakukan bahawa:

- penyelidikan dan penulisan tesis ini adalah di bawah seliaan kami;
- tanggungjawab penyeliaan sebagaimana yang dinyatakan dalam Kaedah- Kaedah Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012- 2013) telah dipatuhi.

Tandatangan: \_\_\_\_\_

Nama Pengerusi

Jawatankuasa

Penyeliaan: Profesor Madya Dr. Suhaida binti Abdul Kadir

Tandatangan: \_\_\_\_\_

Nama Ahli

Jawatankuasa

Penyeliaan: Profesor Dr.Zaidatol Akmaliah binti Lope Pihie

## ISI KANDUNGAN

	Muka Surat
<b>ABSTRAK</b>	i
<b>ABSTRACT</b>	iii
<b>PENGHARGAAN</b>	v
<b>PENGESAHAN</b>	vi
<b>PERAKUAN</b>	viii
<b>SENARAI JADUAL</b>	xiii
<b>SENARAI RAJAH</b>	xv
<b>SENARAI SINGKATAN</b>	xvi

### BAB

<b>1</b>	<b>Pengenalan</b>	1
1.1	Pendahuluan	1
1.2	Latar Belakang	1
1.3	Penyataan Masalah	5
1.4	Objektif umum	7
1.5	Objektif Khusus	8
1.6	Persoalan Kajian	8
1.7	Batasan Kajian	9
1.8	Kepentingan Kajian	9
1.9	Definisi Istilah dan Operasional	10
1.10	Rumusan	11
<b>2</b>	<b>SOROTAN LITERATUR</b>	12
2.1	Pengenalan	12
2.2	Pendidikan Keusahawanan	12
2.2.1	Peringkat Keusahawanan	13
2.2.2	Mata Pelajaran Pengajian Keusahawanan	16
2.3	Definisi Amalan Pengajaran Guru	18
2.3.1	Amalan Pengajaran Yang Berkesan	18
2.3.2	Model Pemikiran Beyer	21
2.4	Amalan Pengajaran Dalam Pendidikan Keusahawanan	24
2.4.1	Pedagogi Keusahawanan	25
2.4.2	Menjana Kreativiti Pelajar Dalam Pengajaran	31
2.4.3	Teknik Dan Aktiviti Kreativiti	35
2.4.4	Kandungan Topik Mengenal Pasti Peluang Dalam Perniagaan	39
2.5	Konsep Kreativiti.	41
2.5.1	Teori Kreativiti	41
2.5.2	Kreativiti Dalam Strategi Mengenal Pasti Peluang Perniagaan	44
2.6	Mengenal Pasti Peluang Dalam Perniagaan	45
2.6.1	Model Mengenal Pasti Peluang Perniagaan	47
2.7	Strategi Dalam Mengenal Pasti Peluang Perniagaan Pelajar	50

2.7.1	Strategi Pemerolehan Pengetahuan	52
2.7.2	Strategi Kreatif	53
2.7.3	Faktor Yang Memberi Kesan Kepada Strategi Mengenal Pasti Peluang	53
2.8	Hubungan Antara Amalan Pengajaran Guru Dengan Strategi Mengenal Pasti Peluang Perniagaan Pelajar	56
2.9	Hubungan Antara Kreativiti Dan Strategi Mengenal Pasti Peluang Perniagaan	59
2.10	Kerangka Teoretikal Kajian	59
2.11	Kerangka Konseptual Kajian	60
2.12	Rumusan	61
<b>3</b>	<b>METODOLOGI</b>	<b>62</b>
3.1	Reka bentuk Kajian	62
3.2	Lokasi Kajian	62
3.3	Populasi	62
3.4	Sampel Kajian	63
3.5	Instrumen Kajian	64
3.6	Kesahan Instrumen Kajian	68
3.7	Kebolehpercayaan Instrumen Kajian	69
3.8	Kajian Rintis	70
3.9	Prosedur Kajian	71
3.10	Analisis Data	72
3.11	Rumusan	74
<b>4</b>	<b>ANALISIS DATA</b>	<b>75</b>
4.1	Pengenalan	75
4.2	Maklumat Demografi Responden	76
4.3	Objektif kajian pertama	77
4.4	Objektif kajian kedua	80
4.5	Objektif kajian ketiga	82
4.6	Objektif kajian keempat	86
4.7	Objektif kajian kelima	88
4.8	Objektif kajian keenam	89
4.9	Rumusan	91
<b>5</b>	<b>RUMUSAN, PERBINCANGAN, IMPLIKASI DAN CADANGAN</b>	<b>92</b>
5.1	Pendahuluan	92
5.2	Rumusan Kajian	92
5.3	Perbincangan	94
5.3.1	Kreativiti Pelajar	94
5.3.2	Amalan Pengajaran Guru Pengajian Keusahawanan	95
5.3.3	Strategi Mengenal Pasti Peluang Perniagaan Pelajar	96
5.3.4	Hubungan Antara Kreativiti Pelajar Dengan Strategi Mengenal Pasti Peluang Perniagaan Pelajar Teknikal	97

5.3.5 Hubungan Antara Amalan Pengajaran Guru Pengajian Keusahawanan Dengan Strategi Mengenal Pasti Peluang Perniagaan Pelajar Teknikal	97
5.4 Implikasi dan Cadangan	98
5.4.1 Implikasi Kajian Terhadap Aspek Teoretikal	99
5.4.2 Implikasi Kajian Terhadap Aspek Praktikal	99
5.4.3 Cadangan Kajian Lanjutan	101
5.5 Rumusan	101
<b>BIBLIOGRAFI</b>	102
<b>LAMPIRAN</b>	112
<b>BIODATA PELAJAR</b>	130



## SENARAI JADUAL

Jadual	Muka surat	
3.1	Jadual Pengiraan Bilangan Sampel Kajian	64
3.2	Jadual Sela Min Strategi Mengenal Pasti Peluang Perniagaan	66
3.3	Jadual Penentuan Sela Min Amalan Pengajaran Guru	66
3.4	Jadual Klasifikasi Indeks Kebolehpercayaan	69
3.5	Nilai Kebolehpercayaan <i>Cronbach Alpha</i> Kajian Rintis	70
3.6	Jadual Penentuan Markah Kreativiti Pelajar	72
3.7	Jadual Penentuan Sela Min	73
3.8	Tafsiran Pekali Kolerasi	73
3.9	Analisis Statistik yang Digunakan Bagi Menjawab Persoalan Kajian	74
4.1	Latar Belakang Diri Pelajar	77
4.2	Skor Min dan Sisihan Piawai Kreativiti Pelajar Teknikal	77
4.3	Taburan Tahap Kreativiti Pelajar Teknikal	78
4.4	Perincian Skor Min dan Sisihan Piawai Amalan Pengajaran Guru Pengajian Keusahawanan	78
4.5	Perincian Strategi Keseluruhan Amalan Pengajaran Guru	79
4.6	Skor Min dan Sisihan Piawai Strategi Mengenal pasti Peluang Perniagaan Pelajar Teknikal	79
4.7	Perincian Skor Min dan Sisihan Piawai Strategi Mengenal pasti Peluang Perniagaan Pelajar Teknikal	80
4.8	Ujian <i>t</i> sampel bebas perbezaan kreativiti pelajar teknikal berdasarkan jantina	80
4.9	Ujian <i>t</i> sampel bebas perbezaan strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal berdasarkan jantina	81
4.10	Ujian <i>t</i> sampel bebas perbezaan pemilihan strategi kreativiti dalam mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal berdasarkan jantina	81



4.11	Ujian $t$ sampel bebas perbezaan strategi pemerolehan pengetahuan dalam mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal berdasarkan jantina	82
4.12	Ujian Anova sehala perbezaan kreativiti berdasarkan pekerjaan bapa	82
4.13	Ujian Anova sehala perbezaan kreativiti berdasarkan pekerjaan ibu	83
4.14	Ujian Anova sehala strategi dalam mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal berdasarkan pekerjaan bapa	83
4.15	Ujian Anova sehala perbezaan strategi kreativiti dalam mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal berdasarkan pekerjaan bapa	84
4.16	Ujian Anova sehala perbezaan pemilihan strategi pemerolehan pengetahuan dalam mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal berdasarkan pekerjaan bapa	84
4.17	Ujian Anova sehala strategi dalam mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal berdasarkan pekerjaan ibu	85
4.18	Ujian Anova sehala perbezaan strategi kreativiti dalam mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal berdasarkan pekerjaan ibu	85
4.19	Ujian Anova sehala perbezaan strategi pemerolehan pengetahuan dalam mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal berdasarkan pekerjaan ibu.	86
4.20	Ujian $t$ sampel bebas perbezaan kreativiti pelajar berdasarkan keterlibatan dalam aktiviti	87
4.21	Ujian $t$ sampel bebas perbezaan strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal berdasarkan keterlibatan dalam aktiviti	88
4.22	Perbezaan min strategi mengenal pasti peluang perniagaan dengan tahap kreativiti	89
4.23	Hubungan antara pemboleh ubah strategi mengenal pasti peluang perniagaan dengan kreativiti pelajar	90
4.24	Hubungan antara pemboleh ubah strategi mengenal pasti peluang perniagaan dan dengan amalan pengajaran guru Pengajian keusahawanan	91

## SENARAI RAJAH

Rajah	Muka surat
2.1 Model Heksagon Peluang Perniagaan	14
2.2 Model Analisis Level Pedagogi Seni Pengajaran	20
2.3 Model Pedagogi Keusahawanan	26
2.4 Model Pembelajaran Kolb	27
2.5 Model Interaksi Eclipical	33
2.6 Model Kandungan Mengenal pasti Peluang Perniagaan	40
2.7 Model Proses Keusahawanan Timmons	46
2.8 <i>Model Entrepreneurial Business Opportunity Recognition, Relationship between Intellectual and Social Capital, Environmental Dynamism, Opportunity Recognition Behavior, and Performance</i>	47
2.9 Model Proses Mengenal pasti Peluang	49
2.10 Model Proses Mengenal pasti Peluang Perniagaan	49
2.11 Model Strategi Pencarian Peluang Usahawan	51
2.12 Model Strategi Mengenal pasti Peluang Perniagaan	52
2.13 Modal Intelektual Mengenal pasti Peluang perniagaan	54
2.14 <i>Teori Entrepreneurial Opportunity Identification and Development</i>	55
2.15 Model Pengajaran Dunkin Dan Biddle (1974)	58
2.16 Model Hubungan antara Kreativiti dan Strategi Mengenal pasti Peluang Perniagaan	59
2.17 Kerangka Teoretikal Kajian	60
2.18 Kerangka Konseptual Kajian	61

## SENARAI SINGKATAN

UPM	Universiti Putra Malaysia
KPM	Kementerian Pelajaran Malaysia
PTV	Pendidikan Teknik dan Vokasional
PK	Pengajian Keusahawanan
PDP	Pengajaran dan Pembelajaran
INSKEN	Institut Keusahawanan Negara
TTCT	Torrance Tests of Creative Thinking
n	bilangan sampel
SP	Sisihan piawai
r	Korelasi
p	aras signifikan

## BAB 1

### PENGENALAN

#### 1.1 Pendahuluan

Bab ini membincangkan latar belakang kajian mengenai pendidikan keusahawanan dalam pendidikan teknik dan vokasional di Malaysia di samping menekankan mengenai kepentingan pencarian peluang keusahawanan bagi pelajar aliran perdagangan. Seterusnya penyelidik menjuruskan cara pelajar mendapat strategi peluang keusahawanan untuk diaplikasikan dalam penghasilan idea keusahawanan serta mengaitkan dengan amalan pengajaran pelajar serta kreativiti pelajar. Penyataan masalah bagi kajian ini juga diperjelaskan dan diikuti dengan objektif kajian, persoalan kajian, kepentingan kajian dan batasan kajian. Selain itu, untuk memperjelaskan lagi kajian, penyelidik juga memberikan definisi operasi yang digunakan dalam kajian ini.

#### 1.2 Latar Belakang

Pendidikan Teknikal dan Vokasional (PTV) merupakan agenda penting dalam sistem pendidikan negara. Hal ini bagi membolehkan Malaysia menjadi negara yang kompetitif dan berdaya saing dalam ekonomi seperti negara maju yang lain. Definisi kejayaan sesebuah negara kini juga diukur melalui kejayaan dalam bidang PTV melalui pembangunan modal insan yang bertaraf dunia (Muhyidin Yassin, 2012). Selari dengan itu, melalui Teras Kelima Rancangan Malaysia ke-10 kerajaan Malaysia telah merancang rangka kerja bagi meningkatkan modal insan yang memberi penekanan kepada mengurus perdana kan PTV. Antara strategi yang dirancang adalah dengan meningkatkan kemahiran pelajar untuk membolehkan mereka mendapat pekerjaan apabila tamat belajar (Rancangan Malaysia Kesepuluh, 2010). Komitmen kerajaan dalam memperkasakan pendidikan teknik dan vokasional di Malaysia dapat dilihat dalam Transformasi Pendidikan Vokasional yang telah mengangkat pendidikan teknik dan vokasional setaraf dengan pendidikan yang lain di Malaysia

PTV merupakan satu pendidikan yang menekankan konsep pendidikan seumur hidup kepada para pelajar. Dalam konteks Malaysia, PTV menyediakan latihan kursus untuk kemahiran vokasional bagi melahirkan pelajar yang mempunyai pengetahuan, kemahiran asas dan juga mempersiapkan mereka untuk memasuki alam pekerjaan kelak. Hal ini bertepatan dengan hasrat kerajaan bagi mewujudkan negara maju dan berpendapatan tinggi menjelang 2020, PTV dilihat sebagai jalan bagi

merealisasikan hasrat tersebut selari dengan kemajuan teknologi dan tuntutan ekonomi sesebuah negara (Bahagian Pendidikan Teknik dan Vokasional, 2016)

Terdapat dua kategori dalam PTV pada peringkat menengah iaitu kategori teknikal dan vokasional. Aliran vokasional dikhususkan kepada meminati bidang kemahiran tetapi mendapat keputusan yang kurang cemerlang dalam Penilaian Menengah Rendah (PMR). Aliran ini menekan 30 peratus modul akademik dan 70 peratus modul vokasional pada peringkat sijil. Manakala aliran teknikal pula dikhususkan kepada pelajar yang mempunyai pencapaian akademik yang baik dalam Penilaian Menengah Rendah (PMR). Aliran teknikal di Malaysia menekan aliran PTV yang kritikal yang akan membantu memperkukuhkan ekonomi negara seperti kejuruteraan dan perdagangan. (Bahagian Pendidikan Teknik dan Vokasional, 2016). Antara kursus yang ditawarkan dalam aliran teknikal ialah Kejuruteraan Mekanikal, Kejuruteraan Elektrik, Perdagangan, dan Sains Pertanian. Dalam aliran teknikal terdapat pelajar perlu mengambil dua pelajaran iaitu mata pelajaran teras dan mata pelajaran elektif.

Pendidikan keusahawanan sangat berkait rapat dengan PTV. Keusahawanan dilihat sebagai salah satu cara untuk mengurangkan kebergantungan rakyat Malaysia terhadap kerajaan untuk menyediakan peluang perniagaan (Commission European, 2009). Keusahawanan boleh didefinisikan sebagai satu proses mencipta sesuatu yang baru dan bernilai dengan menggunakan tenaga dan usaha yang diperlukan termasuk menanggung risiko kewangan, psikologi dan sosial (Johansen & Schanke, 2013). Menyedari bahawa pelajar dari aliran PTV ini berpotensi untuk menjadi usahawan, kerajaan berusaha menerapkan budaya keusahawanan dalam kalangan pelajar PTV. Jika diteliti hasrat PTV di Malaysia tidak dapat lari dari wawasan untuk melahirkan usahawan. Hal ini selari dengan hala tuju pendidikan teknikal yang memberi fokus kepada kebolehpasaran graduan melalui usahawan berdaya saing (Transformasi Pendidikan Vokasional, 2012).

Pada peringkat PTV menengah pendidikan keusahawanan diajar melalui aliran perdagangan yang ditawarkan di beberapa sekolah menengah teknikal di Malaysia. Aliran ni akan membolehkan pelajar mempelajari perkara-perkara yang berkaitan dengan proses pengeluaran, perdagangan, perniagaan, pelaburan, konsumerisme, etika amalan perniagaan, konsep keusahawanan bagi membentuk ciri-ciri usahawan di samping menjana idea perniagaan dan perakaunan. Terdapat dua cara penerapan amalan keusahawanan melalui pendidikan yang ditawarkan di sekolah menengah teknik kepada pelajar aliran perdagangan iaitu melalui penerapan aktiviti kokurikulum dan juga pengajaran dalam kurikulum. Melalui pengajaran, Pengajian Keusahawanan telah diperkenalkan di sekolah menengah teknik

bagi memupuk budaya keusahawanan dan melatih mereka untuk menjadi bakal usahawan agar perniagaan yang mereka ceburi kelak akan berjaya. Mata pelajaran ini diajar kepada pelajar tingkatan 4 dan tingkatan 5 aliran perdagangan sebagai mata pelajaran elektif vokasional.

Mata pelajaran Pengajian Keusahawanan (PK) bermatlamat untuk memupuk budaya keusahawanan dalam diri pelajar agar mereka mampu untuk menguruskan perniagaan dengan baik apabila tamat belajar kelak. Objektif utama mata pelajaran PK ialah untuk mengenal pasti peluang keusahawanan dari pelbagai sumber dan merealisasikan dengan penggabungan sumber yang sesuai. Objektif mata pelajaran PK ini selari dengan objektif (Commission European, 2009) yang menyatakan seseorang pelajar yang menceburi seharusnya tahu untuk berfikir secara kreatif, menyelesaikan masalah secara kreatif serta dapat menganalisis idea perniagaan bagi mengenal pasti peluang untuk memulakan perniagaan kelak. Pendidikan keusahawanan juga bermatlamat untuk menjadikan seseorang pelajar itu sebagai usahawan (Li, 2011). Julis (2000) menjelaskan kemahiran ini penting supaya pelajar menyedari dan dapat mengenal pasti peluang keusahawanan supaya mereka dapat menggambarkan dengan jelas apa yang dimaksudkan dengan keusahawanan dan apa perlu dilakukan sehingga mereka bergelar usahawan. Selain itu, menurut kajian yang dijalankan ke atas usahawan berjaya Kurikulum PK seharusnya merangkumi skop yang boleh memandu mereka sehingga menjadi usahawan yang sebenar kerana kebanyakan pelajar vokasional akan keluar sebagai pekerja yang bekerja sendiri (Julis, 2000).

Oleh itu, menilai peluang keusahawanan adalah satu kemahiran dan strategi yang perlu dikuasai oleh pelajar keusahawanan. Peluang keusahawanan didefinisikan sebagai satu peluang untuk melibatkan diri dalam tindakan keusahawanan (Companys & McMullen, 2007). Strategi dalam mengenal pasti peluang dalam perniagaan penting dan seharusnya dipelajari dan menjadi tajuk utama yang diajar dalam keusahawanan kerana usahawan perlu mempunyai strategi dalam mengenal pasti peluang perniagaan agar perjalanan syarikat dapat berjalan dengan lancar tidak sahaja dalam jangka masa pendek tetapi dalam jangka masa panjang (Julis, 2000). Namun apa yang berlaku dalam realiti adalah sebaliknya. Pelajar yang menceburi pendidikan keusahawanan secara formal tidak mampu untuk mengenal pasti peluang keusahawanan yang ada di sekeliling mereka apabila mereka bergelar usahawan. Ini menyebabkan perniagaan yang mereka ceburi gagal dan tidak mampu menyumbang kepada keuntungan, produktiviti, dan prestasi cemerlang bagi perniagaan tersebut (Nawawi Mohd Jan, Jamaluddin Che Sab, & Kamaruddin Mohd. Akil, 2002). Hal ini dibuktikan dengan data daripada Kajian Pengesanan Graduan 2011 (Kementerian Pengajian Tinggi, 2011) yang mendapati hanya 4.2% graduan diploma dalam bidang teknik menceburi bidang perdagangan dan keusahawanan. Selain itu 1.9% graduan diploma bidang teknik yang bekerja sendiri. Di

samping itu, kajian juga mendapati 0.8% pelajar ijazah pertama yang menceburi bidang perdagangan dan keusahawanan serta 1.3% yang bekerja sendiri. Kajian juga mendapati 22.3% graduan dalam bidang diploma pentadbiran perniagaan dan perdagangan tidak mendapat pekerjaan setelah bergraduasi graduan diploma dalam bidang teknik tidak mendapat pekerjaan. Manakala sebanyak 25.9% graduan lepasan ijazah pertama pentadbiran perniagaan dan perdagangan yang tidak mendapat pekerjaan setelah menamatkan pengajian. Hal ini berlaku kerana pelajar lepasan pendidikan keusahawanan tidak mampu untuk menguasai strategi dalam mengenal pasti peluang perniagaan bagi membolehkan mereka melibatkan diri dalam bidang keusahawanan. Ardichvili, Cardozo, & Ray, (2003), V. Puhakka, (2007, 2010) menjelaskan terdapat dua strategi utama yang boleh digunakan dalam mengenal pasti peluang dalam perniagaan iaitu strategi menggunakan kreativiti dan strategi menggunakan pemerolehan pengetahuan. Kajian yang telah dijalankan oleh Heinonen, Hytti, & Stenholm, (2011) dan V. Puhakka (2010) menunjukkan terdapat hubungan antara kreativiti pelajar dengan dan pemilihan strategi mereka untuk mengenal pasti peluang dalam perniagaan. (Ardichvili, Richard, & Ray, 2003; Chandler, 2004; V. Puhakka, 2002, 2010) pemerolehan pengetahuan dalam keusahawanan juga menyumbang kepada kejayaan dalam mengenal pasti peluang dalam perniagaan (Ardichvili, Richard, & Ray, 2003; Chandler, 2004; V.Puhakka, 2002, 2010)

Bagi menguasai strategi dalam mengenal pasti peluang perniagaan pelajar haruslah memenuhi ciri-ciri sebagai seorang usahawan (Ardichvili et al., 2003; Heinonen et al., 2011; V. Puhakka, 2007). Usahawan dicirikan sebagai seorang yang mempunyai daya usaha yang berterusan, berani untuk menghadapi risiko, kreatif, inovatif dan juga berpandangan jauh (Chell, 2013). Ciri-ciri sebagai seorang usahawan yang baik ialah seseorang individu yang mempunyai komitmen tinggi dan sanggup bekerja kuat, jujur dan ikhlas, berdaya kreatif, mahir berkomunikasi, berani menanggung risiko dan bijak membuat penilaian dan keputusan (Samir M.A et al, 2009). Selain itu Lambing & Kuehl (2000) menyenaraikan usahawan sebagai seorang yang mempunyai minat terhadap perniagaan, tabah menghadapi kegagalan, yakin, mampu membuat keputusan sendiri, bijak menguruskan risiko, melihat perubahan sebagai satu peluang, bertoleransi, mempunyai inisiatif, mementingkan kesempurnaan, menghargai masa, kreatif, melihat sesuatu sebagai peluang, dan bermotivasi. Oleh itu kreativiti merupakan satu faktor penting dalam proses mengenal pasti peluang dalam melahirkan usahawan yang berjaya (R. David, 2007). Kreativiti penting dalam keusahawanan kerana personaliti yang kreatif mempunyai kaitan dengan kecenderungan usahawan kerana personaliti yang kreatif mampu memacu ke arah penubuhan dan perkembangan sesuatu perniagaan (A.K & Rafik-Galea, 2009). Kreativiti mampu untuk melahirkan idea-idea baru dan berguna dalam proses keusahawanan Di samping itu, kreativiti juga dilihat penting dalam tingkah laku keusahawanan terutama dalam mengenal pasti peluang untuk membentuk perniagaan baru (Ko & Butler, 2007).

Guru juga memainkan peranan penting dalam menerapkan budaya, sikap dan pengetahuan tentang keusahawanan terutamanya strategi pencarian peluang perniagaan dalam diri pelajar melalui pelbagai pedagogi amalan pengajarannya secara formal dalam mata pelajaran (ECORYS UK, 2011; V. Puhakka, 2002). Commission European, (2013) menjelaskan guru keusahawanan seharusnya memberikan tumpuan kepada pengalaman hidup sebenar. Mereka sentiasa merujuk kepada aspek ekonomi dan mata pelajaran yang berkaitan perniagaan dengan memainkan peranan yang penting dalam kelas mereka melalui pendekatan yang sesuai. Di samping itu, Hytti, Stenholm, Heinonen, & Seikkula-Leino (2010) menyatakan pengajaran dalam kelas merupakan kunci utama bagi memupuk sikap keusahawanan melalui pengajaran dalam kalangan pelajar. Rusnah Julis(2000) telah mencadangkan bahawa kaedah penyampaian pengajaran amat perlu diberi perhatian agar pengajaran benar-benar berkesan agar dapat menarik minat pelajar. Tanggungjawab guru juga bukan sahaja menyampaikan ilmu perniagaan kepada pelajar malah guru diharap mampu mendidik pelajar sehingga mampu mempelajari kemahiran tertentu yang mampu digunakan oleh pelajar apabila hendak membuka perniagaan kelak (Zaidatol Akmaliah L.P, 2000).

Kreativiti dan pengetahuan tentang keusahawanan amat penting dalam membantu pelajar dalam merancang strategi dalam mengenal pasti peluang perniagaan (Heinonen et al., 2011). Hal ini kerana bagi mencari peluang dalam perniagaan usahawan memerlukan pemikiran yang rasional dan kreatif untuk berhadapan dengan situasi yang mendatang (V. Puhakka, 2007). Hal ini dapat membantu pelajar untuk menggembleng sumber yang akan dikenal pasti apabila hendak memulakan perniagaan kelak. Kesukaran untuk mengenal pasti strategi yang akan digunakan dalam mengenal pasti peluang perniagaan akan menyebabkan kegagalan dalam perniagaan yang akan dijalankan. Oleh itu, kajian ini berhasrat untuk memberi fokus kepada amalan pengajaran guru dan kreativiti terhadap strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar.

### **1.3 Penyataan Masalah**

Pendidikan teknik dan vokasional bermatlamat untuk melahirkan usahawan yang berdaya saing. Oleh itu pelajar telah diberikan persediaan untuk tujuan tersebut dengan mengikuti pendidikan secara formal iaitu melalui mata pelajaran Pengajian Keusahawanan. Mata pelajaran Pengajian Keusahawanan bermatlamat untuk menjadikan seseorang itu sebagai seorang usahawan (Mayer ,2000). Pelajar yang menceburi bidang keusahawanan secara formal seharusnya mampu menguasai kemahiran mencari peluang perniagaan sama ada menggunakan pemikiran yang kreatif atau ilmu yang diperoleh melalui pembacaan atau kelas yang dihadiri.



Antara masalah utama yang dikenal pasti ialah jumlah individu yang menceburi bidang perniagaan semakin berkurangan dari 645,136 pada tahun 2011 kepada 638,563 syarikat berdasarkan kajian yang dibuat oleh *Small and Medium Enterprise* (SME) berdasarkan statistik yang dikeluarkan bahagian Statistik Malaysia (SME Corp, 2012). Selain itu *Global Entrepreneurship Monitor* (2011) turut melaporkan tahap kejayaan usahawan di Malaysia masih di tahap yang rendah berbanding negara lain yang setaraf sosioekonominya. Walau bagaimanapun, terdapat banyak kajian menunjukkan kebanyakan kegagalan usahawan adalah berpunca daripada sikap mereka yang tidak kreatif dan tidak mahu menimba ilmu pengetahuan dalam bidang keusahawanan (Barringer & Ireland, 2010; V. Puhakka, 2007). Kajian juga mendapati usahawan di Malaysia sukar untuk menyertai dan menggunakan aktiviti kreatif dalam mencari idea bagi memulakan perniagaan (Muhammad & Azman, 2010). Solomon (1989) mendapati masalah kegagalan perniagaan adalah disebabkan oleh kurang pengetahuan dan pengalaman. Kajian beliau juga mendapati masalah tersebut dapat diatasi dengan memberi pendidikan formal kepada pelajar bagaimana mengenal pasti peluang dan kreativiti untuk memulakan perniagaan. Tetapi sejauh manakah pelajar menggunakan pengetahuan yang diperolehi dari pembelajaran dalam kelas untuk digunakan bagi mencari peluang dalam perniagaan.

Jika dilihat dewasa ini semakin banyak pendidikan keusahawanan ditawarkan di peringkat sekolah rendah, sekolah menengah seterusnya di institusi pengajian tinggi sebagai satu kursus, subjek ataupun penerapan melalui aktiviti yang dijalankan guru dalam kokurikulum (Armanurah Mohamad, Salmah Ishak, & Norashidah Hashim, 2006). Commission European (2012) menjelaskan kekuatan guru untuk mengajar pedagogi yang betul dan menerapkan kreativiti dalam proses pengajarannya amat penting bagi meningkatkan kemahiran yang diperlukan pelajar. Kemahiran mengajar pedagogi yang lemah, pendekatan dan kandungan kursus yang tidak sesuai akan membawa lebih banyak keburukan berbanding kebaikan kepada pelajar yang bakal bergelar usahawan Gibb (1996). Laporan Persidangan Kokurikulum Kebangsaan (2007) yang menyatakan bahawa guru kurang mengamalkan kaedah pengajaran yang kreatif dalam aktiviti pengajaran dan pembelajaran kerana guru merasakan pengajaran cara lama masih berkesan jika digunakan secara di samping sikap guru yang sukar menerima perubahan dan kurang kesedaran tentang kepentingan amalan pengajaran yang kreatif dalam pengajaran dan pembelajaran. Bink, Starkey, & Mahon (2006) juga menjelaskan masalah yang dihadapi guru pada masa kini ialah kebanyakan guru mengajar menggunakan kaedah pendidikan tradisional tanpa menerapkan kreativiti dalam pengajaran keusahawanan.

Kajian yang dijalankan oleh Othman (2002) mendapati tenaga pengajar bagi PUM dan PTB banyak menggunakan kaedah pengajaran berpusatkan kepada guru berbanding kaedah berbentuk aktiviti. Hal ini turut disokong

oleh Tam Phun Khaw (2006) yang menyatakan kaedah pengajaran keusahawanan digunakan oleh guru adalah berpusatkan guru. Beliau mendapati kaedah pengajaran yang paling kerap digunakan oleh guru ialah kaedah kuliah diikuti dengan kaedah edaran dan kaedah kajian kes.

Isteti Murni (2012) mencadangkan kajian mengenai strategi mengenal pasti peluang perniagaan dalam kalangan pelajar sekolah menengah dan peringkat pendidikan teknikal dan vokasional agar pelajar dapat mengenal pasti pendidikan keusahawanan sebelum ke peringkat IPT. Beliau turut mencadangkan kajian dijalankan di negara yang keadaan sosial ekonominya rendah dan sederhana supaya skop lebih besar.

Kreativiti pelajar juga memainkan peranan penting dalam melahirkan usahawan yang berdaya maju. Namun apa yang paling dibimbangkan ialah tahap kreativiti yang rendah dalam kalangan pelajar sekolah menengah teknik dan vokasional. Kajian menunjukkan tahap kreativiti pelajar vokasional bagi enam mata pelajaran elektif adalah di tahap sederhana secara puratanya dan pelajar yang mengambil jurusan Penjagaan Muka dan Dandan Rambut menunjukkan tahap kreativiti yang rendah (Ting, Suhaida A.K, Alwi, & Rahman, 2009). Selain itu, kajian kreativiti terhadap bakal usahawan semasa di peringkat sekolah juga adalah amat penting kerana kebolehan untuk pelajar menguasai kemahiran mengenal pasti peluang dapat ditingkatkan dan akan memberi peluang untuk pelajar menjadi lebih kreatif (Lumpkin & Hill, 2004; Shamsuri, 2012). Kajian yang dijalankan oleh Noraisah et al. (2010) dalam Shamsuri (2012) melalui kajian impak keusahawanan Institut Keusahawanan Negara (INSKEN) menunjukkan lebih 70% bakal usahawan adalah tidak kreatif dalam memulakan perniagaan.

Oleh itu satu kajian berkaitan kreativiti pelajar dan amalan pengajaran guru terhadap strategi mengenal pasti peluang perniagaan perlulah dijalankan pada peringkat sekolah menengah lagi agar langkah seterusnya dapat dijalankan bagi melahirkan usahawan yang berilmu dan kreatif

#### **1.4 Objektif umum**

Objektif umum kajian ini ialah untuk memeriksa tahap kreativiti pelajar, mengenal pasti amalan pengajaran guru semasa mengajar mata pelajaran pengajian keusahawanan dan menentukan strategi yang digunakan oleh pelajar untuk mengenal pasti peluang perniagaan.

## 1.5 Objektif Khusus

1. Memeriksa tahap kreativiti pelajar teknikal, mengenal pasti amalan pengajaran guru pengajian keusahawanan dan menentukan penggunaan strategi dalam mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal.
2. Menentukan perbezaan antara jantina terhadap kreativiti dan strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal.
3. Menentukan perbezaan antara pekerjaan ibu dan bapa terhadap kreativiti dan strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal.
4. Menentukan perbezaan antara keterlibatan dalam aktiviti keusahawanan terhadap kreativiti dan strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal.
5. Menentukan perbezaan antara tahap kreativiti pelajar terhadap strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal.
6. Menentukan hubungan antara tahap kreativiti pelajar, amalan pengajaran guru dengan strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal.

## 1.6 Persoalan Kajian

1. Apakah tahap kreativiti pelajar teknikal?
2. Apakah persepsi pelajar terhadap amalan pengajaran yang digunakan guru untuk mengajar mata pelajaran Pengajian Keusahawanan?
3. Sejauh manakah pelajar menggunakan strategi untuk mengenal pasti peluang perniagaan?
4. Adakah terdapat perbezaan antara jantina terhadap kreativiti pelajar teknikal?
5. Adakah terdapat perbezaan antara jantina terhadap strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal?
6. Adakah terdapat perbezaan antara pekerjaan ibu bapa terhadap kreativiti pelajar teknikal?
7. Adakah terdapat perbezaan antara pekerjaan ibu dan bapa terhadap strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal?
8. Adakah terdapat perbezaan antara keterlibatan dalam aktiviti terhadap kreativiti pelajar teknikal?
9. Adakah terdapat perbezaan antara keterlibatan dalam aktiviti terhadap strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal?
10. Adakah terdapat perbezaan antara tahap kreativiti pelajar terhadap strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar teknikal?

11. Adakah terdapat hubungan antara kreativiti pelajar dengan strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar?
12. Adakah terdapat hubungan antara amalan pengajaran guru dengan strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar?

### **1.7 Batasan Kajian**

Kajian ini hanya melibatkan pelajar sekolah menengah teknik Kementerian Pelajaran Malaysia (KPM) dari aliran perdagangan. Kajian ini juga dibuat kepada pelajar yang telah mengambil mata pelajaran Pengajian Keusahawanan di tingkatan 5. Oleh itu data yang didapati hanya akan dirumuskan kepada pelajar yang telah mengambil mata pelajaran Pengajian Keusahawanan sahaja.

Pemboleh ubah yang dikaji hanya skop kreativiti pelajar, skop persepsi pelajar terhadap amalan pengajaran guru, dan skop strategi keusahawanan dalam mengenal pasti peluang perniagaan pelajar tingkatan 5 sekolah menengah teknik KPM yang mengambil mata pelajaran Pengajian Keusahawanan.

### **1.8 Kepentingan Kajian**

Kajian ini diharap dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang terlibat dalam proses pendidikan terutamanya guru. Melalui kajian ini amalan pengajaran yang sering dipraktikkan guru dari persepsi pelajar dapat diketahui. Selain itu hubungan antara amalan pengajaran guru dengan strategi keusahawanan juga dapat dikenal pasti. Oleh itu guru dapat memperbaiki amalan pengajaran dengan menggunakan amalan pengajaran yang berkesan dan bersesuaian untuk menghasilkan pelajar yang mempunyai kreativiti keusahawanan yang tinggi.

Kajian ini juga penting untuk meningkatkan keberkesanan proses pengajaran dan pembelajaran kerana dalam era globalisasi kerana guru teknikal dan vokasional berdepan dengan pelbagai cabaran di sekolah dan di bilik darjah. Dengan ini, guru dapat mempelbagaikan kaedah pengajaran dan pembelajaran untuk memudahkan pencapaian objektif mereka di samping dapat meningkatkan penggunaan bahan dan membentuk jalinan kerja yang lebih aktif dan efektif.

Selain itu, kajian ini juga amat penting untuk meningkatkan profesionalisme guru mata pelajaran Pengajian Keusahawanan. Menurut Kementerian Pelajaran Malaysia, Bahagian Pendidikan Teknik dan Vokasional

professional guru boleh dicapai melalui peningkatan pengalaman dan penilaian secara sistematik kualiti pengajaran guru.

Kajian ini juga penting untuk mewujudkan bakal usahawan yang kreatif dari kalangan pelajar vokasional. Hasil dapatan daripada kajian pihak Kementerian Pelajaran Malaysia boleh membuat satu perubahan dalam sistem kurikulum Keusahawanan agar kreativiti dapat diterapkan secara maksimum dalam kalangan pelajar vokasional yang bakal bergelar usahawan kelak.

Di samping itu, kajian ini juga boleh digunakan oleh pihak pentadbir sekolah sebagai panduan untuk mereka mengambil langkah dan merancang aktiviti bagi meningkatkan kreativiti keusahawanan pelajar bagi melatih pelajar menjadi usahawan yang kreatif apabila mereka tamat pengajian kelak.

## **1.9 Definisi Istilah dan Operasional**

### **Amalan pengajaran guru Pengajian Keusahawanan**

Amalan pengajaran ialah tindakan yang guru lakukan dalam proses pengajaran dan pembelajaran pengajian keusahawanan dalam topik mengenal pasti peluang dalam perniagaan. Dalam kajian ini, amalan pengajaran merujuk kepada tindakan guru pengajian keusahawanan untuk membentuk kreativiti pelajar. amalan pengajaran yang dikaji merangkumi aspek mengajar mengenal pasti peluang dengan kreatif, menjana kreativiti pelajar dalam pengajaran, mengajar isi kandungan topik mengenal pasti peluang perniagaan.

### **Kreativiti**

Kreativiti bermaksud keupayaan untuk berfikir secara kreatif bagi menghasilkan sesuatu idea produk, atau penyelesaian yang asli dan berguna. Puhakka (2002) mendefinisikan kreativiti sebagai dalam keusahawanan sebagai kelancaran, fleksibel, asli, dan penyesuaian pemikiran. Dalam kajian ini kreativiti yang ingin dikaji adalah pemikiran kreatif pelajar dari sudut sifat kreatif pelajar dari sudut sebagai kelancaran, fleksibel, asli, dan penyesuaian pemikiran.

### **Strategi mengenal pasti peluang perniagaan pelajar**

Dalam kajian ini strategi mengenal pasti peluang perniagaan merujuk kepada sejauh manakah pelajar menggunakan strategi dalam mengenal pasti peluang perniagaan. Strategi keusahawanan boleh didefinisikan

sebagai rancangan teratur yang mengandungi kaedah untuk mencapai matlamat jangka panjang sesebuah perniagaan termasuk ketika memulakan perniagaan. Dalam kajian ini, strategi keusahawanan yang ingin dikaji ialah pada tahap memulakan perniagaan. Ianya merujuk kepada jenis strategi yang digunakan pelajar semasa mengenal pasti peluang perniagaan untuk menjana idea perniagaan dalam menyediakan rancangan pengajaran. Ia diukur menggunakan soal selidik yang diubah dari (Heinonen et al., 2011). Terdapat dua strategi yang dikaji iaitu strategi menggunakan kreativiti dan strategi pemerolehan pengetahuan.

### **Pelajar teknikal**

Pelajar teknikal merujuk kepada pelajar tingkatan lima dari aliran perdagangan dari sekolah menengah teknik Kementerian Pelajaran Malaysia seluruh Malaysia. Pelajar ini juga merupakan pelajar yang telah menyempurnakan semua teori dan amali yang terkandung dalam silibus Pengajian Keusahawanan dan telah melengkapkan kerja kursus iaitu menyediakan Rancangan Perniagaan.

### **Pengajian keusahawanan**

Pengajian Keusahawanan merupakan satu daripada mata pelajaran elektif yang diajar kepada pelajar teknikal aliran perdagangan tingkatan empat dan tingkatan lima dalam Kurikulum Bersepadu Sekolah Menengah (KBSM). Dalam mata pelajaran ini pelajar wajib menyiapkan kerja kursus iaitu menyediakan Rancangan Perniagaan bagi memenuhi kriteria Sijil Pelajaran Malaysia bagi subjek ini.

#### **1.10 Rumusan**

Secara keseluruhannya, bab ini menghuraikan tentang latar belakang kajian, pernyataan masalah, objektif kajian, persoalan kajian, kepentingan kajian, dan definisi operasional. Bab yang seterusnya akan membincangkan tentang sorotan literatur yang berkaitan dengan kreativiti pelajar, amalan pengajaran guru serta strategi mengenal pasti peluang perniagaan.

## BIBLIOGRAFI

- A.K, P., & Rafik-Galea, S. (2009). Creativity and Entrepreneurial Tendencies among Form Two Malaysian Students. *Journal of Applied Sciences*, 9(19), 3539–3546.
- Abdullah Umar, S. S. (2009). *Hubungan Amalan Pengajaran dan Pembelajaran dengan Pencapaian Pelajar di Sekolah Menengah Agama Kerajaan Negeri Selangor, Malaysia (174)*. Universiti Putra Malaysia.
- Adams, J. W. (2013). A CASE STUDY: USING LESSON STUDY TO UNDERSTAND FACTORS THAT AFFECT TEACHING CREATIVE AND CRITICAL THINKING , (March).
- Akmaliah, Z., Pihie, L., Nazri, M. I., & Tarmizi, R. A. (2003). Aplikasi model kolb dalam program keusahawanan remaja, 38, 49–64.
- Alane J. Starko. (2101). *Creativity in the Classroom: Schools of Curious Delight (4th ed.)*. New York: Taylor & Francis Group.
- Alsos, G. ., & Kaikkaonen, V. (2004). Opportunity Recognition and Prior knowledge: A study of Experienced entrepreneur. In *13th Nordic Conference on Small Business Research*. Norway: European Council for small Business & Entrepreneurship.
- Amabile, T. M. (2012). Componential Theory of Creativity.
- Arasti, Z., Kiani Falavarjani, M., & Imanipour, N. (2012). A Study of Teaching Methods in Entrepreneurship Education for Graduate Students. *Higher Education Studies*, 2(1), 2–10.
- Ardichivili, A., & Cardoza, R. . (2000). A Model of Entrepreneurial Opportunity Recognition Proses. *Journal of Entreprising Culture*, 8(2), 103–109.
- Ardichivili, A., Richard, N. C., & Ray, S. (2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. *Journal of Business Venturing*, 18(2003), 105–123.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105–123.
- Armanurah Mohamad, Salmah Ishak, & Norashidah Hashim. (2006). Perkembangan Pendidikan Keusahawanan Dalam Institusi Pendidikan di Malaysia: Satu Tinjauan. In *Persidangan Keusahawanan Kebangsaan Kedua* (pp. 9–10).
- Ary, D., Jacob, L. ., Razavieh, A., & Sorensen, C. (2006). *Introduction to Research in Education (7th Editio)*. Canada: Thomson Wadsworth.

- Bager, T. (2010). The camp model for entrepreneurship teaching. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 279–296.
- Barell, J. (2007). *Problem-Based Learning* (Second Edi). London: Sage Publication Ltd.
- Baron, R. ., & Shane, S. (2005). *Entrepreneurship A Process Perspective*. Ohio: Thomson South Western.
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2010). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures* (Third Edit). New Jersey: Prentice Hall.
- Beyer, B. K. (1988). Developing a Scope and Sequence for Thinking Skills Instruction.pdf. *Educational Leadership*, 45(7), 26–30.
- Bink, M., Starkey, K., & Mahon, C. L. (2006). Entrepreneurship Education and the Business School. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18(1), 1–18.
- Blenker, P., Elmholdt, S. T., Frederiksen, S. H., Korsgaard, S., & Wagner, K. (2014). Methods in entrepreneurship education research: A review and integrative framework. *Education + Training*, 56(8/9), 697–715.
- Bruning, R. ., Schraw, G., & Norby, M. (2004). *Cognitive Psychology & Instruction* (4th editio). New Jersey: Upper Saddle River, N.J.: Merrill/Prentice Hall,.
- Bryman, A. (2006). Integrating quantitative and qualitative research: how is it done? *Qualitative Research*, 6(1), 97–113.
- Buntat, Y., Sharliana, N., Nasir, M., & Pendidikan, F. (2011). Faktor-Faktor Yang Mendorong Kreativiti Di Kalangan, 2, 175–208.
- Calvin, A. K. (1990). *Entrepreneurship Education*. United States: Greenwood Publishing Group.
- Carsrud A.L, & Branback, N. (2009). Krueger, N. (). . In Carsrud A.L, and Branback, N (Eds.). . Series Intentional Studies In Entrepreneurship, 24, ., In *Entrepreneurial Intentions are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions* (pp. 51–72). Series Intentional Studies In Entrepreneurship.
- Cateora, P., & Graham, J. (2005). *Internasional Marketing*. Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- Chandler, G. N. (2004). Opportunity Identification and Its Role in the Entrepreneurial Classroom: A Pedagogical Approach and Empirical Test, 3(3), 242–257.



- Chell, E. (2001). *Entrepreneurship: Globalization, Innovation and Development*. London: Thomson Learning.
- Chell, E. (2013). Review of skill and the entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(1), 6–31.
- Cochran, W. . (1977). *Sampling Techniques*. (J. W. & Sons, Ed.) (3rd Editio). New York.
- Commission European. (2009). *Entrepreneurship in Vocational Education and Training*.
- Commission European. (2012). *Entrepreneurship Education at School in Europe*.
- Companys, Y. E., & McMullen, J. S. (2007). Strategic Entrepreneurs at Work: The Nature, Discovery, and Exploitation of Entrepreneurial Opportunities. *Small Business Economics*, 28(4), 301–322.
- Corbett, A. C. (2005). Experiential Learning Within the Process of Opportunity Identification and Exploitation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 473–491.
- Creemers, B. P. M. (1994). *The Effective Classroom*. New York: Cassell Villiers House.
- Creswell, J. . (2005). *Education Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (2nd Editio). New Jersey: Pearson Education.
- Cristensen, P. S., Madsen, O. ., & Petersen. (1989). *Opportunity Identification: The Contribution of Entrepreneurship to Strategic Management*. Denmark: Aarhus University Institute of Management.
- D, A., L.C, J., A, R., & Sorensen. (2006). *Introduction to research in Education* (7th Editio). Canada: Thomson Wadsworth.
- Danny, M. (1987). The Structural And Environmental Correlates Of Business Strategy. *Strategic Management Journal*, 8(1), 55–76.
- David, A. K. (1984). *Experiential learning: experience as the source of learning and development*. New Jersey: Prentice Hall.
- David, R. (2007). *Entrepreneurship from Opportunity to Action*. New York: Palgrave MacMillan.
- Desi Andriani. (2014). *Hubungan Antara Amalan Pengajaran, Pengetahuan Pedagogi Isi Kandungan(PPIK) dan Kompetensi Perofesional Guru Matematik Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) di Riau*. University Kebangsaan Malaysia.

- DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. (2004). Opportunity Identification and Its Role in the Entrepreneurial Classroom: A Pedagogical Approach and Empirical Test. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 242–257.
- Devine, D., Fahie, D., & McGillicuddy, D. (2013). What is “good” teaching? Teacher beliefs and practices about their teaching. *Irish Educational Studies*, 32(1), 83–108.
- Diakidoy, I. N., & Constantinou, C. P. (2010). Creativity in Physics: Response Fluency and Task Specificity Creativity in Physics: Response Fluency and Task Specificity, (August 2013), 37–41.
- Dimov, D. . (2003). *The Glasses of Experience: An Experimental theory of Opportunity Recognition*. London: London Business School.
- Dunkin, M. . (1997). Assessing teacher’s effectiveness. *Issues in Educational Research*, 7(1), 37–51.
- Dunkin, M. ., & Biddle, B. . (1974). *The Study of Teaching*. USA: Holt Rinehart and Winston, Ins.
- ECORYS UK Limited. (2011). *Entrepreneurship Education: Enabling Teachers as a Critical Success Factor*. Brussels.
- Edward de Bono. (1993). *Teach Your Child How to Think*. Amazon.
- European Commission. (2013). *Entrepreneurship Education: A Guide for Educator*.
- Fasko, D. (2001). Education and Creativity. *Creativity Research Journal*, 13(3–4), 317–327.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569–593.
- George W. Gagnon, & Collay, M. (2006). *Constructivist Learning Design: Key Questions for Teaching to Standards*. London: Sage Publication Ltd.
- Gibb, A. (1996). Do We Really Teach (Approach) Small Business the Way we Should. In *Entrepreneurs, Entrepreneurship and Enterprising Culture* (pp. 113–132). Singapore: Addison-Wesley Publishing Ltd.
- Gijselaers, W. (1995). Perspectives On Problem-based Learning. In *Educational Innovation in Economics and Business* (1st ed., pp. 39–52). Kluwer Academic Publication.

- Griest, D. . (2012). Entrepreneurship and Personality. Retrieved January 1, 2015, from <http://www.managementpsychology.com/articles/entrepreneur-and-personality/>
- Griffith, K. G., & Hamza, M. . (2006). Fostering Problem Solving & Creative Thinking in the Classroom: Cultivating a Creative Mind!, *19*(3), 1–30.
- Guilford, J. . (1987). *Creativity Research : Past, Present and Future*.
- Hamsiah Sae. (2003). *Tahap Kreativiti Guru Sains dan Amalannya dalam Pengajaran*. Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Hauksdottir, F. B. (2011). *Positivity: A key for enhancing creativity-enhancing organizational creativity through positive Leadership- thesis sarjana*. University of Iceland, Haskoli Island, Iceland.
- Heinonen, J., Hytti, U., & Stenholm, P. (2011). The role of creativity in opportunity search and business idea creation. *Education + Training, 53*(8/9), 659–672.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education + Training, 47*(2), 98–111. <http://doi.org/10.1108/00400910510586524>
- Henry, C., Hill, F., & Leith, C. (2005). Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part 1. *Education + Training, 47*(2), 98–111.
- Hermans, J., Vanderstraeten, J., van Witteloostuijn, A., Dejardin, M., Ramdani, D., & Stam, E. (2015). Ambitious Entrepreneurship: A Review of Growth Aspirations, Intentions, and Expectations. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth, 127–160*.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). *Entrepreneurship. 7th ed. Boston, MA: McGraw-Hill.* (7th ed). Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- Hynes, B. (1996). Entrepreneurship Education and Training - Introduction Entrepreneurship into Non-business Disciplines. *Journal of European Industrial Training, Vol 20*(8), 10.
- Hytti, U., Stenholm, P., Heinonen, J., & Seikkula-Leino, J. (2010). Perceived learning outcomes in entrepreneurship education: The impact of student motivation and team behaviour. *Education + Training, 52*(8/9), 587–606.
- Isteti Murni. (2012). *Pemikiran dan Tingkah Laku Keusahawanan Dalam Mengenalpasti Peluang Perniagaan Dalam Kalangan Pelajar IPT di Padang Sumatera Barat Indonesia*. Universiti Kebangsaan Malaysia.

- Jabatan Perdana Menteri. (2010). *Rancangan Malaysia Kesepuluh 2011-2015*.
- Johansen, V., & Schanke, T. (2013). Entrepreneurship Education in Secondary Education and Training. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 57(4), 357–368.
- Jones, B., & Iredale, N. (2010). Enterprise education as pedagogy. *Education + Training*, 52(1), 7–19.
- Jones, C., Bay, S., & English, J. (2008). A Contemporary Approach to Entrepreneurship Education A Contemporary Approach to Entrepreneurship Education Abstract, 61(0).
- Joyce, B., Weil, M., & Calhoun, E. (2011). *Model of Teaching* (Eighth Edi). Boston: Pearson Education.
- Julis, R. (2000). *Kurikulum Pengajian Keusahawanan Sekolah Menengah Teknik Malaysia: Satu Analisis Pandangan Usahawan*. Universiti Putra Malaysia.
- Kai, L. (2010). An introduction to a new entrepreneurship education method—camp model. *The 2nd International Conference on Information Science and Engineering*, 2619–2622.
- Kamarudin Hj Husin, & Kamarul Azhar. (1994). *Asas Pendidikan III: Perkembangan dan Pelaksanaan Kurikulum*. Petaling Jaya: Longman Malaysia.
- Kementerian Pengajian Tinggi. (2011). Maklumat Pekerjaan Graduan 2011.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurship Discovery and the Competitive Market Proses: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature*, XXXV(March), 60–85.
- Ko, S., & Butler, J. E. (2007). Creativity: A key link to entrepreneurial behavior. *Business Horizons*, 50(5), 365–372.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 38, 607–610.
- Kyriacou, C. (1992). *Effective Teaching in School*. London: Simon & Schuster Education.
- Lambing, P., & Kuehl, C. R. (2000). *Entrepreneurship* (Second Edi). New Jersey: Prentice Hall.
- Li, J. (2011). Entrepreneurship Education.
- Lietz, P. (2008). Questionnaire design in attitude and opinion research: Current state of an art, 23.

- Lindsay, N., & Craig, J. (2001). Quantity“Gut feeling” in opportunity recognition proses. Retrieved from www.babson.edu
- Lubart, T. I., & Getz, I. (2009). The influence of heuristics on psychological science: A case study of research on creativity. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 28(4), 435–457.
- Lumpkin, G. T., & Hill, G. E. (2004). Opportunity Recognition. In *Entrepreneurship The Way Ahead* (pp. 73–90). New York: Routledge.
- Marc, J. D. (1999). *Entrepreneurship Strategies and Resources* (Second Edi). New Jersey: Prentice Hall.
- Marlina Ali, & Shaharom Noordin. (2011). Tahap Penguasaan Kemahiran Berfikir Kritis di Kalangan Pelajar Pendidikan Fizik Merentas Jantina. *Buletin Persatuan Pendidikan Sains Dan Matematik Johor*, 15(1), 1–12.
- McGill, I., & Brockbank, A. (2004). *The Action Learning Handbook*. New York: Taylor & Francis Group.
- Mohd Azhar Abd Hamid, Sanitah Mohd Yusuf, Esa Khalid, & Othman A.Kassim. (2003). Kreativiti,Invensyen dan Inovasi: Suatu Cadangan Mata Pelajaran pada peringkat Sekolah Menengah. *Jurnal Kreativiti Invensyen Inovasi*, 71–83.
- Mohd Nizah, M. A. bin, Ismail, A., Mohd Zarif, M. M., Adibah, S. @ M., Eldin Kandil, H. M. T., & Atoma, P. (2015). A Preliminary Study on the Islamic Creativity Practices. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4 S1), 517–522. 7
- Morais, M. F., & Azevedo, I. (2011). What is a creative teacher and what is a creative pupil? Perceptions of teachers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 12, 330–339.
- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education + Training*, 52(1), 20–47.
- NACCCE. (1999). National Advisory Committee on Creative and Cultural Education All Our Futures : Creativity , Culture and Education, (May).
- Nawawi Mohd Jan, Jamaluddin Che Sab, & Kamaruddin Mohd. Akil. (2002). *Pengajian Keusahawanan Tingkatan 4*. Bahagian Buku Teks Jabatan Sekolah, Kementerian Pendidikan Malaysia.
- Noor Hisham Md Nawi. (2011). Pengajaran dan Pembelajaran; Penelitian Semula Konsep-Konsep Asas Menurut Perspektif Gagasan Islamisasi Ilmu Moden. In *Kongres Pengajaran dan Pembelajaran UKM 2011* (pp. 1–15).

- Othman, N. (2002). *Keberkesanan Program Keusahawanan Remaja di Sekolah Menengah (41)*. University Putra Malaysia.
- Othman, N., Amiruddin, M. H., & Mansor, M. (2011). The Entrepreneurial Behavior of Orang Asli in South Peninsular Malaysia. *Journal of Education and Information Technologies*, 5(1), 132–139.
- P. Driscoll, M. (2000). *Psychology of Learning for Instruction (Second Edi)*. Boston: Allyn and Bacon.
- Pallant, J. (2010). *My library My History Books on Google Play SPSS Survival Manual: A step by step guide to data analysis using SPSS*. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Paulus, P. B., & Brown, V. R. (2007). Toward More Creative and Innovative Group Idea Generation: A Cognitive-Social-Motivational Perspective of Brainstorming. *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1), 248–265.
- Puhakka, V. (2002). *Entrepreneurial Business Opportunity Recognition, Relationship between Intellectual and Social Capital, Environmental Dynamism, Opportunity Recognition Behavior, and Performance*. Universitas Wasaensis, Universitas Wasaensis.
- Puhakka, V. (2007). Effects of Opportunity Discovery Strategies of Entrepreneurs on Performance of New Ventures. *Journal of Entrepreneurship*, 16(1), 19–51.
- Puhakka, V. (2010). Entrepreneurial Creativity as Discovery and Exploitation of Business Opportunities, (Shane 2003).
- Rahil Mahyudin, Habibah Elias, & Kamariah Abu Bakar. (2009). *Amalan Pengajaran Berkesan*. Shah Alam: Karisma Publications Sdn. Bhd.
- Robert, M. G. (1977). *The Conditions of Learning (Third Edit)*. Florida: Florida State University.
- Rohizani Yaakub, Shahabudin Hashim, & Mohd Zahir Ahmad. (2005). *Pedagogi: Strategi dan Teknik Mengajar Dengan Berkesan*. Bentong: PTS Publication & Distributors Sdn. Bhd.
- Runco, M. a., & Acar, S. (2012). Divergent Thinking as an Indicator of Creative Potential. *Creativity Research Journal*, 24(1), 66–75.
- Ruskovaara, E., & Pihkala, T. (2015). Entrepreneurship Education in Schools: Empirical Evidence on the Teacher's Role. *The Journal of Educational Research*, 108(3), 236–249.
- Salkind, N. (2017). *Exploring Research, Global Edition (9th editio)*. United Kingdom: Pearson Education.

- Sass, L. A. (2010). Schizophrenia , Modernism , and the “ Creative Imagination ”: On Creativity and Psychopathology On Creativity and Psychopathology, (August 2013), 37–41.
- Savage, T. V, & Armstrong, D. G. (2008). *Effective Teaching in Elementary Social Studies* (6th ed). New Jersey: Upper Saddle River, N.J.: Merrill/Prentice Hall,.
- Seikkula-Leino, J., Ruskovaara, E., Ikavalko, M., Mattila, J., & Rytkola, T. (2010). Promoting entrepreneurship education: the role of the teacher? *Education + Training*, 52(2), 117–127.
- Shahabuddin Hashim, Rohizani Yaakub, & Mohd Zohir Ahmad. (2003). *Pedagogi : Strategi dan Teknik Mengajar dengan Berkesan*. Bentong: PTS Publications & Distributors Sdn Bhd.
- Shamsuri Abdullah. (2012). *Keberkesanan Modul Pemikiran Keusahawanan Terhadap Penjanaan Idea Peniagaan dalam Kalangan Pelajar Politeknik*. Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Shane, S. A. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Shane, S., & S. Venkataraman. (2000). The Promise Of Entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Shepherd, D. ., & DeTienne, D. . (2015). Prior knowledge potential financial reward and opportunity identification. *Journal Business Venturing* 9, 9(January), 91–111.
- Singh, R. ., Hill, G. E., Hybels, R. C., & Lumpkin, G. T. (1999). Opportunity Recognition Through Social Network Characteristics of Entrepreneurs. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 228–241).
- SME Corp. (2012). *Laporan Tahunan SME Copr 2012*. Kuala Lumpur.
- Solomon, G. . (1989). Entrepreneurs: What they are really like. *Vocational Education Journal*, 64(8).
- Spearman, C. (1930). *Creative Mind*. London: Nisbet & Co., Ltd.
- Spinelli, S. J., & Adams, R. J. J. (2012). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century* (9th Editio). New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (2007). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*, 11, 155–170.
- Tam Phun Khow. (2006). *Persepsi Guru Terhadap Kompetensi Keusahawanan, Keupayaan Guru Mengajar dan Kaedah Pengajaran*

*Keusahawanan dalam Mata Pelajaran Vokasional di Sekolah Menengah Negeri Pahang.* Universiti Putra Malaysia.

- Tan Mei Swan. (2013). *The Relationship Between Creativity, Entrepreneurial Strategies and Viability of Business Idea.* University Putra Malaysia.
- Thuo, M., & Toma, S. (2016). Entrepreneurial Intentions of University Students : Insights for Entrepreneurial Education in Ethiopia, *8(22)*, 25–35.
- Timmon, J. A. (1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century* (5th Editio). Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- Timmon, J. A., & Spinelli, S. (2009). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century* (8th Editio). New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Ting, T. S., Kadir, S. A., Alwi, N. H., & Rahman, Z. A. (2009). Tahap Kreativiti dalam Kalangan Pelajar Mata Pelajaran Vokasional. In *Strategi Memperkasa Pendidikan Teknik Vokasional* (pp. 40–53). Serdang: Penerbit Universiti Putra Malaysia.
- Torrance, E. P., & Inquiry, P. (2007). Understanding Creativity : Where to Start ?, *4(3)*, 232–234.
- Wallas, G. (1926). *The Art of Thought.* London: J.Cape.
- Ward, T. B. (2004). Cognition, creativity, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, *19(2)*, 173–188.
- Yu, C. W. M., & Man, T. W. Y. (2007). The sustainability of enterprise education: a case study in Hong Kong. *Education + Training*, *49(2)*, 138–152.
- Zaidatol Akmaliah Lope Pihie. (2000). *Pengajaran -Pembelajaran Pedagogan, Keusahawanan dan Ekonomi Asas.* Serdang: Penerbit Universiti Putra Malaysia.
- Zwaal, W., & Otting, H. (2012). The Impact of Concept Mapping on the Process of Problem-based Learning. *The Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*, Vol. *6(1)*, 103–126.