

Artikel

Hubungan Kompetensi Keusahawanan, Orientasi Keusahawanan Individu dan Prestasi Perniagaan Belia

(Relationship Between Personal Entrepreneurial Competencies, Individual Entrepreneurial Orientation and the Youth Business Performance)

Nur Anira Alfitri¹, Suraiya Ishak^{1*}, Ahmad Rafli Che Omar² & Azima Abdul Manaf¹

¹Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 Bangi, Selangor, Malaysia

²Pusat Kajian Penciptaan Nilai dan Kesejahteraan Insan, Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 Bangi, Selangor, Malaysia

Pengarang Koresponden: suraiya@ukm.edu.my

Abstrak: Kompetensi Keusahawanan (KK) dan Orientasi Keusahawanan Individu (OKI) mempunyai peranan penting dalam meningkatkan prestasi perniagaan. Tahap KK dan OKI yang lemah akan menyebabkan sistem pengurusan dan prestasi perniagaan yang lemah. Objektif kajian ini adalah mengukur tahap kompetensi keusahawanan (KK) dan tahap orientasi keusahawanan individu (OKI) dalam kalangan para usahawan belia yang mengendalikan perniagaan kecil dan juga menganalisis hubungan antara KK dan OKI dengan prestasi perniagaan. Soal selidik telah digunakan sebagai instrumen mengukur pembolehubah kajian. Prosedur persampelan berkelompok telah digunakan iaitu melibatkan kelompok usahawan belia daripada Kumpulan Bazar Johor dalam platform Telegram seramai 282 orang. Teknik analisis inferens yang digunakan bagi menganalisa hubungan antara kompetensi keusahawanan (KK), Orientasi Keusahawanan Individu (OKI) terhadap prestasi perniagaan kecil ialah analisis korelasi Spearman dan regresi berganda dengan *bootstrapping*. Dapatan kajian menunjukkan secara keseluruhan usahawan belia mempunyai tahap kompetensi keusahawanan (KK) dan tahap orientasi keusahawanan individu (OKI) yang tinggi. Berdasarkan analisis inferens pula, terdapat hubungan yang signifikan antara KK dan OKI dengan prestasi perniagaan. Hasil dapatan membuktikan KK dan OKI mempunyai hubungan positif yang signifikan mempengaruhi prestasi perniagaan kecil milik usahawan belia. Implikasi penemuan ialah modul bagi meningkatkan kompetensi keusahawanan dan orientasi keusahawanan perlu diterapkan secara berterusan bagi meningkatkan potensi perniagaan usahawan belia ke tahap lebih tinggi.

Kata kunci: prestasi perniagaan, kepimpinan keusahawanan, kompetensi keusahawanan, orientasi keusahawanan individu, usahawan belia

Abstract: Entrepreneurial Competencies (KK) and Individual Entrepreneurial Orientation (OKI) have important roles in improving the business performance. A weak level of KK and OKI will lead towards poor business management systems and performance. The objective of this study are to measure the level of entrepreneurial competencies (KK) and individual entrepreneurial orientation (OKI) among young entrepreneurs who operate small businesses and also to analyze the relationship between KK and OKI with business performance. Questionnaire has been used as an instrument to measure the research variables. Cluster sampling procedure is used involving youth entrepreneurs cluster from the Kumpulan Bazar Johor on the Telegram platform consisting of 282 individuals. The study sample consisted of 257 young entrepreneurs of the Kumpulan Bazar Online Johor on the Telegram application platform. The inferential analysis technique used to analyze the relationship between KK, OKI and small business performance are Spearman correlation and multiple regression with bootstrapping. The study findings show that generally the young entrepreneurs

possess a high level of entrepreneurial competencies (KK) and individual entrepreneurial orientation (OKI). Based on the inferential analysis, there is a significant relationship between KK and business performance and OKI and business performance. The results proved KK and OKI have significant positive relationships that influenced the small business performance owned by youth entrepreneurs. Implications from the finding is that a module to increase entrepreneurial competencies and entrepreneurial orientation must be continuously integrated to spur youth business potential to higher level.

Keyword: business performance, entrepreneurial leadership, entrepreneurial competencies, individual entrepreneurial orientation, youth entrepreneurs

Pengenalan

Aktiviti keusahawanan dan perniagaan memainkan peranan penting dalam membangunkan ekonomi negara dan meningkatkan taraf hidup rakyat. Pada masa kini generasi muda juga semakin cenderung terlibat di dalam bidang keusahawanan dan perniagaan. Justeru pembabitan golongan muda dalam perniagaan adalah signifikan dan membawa kesan positif kepada ekonomi negara sekiranya perniagaan tersebut terus bertumbuh dan berkembang. Secara umumnya, usahawan sering berdepan dengan cabaran untuk meneruskan perniagaan mereka selepas lima (5) tahun (Kamarul Zaman dan Othman, 2018). Para usahawan sering berdepan kegagalan yang berpunca daripada kekangan kompetensi dan orientasi keusahawanan yang mana ia melibatkan aspek pengurusan seperti pembuat keputusan, kewangan, pemasaran dan pekerja serta ketiadaan pengetahuan atau kemahiran berkaitan bidang perniagaan yang diusahakan (Tunggak et al., 2011; dan Sazelin, 2009). Demikian juga dalam konteks khusus usahawan belia, mereka turut berhadapan cabaran perniagaan yang menentukan kejayaan dan kelangsungan perniagaan mereka (Yusof et al., 2020 dan Yusof dan Tahir, 2021). Justeru kemahiran keusahawanan dan orientasi keusahawanan individu adalah pembolehubah penting bagi mengkaji prestasi dan pertumbuhan perniagaan. Hal ini turut selari dengan Bowen et al. (2009) yang menyatakan prestasi perniagaan akan terjejas sekiranya usahawan tidak mengambil inisiatif meningkatkan tahap pengetahuan dalam proses membangunkan perniagaan mereka.

Kompetensi keusahawanan ditakrifkan sebagai konsep yang meliputi kemahiran, pengalaman, pengetahuan, tingkah laku dan personaliti (European Commission, 2012). Menurut Ismail (2014), personaliti dan motif seseorang usahawan juga merupakan kompetensi yang perlu diberi perhatian. Ini menunjukkan bahawa kompetensi keusahawanan sangat penting untuk dimiliki oleh usahawan muda demi menjamin pertumbuhan dan perkembangan perniagaan. Hal ini kerana usahawan yang lebih kompeten dan cekap mampu bersaing lebih efektif dengan usahawan lain yang mempunyai pengetahuan yang sama. Orientasi Keusahawanan membawa maksud proses, amalan dan situasi pembuatan keputusan penting bagi transformasi baharu perniagaan yang melibatkan ciri inovasi, proaktif dan pengambilan risiko, autonomi dan keagresifan persaingan (Lumpkin dan Dess, 1996; Covin dan Slevin, 1989; Miller, 1983). Ini membawa maksud seseorang usahawan yang memiliki orientasi keusahawanan cenderung bertingkah laku inovatif, proaktif, mengambil risiko dan berautonomi agar dapat mencapai peluang pasaran yang lebih besar (Zhang dan Bruning, 2015).

Walaupun terdapat hubungan positif di antara kompetensi dan orientasi keusahawanan dengan prestasi perniagaan (Miano dan Bett, 2018), namun masih kurang kajian mengenainya dalam konteks perniagaan yang dimiliki usahawan belia. Terdapat kajian yang menfokuskan kepada peringkat firma (firm level) namun ianya lebih menjurus kepada perniagaan berskala besar serta amat kurang penyelidikan yang menghubungkan kompetensi dan orientasi keusahawanan serta prestasi perniagaan dalam aspek peringkat perniagaan syarikat yang diuruskan oleh golongan muda berskala kecil. Tumpuan kepada perniagaan milik belia dijangka memberi sumbangan baharu kepada literatur keusahawanan semasa kerana usahawan belia secara relatifnya mempunyai pendedahan awal kepada program dan persekitaran yang bertujuan membina kompetensi dan orientasi keusahawanan semenjak peringkat sekolah mahupun peringkat pengajian tinggi berbanding generasi terdahulu (Boris dan Parakhina, 2022; Cho dan Lee 2018; dan Ishak et al., 2018). Penekanan yang diberikan oleh pihak kerajaan bagi membudayakan orientasi keusahawanan dan kemahiran keusahawanan giat dilakukan dalam kalangan belia menerusi sistem pendidikan formal (Chandra dan Radin 2022; Amjad et al., 2022; Lajin et al., 2022; Usman et al., 2019; Ishak et al. 2018; dan Din et al., 2017).

Selari dengan penekanan terhadap kompetensi keusahawanan dan orientasi keusahawanan pada masakini, kajian perlu dilakukan bagi memberi justifikasi kepada komitmen dan pelaburan berterusan dalam agenda membina kompetensi dan orientasi keusahawanan berasaskan bukti-bukti empirikal. Sehubungan itu, objektif kajian ini ialah untuk mengukur tahap kompetensi keusahawanan (KK) dan tahap orientasi keusahawanan individu (OKI) dalam kalangan para usahawan belia yang mengendalikan perniagaan kecil; dan menganalisis hubungan serta pengaruh KK dan OKI dengan prestasi perniagaan. Penelitian hubungan di antara kemahiran dan orientasi keusahawanan dengan prestasi perniagaan adalah berselari dengan hujah Teori Pandangan Asas Sumber (*Resource Based View Theory*), di mana orientasi keusahawanan individu dan kompetensi keusahawanan diandaikan sebagai sumber atau aset dalaman yang berpotensi meningkatkan prestasi perniagaan.

Sorotan Karya

1, Teori Pandangan Asas Sumber (RBV), Kompetensi Keusahawanan Dan Orientasi Keusahawanan Menurut perspektif RBV, sesebuah organisasi adalah dianggap terbina daripada sekumpulan gabungan pelbagai sumber dan kebolehan (Kahveci, 2011; dan Barney dan Ketchen, 2001). Gabungan sumber tersebut terdiri daripada aset nyata dan aset tidak nyata. Aset nyata merujuk kepada aset yang didedahkan dalam laporan kewangan secara jelas dan terdiri daripada aset kewangan dan fizikal. Manakala aset tidak nyata pula merujuk kepada sumber manusia, paten, teknologi dan pengetahuan dan tidak dapat ditunjukkan secara nyata dalam kunci kira-kira. Ramon-Jeronimo et al. (2019) menjelaskan bahawa RBV memberi tumpuan kepada pelaksanaan strategi untuk meningkatkan prestasi perniagaan melalui pengoptimuman aset tidak nyata. Aset tidak nyata ditakrifkan sebagai aset bukan kewangan yang tidak wujud secara fizikal dan dipegang bagi melakukan pengeluaran produk atau perkhidmatan (Chareonsuk dan Chansa-ngavej, 2007). Aset tidak nyata adalah dicipta atau dibina secara dalaman oleh organisasi hasil transaksi atau peristiwa masa lalu dan dapat mencipta faedah ekonomi atau penciptaan nilai masa hadapan. Menurut Azamat et al. (2023); Piao dan Choi (2022), Yang et al. (2022); dan Ferdous dan Rahman (2019), pemilikan aset tidak nyata merupakan satu kelebihan yang dapat mencipta prestasi unggul dalam persaingan perniagaan masakini berbanding pemilikan aset nyata. Menurut Pio dan Choi (2022), firma perniagaan seharusnya membina sumber dalaman bagi mencipta kelebihan bersaing seperti kekuatan R&D dan sumber pengiklanan. Berselari dengan kepentingan aset tidak nyata, Pandangan Berasaskan Sumber (RBV) sering menjadi dasar teori kepada kajian-kajian yang menjelaskan hubungan di antara aset tidak nyata dan prestasi organisasi perniagaan (Pio dan Chi 2022; Ferdous dan Rahman, 2019).

Aset tidak nyata yang memberi kelebihan strategik kepada organisasi perlu mempunyai ciri seperti berharga (*valuable*), tidak dapat ditiru (*imperfectly imitable*), jarang ditemui (*rare*), tidak dapat diganti (*nonsubstitutable*) dan khusus (unik) bagi organisasi (*firm specific*) untuk mewujudkan kelebihan daya saing yang unggul serta meningkatkan kecekapan dan keberkesanan syarikat (Ferdous dan Rahman, 2019; Piao dan Choi, 2022; Ramon-Jeronimo et al., 2019). Oleh itu, berasaskan prinsip RBV, kompetensi keusahawanan dan orientasi keusahawanan individu dijangka mempunyai keupayaan sebagai aset tidak nyata yang berpotensi mempengaruhi prestasi perniagaan kecil kini (Kanaan-Jebna, 2022; Sakib et al. 2022). Hal demikian kerana perniagaan yang mempunyai pengusaha yang memiliki kompetensi keusahawanan dan orientasi keusahawanan akan memiliki kelebihan dalam mencipta peluang dan nilai baharu terutama dalam pasaran yang lebih gelora persaingannya (Koe et al., 2022; Barney, 1991). Peranan tersebut adalah semain berasas kerajaan dalam konteks perniagaan kecil yang dioperasikan dalam bentuk milikan tunggal atau perkongsian, kredibiliti usahawan (pemilik) dijangka menjadi sumber yang berpotensi mempengaruhi prestasi perniagaan selari hujah RBV.

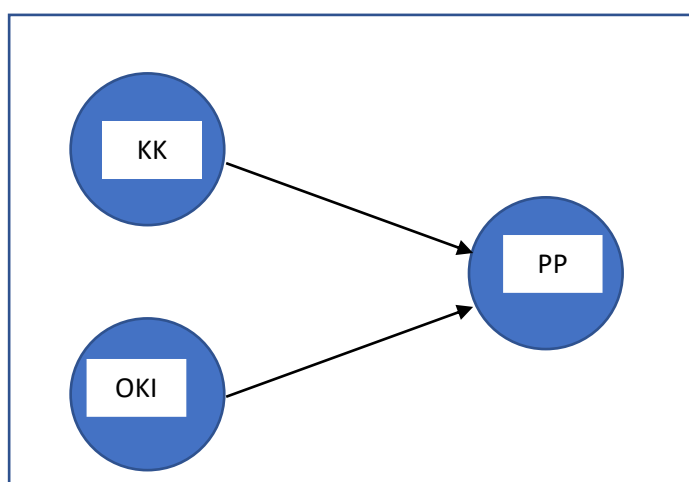
Kompetensi merupakan kebolehan usahawan melakukan aktiviti perniagaan tertentu berasaskan kepada pengetahuan, kemahiran, sikap, motivasi yang dimiliki dan dipelajari (Seraj et al., 2022; Arellano dan Reyes 2019; dan Ernest et al., 2015). KK dirujuk sebagai keupayaan memenuhi permintaan sukar (iaitu kompleks) dalam konteks yang khusus (Seraj et al., 2022; Kanaan-Jebna et al., 2022). Takrif kompetensi adalah merangkumi kualiti intrinsik dimiliki individu seperti pengetahuan khusus, motivasi, imej diri, kedudukan sosial dan keupayaan yang menyumbang kepada kewujudan, kelangsungan dan pertumbuhan perniagaan. Kompetensi boleh dibahagikan mengikut sumber asalnya iaitu samada dalaman (*innate*) dan

dipelajari (Kanaan-Jebna et al., 2022). Kompetensi yang bersifat dalaman adalah merujuk kepada sikap, karektor dan imej diri manakala kompetensi dipelajari adalah diperolehi hasil latihan praktikal dan teoritikal seperti melalui pembelajaran, pengalaman dan kemahiran dipelajari. Menurut Ismail (2022), kompetensi adalah aset tidak nyata yang penting bagi perniagaan di mana ia merujuk kepada keupayaan seseorang menangani pelbagai isu dalam organsiasi serta ditunjukkan pada perancangan, penyelesaian masalah, kemahiran analitikal, kemahiran organisasi, kepimpinan, penyelesaian pertikaian, dan kreativiti. Penguasaan kompetensi keusahawanan membolehkan para usahawan untuk membina prestasi cemerlang dan memaksimumkan keuntungan apabila menguruskan perniagaan (Kanaan-Jebna et al., 2022; Sakib et al., 2022; Seraj et al., 2022; Arellano dan Reyes, 2019; Zizile, 2018; Inyang dan Enuoh, 2009).

H_{a1}: Wujud hubungan langsung yang positif di antara tahap KK dan prestasi perniagaan

Orientasi keusahawanan adalah konsep yang dibina oleh Miller (1983) dan kemudiannya dikembangkan oleh Lumpkin dan Dess (Koe et al., 2022; Ismail et al., 2014). Konsep OK sebenarnya merujuk kepada postur dan tingkah laku strategik organisasi, di mana sesebuah organisasi perniagaan dikatakan sebagai berkeusahawanan sekiranya bertindak secara proaktif, inovatif dan mengambil risiko (Al Mamun dan Fazal, 2018). Seterusnya, Lumpkin dan Dess (1996) telah mengembangkan konsep OK menjadi 5 dimensi iaitu proaktif, inovatif, pengambilan risiko, autonomi dan keagresifan bersaing. Menurut Lumpkin dan Dess (1996), OK adalah satu sumber kelebihan bersaing yang penting. Kaitan OK dengan prestasi operasi perniagaan sudah kerap kali dibuktikan dalam kajian-kajian lepas dalam bentuk hubungan positif yang signifikan (Shah Alam et al., 2022; Koe et al., 2022; Putri dan Susanto, 2021). Meskipun demikian, tumpuan kajian kepada orientasi keusahawanan di peringkat organisasi (*firm-level*) telah mewujudkan limitasi dalam menganalisis orientasi keusahawanan yang terdapat pada diri usahawan atau pemilik (pengurus) terhadap prestasi organisasi seperti dibangkitkan Koe et al. (2022) dan Gabriel dan Kobani (2022). Malahan, orientasi keusahawanan pada diri individu pengusaha adalah dianggap aset tidak nyata yang dapat mempengaruhi prestasi perniagaan terutama dalam konteks perniagaan kecil dan sederhana. Sehubungan itu pengkaji arus semasa telah mengkaji OK sebagai konstruk peringkat individu (*individual level*) dan mengoperasi OK sebagai ciri penting pada individu usahawan yang boleh memberi kesan kepada prestasi perniagaan.

H_{a2}: Wujud hubungan langsung yang positif di antara tahap OKI dan prestasi perniagaan



Rajah 1. Kerangka Konseptual Berteraskan Teori Pandangan Asas Sumber (RBV)

Rajah 1 menunjukkan kerangka konseptual yang menunjukkan kaitan di antara tahap kompetensi keusahawanan (KK), orientasi keusahawanan individu (OKI) dan prestasi perniagaan (PP) sebagaimana dibincangkan dalam sorotan karya.

Metodologi Kajian

Kajian ini menggunakan rekabentuk kajian kuantitatif iaitu survei menggunakan soalselidik secara *google forms* sebagai medium pengedaran kepada kelompok sasaran. Populasi boleh akses kajian ini adalah diskopkan kepada kelompok peniaga kecil berumur 25-35 tahun di negeri Johor yang tidak dapat dipastikan jumlah yang khusus kerana bilangan yang ramai dan bertaburan lokasi. Sehubungan itu, disebabkan sifat populasi dan tiada sumber data bagi mendapatkan senarai nama setiap peniaga kecil tersebut bagi membentuk kerangka persampelan, maka kajian telah menggunakan kaedah persampelan berkelompok. Kelompok pilihan bagi membentuk sample kajian telah dipilih daripada kelompok peniaga kecil yang menganggotai kumpulan *Bazar Online Johor* di dalam platform *Telegram* berjumlah 282 orang. Sejumlah 282 soal selidik telah dihantar dan 270 orang telah menjawab soalselidik. Setelah proses saringan dan pembersihan data dilakukan, hanya 257 respon soalselidik sahaja lengkap untuk analisis selanjutnya.

Soal selidik kajian mengandungi 5 bahagian iaitu latar belakang responden, maklumat perniagaan, kompetensi keusahawanan (KK), orientasi keusahawanan individu (OKI) dan prestasi perniagaan kecil (PP). Bagi mengukur tahap KK, instrumen-instrumen telah diubahsuai daripada kajian Rahman et al. (2015), sementara pengukuran bahagian OKI, instrumen telah diadaptasi dan diubahsuai daripada Bolton (2012). Pada bahagian prestasi perniagaan, instrumen pengukuran dibina terdiri daripada 5 item iaitu kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), pertumbuhan keuntungan (*growth in profitability*), pertumbuhan perniagaan dan pendapatan (*growth in business and income level*), pertumbuhan jumlah pekerja (*growth in number of employees*) dan pertumbuhan dalam jualan (*growth in turnover/sales*). Kajian telah menggunakan pengukuran skala *Likert*, iaitu dari sangat tidak setuju (1) sehingga ke sangat setuju (5). Ujian kebolehpercayaan dengan nilai *Cronbach Alpha* bagi item KKD, OKI dan PP seperti dalam Jadual 1.

Jadual 1. Hasil Ujian Kebolehpercayaan *Cronbach Alpha*

Instrumen	Bilangan item	Nilai Alpha Cronbach
Kompetensi Keusahawanan Diri (KKD)	39	0.919
Orientasi Keusahawanan Individu (OKI)	10	0.869
Prestasi Perniagaan	16	0.859

Sumber: Kajian Lapangan (2021)

Data kajian telah dianalisis dengan kaedah analisis secara deskriptif dan korelasi Spearman disebabkan taburan data yang tidak normal. Di samping itu regresi berganda dengan *bootstrapping* telah digunakan menguji pengaruh dan kekuatan model hubungan berikutan daripada taburan data yang tidak normal (Ahmad dan Ismaeel, 2022). *Bootstrapping* adalah pendekatan umum dalam statistik inferens tidak berparameter (*non-parametric*) yang berasaskan pembinaan satu taburan persampelan untuk penentuan statistik dengan cara persampelan semula ke atas data-data yang telah ada. Ia adalah kaedah yang melibatkan “persampelan semula” satu set data beberapa kali dan menghasilkan beberapa set sampel simulasi (Joseph, 2022). *Bootstrapping* boleh memberikan inferens yang lebih tepat dalam situasi data kajian yang tidak bertaburan normal atau apabila saiz sample adalah kecil.

Analisa Kajian

Berdasarkan Jadual 2, maklum balas yang diperolehi dalam kajian ini menunjukkan usahawan perempuan mendominasi iaitu sebanyak 200 orang (77.8%) berbanding lelaki yang mewakili sebanyak 57 orang (22.4%). Komposisi responden daripada segi umur pula menunjukkan seramai 230 orang (90.3%) dalam kalangan golongan usahawan muda berumur 25 – 30 tahun manakala hanya sebanyak 25 orang (9.7%) sahaja yang mewakili usahawan yang berumur 31 – 35 tahun. Secara majoritinya seramai 209 (81.3%) adalah bujang manakala 48 (18.7%) usahawan berkahwin. Majoriti usahawan adalah berbangsa Melayu, iaitu 247 (96.1%) orang dan bukan Melayu pula adalah sebanyak 10 (3.9 %) orang.

Jadual 2. Profil Demografi Responden

	Profil Usahawan	Bilangan	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	57	22.2
	Perempuan	200	77.8
Umur	25 – 30 tahun	232	90.3
	31 - 35 tahun	25	9.7
Status	Bujang	209	81.3
	Berkahwin	48	18.7
Etnik	Melayu	247	96.1
	Lain - lain	10	3.9

Jadual 3 menunjukkan analisis tahap KK dalam kalangan usahawan belia. Kompetensi ‘berorientasikan ke arah kecekapan’ mencatatkan nilai min terendah iaitu 3.73 dan diikuti oleh kompetensi ‘keyakinan diri’ dengan nilai min 3.97. Kompetensi ‘mencari maklumat’ menunjukkan nilai min tertinggi iaitu 4.36 dan kompetensi ‘melihat dan merebut peluang’ pula mencatatkan nilai min kedua tertinggi iaitu 4.33.

Jadual 3. Tahap Kompetensi Keusahawanan Diri (KK) (Min: 4.15)

Kompetensi	Min	Sisihan Piawai
Inisiatif	4.08	0.57
Melihat dan Merebut Peluang	4.33	0.52
Kecekapan	4.03	0.60
Mencari Maklumat	4.36	0.50
Menitikberatkan Mutu Kerja yang Tinggi	4.14	0.53
Komitmen Perjanjian Kerja	4.41	0.50
Orientasi Ke arah Kecekapan	3.73	0.53
Perancangan yang Sistematis	4.22	0.45
Penyelesaian Masalah secara kreatif	4.24	0.50
Keyakinan diri	3.97	0.60
Keteguhan	4.20	0.55
Yakin Orang Lain	4.01	0.58
Mampu Menggunakan Strategi Pengaruh	4.15	0.56

Jadual 4 menunjukkan tahap orientasi keusahawanan individu (OKI) dalam kalangan usahawan belia. Hasil kajian mendapati dimensi pengambilan risiko mencatatkan nilai min tertinggi iaitu 4.27. Dimensi proaktif mencatatkan nilai min kedua tertinggi iaitu 4.25, manakala dimensi inovatif mencatatkan nilai min 4.18.

Jadual 4. Tahap Orientasi Keusahawanan Individu (OKI) (Min: 4.27)

Dimensi	Min	Sisihan Piawai
Dimensi Pengambilan Risiko	4.27	0.49
Dimensi Inovatif	4.18	0.47
Dimensi Proaktif	4.25	0.50

Secara lebih terperinci, dalam skop item-item berkaitan OKI di bawah dimensi pengambilan risiko, pernyataan ‘saya sebagai pemilik perniagaan bersedia melaburkan banyak masa dan wang bagi perkara mendatangkan hasil keuntungan tinggi’ telah mencatatkan nilai min tertinggi iaitu 4.29, manakala pernyataan ‘saya sebagai pemilik perniagaan tidak takut akan kegagalan dan sentiasa bersedia untuk mengambil sebarang risiko perniagaan’ mencatatkan nilai terendah iaitu 4.26.

Jadual 5 menunjukkan hasil analisis korelasi antara KK dengan prestasi perniagaan (PP) yang didapati mempunyai hubungan positif yang sederhana dan signifikan ($r=0.590$, $p=0.000$; $p<0.01$). Dapatan ini selari dengan kajian Kanaan-Jebna et al. (2022); Sakib et al. (2022); Seraj et al. (2022); dan Miano dan Bett (2018) yang menemui kompetensi keusahawanan mempunyai hubungan signifikan terhadap prestasi perniagaan. Justeru itu, dapatan kajian membuktikan bahawa melalui pembentukan dan peningkatan kompetensi keusahawanan, prestasi perniagaan yang dimiliki oleh usahawan muda dapat ditingkatkan. Ini selari dengan Barazandeh et al. (2015) yang menyatakan kejayaan perniagaan tidak akan dapat dikecapi tanpa adanya faktor kekuatan dalaman usahawan seperti kebolehan keusahawanan.

Jadual 5. Analisis Korelasi KK dengan Prestasi Perniagaan (PP)

			KK	PP
<i>Spearman's rho</i>	KK	Koefisien Korelasi	1.000	.590**
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.	.000
		N	257	257
	PP	Koefisien Korelasi	.590**	1.000
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.
		N	257	257

** Korelasi signifikan pada tahap 0.01 (2-hujung).

Jadual 6 menunjukkan analisis korelasi antara OKI dengan prestasi perniagaan (PP) yang mempunyai hubungan positif yang sederhana dan signifikan ($r=.579$, $p=0.000$; $p<0.01$). Penemuan ini selari dengan kajian Shah Alam et al. (2022); Koe et al. (2022); dan Fatima dan Bilal (2019) mendapati orientasi keusahawanan individu (OKI) mempunyai hubungan dengan prestasi perniagaan. Ini bermaksud kecekapan dalam kalangan usahawan muda ini akan membantu mempengaruhi prestasi perniagaan serta menjadi penentu utama kepada pertumbuhan dan inovasi perniagaan.

Jadual 6. Analisis Korelasi OKI dengan Prestasi Perniagaan (PP)

			OKI	PP
<i>Spearman's rho</i>	OKI	Koefisien Korelasi	1.000	.579**
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.	.000
		N	257	257
	PP	Koefisien Korelasi	.579**	1.000
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.
		N	257	257

** Korelasi signifikan pada tahap 0.01 (2-hujung)

Pengujian lanjut ke atas hubungan dan pengaruh KK, OKI dengan PP, telah dilakukan melalui analisis regresi dengan prosedur *bootstrapping*. Petunjuk nilai T akan dirujuk dalam menginterpretasi samada wujud hubungan yang signifikan (iaitu jika nilai $t > 1.96$) dan tidak signifikan (jika nilai $t < 1.96$). Jadual 7 menunjukkan hasil analisis regresi dengan prosedur *bootstrapping* melibatkan KK, OKI dan PP.

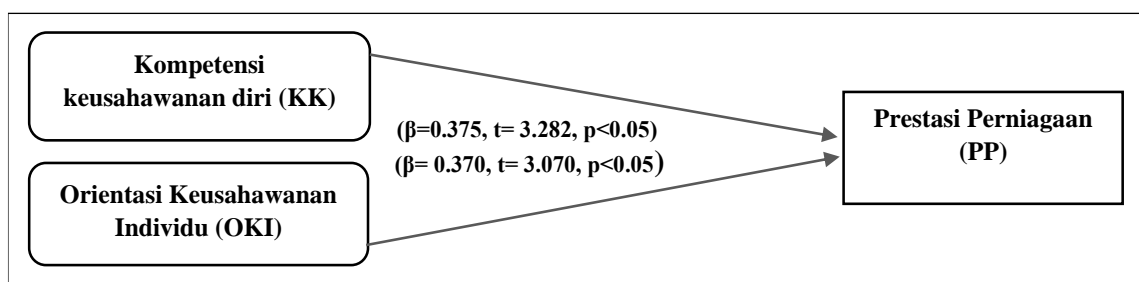
Jadual 7. Analisis KK, OKI dan PP melalui prosedur *Boothstrapping*

Hubungan	Path Coefficients (β)	Min	Sisihan Piawai	Nilai t	Nilai P
KK => PP	0.375	0.402	0.113	3.282	0.001
OKI => PP	0.370	0.369	0.122	3.070	0.002
R² = 0.479					
R² Terlaras = 0.468					

*Nilai T adalah signifikan pada >1.96

*Nilai P adalah signifikan pada aras $p<0.05$

Berdasarkan Jadual 7, nilai $R^2 = 0.479$ dan R^2 diselaraskan =0.468. Sehubungan itu, model dengan pembolehubah KK dan OKI telah mampu menjelaskan sehingga 46.8% variasi dalam prestasi perniagaan (PP), manakala 53.2 % lagi dijelaskan oleh pembolehubah lain yang tidak diuji oleh kajian ini. Hasil analisis menunjukkan wujud pengaruh signifikan KK terhadap PP ($\beta=0.375$, $t= 3.282$, $p<0.05$) dan di antara OKI dengan PP iaitu nilai ($\beta= 0.370$, $t= 3.070$, $p<0.05$). Rajah 2 menunjukkan model yang dijana daripada analisis regresi dengan *bootstrapping*.



Rajah 2. Model struktur bagi KK, OKI dan PP

Perbincangan

Usahawan belia telah menunjukkan tahap kompetensi keusahawanan diri (KK) yang tinggi semasa menjalankan perniagaan kecil yang diusahakan mereka. Ini membuktikan bahawa usahawan belia terlibat telah menerapkan kemahiran keusahawanan yang dimiliki dalam mengoperasikan perniagaan mereka. Di samping itu, bagi memastikan perniagaan terus bertahan dan berkembang di dalam persekitaran yang semakin kompetitif dan dinamik, usahawan perluterus mempertingkatkan kompetensi keusahawanan dari semasa ke semasa dengan menerima ilmu pengetahuan berkaitan bidang perniagaan diceburi dan pengurusan strategik. Penemuan kajian ini turut selari dengan kajian terdahulu (Kanaan-Jebna et al., 2022; Sakib et al., 2022; Seraj et al., 2022; Reyes, 2018; Zizile, 2018; Inyang dan Enuoh, 2009) yang mendapati kompetensi keusahawanan, perlu bagi mendorong pertumbuhan prestasi perniagaan yang lebih rancak. Hal demikian kerana usahawan atau pemilik perniagaan memerlukan kemampuan atau kemahiran diri dalam melaksanakan aktiviti-aktiviti perniagaan dengan berkesan serta bersesuaian mengikut situasi khusus dialami seperti dinyatakan Seraj et al. (2022). Usahawan dengan tingkat KK yang tinggi dijangka dapat mempengaruhi prestasi perniagaan kerana secara relatifnya mereka memiliki kemahiran, pengetahuan, imaginasi, kreativiti dan keupayaan mengenal pasti peluang baharu atau menukar ancaman menjadi peluang yang bernilai.

Para usahawan belia juga telah menunjukkan tahap orientasi keusahawanan individu (OKI) yang tinggi semasa menguruskan perniagaan mereka. Hasil dapatan tersebut, membuktikan mereka berusaha menerapkan OKI tersebut semasa menjalankan aktiviti-aktiviti keusahawanan dalam perniagaan. Ini selari dengan kajian Shah Alam et al. (2022); Koe et al. (2022); Putri dan Susanto (2021); dan Bolton (2012) yang menemui tahap OKI yang tinggi mempunyai hubungan dengan prestasi perniagaan. Penerimaan latihan atau kursus berasaskan keusahawanan membuatkan peningkatkan tahap OKI dan seterusnya akan meningkatkan prestasi perniagaan. Ini selaras dengan kajian yang telah dijalankan oleh Hasan dan Halim (2021) yang berpendapat bahawa penerimaan pengetahuan melalui program pembangunan PKS dapat menolong mempercepatkan peningkatan tahap OKI serta mencapai kejayaan perniagaan.

Berdasarkan perspektif RBV, KK dan OKI sesuai dikelaskan sebagai aset tidak nyata yang relevan dan kritikal bagi mempertingkatkan prestasi perniagaan usahawan belia masa kini. Kompetensi keusahawanan (KK) dan orientasi keusahawanan (OKI) menepati konteks sumber tidak nyata bernilai kerana mempunyai ciri berharga, sukar ditiru, tidak boleh diganti, jarang ditemui/dimiliki dan spesifik (unik) bagi organisasi. Usahawan yang memiliki KK dan OKI yang tinggi lebih mampu mengemudi dan mengurus perniagaan dengan efisien dan efektif sekali pun perniagaan berhadapan situasi atau kekangan persekitaran yang sama cabarannya dengan usahawan yang kurang memiliki KK dan OKI. Kompetensi keusahawanan membolehkan usahawan untuk menyelesaikan dan mengurus konteks perniagaan dengan pendekatan dan kaedah yang sesuai dan tepat. Orientasi keusahawanan yang dimiliki pula menyebabkan usahawan mengurus konteks

perniagaan dengan proaktif, inovatif dan berani mengambil risiko diperhitungkan sehingga dapat mencipta nilai baharu di pasaran.

Kompetensi dan orientasi keusahawanan yang dimiliki seseorang usahawan juga unik dan tidak boleh ditiru dengan mudah sekalipun usahawan lain cuba untuk mengikuti setiap cara atau tindakan eksplisit yang dilakukan usahawan tersebut. Ini kerana kompetensi dan orientasi keusahawanan adalah terkait dengan pengetahuan, pengalaman dan karektor yang terbentuk daripada dalam diri individu sehingga menyebabkan strategi perniagaan yang dilakukan usahawan terbabit 'lebih menjadi' berbanding tindakan sama apabila dilakukan oleh usahawan lain yang tidak memiliki KK dan OKI. Umpamanya, seseorang usahawan yang memiliki KK dan OKI dapat menukar ancaman atau krisis seperti COVID-19 kepada peluang perniagaan baharu; atau menceburi pasaran baharu dengan optimis, yakin dan menghasilkan keuntungan berganda. Justeru penemuan ini sekalilagi merumuskan kesimpulan selari dengan kajian Ferdous dan Rahman (2019); Piao dan Choi (2022); Ramon-Jeronimo et al. (2019), iaitu aset tidak nyata dapat mencipta kelebihan bersaing yang unggul bagi firma dan diterjemahkan ke dalam bentuk prestasi perniagaan. Dalam konteks kajian ini, aset tidak nyata tersebut adalah merujuk kepada kompetensi keusahawanan dan orientasi keusahawanan individu.

Implikasi teoritis daripada penemuan kajian ini ialah kajian akan datang disaran mengkaji kepimpinan keusahawanan sebagai konsep yang berpotensi mengintegrasikan kompetensi keusahawanan dan orientasi keusahawanan dalam kajian prestasi perniagaan kecil dan mikro. Ini kerana menurut Ishak et al. (2021a), kepimpinan keusahawanan adalah konsep di mana individu menonjolkan kepimpinan yang mendorong dan membentuk organisasi ke arah tingkah laku penciptaan nilai secara kolektif. Ia menjadikan seluruh organisasi dan ahlinya sebagai usahawan-usahawan yang bertingkah laku dengan ciri inovatif, proaktif, mengambil risiko, autoritatif dan mempunyai keyakinan diri yang tinggi dalam mencapai objektif organisasi. Justeru, bagi merealisasikan kepimpinan keusahawanan ia perlu disokong oleh elemen kompetensi keusahawanan dan orientasi keusahawanan, seiring pandangan RBV.

Implikasi praktikal pula ialah usaha membina kompetensi dan orientasi keusahawanan perlu dilakukan secara berterusan dan sistematik iaitu dengan mensasarkan konteks evolusi pertumbuhan yang dilalui sesebuah perniagaan. Hal ini kerana setiap peringkat pertumbuhan perniagaan adalah yang tidak sama daripada segi isu (masalah) dan cabarannya serta demikian juga strategi menangani isu tersebut (Ishak et al., 2021b). Sehubungan itu KK dan OKI usahawan perlu sentiasa 'dikemaskini' dan dipertingkatkan seiring dengan fasa evolusi pertumbuhan yang bakal dilalui oleh entiti perniagaan terlibat (Ishak et al., 2021b).

Kesimpulan

Dinamika perniagaan masa kini memerlukan firma perniagaan untuk membina kelebihan bersaing yang unik secara dalaman bagi mencipta keuntungan dan kelangsungan perniagaan. Berasaskan perspektif Teori Pandangan Asas Sumber (RBV) kelebihan bersaing yang dapat menyokong prestasi unggul boleh diperolehi melalui aset tidak nyata yang berharga, jarang ditemui, sukar diganti, sukar ditiru dan khusus bagi organisasi (*firm specific*). Berteraskan RBV, kajian ini menghujahkan KK dan OKI sebagai sumber tidak nyata yang berpotensi mempengaruhi prestasi perniagaan usahawan belia. Fokus kajian terhadap prestasi perniagaan milik usahawan belia adalah kerana kelompok belia secara relatifnya mempunyai pendedahan terhadap program yang dapat membina KK dan OKI dalam diri mereka melalui pelbagai dasar kerajaan khususnya berkaitan program pendidikan dan latihan formal dan tidak formal. Kompetensi keusahawanan adalah merujuk kepada segala kebolehan individu yang membolehkan mereka mengemudi dan mengurus aktiviti perniagaan dalam konteks khusus secara efisien dan efektif berasaskan kepada pengetahuan, kemahiran, sikap dan motivasi diri yang dimiliki. Orientasi keusahawanan individu pula adalah berkaitan postur dan tingkah laku strategik merangkumi ciri proaktif, inovatif, pengambilan risiko, autonomi dan keagresifan bersaing yang diamalkan di peringkat individu (*individual level*) dalam menubuh dan mengurus perniagaan. Sehubungan itu kajian ini telah menganalisis secara mendalam perkaitan di antara KK, OKI dan prestasi perniagaan (PP) dalam konteks perniagaan kecil milik usahawan belia. Hasil kajian mendapati penemuan selari dengan kajian lepas di mana KK dan OKI mempunyai hubungan signifikan dan mempengaruhi prestasi perniagaan dalam arah hubungan yang positif. Implikasi kajian terhadap teori ialah penemuan empirikal ini berjaya membuktikan kebenaran RBV dalam konteks prestasi perniagaan kecil milik usahawan belia di Malaysia.

Selain itu implikasi praktikalnya ialah program dan agenda memperkasa prestasi perniagaan kecil dan sumbangan kepada ekonomi negara perlu meletakkan tumpuan untuk membina kompetensi keusahawanan dan orientasi keusahawanan dalam kalangan belia.

Penghargaan: Penyelidikan ini adalah sebahagian daripada hasil kajian di bawah projek penyelidikan di bawah Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia dengan kod geran FRGS/1/2020/SS02/UKM/02/4.

Rujukan

- Ahmad, R.T. dan Ismaeel, S.S. (2022). Estimating regression coefficients using Bootstrap with application to Covid-9 data. *General Letters in Mathematics*, 12(2), 96-104.
- Al Mamun, A. & Fazal, S., A. (2018). Effect of entrepreneurial orientation on competency and micro-enterprise performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 379-398.
- Amjad, M.A., Rafiq, F., Mahmood, Z., Marsad, A. (2022). Exploring youth entrepreneurial skills and intention to sustainable start-up. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(4), 1294-1303.
- Arellano, C., A. & Reyes, J., A., D. (2019). Effects of farmer-entrepreneurial competencies on the level of production and technical efficiency of rice farms in Laguna, Philippines. *Journal of International Society for Southeast Asian Agricultural Sciences*, 25(2), 45-57.
- Azamat, K., Galiya, J., Bezhan, R., dan Nurdana, Z. (2023). The impact of intangible assets on the value of FMCG companies worldwide. *Journal of Innovation and Knowledge*, 8(2023), 1-7.
- Din, B., H., Aziz, A., R., Anuar, A., R., Usman, M.. (2017). Youth entrepreneurship development in Malaysian Higher Learning Institutions. *International Journal of Economic Research*, 14(16), 447-454.
- Barazandeh, M., Parvizian, K., Alizadeh, M. & Khosravi, S. (2015). Investigating the effect of entrepreneurial competencies on business performance among early stage entrepreneurs Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2010 survey data). *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5(18), 1-12.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barney, J., Wright, M. & Ketchen, D. (2001). The resource-based view of the firm: ten years after. *Journal of Management*, 27(6), 625-641.
- Bolton, D., L. (2012). Individual entrepreneurial orientation; Further investigation of a measurement instrument. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 18, 91-98.
- Boris, O. & Parakhina, V. (2022). Youth entrepreneurship support model and youth business associations. *WSEAS Transaction on Business and Economics*, 19, 1649-1660.
- Bowen, M., Morara, M. & Mureithi, S. (2009). Management of business challenges among small and micro enterprises in Nairobi-Kenya. *Kca Journal of Business Management*, 2(1), 16-31.
- Tunggak, B., Salamon, H. & Abu, B.. (2011). Keperluan latihan dan pendidikan berterusan ke arah pembangunan usahawan Muslim berteraskan nilai Islam di Malaysia. *Sains Humanika*, 55(1), 121-144.
- Chandra Rao, N. & Radin, A. Rahman. (2022). Pengaruh sikap dan kemahiran keusahawanan terhadap keinginan keusahawanan pelajar university awam. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*, 7(11), 1-17.
- Chareonsuk, C. dan Chansa-ngavej, C. (2007). Effects of intangible assets on financial performance: An analytic framework. *Proceedings of the 8th Asia-Pacific Industrial Engineering and Management Systemes (APIEMS) Conference*, Kaohsiung, 1-10.
- Cho, Y., H. & Lee, J., H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124-134.
- Covin, J. G. & Slevin, D. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(11), 75-87.
- Ernest, K., Matthew, S. K., & Samuel, A. K. (2015). Towards entrepreneurial learning competencies: The perspective of built environment students. *Higher Education Studies*, 5(1), 20-31.

- European Commission. (2012). *Effects and Impact of entrepreneurship programmes in higher education*. [https://www.google.com/search?q=European+Commission.+\(2012\).+Effects+And+Impact+Of+Entrepreneur](https://www.google.com/search?q=European+Commission.+(2012).+Effects+And+Impact+Of+Entrepreneur)
- Fatima, T. & Bilal, A., R. (2019). Achieving SME performance through individual entrepreneurial orientation. *Journal of Entrepreneurship Emerging Economies*, 12(3), 399-411.
- Ferdous, J. dan Rahman, M.M. (2019). The effects of intangible assets on firm performance. An empirical investigation on selective listed manufacturing firms in DSE, Bangladesh. *American Journal of Business*, 34(3/3), 148-168.
- Gabriel, J.M.O. dan Kobani, D. (2022). An evaluation of individual entrepreneurial orientation and community development in Nigeria. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 15(1), 246-256.
- Inyang B.J. & Enuoh, R.O. (2009). Entrepreneurial competencies: The missing links to successful entrepreneurship in Nigeria. *International Business Research*, 2(2), 62-71.
- Ismail, I., J. (2022). Entrepreneur's competencies and sustainability of small and medium enterprises in Tanzania. A mediating effect of entrepreneurial innovations. *Cogent Business and Management*, 2022(9), 1-22.
- Ismail, V., Y. (2014). The comparison of entrepreneurial competency in woman micro-small, and medium-scale entrepreneurs. *Procedia Social and Behavioral Science*, 115(2014), 175-187.
- Joseph, T. (2022, Jan 26). *What is bootstrapping statistics?* <https://builtin.com/data-science/bootstrapping-statistics>
- Kahveci, E. (2011). Firm performance and resource-based theory. *International Journal of Contemporary Business Studies*, 2(4), 38-50.
- Ismail, K., Akhtar, C., S., Haider, M., Umair-ur-Rehman & Zulfikar, M., S. (2014). The role of entrepreneurial orientation in the success of an enterprise. *Proceeding of 3rd International Conference on Economics and Social Sciences (ICESS-2014)*, 299-307.
- Kamarul Zaman, M., M. & Othman, N. (2018). Amalan pengurusan perniagaan usahawan wanita Felcra Berhad. *Jurnal Inovasi Perniagaan*, 3(1), 1-21.
- Kanaan-Jebna, A.M.J., Alabdullah, T.T.Y., Ahmed, E.R., Ayyasamy, R.K. (2022). Firm performance and the impact of entrepreneurial education and entrepreneurial competencies. *Business Ethics and Leadership*, 6(2), 68-77.
- Koe, W.L., Roni, M. dan Chin, T.S. (2022). Influence of individual entrepreneurial orientation on the performance of small and medium enterprise in Malaysia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(5), 325-333.
- Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-138.
- Usman, M., Din, B., H. & Ibrahim, A.Z. (2019). The entrepreneurial attributes and effectiveness of entrepreneurship program in Malaysia public university. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 23(2), 48-58.
- Miano, R. & Bett, S. (2018). Entrepreneurial competencies on the performance of youth enterprises in Manyatta Constituency, Embu County, Kenya. *International Academic Journal of Innovation, Leadership and Entrepreneurship*, 2(2), 152-172.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29, 770-791. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Yusof, M., M., Z. & Tahir, Z.. (2021). Faktor kejayaan usahawan muda dalam perniagaan industri kecil dan sederhana (IKS) di Malaysia. *Jurnal Wacana Sarjana*, 5(1), 1-13.
- Yusof, M., M. Z., Tahir, Z., Malek, J.A. & Salman, A.. (2020). Cabaran usahawan muda dalam perniagaan industri kecil dan sederhana (IKS) di Malaysia. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(12), 355-366.
- Lajin, M., N., F., Rahim, H., L., & Junid, J.. (2022). Nurturing youth entrepreneurs at Universiti Teknologi Mara. *International Academic Research Journal of Social Science*, 8(2), 1-10.

- Hasan, N., H., & Halim, H., A.. (2021). Kesan pengantaraan orientasi keusahawanan dalam hubungan di antara program pembangunan perusahaan kecil dan sederhana (PKS) dengan kejayaan perniagaan usahawan di Perak. *Management Research Journal*, 10(1), 42-57.
- Piao, X. dan Choi, M.C. (2022). The different effect of firm resources on firm performance under volatility: an examination using big data. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2022 (Article 6151667), 1-14. <https://doi.org/10.1155/2022/6151667>.
- Putri, M. dan Susanto, P. (2021). Entrepreneurial orientation on small medium performance: the role of religiosity as moderator. *Marketing Management Studies*. 1(3), 267-275.
- Ramon-Jeronimo, J.M., Florez-Lopez, R. dan Araujo-Pinzon, P. (2019). Resource-based view and SMEs performance exporting through foreign intermediaries: The mediating effect of management controls. *Sustainability*, 11,1-26.
- Sakib, M.N., Rabbani, M.R., Hawaldar, I.T., Jabber, M.A., Hossain, J., Sahabuddin, M. (2022), Entrepreneurial competencies and SMEs' performance in a developing economy. *Sustainability*, 2022(14), 1-18.
- Sazelin Arif. (2009). Keupayaan pemasaran dalam kalangan pengusaha kecil makanan halal di Melaka Tengah: Satu kajian Awal. *MALIM: Jurnal Pengajian Umum Asia Tenggara*, 10, 183-208.
- Seraj, A.H.A., Fazal, A.A. dan Alshebami, A.S. (2022). Entrepreneurial competency, financial literacy and sustainable performance-examining the mediating role of entrepreneurial resilience among Saudi entrepreneurs. *Sustainability*, 2022(14), 1-17.
- Shah Alam, F., Md. Salleh, M.F., Masukujjaman, M., Al-Shaikh, M.E., Makmor, N., Makhbul, Z.K.M. (2022). Relationship between entrepreneurial orientation and business performance among Malay-owned SMEs in Malaysia: A PLS analysis. *Sustainability*, 14, 2-16.
- Rahman, S.S.A., Sabri, M., F., M. & Nadzri, S. (2015). Kompetensi keusahawanan diri dalam kalangan mahasiswa yang mengambil kursus keusahawanan di Universiti. *Proceeding of the 2nd International Conference on Management and Muamalah 2015 (2nd IcoMM)*. 16-17 November.
- Ishak, S., Omar, A.R.C. & Manaf, A., A. (2021a). Entrepreneurial leadership in the micro and small enterprises (MSEs) research context: A literature review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(5), 397-403.
- Ishak, I., Omar, A., R., Manaf, A., A., Sabri, N.S.M. & Osman, L.H.. (2021b). Incubators and Micro and Small Enterprise growth: A narrative literature review. *International Journal of Asian Social Science* 12(2), 69-83.
- Ishak, S., Omar, A.R., Bakri, F.M.A., & Osman, L.H. (2018). Amalan pembelajaran dan kesannya terhadap pengetahuan dan kemahiran perniagaan dalam kalangan Genarasi Z. *Geografia Malaysian Journal of Society and Space*, 14(1), 15-28.
- Yang, Y., Swatdikun, T., Salamolee, A., Sahayrak, K. (2022). The impact of intangible assets on firm performance in construction companies in China. *Science, Technology, and Social Sciences Procedia*, 2022(5), 1-7
- Zhang, D., D. & Bruning, E. (2015). Personal characteristics and strategic orientation: Entrepreneurs in Canadian manufacturing companies. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17(1), 82-103.
- Zizile, T. & Tendai, C. (2018). The importance of entrepreneurial competencies on the performance of women entrepreneurs in South Africa. *The Journal of Applied Business Research*, 34(2) 223-236.