

Tahap Personaliti *Big Six* dan Hubungannya dengan Kecenderungan Keusahawanan Digital dalam Kalangan Pelajar Kolej Komuniti (Big Six Personality Level and Its Correlation to Digital Entrepreneurship Among Community College Students)

NUR FARDEANA ARIFIN*, RADIN SITI AISHAH RADIN A RAHMAN, & NORASMAH OTHMAN

ABSTRAK

Revolusi teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) telah mencetuskan kemunculan ekonomi digital di seluruh dunia. Bagi generasi muda, adalah penting untuk melihat keusahawanan digital sebagai pilihan kerjaya. Tujuan kajian ini adalah untuk menentukan tahap personaliti *Big Six* (kestabilan emosi, kesungguhan, kesepakatan, ekstraversi, keterbukaan dan hubungan interpersonal) dan tahap kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan 264 pelajar Kolej Komuniti di Negeri Sembilan, serta hubungan antara kedua-duanya. Soal selidik telah digunakan sebagai instrumen, dan data telah dianalisis secara deskriptif dan interpretif. Dapatan menunjukkan kedua-dua tahap personaliti *Big Six* dan kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti adalah berada pada tahap sederhana tinggi. Dapatan juga menunjukkan bahawa wujud hubungan positif signifikan dengan kekuatan sederhana antara personaliti dengan kecenderungan keusahawanan digital. Implikasinya, pihak kolej komuniti perlu membina kursus keusahawanan yang selari dengan keupayaan pelajar serta berdasarkan ciri-ciri personaliti pelajar supaya berjaya mencapai sasaran kursus. Pihak kolej komuniti juga boleh membuat saringan awal bagi memilih pelajar yang berminat untuk meneruskan aktiviti perniagaan dan inovasi keusahawanan. Oleh itu, pihak institusi memainkan peranan penting dalam memberikan pendedahan kepada pelajar dan memupuk minat keusahawanan.

Kata kunci: Kecenderungan keusahawanan, keusahawanan digital, personaliti *Big Six*, pelajar kolej komuniti

ABSTRACT

The revolution in information and communications technology (ICT) has sparked the emergence of a digital economy worldwide. For the younger generation, it is important to see digital entrepreneurship as a career choice. The purpose of this study was to determine the level of the *Big Six* personality (emotional stability, conscientiousness, agreeableness, extraversion, openness and interpersonal relationship) and the level of digital entrepreneurship among 264 Community College students in Negeri Sembilan, as well as the relationship between the two constructs. Questionnaire was used as an instrument, and the data were analyzed descriptively and interpretively. Findings show that both the *Big Six* personality and the digital entrepreneurship tendency among Community College students are at a moderate level. The findings also show that there is a significant positive relationship with the modest strength of personality and the tendency of digital entrepreneurship. This implicates that community colleges need to build entrepreneurial courses that are in line with students' abilities and based on student personality traits in order to achieve the course objectives. Community colleges can also pre-screen for students interested in pursuing business activities and entrepreneurial innovation. As such, institutions play an important role in giving students exposure and fostering entrepreneurial interest.

Keywords: entrepreneurship tendency, digital entrepreneurship, *Big Six* personality, community college student

PENGENALAN

Perubahan teknologi kini berkembang seiring dengan revolusi industri 4.0 telah mempengaruhi gaya kehidupan usahawan yang lebih maju dan serba pantas. Ledakan teknologi ini turut memberi kesan kepada pembentukan pemikiran, sikap dan tingkah laku individu agar kekal bertahan dalam ketidakseimbangan pasaran semasa. Secara tidak langsung, aktiviti

keusahawan terus kukuh dalam menyumbang kepada peningkatan Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) merangkumi penghasilan inovasi produk dan peluang pekerjaan. Kesan revolusi ini juga telah menghasilkan penciptaan platform digital sebagai medium terbaik kepada usahawan untuk meningkatkan nilai produk sedia ada dengan dibantu oleh perancangan pelan pemasaran yang strategik dan komprehensif. Secara tidak langsung, usaha ke arah pendigitalan platform

perniagaan memerlukan individu usahawan memiliki kemahiran dan pengetahuan tinggi mengenai teknologi yang sentiasa berubah-ubah dan memastikan produk mampu kekal bersaing dalam pasaran.

Bagi melahirkan usahawan digital, kerajaan melalui kerjasama agensi Kementerian Pendidikan dan Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi telah mengambil inisiatif dengan menerapkan elemen teknologi dalam setiap kursus, latihan dan pembelajaran keusahawanan kepada pelajar dan bakal usahawan. Secara perinciannya, pendedahan kepada kursus pendidikan keusahawanan telah diwajibkan kepada pelajar di institusi pengajian tinggi (IPT). Pendedahan kursus ini bermatlamat bagi membangunkan usahawan muda yang berkemahiran, berpengetahuan dan berupaya menguruskan perniagaan baru (Dutta 2011). Keberkesanan kursus ini dinilai daripada keupayaan pelajar mengikuti modul yang telah dibangunkan dari aspek pemahaman konsep dan ciri keusahawanan (Azian et al. 2017). Bagi melahirkan usahawan digital di kalangan pelajar, pelbagai aktiviti telah dijalankan dengan menjadikan digital sebagai medium untuk mengembangkan bakat dan bidang pembelajaran yang mereka sedang ikuti.

Pelbagai usaha telah dilaksanakan oleh kerajaan dalam membangunkan keusahawanan dalam kalangan usahawan muda (Te et al. 2019). Selaras dengan teras Dasar Keusahawanan Nasional 2030 iaitu mentransformasikan ekosistem perniagaan industri dan usahawan agar seiring dengan revolusi perindustrian 4.0 melalui ekonomi digital dan intelek serta terus kekal relevan dalam memenuhi kehendak ekonomi masa hadapan. Malaysian Global Innovation & Creative Centre (MaGic) menawarkan pelbagai jenis program untuk membimbing graduan dalam menjalan dan mengembangkan lagi perniagaan mereka. Aktiviti pembudayaan, pementapan dan kelestarian keusahawanan telah dijalankan di kolej komuniti berdasarkan Pelan Pengukuhan Keusahawanan Kolej Komuniti 2010-2015 serta program pembudayaan keusahawanan. Pelbagai inisiatif juga telah diberikan oleh Unit Keusahawanan Jabatan Pendidikan Politeknik Kolej Komuniti (JPKK) antaranya *Startup Business Program* yang bermatlamat untuk membantu pelajar menjalankan perniagaan semasa belajar. Melalui program ini, pelajar didedahkan dengan pengalaman menubuhkan perniagaan baharu di samping meningkatkan kemahiran keusahawanan. Seterusnya kolej komuniti juga menawarkan khidmat E-Tech Centre yang berperanan untuk mengenal pasti pelajar yang meminati dan cenderung ke arah bidang keusahawanan. Setelah pelajar yang layak dikenal pasti, mereka diberi bantuan serta sokongan semasa proses penubuhan, pengoperasian dan perkembangan perniagaan. Selain itu, konsep program inkubator Community College Incubator Classroom (CCIC) dan Digital Incubator @ Community College bermatlamat

memberi bimbingan dan bantuan kepada pelajar sehingga mereka mampu mengendalikan operasi perniagaan sendiri. Aktiviti-aktiviti lain yang dijalankan termasuk kursus perniagaan atas talian, bengkel pemasaran strategik serta kerjasama dengan agensi-agensi seperti SMECorp.

Walaupun pelbagai usaha telah dilaksanakan, namun hanya 13.9% graduan usahawan sahaja yang berjaya dilahirkan daripada Kolej Komuniti pada tahun 2018. Ini membuktikan bahawa keberkesanan program ini tidak mencapai sasaran dan perlu mengambil kira kesesuaian latar belakang pendidikan pelajar. Selari dengan data tersebut, Omar et al. (2019) mendapati para graduan berpandangan untuk menjadi usahawan, mereka perlu memberikan komitmen yang tinggi dari segi masa dan wang untuk mencapai tujuan dan matlamat perniagaan tersebut. Seterusnya, graduan lebih cenderung untuk bekerja di industri berbanding menjadi usahawan (Othman & Ishak 2011; Te et al. 2019). Selari dengan dapatan yang dijalankan oleh Hafizun et al. (2018) bahawa pelajar kolej komuniti Segamat tidak memilih bidang keusahawanan sebagai pilihan kerjaya utama walaupun telah mengikuti pelbagai program dan aktiviti pembudayaan keusahawanan, Te et al. (2010) mendapati faktor aspirasi kerjaya menjadi penentu utama yang memainkan peranan dalam mencorakkan kehidupan atau kerjaya seseorang. Ini bermakna, setelah pelajar mengetahui kecenderungan personaliti dan kebolehan diri, maka mereka akan memilih kerjaya tersebut (Abd Samad et al. 2019).

Secara tidak langsung, wujud kelompangan antara usaha kerajaan untuk melahirkan lebih ramai usahawan baru celik teknologi dengan kemahuan sedia ada pelajar menjadi usahawan. Penyelidikan keusahawanan digital masih terhad dilaksanakan dalam kalangan pelajar kolej komuniti di Malaysia. Maka kajian ini bertumpu kepada pelajar kolej komuniti dengan mengambil kira latar belakang Pendidikan dan Latihan Teknikal dan Vokasional (TVET) dengan pengalaman mereka mengikuti program *Digital Incubator @ Community College* (DICC). Kerelevanan ini dikuatkan lagi dengan pengalaman mereka mengendalikan perniagaan berasaskan teknologi digital sepanjang mengikuti program tersebut.

Justeru untuk mengenal pasti kecenderungan keusahawanan digital pelajar kolej komuniti, maka kajian ini dilaksanakan bertujuan untuk mengenal pasti tahap personaliti *Big Six* dan hubungannya dengan kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti di Negeri Sembilan. Persoalan-persoalan dan hipotesis yang diuji dalam kajian ini adalah seperti berikut:

1. Apakah tahap personaliti *Big Six* pelajar Kolej Komuniti di Negeri Sembilan?

2. Apakah tahap kecenderungan keusahawanan digital pelajar Kolej Komuniti di Negeri Sembilan?
3. Adakah terdapat hubungan yang signifikan antara tahap personaliti *Big Six* serta tahap kecenderungan keusahawanan digital pelajar Kolej Komuniti di Negeri Sembilan?

Ho: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tahap personaliti *Big Six* serta tahap kecenderungan keusahawanan digital pelajar Kolej Komuniti di Negeri Sembilan

PERSONALITI *BIG SIX*

Personaliti *Big Six* dalam konteks kajian ini dijadikan penentu atau peramal kepada keinginan keusahawanan digital pelajar. Umumnya, faktor endogen dan exogen serta ciri-ciri keperibadian boleh menyumbang kepada kecenderungan keusahawanan digital dalam mempengaruhi individu untuk membuat keputusan (Singh & DeNoble 2003). Manakala, personaliti mempunyai hubungkait dengan aktiviti meneroka alam pekerjaan yang bersesuaian dengan diri sendiri. Malah, personaliti yang kekal mampu untuk menghasilkan keharmonian dan interkoneksi serta memupuk kesan yang berterusan terhadap tingkah laku psikologi individu. Terdapat 6 elemen yang mempengaruhi pembentukan personaliti pelajar.

Elemen personaliti pertama iaitu kestabilan emosi (*emotional stability*) ditakrifkan sebagai individu yang mempunyai emosi yang stabil walaupun berhadapan dengan tekanan (Zhao & Seibert 2006). Pengkaji lepas bersetuju bahawa untuk menubuh dan menguruskan perusahaan baru, individu perlu mempunyai keyakinan diri sendiri, ketabahan, daya tahan yang tinggi dan mampu untuk mengawal tekanan apabila berhadapan dengan kesukaran (Zhao & Seibert 2006). Hal ini kerana, usahawan bertanggungjawab dalam kejayaan dan kegagalan perusahaan baru mereka. Dalam konteks kajian ini, penting bagi menentukan ketahanan pelajar berhadapan dengan situasi tekanan dalam perniagaan.

Manakala elemen personaliti kedua berkaitan dengan kesungguhan (*conscientiousness*). Elemen ini merujuk kepada individu yang cenderung ke arah efisien, tersusun, sistematik dan praktikal (Antoncic et al. 2018). Antara prinsip bagi dimensi kesungguhan merangkumi kepimpinan, bermatlamat, produktiviti dan keazaman (Irengun & Arikboga 2015). Faktor ini mempunyai hubung kait dengan usahawan kerana untuk menjadi usahawan, individu perlu mempunyai motivasi dan bermatlamat tinggi untuk mencapai impian mereka. Zhao dan Seibert (2006) menyatakan bahawa faktor kesungguhan mempunyai hubungan keusahawanan yang kuat berbanding faktor personaliti *big five* yang lain. Elemen ini digunakan dalam konteks

pelajar kolej komuniti bagi menentukan tahap kecenderungan yang mereka memiliki.

Elemen personaliti ketiga adalah kesepakatan (*agreeableness*) yang menilai tingkah laku dan sikap terhadap individu lain seperti cenderung untuk mempercayai, penyayang dan pemaaf (Zhao & Seibert 2006, Irengun & Arikboga 2015). Individu yang mempunyai tahap kesepakatan tinggi akan menunjukkan perasaan simpati dan bimbang apabila orang lain berhadapan dengan konflik berbanding individu yang mempunyai tahap kesepakatan rendah yang hanya fokus kepada diri sendiri, berasa sangsi dan tidak mempunyai belas kasihan. Usahawan perlu membina hubungan kepercayaan dengan pihak berkepentingan serta ahli pasukan (Irengun & Arikboga 2015).

Manakala ekstraversi (*extraversion*) merujuk kepada elemen personaliti keempat terhadap pembentukan nilai yang energetik, bercita-cita tinggi, peramah dan bersemangat (Farrukh et al. 2016; Faruk et al. 2019) serta menunjukkan ketegasan dan dominasi dalam bersosial. Individu yang seorang extravert lebih sesuai untuk menjadi usahawan berbanding introvert disebabkan, usahawan perlu mempromosikan perusahaannya serta berkongsi idea dengan pekerja mahupun pelabur. Malah, individu extrovert lebih cenderung ke arah kerjaya keusahawanan berbanding perniagaan tradisional (Zhao et al. 2010).

Keterbukaan (*openness*) merupakan ciri-ciri personaliti kelima yang menjelaskan individu perlu mempunyai sifat ingin tahu terhadap konsep dan idea yang baru. Selain itu, individu perlu bersedia untuk mencuba perkara yang baru melalui personaliti mereka yang kreatif dan berimajinasi (Zhao & Seibert 2006; Ariani 2013). Untuk menjadi seorang usahawan, individu perlu mempunyai ciri personaliti keterbukaan. Malah penemuan kajian lepas oleh Antoncic et al. (2015) dan Zhao et al. (2010) mendapati bahawa keterbukaan berjaya menjadi peramal kepada keusahawanan. Oleh itu, kajian ini ingin mengesahkan sama ada elemen personaliti relevan kepada pelajar kolej komuniti.

Elemen personaliti keenam yang dikategorikan sebagai hubungan interpersonal (*interpersonal relationship*) merujuk kepada hubungan individu dengan individu lain melalui cara bersosial (Peng et al. 2015). Malah, jika individu itu menghargai sesuatu hubungan ia dapat mengeratkan lagi hubungan antara manusia. Mei et al. (2017) menyatakan jika tahap hubungan interpersonal individu tinggi, keberangkalian untuk cenderung ke arah keusahawanan tinggi. Secara logiknya, jika individu mempunyai ciri-ciri personaliti ini, individu tersebut mempunyai kemahiran komunikasi yang bagus. Untuk menjadi usahawan, kemahiran komunikasi penting bagi memudahkan untuk memperolehi sokongan seperti dana, informasi, sumber dan mempercepatkan

proses keusahawanan sebagaimana yang disarankan oleh Mei et al. (2017).

Menurut Wan Nawang et al. (2018), personaliti mempengaruhi kecenderungan keusahawanan individu kerana responden kajian mempunyai keazaman, keyakinan diri dan semangat yang tinggi serta sanggup menggorbankan masa dan tenaga untuk memastikan perniagaan yang dijalankan berjaya. Dapatan kajian ini selari dengan Gozukara dan Colakoglu (2016) yang mendapati personaliti menjadi peramal kepada keinginan keusahawanan. Ini membuktikan bahawa faktor sikap iaitu personaliti merupakan antara peramal kepada kecenderungan keusahawanan pelajar. Namun, dapatan kajian yang dijalankan oleh Zaidatol et al. (2001) bertentangan kerana mendapati bahawa ciri personaliti keusahawanan pelajar di Malaysia pada tahap sederhana. Kajian yang berfokuskan kepada ciri-ciri personaliti keusahawanan masih terhad dijalankan terutamanya dalam kalangan pelajar kolej komuniti di Malaysia.

KECENDERUNGAN KEUSAHAWANAN DIGITAL

Umumnya kecenderungan menjadi usahawan digital semakin mendapat perhatian golongan muda terutama pelajar yang sedang menjalankan perniagaan (Bayless & Wright 2017). Galakan kerajaan bagi meramaikan bilangan usahawan digital telah disambut baik oleh masyarakat melalui pemberian bantuan sokongan dan insentif kewangan perniagaan (Omar et al. 2019). Kemajuan teknologi telah membuka peluang yang luas dalam perkongsian maklumat serta ilmu pengetahuan antara individu, ditambah pula dengan kemunculan revolusi industri 4.0 yang memfokuskan kepada penggunaan teknologi secara optimum. Melalui penggunaan teknologi dan digital berupaya mengembangkan pertumbuhan ekonomi sedia serta penglibatan sosial melalui penciptaan idea dan inovasi baru. Kini, penggunaan teknologi dan digital bukan lagi terbatas sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai medium untuk memperolehi informasi serta platform perniagaan atas talian.

Dalam membuat pemilihan kerjaya, individu perlu mengambil kira kecenderungan dan kelebihan yang terdapat dalam diri mereka. Franco et al. (2010) mendapati kecenderungan merupakan konsep utama serta alasan bagi individu untuk membuat pemilihan kerjaya. Manakala Do dan Dadvari (2017) menjelaskan bahawa kecenderungan keusahawanan berkaitan dengan minda yang fokus kepada pemerhatian peribadi serta pengalaman. Individu cenderung ke arah bertingkah laku keusahawanan yang dirancang serta menjadi penentu utama bagi penciptaan keusahawanan yang baru. Sokongan pendidikan keusahawanan menjadi elemen penting dalam memberikan impak

kepada kecenderungan keusahawanan yang dikawal oleh jantina dan umur individu (Maresch et al. 2016).

Kajian mengenai kecenderungan keusahawanan bermatlamat untuk menentukan tingkah laku keusahawanan dan menghasilkan pendidikan keusahawanan yang berkesan (Zhang & Cain 2017). Penemuan kajian oleh Falck dan Woessmann, (2010) dan Wan Nawang (2016) mendapati kecenderungan keusahawanan terhadap bidang keusahawanan adalah tinggi. Dapatan ini selari dengan kajian yang dijalankan oleh Yaacob dan Salki (2018) ke atas pelajar akhir kolej komuniti. Oleh itu, dapat dirumuskan bahawa institusi pendidikan merupakan platform yang paling sesuai bagi mengawal pembentukan watak atau personaliti individu.

TEORI PERSONALITI KOGNITIF-AFEKTIF SISTEM

Teori personaliti kognitif-afektif sistem dijadikan asas kepada keseluruhan proses kajian ini merangkumi pemilihan ciri-ciri personaliti dan hubungannya dengan kecenderungan keusahawanan digital. Teori ini menjelaskan bagaimana individu menggunakan pendekatan psikologi sebagai pengantara yang memberi kesan rangsangan dan seterusnya menghasilkan tingkah laku (Mischel & Shoda 1995). Manakala Proses Kognitif Afektif Sistem (CAPS) merupakan sistem yang menjelaskan mengenai paradoks personaliti (Wundrack 2019). Di dalam teori ini, proses pengantaraan dijelaskan melalui lima unit kognitif afektif. Lima unit kognitif afektif ini merupakan:

- i) Rangsangan iaitu *encoded* di mana mewakili ingatan.
- ii) Jangkaan dan kepercayaan (*expectations and beliefs*) mampu menghasilkan peristiwa yang bermakna.
- iii) *Affects* and *emotions* individu mempengaruhi tingkah laku.
- iv) Tingkah laku individu dipengaruhi oleh matlamat dan nilai (*goals and values*) individu.
- v) Tingkah laku terjadi apabila berlakunya interaksi melalui kompetensi dan peraturan diri (*self-regulation*) serta dengan elemen *encoded*, jangkaan dan kepercayaan, *affects* dan *emotions* serta matlamat dan nilai.

Proses lima unit kognitif ini akan digunakan bagi mengenal pasti sejauh mana tindak balas individu dalam membentuk dan menentukan jenis-jenis personaliti mereka. Teori ini, digunakan bagi mengenal pasti hubungan personaliti individu terhadap kecenderungan kerjaya keusahawanan. Malah, melalui personaliti individu dapat diramalkan tahap keinginan individu terhadap pembentukan tingkah laku dalam

memilih keusahawanan sebagai kerjaya (Nasihah et al. 2018). Oleh itu, teori ini relevan dipilih berdasarkan kajian-kajian literatur berjaya menunjukkan wujudnya hubungan personaliti dengan keinginan kerjaya (Farrukh et al. 2018; Mei et al. 2017).

METODOLOGI

REKA BENTUK DAN SAMPEL KAJIAN

Kajian ini berbentuk kajian korelasi yang bertujuan menentukan hubungan antara tahap personaliti *Big Six* serta tahap kecenderungan keusahawanan digital pelajar Kolej Komuniti di Negeri Sembila. Kajian ini melibatkan seramai 264 pelajar yang sedang mengikut pengajian di dua buah kolej komuniti di Negeri Sembilan daripada 873 populasi pelajar peringkat sijil sebagai sampel. Kaedah persampelan rawak strata berkadar digunakan dan pemilihan dua buah kolej komuniti ini adalah disebabkan jurusan yang ditawarkan adalah pelbagai serta bilangan pelajar yang lebih ramai berbanding tiga buah kolej komuniti lain di Negeri Sembilan. Teknik ini dipilih dengan mengambil kira bilangan populasi pelajar Kolej Komuniti di Negeri Sembilan yang mengambil kursus keusahawanan digital yang tidak seimbang. Selain itu, teknik ini sesuai kerana bilangan populasi yang tidak menunjukkan ketidakseimbangan ciri-ciri bagi suatu masa (Creswell 2005).

JADUAL 2. Profil demografi responden kajian

Profil	Demografi	Kekerapan	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	135	51.1
	Perempuan	129	48.9
Latar belakang keluarga berniaga	Ya	114	43.2
	Tidak	150	56.8

Responden kajian terdiri daripada pelajar di peringkat sijil di dua buah Kolej Komuniti di Negeri Sembilan. Mereka telah telah mengikuti dan mengambil kursus keusahawanan digital. Mengambil kira hal ini, responden didedahkan kepada penumpuan perniagaan, pengalaman dan tingkah laku individu untuk mencapai objektif perniagaan digital. Jadual 1 menunjukkan profil demografi responden kajian. Seramai 264 orang responden terdiri daripada bangsa Melayu, 6 orang bangsa Cina, 3 bangsa India, dan 2 bangsa lain-lain. Responden kajian terdiri daripada 135 pelajar lelaki dan 129 pelajar perempuan yang lingkungan umur di antara 18 hingga 20 tahun. Pelajar jurusan bidang Kejuruteraan, Pembuatan dan Pembinaan sebanyak 112, diikuti dengan Sains, Matematik dan Komputer sebanyak 88 dan Perkhidmatan 64. Manakala latar belakang keluarga

yang tidak berniaga iaitu sebanyak 150 berbanding responden yang mempunyai latar belakang keluarga berniaga iaitu 114.

INSTRUMEN KAJIAN

Instrumen kajian ini adalah soal selidik yang terdiri daripada tiga bahagian. Bahagian A merupakan soalan mengenai demografi sampel kajian (6 item), Bahagian B mengenai personaliti *Big Six* (24 item) dan Bahagian C mengenai kecenderungan keusahawanan digital (5 item). Instrumen bagi pemboleh ubah personaliti *Big Six* diadaptasi daripada Zhang dan Zhou (2006), manakala bagi kecenderungan keusahawanan instrumen ini diadaptasi dan ubah suai daripada Linan (2008) dan Benachenhou dan Boucif (2017). Item diukur dengan menggunakan skala Likert lima mata (1: Sangat Tidak Setuju; 2: Tidak Setuju; 3: Tidak Pasti; 4: Setuju; 5: Sangat Setuju). Instrumen kajian telah melalui proses kesahan kandungan dan muka dinilai oleh dua panel pakar yang berpengalaman luas dalam bidang keusahawanan serta telah melalui kajian rintis ke atas 30 pelajar kolej komuniti. Dapatan kajian rintis menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* mengikut interpretasi Kline (2011) seperti dalam Jadual 2. Tahap nilai kebolehppercayaan konstruk ciri-ciri personaliti *Big Six* yang paling tinggi adalah *extaversion* 0.79 (sangat baik), diikuti dengan *kesungguhan* 0.77 (sangat baik), *kesepakatan* dan *hubungan interpersonal* 0.68 (mencukupi), *kestabilan emosi* 0.67 (mencukupi) dan *keterbukaan* 0.56 (mencukupi). Manakala nilai *Cronbach's Alpha* bagi kecenderungan keusahawanan digital sebanyak 0.97, di mana ia adalah di tahap cemerlang.

JADUAL 2. Interpretasi tahap kebolehppercayaan pemboleh ubah

<i>Cronbach's Alpha</i>	Interpretasi
≥ 0.90	Cemerlang
≥ 0.80	Sangat baik
≥ 0.70	Mencukupi
> 0.50	Tidak dapat dipercayai

Sumber: Kline (2011)

KAEDAH ANALISIS DATA

Data kajian dianalisis secara deskriptif menggunakan min dan sisihan piawai untuk mengenalpasti tahap personaliti *Big Six* dan tahap kecenderungan keusahawanan digital pelajar. Skala interpretasi skor min oleh Nunnally dan Bernstein (1994) telah digunakan untuk meninterpretasi skor min yang diperoleh.

Untuk mengenalpasti hubungan antara kedua-dua konstruk personaliti *Big Six* dan kecenderungan keusahawanan digital pelajar tersebut, analisis inferensi iaitu korelasi Pearson telah dijalankan. Kekuatan hubungan antara konstruk diinterpretasi

menggunakan kaedah Davies (1971), seperti dalam Jadual 4. Analisis- analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan perisian *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* versi 20.

Skor min	Interpretasi
1.00 – 2.00	Sederhana Rendah
2.01 – 3.00	Rendah
3.01 – 4.00	Sederhana Tinggi
4.01 – 5.00	Tinggi

Sumber: Nunnally dan Bernstein (1994)

Nilai pekali kolerasi (<i>r</i>)	Tafsiran pekali kolerasi
0.01 hingga 0.09	Boleh diabaikan
0.10 hingga 0.29	Rendah
0.30 hingga 0.49	Sederhana
0.50 hingga 0.69	Kukuh
0.70 hingga 0.99	Sangat tinggi
1.00	Sempurna

Sumber: Davies (1971)

DAPATAN DAN PERBINCANGAN

TAHAP PERSONALITI *BIG SIX* PELAJAR

Jadual 5 menunjukkan tahap personaliti *Big Six* dalam kalangan pelajar kolej komuniti di Negeri Sembilan.

Secara keseluruhannya, tahap personaliti *Big Six* pelajar adalah berada pada tahap sederhana tinggi.

Secara perinciannya, tahap personaliti *Big Six* ini merangkumi 6 konstruk ciri personaliti iaitu kesepakatan yang berada pada kedudukan paling tinggi (min=3.96, S.P=0.66), berbanding ciri personaliti ekstraversi (min=3.90, S.P=0.70), kestabilan emosi (min=3.89, S.P=0.63), kesungguhan (min=3.84, S.P=0.71), keterbukaan (min=3.68, S.P=0.66) dan hubungan interpersonal yang berada pada kedudukan paling rendah (min=3.64, S.P = 0.59).

Hasil kajian mendapati terdapat empat item dalam konstruk iaitu personaliti kesepakatan, hubungan interpersonal dan kestabilan emosi berada pada tahap kekerapan yang tinggi. Item 19 (konstruk kesepakatan) merupakan paling tinggi iaitu 88.2 peratus pelajar kolej komuniti Negeri Sembilan bersetuju bahawa ikatan kekeluargaan memberikan emosi paling penting dalam semua jenis perhubungan. Seterusnya merupakan, item 21 (hubungan interpersonal), 81.8 peratus, pelajar bersetuju untuk mengekalkan keharmonian dalam komunikasi, yang ketiga merupakan item 2 (kestabilan emosi), 73.1 peratus pelajar bersetuju bahawa akan terus mencuba walaupun keberangskalian untuk berjaya adalah sangat rendah dan akhir sekali bagi pernyataan item 22 (hubungan interpersonal) 76.1 peratus pelajar bersetuju untuk sentiasa mengamalkan sikap “terbaik” apabila berhadapan dengan sebarang masalah. Manakala item 24 (hubungan interpersonal) mendapat persetujuan yang terendah dengan 32.6 peratus yang diwakili dengan pernyataan “Saya akan melakukan sesuatu yang tidak rasional apabila emosi tidak stabil”.

JADUAL 5. Tahap kekerapan dan peratus personaliti pelajar kolej komuniti Negeri Sembilan

Konstruksi	Item	Skala						Min	Sisihan Piawai	Interpretasi Tahap
		TS		KS		S				
		n	%	n	%	n	%			
Kestabilan emosi (<i>Emotional stability</i>)	P1 Saya seringkali berasa bimbang terhadap pembelajaran saya.	6	2.3	77	9.1	181	68.5	3.89	0.63	Sederhana tinggi
	P2 Saya tetap akan mencuba walaupun keberangskalian untuk berjaya adalah sangat rendah.	2	0.8	69	26.2	193	73.1			
	P3 Saya sentiasa yakin dengan apa sahaja yang dilakukan.	1	0.4	87	33	176	66.6			
	P4 Saya mampu untuk mengawal emosi dengan baik tanpa dipengaruhi oleh perubahan emosi.	5	1.9	93	35.3	166	62.9			
	P5 Saya sentiasa menunjukkan sifat kepimpinan dalam aktiviti berpasukan.	3	1.1	82	31.1	179	67.8			
Kesungguhan (<i>Conscientiousness</i>)	P6 Saya sentiasa mampu menggabungkan matlamat peribadi dengan organisasi.	2	0.8	106	40.2	156	59.1	3.84	0.71	Sederhana tinggi
	P7 Saya teliti dalam mengurus semua yang dilakukan.	1	0.4	81	30.7	182	68.9			
	P8 Saya mempunyai keupayaan dalam melaksanakan tugas di lapangan.	1	0.4	71	26.9	192	72.7			
Kesepakatan (<i>Agreeableness</i>)	P9 Saya tidak menyalahkan orang lain jika sesuatu tugas gagal	5	1.9	105	39.8	154	58.3	3.96	0.66	Sederhana tinggi

s)	disempurnakan mengikut jangkaan. P10 Saya mudah bergaul tanpa menguriskan perasaan orang lain.	3	1.1	85	32.2	176	66.7			
	P11 Saya berpandangan bahawa ikatan kekeluargaan memberikan emosi paling penting dalam semua jenis perhubungan.	1	0.4	30	11.3	233	88.2			
Ekstraversi (<i>Extraversion</i>)	P12 Saya selalu aktif berkomunikasi apabila bersama dengan orang lain.	1	0.4	62	23.5	201	76.1	3.90	0.70	Sederhana tinggi
	P13 Saya selalu membuat apa yang dimahukan dalam aktiviti berkumpul.	2	0.8	63	23.9	199	75.4			
	P14 Saya sering bercakap banyak dalam sesuatu aktiviti kumpulan	4	1.5	91	34.4	169	64			
Keterbukaan (<i>Openness</i>)	P15 Saya sentiasa berfikir di luar kebiasaan	1	0.4	109	41.3	154	58.3	3.68	0.66	Sederhana tinggi
	P16 Saya sentiasa menggunakan produk elektronik terkini	3	1.1	99	37.5	162	61.4			
	P17 Saya seringkali berbelanja secara berlebihan	7	2.7	124	47	133	50.3			
Hubungan interpersonal (<i>Interpersonal relationship</i>)	P18 Saya bersikap optimis apabila berhadapan dengan masalah kehidupan	1	0.4	97	36.8	166	62.8	3.64	0.59	Sederhana tinggi
	P19 Saya berasa letih apabila banyak perkara yang perlu dipertimbangkan.	4	1.5	101	38.3	159	60.3			
	P20 Saya mampu menangani konflik dalam hubungan interpersonal.	3	1.1	91	34.5	170	64.4			
	P21 Saya sentiasa cuba untuk mengekalkan keharmonian dalam berkomunikasi.	1	0.4	47	17.8	216	81.8			
	P22 Saya sentiasa mengamalkan sikap “terbaik” apabila berhadapan dengan sebarang masalah.			63	23.8	201	76.1			
	P23 Saya sanggup melakukan apa sahaja untuk mendapatkan penghargaan orang lain.	28	10.6	108	40.9	128	48.5			
	P24 Saya akan melakukan sesuatu yang tidak rasional apabila emosi tidak stabil.	48	18.2	130	49.5	86	32.6			

TAHAP KECENDERUNGAN KEUSAHAWANAN DIGITAL PELAJAR

Jadual 6 menunjukkan kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar kolej komuniti di Negeri Sembilan.

Secara keseluruhannya, tahap kecenderungan keusahawanan digital pelajar adalah berada pada tahap sederhana tinggi, iaitu min = 3.40 dengan nilai sisihan piawaian 0.99. Analisis terperinci menunjukkan kekerapan setiap item bagi pelajar kolej komuniti bermula dengan peratusan persetujuan yang tertinggi sehingga terendah. Item 1 sebanyak 55 peratus responden telah menyatakan setuju melakukan apa sahaja untuk menjadi usahawan manakala item 2 mendapat persetujuan yang terendah dengan 45.8 peratus yang diwakili dengan pernyataan “Matlamat kerjaya professional saya adalah untuk menjadi seorang usahawan.”

Oleh itu, pelajar kolej komuniti di Negeri Sembilan belum mencapai tahap keyakinan dan pemikiran untuk memilih bidang keusahawanan digital sebagai kerjaya mereka apabila tamat pengajian kelak. Malah, rata-rata responden kajian tidak terfikir untuk memulakan perniagaan sendiri dan tidak bersedia untuk berkorban dalam menjadi usahawan digital. Pernyataan ini disokong oleh Omar dan Ahmad Dimiyati (2019) yang mendapati bahawa kecenderungan keusahawanan digital memerlukan individu itu untuk merancang kewangan, pengorbanan waktu, kemampuan diri, komitmen dan kemahiran bagi mencapai objektif perniagaan serta untuk mendapatkan pulangan. Sebahagian besar daripada responden kajian menyatakan bahawa sanggup melakukan apa sahaja untuk menjadi usahawan. Kenyataan ini bertepatan dengan kajian yang dijalankan oleh Henderson dan Robertson (2000) terhadap individu remaja yang memilih kerjaya keusahawanan disebabkan boleh memperolehi keuntungan yang banyak dan menjadi pengarah.

JADUAL 6. Tahap kecenderungan keusahawanan digital pelajar kolej komuniti Negeri Sembilan

Item	Skala						Min	Sisihan Piaiwai	Interpretasi Tahap
	TS		S		SS				
	n	%	n	%	n	%			
KK1 Saya sanggup melakukan apa sahaja untuk menjadi usahawan.	7	2.7	113	42.8	121	45.8	3.40	0.99	Sederhana tinggi
KK2 Matlamat kerjaya professional saya adalah untuk menjadi seorang usahawan.	24	9.1	119	45.1	121	45.8			
KK3 Saya akan berusaha untuk memulakan firma keusahawanan sendiri.	18	6.8	121	45.8	124	46.9			
KK4 Saya mempunyai tekad yang tinggi untuk memulakan perniagaan.	16	6.1	114	43.1	134	50.7			
KK5 Saya memilih untuk menjadi usahawan berbanding bekerja makan gaji di syarikat.	20	7.6	108	41	136	51.5			

HUBUNGAN PERSONALITI *BIG SIX* DENGAN
KECENDERUNGAN KEUSAHAWANAN DIGITAL PELAJAR
KOLEJ KOMUNITI DI NEGERI SEMBILAN

Jadual 7 menunjukkan hasil analisis korelasi Pearson bagi menentukan hubungan antara personaliti *Big Six* dengan kecenderungan keusahawanan digital pelajar kolej komuniti.

Hasil analisis menunjukkan bahawa terdapat hubungan antara personaliti *Big Six* dengan kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti di Negeri Sembilan. Namun secara perinciannya, wujud hubungan dengan kekuatan yang sederhana antara ciri personaliti hubungan interpersonal ($r = 0.329$, $p < 0.05$) dan kesungguhan ($r = 0.308$, $p < 0.05$) dengan kecenderungan keusahawanan digital. Sebaliknya terdapat hubungan dengan kekuatan yang rendah antara ciri personaliti kesepakatan ($r = 0.142$, $p > 0.05$), ekstraversi ($r = 0.214$, $p < 0.05$), kestabilan emosi ($r = 0.223$, $p < 0.05$) dan keterbukaan ($r = 0.247$, $p < 0.05$) dengan kecenderungan keusahawanan digital. Ini bermakna wujud hubungan positif signifikan dengan kekuatan sederhana antara personaliti dengan kecenderungan keusahawanan digital.

Dapatan ini selari dengan Mei et al. (2017) yang melaporkan hubungan interpersonal dianggap sebagai peramal kepada karakteristik orang Asia dan China yang berdasarkan teori kognitif-afektif sistem dan tingkah laku. Manakala, keterbukaan mempunyai hubungan yang lemah dengan kecenderungan keusahawanan digital ($r = 0.025$, $p = > 0.05$). Dapatan ini selari dengan Hmieleski dan Corbett (2008) di mana keterbukaan tidak mempunyai hubungan secara langsung dengan kecenderungan keusahawanan. Selain itu, dapatan ini menyokong hasil kajian yang dijalankan oleh Idris (2009) iaitu ciri-ciri keusahawanan dalam diri individu mempunyai hubungan yang positif dengan kecenderungan keusahawanan serta selari dengan kajian oleh Wan Syukry (2004) terdapat hubungan yang signifikan

antara personaliti dengan kecenderungan keusahawanan pelajar Universiti Utara Malaysia.

JADUAL 7. Ujian kolerasi Pearson

Pemboleh ubah	Kecenderungan keusahawanan digital	
	r	p
Kestabilan emosi	0.223	0.000
Kesungguhan	0.308	0.000
Kesepakatan	0.142	0.021
Ekstraversi	0.214	0.000
Keterbukaan	0.247	0.000
Hubungan interpersonal	0.329	0.000

*signifikan pada nilai $p < 0.05$

KESIMPULAN

Kajian ini menentukan tahap personaliti *Big Six* dan tahap kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti, serta hubungan antara kedua-duanya. Dapatan menunjukkan kedua-dua tahap personaliti *Big Six* dan kecenderungan keusahawanan digital dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti adalah berada pada tahap sederhana tinggi. Dapatan juga menunjukkan bahawa wujud hubungan positif signifikan dengan kekuatan sederhana antara personaliti dengan kecenderungan keusahawanan digital. Dapatan kajian ini mengukuhkan lagi andaian dalam Teori Personaliti Kognitif-Afektif Sistem (Mischel & Shoda 1995) mengenai tindakan individu dalam membuat keputusan untuk bergiat dalam bidang keusahawanan. Berdasarkan elemen-elemen di dalam teori ini, didapati elemen emosi dan afeksi serta matlamat dan nilai mempengaruhi tingkah laku individu. Dapatan ini memberikan implikasi kepada pihak kolej komuniti dalam membina kursus keusahawanan yang selari dengan keupayaan pelajar. Kursus keusahawanan yang dijalankan perlu diukur berdasarkan ciri-ciri personaliti pelajar supaya berjaya mencapai sasaran kursus. Pihak kolej komuniti juga

boleh membuat saringan awal bagi memilih pelajar yang berminat untuk meneruskan aktiviti perniagaan dan inovasi keusahawanan. Oleh itu, pihak institusi memainkan peranan penting dalam memberikan pendedahan kepada pelajar dan memupuk minat keusahawanan.

RUJUKAN

- Abd Samad, S., Othman, M. K. & Kasa, M. D. 2019. Pembangunan Kerangka Konseptual Kajian Aspirasi Kerjaya. *MALIM: Jurnal Pengajian Umum Asia Tenggara* 20(2019): 64-73, 20, 64–73.
- Antoncic, B., Bratkovic Kregar, T., Singh, G., & DeNoble, A. F. 2015. The big five personality–entrepreneurship relationship: evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819-841.
- Antoncic, J. A., Antoncic, B., Grum, D. K., & Ruzzier, M. 2018. The Big Five Personality Of The Sme Manager And Their Company’S Performance. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 23(04), 1850021.
- Ariani, D. W. 2013. Personality and learning motivation. *European Journal of Business and Management*, 5(10).
- Azian, M., Che, H., Ariza, C., & Kasim, C. 2017. Entrepreneurial Intention Among Students From Kolej Komuniti In Kelantan. *Journal of Life Long Learning*, 1(1), 16–29.
- Bayless, M. L., & Wright, C. 2017. An Analysis of the Team Experiences of Face-to-Face and Online Business Students. *Journal of Research in Business Information Systems*, 131.
- Benachenhou, S. M & Boucif, S. A. 2017. The role of the theory of planned behavior in the interpretation of Master students entrepreneurial intention. *Revue Algérienne d’économie et de management*, 9, 138-151.
- Creswell, J. W. 2005. *Educational Research (4th) Planning, Conducting and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4th ed.). Upper Saddle River, NJ: Merrill/Pearson Education.
- Davies, J. A. 1971. *Elementary survey analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Do, B. R., & Dadvari, A. 2017. The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 185-191.
- Dutta, D.K., Li, J., & Merenda, M. 2011. Fostering Entrepreneurship: Impact of Specialization and Diversity in Education. *International Entrepreneurship Management Journal*, 7(2011): 163-179.
- Falck, O. & Woessmann, L. 2010. School competition and students’ entrepreneurial intentions: International evidence using historical Catholic roots of private schooling. Program on Education Policy and Governance Working Papers Series.
- Farrukh, M., Alzubi, Y., Shahzad, I. A., Waheed, A., & Kanwal, N. 2018. Entrepreneurial Intentions: The role of Personality Traits in Perspective of Theory of Planned Behaviour. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 399–414. <https://doi.org/10.1108/APJIE-01-2018-0004>
- Faruk, Ş., Karadağ, H., & Tuncer, B. 2019. Big five personality traits, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: a configurational approach.
- Franco, M., Haase, H., & Lautenschlager, A. 2010. Students’ Entrepreneurial Intentions: an inter-regional comparison. *Education + Training*, 52 (4), 260-275.
- Gozukara, I., & Colakoglu, N. 2016. Enhancing entrepreneurial intention and innovativeness of university students: the mediating role of entrepreneurial alertness. *International Business Research*, 9(2), 34-45.
- Hafizun, A., Rashid, A., Mupit, D. S., & Rahim, M. A. 2018. Kecenderungan Pelajar terhadap Keusahawanan di Kolej Komuniti Segamat 2. *BITARA Inter*, 1(3), 31–42.
- Irengun, O. & Arikboga, S. 2015. The Effect of Personality Traits on Social Entrepreneurship Intentions: A Field Research. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1186-1195
- Kline, R. B. 2011. *Methodology in the Social Sciences*. Principles and practice of structural equation modeling (3rd ed.). Guilford Press.
- Linan, F. 2008. Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257-272.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. 2016. The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological forecasting and social change*, 104, 172-179.
- Mei, H., Ma, Z., Jiao, S., Chen, X., Lv, X., & Zhan, Z. 2017. The Sustainable Personality in Entrepreneurship: The Relationship Between Big Six Personality, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention in the Chinese Context. *Sustainability (Switzerland)*, 9(9), 5–8. <https://doi.org/10.3390/su9091649>
- Mischel, W., & Shoda, Y. 1995. A Cognitive-Affective System Theory of Personality: Reconceptualizing Situations, Dispositions, Dynamics, and Invariance in Personality Structure. *Psychological Review*, 102(2), 246–268. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.102.2.246>
- Nasihah Sulaiman, Radin Siti Aishah Radin A. Rahman & Norasmah Othman. 2018. The Relationship between Entrepreneurial Skills and Entrepreneurial Intentions Among Secondary School Students. *International Journal of Education, Psychology and Counseling*, 3(21), 40–50
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. 1994. *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill..
- Omar, F. I., A. Rahim, S., & Ahmad Dimyati, H. 2019. Analisis Pola Penyertaan Digital ICT dan Transformasi Keusahawanan. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(2), 314–330. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2019-3502-19>

- Othman, N. H., & Ishak, S. 2011. Kecenderungan terhadap pemilihan kerjaya keusahawanan mengikut persepsi peserta skim usahawan siswa. *Sains Humanika*, 56(1).
- Peng, Y. L., Kong, R., & Turvey, C. G. 2015. *Impacts of self-efficacy on perceived feasibility and entrepreneurial intentions: Empirical evidence from China* (No. 1008-2016-79835).
- Singh, G., & DeNoble, A. 2003. Views on self-employment and personality: An exploratory study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8(3), 265-281.
- Te, T. S., Abdullah, A., & Rashid, A. M. 2019. Pengaruh faktor terpilih terhadap aspirasi kerjaya keusahawanan dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti (The Influence of Selected Factors toward Entrepreneurial Career Aspirations among Students of Community Colleges). *Akademika*, 89(3).
- Wan Nawang, M. Z. W., Sa'at, N. H., Ahmad, S., & Mamat, I. 2016. Kecenderungan Keusahawanan dalam Kalangan Pelajar Sekolah Menengah di Negeri Terengganu (The Intention Entrepreneurship Among Secondary School Students in State of Terengganu). *Jurnal Pendidikan Malaysia (Malaysian Journal of Education)*, 41(1), 87-98.
- Wan Nawang, W. M. Z., Mamat, I., & Sa'at, N. H. 2018. The Relationship between Predictor Factors and Career Inclination of Entrepreneurship among Program Tunas Niagamembers. *AKADEMIKA*, 88(3), 19-31.
- Wang, J. H., Chang, C. C., Yao, S. N., & Liang, C. 2016. The Contribution of Self-Efficacy to the Relationship Between Personality Traits and Entrepreneurial Intention. *Higher Education*, 72(2), 209-224. <https://doi.org/10.1007/s10734-015-9946-y>
- Wundrack, R. 2019. Situatedness in Personality, Attitude & Rationality Research—from Case Studies Towards Criteria of Situated Models in Cognitive Psychology.
- Yaacob, Z., & Salki, M. K. M. 2018. Meramal Kecenderungan Keusahawanan dalam Kalangan Pelajar Berdasarkan Karakteristik Individu dan Pendidikan Keusahawanan. *Perspektif: Jurnal Sains Sosial dan Kemanusiaan*, 10(2), 45-57.
- Zaidatol, A., Bakar, A. R., & Konting, M. M. 2001. Pelaksanaan pendidikan keusahawanan di Malaysia: Kesan terhadap aspirasi keusahawanan pelajar. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*, 10(1), 53-61.
- Zhang, J. X. & Zhou, M. J. 2006. The exploration of Chinese personality structure: The six factors hypothesis of personality traits. *Adv. Psychological Science* 14, 574-585
- Zhang, P., & Cain, K. W. 2017. Reassessing the Link Between Risk Aversion and Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of the Determinants of Planned Behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(5), 793-811. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-08-2016-0248>
- Zhao, H., & Seibert, S. E. 2006. The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A meta-Analytical Review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. 2010. The relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review. *Journal of Management*, 36(2), 381-404. <https://doi.org/10.1177/0149206309335187>

Nur Fardeana Arifin
Fakulti Pendidikan
Universiti Kebangsaan Malaysia
Emel: p91469@siswa.ukm.edu.my

Radin Siti Aishah Radin A Rahman
Fakulti Pendidikan
Universiti Kebangsaan Malaysia
Emel: radin@ukm.edu.my

Norasmah Othman
Fakulti Pendidikan
Universiti Kebangsaan Malaysia
Emel: lin@ukm.edu.my

*Pengarang untuk surat-menyurat, emel: p91469@siswa.ukm.edu.my