

NIAT DAN KEINGINAN DENGAN PENYERTAAN DALAM LATIHAN KEUSAHAWANAN: PERKAITAN ANTARA FAKTOR

Nan Zakiah Megat Ibrahim
Che Su Mustafa
Mohd Khairie Ahmad

Pusat Pengajian Teknologi Multimedia
dan Komunikasi, Universiti Utara
Malaysia, 06010, Sintok Kedah, Malaysia.
Tel: 019-4379522
zz_nan@yahoo.com.my,
chesu402@uum.edu.my,
khairie@uum.edu.my

ABSTRAK

Faktor niat keinginan merupakan faktor yang menyumbang kepada penyertaan dalam latihan. Walau bagaimanapun, kajian-kajian lepas telah membuktikan bahawa masih kurang kajian yang membuktikan bahawa niat dan keinginan menjadi faktor penyumbang kepada penyertaan. Oleh yang demikian, kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti hubungan di antara niat dan keinginan dengan penyertaan dalam latihan. Kajian ini mengaplikasikan kaedah kuantitatif melalui kaedah tinjauan dengan menggunakan soal selidik. Responden yang terlibat dalam kajian ini terdiri daripada peserta latihan keusahawanan ICT yang dianjurkan oleh pihak MARA di Terengganu. Seramai 373 responden yang terlibat bagi tujuan kajian ini. Dapatan kajian mendapati terdapat hubungan yang signifikan di antara niat dan keinginan dengan penyertaan dalam latihan. Secara keseluruhannya

kajian menyumbang kepada bidang komunikasi melalui pembentukan pemboleh ubah yang lebih komprehensif berkaitan dengan penyertaan dalam latihan dan membantu memperkembangkan lagi teori dengan kepelbagaian isu berkaitan.

Kata kunci: niat dan keinginan, penyertaan, latihan, ICT

1. PENGENALAN

Perkembangan konsep inovasi telah lama menjadi isu di setiap negara sejak dahulu lagi kerana ia di anggap sebagai tunjang kepada tahap kemajuan sesebuah negara. Inovasi bukan hanya dilihat dari satu sudut sahaja bahkan ianya dinilai dalam kepelbagaian aspek sama ada dalam konteks masyarakat, individu mahu pun organisasi. Dalam konteks masyarakat luar bandar umumnya, inovasi amat penting bagi mereka kerana ianya dianggap sebagai kemajuan yang menunjukkan kesamarataan mereka dengan masyarakat bandar yang lebih terdedah dengan lebih cepat berkaitan dengan inovasi terutamanya dalam konteks penggunaan Teknologi Komunikasi dan Maklumat (ICT). Masyarakat luar bandar amat memerlukan latihan ICT kerana mereka lebih memerlukan pendedahan yang lebih meluas dan ini dapat dilihat melalui pengenalan inovasi melalui latihan ICT yang menggunakan agen pembangunan seperti Majlis Amanah Rakyat (MARA) untuk melaksanakan latihan tersebut. Bagi Rogers (1962) yang merupakan salah seorang sarjana yang

begitu aktif membincangkan tentang inovasi dan perkembangannya sehingga menegaskan bahawa pelaksanaan inovasi memerlukan adopsi secara aktif sama ada dalam diri individu, masyarakat mahu pun organisasi (Tornazky & Klein, 1982). Rogers dan Shoemaker (1971) menegaskan bahawa terdapat beberapa ciri-ciri awal inovasi yang diperlukan untuk memastikan inovasi yang dilaksanakan perlu meliputi aspek kebaikan relatif, kos, kompleksiti dan kesan inovasi.

Inovasi sering dilihat sebagai pengaplikasian idea-idea baru kepada pembentukan produk, proses atau aspek-aspek lain yang berkaitan dengan nilai-nilai organisasi yang mementingkan pencapaian kemajuan melalui inovasi. Penyertaan individu atau kelompok dalam sesuatu inovasi memerlukan peranan organisasi sokongan yang bertanggungjawab sebagai pelaksana kepada proses inovasi yang dijalankan (Rogers, 2003). Kebiasaannya organisasi yang dilantik menjalankan tanggungjawab melalui menggalakkan penyertaan masyarakat untuk melibatkan diri secara langsung dan tidak langsung dengan menghasilkan suatu inovasi yang dapat membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat ke arah yang lebih baik.

Isu niat dan keinginan penerima merupakan pra-syarat kepada penyertaan ke dalam kelompok masyarakat (Michener, 1998; von Hippel & Katz, 2002; Franke & Piller, 2003). Menurut Pavlou dan Fygenson (2006) niat

dan keinginan yang positif akan dapat menghasilkan masyarakat yang lebih terbuka untuk menerima inovasi yang dibawa oleh agen pembangunan. Niat dan keinginan yang negatif pula secara tidak langsung menyebabkan wujudnya percanggahan terhadap pelaksanaan program pembangunan masyarakat (Usoro, Sharratt, Tsui & Shekhar, 2007). Kajian berkaitan niat dan keinginan penting untuk dikaji kerana niat dan keinginan adalah proses utama dalam mewujudkan suatu tingkah laku dalam kalangan individu dan memerlukan penelitian yang lebih lanjut (Friedman, 1998; Michener, 1998; Wasko & Faraj, 2000; Baggozi & Dholakia, 2002; Dreyer, 2007).

Selain itu juga, niat dan keinginan masyarakat itu sendiri untuk menerima inovasi sebagai suatu pembaharuan dan penambahbaikan dalam kehidupan mereka juga dikenalpasti sebagai isu yang penting dan seringkali dikaitkan dengan inovasi (Ostermus, 1997; Scheir & Prugl, 2008). Seringkali agen pembangunan menegaskan bahawa, masyarakat yang tidak memiliki niat dan keinginan mendalam untuk menerima dan menambak kehidupan mereka dengan menerima inovasi menimbulkan masalah kepada penyerapan inovasi umumnya dalam kalangan masyarakat luar bandar. Ini menyebabkan proses penerimaan inovasi dalam kalangan masyarakat bergerak secara perlahan dan menyukarkan agen pembangunan untuk

menyerap inovasi tersebut (Bhate & Lawler, 1997; Trope & Libberman, 2003).

Kajian terhadap isu niat dan keinginan yang dikaji sebelum ini dilihat lebih memfokuskan kepada niat dan keinginan sebagai proses yang dapat menyumbang kepada tingkahlaku individu di dalam sesuatu isu (Tuomela, 1995; Perugoni & Bagozzi, 2001). Namun begitu pengkaji-pengkaji lepas menegaskan bahawa masih agak kurang dapatan yang memperlihatkan bahawa niat dan keinginan sebagai faktor yang mampu mengubah sikap masyarakat untuk menyertai program pembangunan yang dijalankan oleh pihak kerajaan (Balasubramanian & Mahajan, 2001; Bagozzi & Dholakia, 2002; Ojala, 2012). Oleh yang demikian, kajian ini cuba memenuhi keperluan terhadap kajian yang menekankan kepada niat dan keinginan terhadap penyertaan dalam latihan program pembangunan ICT yang dijalankan sebagaimana yang ditekankan oleh pengkaji seperti Hoffman dan Novak (1996) serta Van Zomeren, Postmes dan Spears (2014). Lompangan terhadap kajian-kajian yang memfokuskan kepada pengenalan sama ada faktor niat dan keinginan menyumbang kepada penyertaan dalam latihan menyebabkan kajian ini dijalankan untuk meneliti sama ada faktor niat dan keinginan menyumbang kepada penyertaan dalam latihan dan seterusnya mewujudkan adopsi inovasi (Wrightsen, 2009; Ojala, 2012; Van Zomeren,

Postmes & Spears, 2014) umumnya dalam kalangan peserta latihan keusahawanan MARA.

Isu penyertaan masyarakat seringkali diberikan perhatian apabila inovasi diperkenalkan (Secher, 2006) terutama sekali apabila melibatkan latihan. Kajian berkaitan penyertaan dalam latihan seringkali dihubungkan dengan penggunaan peralatan inovasi, kaedah inovasi, amalan inovasi dan juga penggunaan teknologi yang menyumbang kepada polisi baru kerajaan (Macintosh, 2004; Gronlund & Horan, 2005; Fuchs, 2006). Macintosh (2004) menghujahkan bahawa penyertaan masyarakat menjadi amalan tradisi penting di negara yang mengamalkan sistem demokrasi kerana ini memudahkan tarikan kepada masyarakat untuk melibatkan diri dalam sesuatu aktiviti berdasarkan hak untuk menyatakan pendapat masing-masing berkaitan dengan aktiviti yang diadakan. Namun begitu masih kurang kajian dalam bidang pembangunan yang meneliti isu berkaitan dengan penyertaan dalam latihan ICT (Macintosh & Whyte, 2008; Liotas & Tarabanis, 2008; Mohan, 2015) menyebabkan penelitian sebegini perlu dilakukan bagi mengenal pasti secara lebih mendalam faktor-faktor berkaitan penyertaan masyarakat dalam latihan untuk mengadopsi inovasi. Sehubungan dengan itu, kajian ini dijalankan untuk memenuhi lompangan terhadap kajian yang masih kurang memfokuskan kajian berkaitan

dengan penyertaan dalam latihan ICT di mana kajian ini berkaitan dengan penyertaan dalam latihan keusahawanan ICT yang dianjurkan oleh MARA.

2. OBJEKTIF KAJIAN

Berdasarkan permasalahan kajian, objektif kajian berikut dibentuk:

- i) Mengetahui pasti sama ada terdapat hubungan yang signifikan di antara niat dan keinginan dengan penyertaan dalam latihan ICT yang dianjurkan oleh MARA.

3. METOD KAJIAN

Kajian ini mengaplikasikan kaedah kuantitatif dengan menggunakan kaedah tinjauan melalui pengedaran soal selidik. Menurut Saunders, Lewis dan Thornhill (2007), antara kebaikan menggunakan kaedah tinjauan ini ialah:

- i) Dapat memastikan kepelbagaian maklumat dapat dikumpulkan dalam satu jangka masa yang singkat.
- ii) Melibatkan sampel yang ramai dengan kos yang sederhana.
- iii) Kaedah ini mudah dikendalikan.
- iv) Perbandingan antara kajian menjadi lebih terperinci serta tahap objektiviti yang lebih tinggi.

Instrumen berkaitan dengan niat dan keinginan dikemukakan oleh Eagly dan Chaiken (1993), Bagozzi dan Warshaw (1990) dan Taylor dan Todd (1995). Gabungan kesemua item-item yang berkaitan dengan niat (16 item) dan keinginan (6 item) ini menjadikan keseluruhan item berjumlah 20 item. Instrumen penyertaan dalam latihan telah dikemukakan oleh Olson dan Ives (1980). Item yang mewakili instrumen melibatkan 24 item. Skala pengukuran yang digunakan bagi tujuan kajian ini melibatkan penggunaan skala Likert tujuh pilihan dengan pilihan skala yang bermula dengan skala Sangat Tidak Setuju (STS) sehingga Sangat Setuju (SS).

4. HASIL KAJIAN

- i) Hasil analisis kebolehpercayaan instrumen

Hasil analisis di dalam Jadual 1 menunjukkan nilai alfa bagi pemboleh ubah niat dan keinginan menunjukkan nilai alfa yang diperolehi ialah $\alpha = .96$. Bagi dimensi niat menunjukkan $\alpha = .96$ manakala bagi dimensi keinginan pula menunjukkan $\alpha = .91$. seterusnya, pemboleh ubah penyertaan dalam latihan pula menunjukkan $\alpha = .89$. Terdapat tiga dimensi utama yang dikategorikan di bawah pemboleh ubah ini yang meliputi dimensi penyertaan rendah ($\alpha = .84$), penyertaan sederhana ($\alpha = .84$) dan juga penyertaan tinggi ($\alpha = .85$).

Jadual 1: Nilai Alfa bagi Setiap Pemboleh Ubah

Dimensi Mengikut Pemboleh Ubah	Jumlah Item	α
Niat dan keinginan	22	.96
1. Niat	16	.96
2. Keinginan	6	.91
Penyertaan dalam latihan	24	.89
1. Rendah	5	.84
2. Sederhana	7	.84
3. Tinggi	12	.85

ii) Hasil analisis korelasi

Perbincangan dalam bahagian ini melibatkan hubungan antara pemboleh ubah secara keseluruhan dan dimensi. Pengujian hipotesis adalah seperti berikut.

H1: Terdapat hubungan di antara niat dan keinginan dengan penyertaan dalam latihan ICT anjuran MARA.

Jadual 2 menunjukkan hasil analisis korelasi di antara pemboleh ubah niat dan keinginan dengan penyertaan dalam latihan ICT anjuran MARA. Hasil analisis mendapati bahawa terdapat hubungan yang signifikan, positif tetapi lemah di antara niat dan keinginan dengan penyertaan dalam latihan ICT yang dianjurkan oleh pihak MARA kepada usahawan-usahawan ($r=.30, p<.01$). Dapatan ini merumuskan bahawa semakin tinggi niat dan keinginan dalam diri peserta, maka semakin tinggi penyertaan dalam latihan keusahawanan ICT anjuran MARA. Dapatan ini menyokong hipotesis kajian yang telah dibentuk.

H1a: Terdapat hubungan di antara niat dengan penyertaan dalam latihan ICT anjuran MARA.

Dapatan kajian juga berkaitan dengan dimensi niat dengan penyertaan dalam latihan ICT, mendapati terdapat hubungan yang signifikan, positif dan sederhana kuat di antara niat dengan penyertaan dalam latihan ICT ($r=.31, p<.01$). Ini membuktikan bahawa semakin tinggi tahap kesedaran sosial yang wujud dalam diri peserta latihan MARA untuk memberikan komitmen dalam latihan keusahawanan ICT, maka semakin tinggi penyertaan mereka dalam latihan keusahawanan yang dianjurkan oleh pihak MARA. Oleh yang demikian, hipotesis kajian yang dibentuk adalah diterima. Hasil analisis seperti dalam Jadual 2.

H1b: Terdapat hubungan di antara keinginan dengan penyertaan dalam latihan ICT anjuran MARA.

Analisis korelasi yang dijalankan turut mendapati bahawa terdapat hubungan yang signifikan, positif tetapi lemah di antara

keinginan peserta latihan MARA dengan penyertaan dalam latihan ICT ($r=.10$, $p<.01$). Dapatan ini membuktikan bahawa semakin tinggi perasaan ingin mencuba dalam diri usahawan-usahawan MARA, maka semakin

tinggi penyertaan mereka dalam latihan keusahawan ICT yang dianjurkan oleh pihak MARA. Hasil analisis ini menyokong hipotesis kajian yang telah dibentuk (Jadual 2).

Jadual 2: Analisis Korelasi Bagi Niat dan Keinginan dengan Penyertaan dalam Latihan

		Niat dan keinginan		Dimensi Niat	Dimensi Keinginan
Penyertaan	r	.30**		.31**	.10**
	n	373		373	373
	p	.01		.01	.01

** $p>.01$

5. PERBINCANGAN DAN RUMUSAN

Dapatan kajian telah membuktikan bahawa terdapat hubungan yang signifikan, positif tetapi lemah di antara niat dan keinginan dengan penyertaan dalam latihan ICT yang dianjurkan oleh pihak MARA. Ini menjelaskan bahawa semakin tinggi niat dan keinginan dalam diri usahawan-usahawan untuk menyertai program keusahawanan MARA, maka semakin tinggi penyertaan peserta latihan dalam program latihan keusahawanan yang diadakan. Walaupun hubungan di antara kedua-dua pemboleh ubah adalah lemah, namun masih dapat menggambarkan bahawa niat dan keinginan turut menyumbang kepada peningkatan penyertaan usahawan-peserta latihan.

Sebagaimana kajian-kajian lepas telah menjelaskan bahawa faktor ini penting dalam konteks penyertaan, begitu juga dengan kajian ini. Isu kesedaran sosial dan

perasaan ingin mengubah sesuatu untuk menjadi lebih baik merupakan elemen yang sangat diperlukan untuk membantu dalam menggalakkan keterlibatan peserta latihan dalam latihan keusahawanan ICT yang dianjurkan. Dalam memupuk kesedaran sosial bahawa pentingnya latihan keusahawanan ini perlu diterapkan melalui pemujukan yang dilakukan oleh pihak MARA yang mana secara tidak langsung akan dapat mewujudkan perasaan ingin mencuba dan menerima latihan keusahawanan ICT sebagai salah satu inisiatif yang dilakukan untuk meningkatkan lagi taraf hidup masyarakat setempat umumnya dalam kalangan peserta latihan. Dapatan kajian ini selaras dengan kajian yang pernah dijalankan oleh pengkaji seperti Mushi (1998) yang menyatakan bahawa niat dan keinginan dikenalpasti sebagai kuasa masyarakat untuk melibatkan diri dalam program pembangunan yang dilaksanakan oleh agen pembangunan.

Niat dan keinginan dikatakan boleh membantu dalam mewujudkan masyarakat yang berpuas hati dengan program pembangunan yang dijalankan dan seterusnya dapat memastikan masyarakat terus melibatkan diri dalam program pembangunan yang dijalankan (Nelson & Wright, 1995). Kajian oleh Marsland (2006) pula menyatakan bahawa niat dan keinginan masyarakat untuk mengikuti program pembangunan akan mempengaruhi juga penerimaan masyarakat yang merasakan bahawa pembangunan yang dijalankan di kawasan setempat adalah pemilikan mereka sendiri bukannya untuk kepentingan pihak kerajaan semata-mata. Situasi ini secara tidak langsung dapat meningkatkan lagi keyakinan masyarakat seterusnya melahirkan masyarakat yang mampu memberikan komitmen yang tinggi dalam konteks penyertaan umumnya dalam program pembangunan setempat yang dianjurkan oleh agen pembangunan.

Sebagaimana yang dibincangkan dalam Teori Gelagat Terancang yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) telah menegaskan bahawa niat dan keinginan turut dijadikan sebagai salah satu faktor utama yang menyumbang kepada perubahan tingkah laku dan dalam konteks kajian ini dapat dilihat melalui situasi daripada tidak ingin menyertai program latihan keusahawanan kepada ingin

menyertai latihan keusahawanan ICT yang dijalankan oleh pihak MARA. Dapatan kajian ini mengukuhkan lagi andaian bahawa niat dan keinginan bukan hanya bertindak sebagai pengantara atau proses kepada perubahan sikap individu sebagaimana yang ditegaskan dalam Teori Gelagat Terancang namun niat dan keinginan mampu menjadi faktor yang menyumbang secara terus kepada perubahan sikap seseorang.

RUJUKAN

- [1] Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R. (1990). Trying to consume. Environmental concern: conceptual definitions methods, and research findings. *Journal of Environmental Psychology*. 19: 369-382.
- [2] Bagozzi, R. P. & Dholakia, U. M. (2002) Intentional social action in virtual communities. *Journal of Interactive Marketing* 16 (2), 2-21.
- [3] Balasubramanian, S., & Mahajan, V. (2001). The economic leverage of the virtual community. *International Journal of Electronic Commerce*, 5(3), 103–138.
- [4] Dreyer, F. (2007). Disappointments Of Participation: Finding The Correct Role For Community Participation. *World Development*. 17 (4), 629-649.
- [5] Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Forthworth, TX7 Harcourt Brace Jovanovich.

- [6] Franke, N. & Piller, F. (2003). Key Research Issues in User Interaction with Configuration Toolkits in a Mass Customization System. *The International Journal of Technology Management*, 26 (5/6), 578-599.
- [7] Friedman, S. (1998): The still elusive community: municipal investment and 'community participation'. In: DBSA: The Impact of Infrastructure Investment on Poverty Reduction and Human Development. Midrand. Discussion Paper No. 4.
- [8] Fuchs, C. (2006). eParticipation research: a case study on political online debate in Austria", Research Paper No. 1, ICT&S Center at the University of Salzburg, Salzburg, 1-26.
- [9] Gronlund, A. & Horan, T. (2005). Introducing e-GOV: history, definitions and issues, *Communications of the AIS*. 15. 713-29.
- [10] Hoffman, D. L., & Novak, T. P. (1996, July). Marketing in hypermedia computer-mediated environments: Conceptual foundations. *Journal of Marketing*, 60, 50–68.
- [11] Ojala, M. (2012). Hope and climate change: the importance of hope for proenvironmental engagement among young people. *Environmental Education Research*, 18, 625-642.
- [12] Liotas, N. & Tarabanis, K. (2007). A framework for Assessing eParticipation Projects and Tools, Proceedings of the 40th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS).
- [13] Lombard, M. (2001). Interactive advertising and presence: A framework. *Journal of Interactive Advertising*, 1(2). (<http://www.jiad.org/vol1/no2/lombard/>).
- [14] Macintosh, A. (2004). Characterizing e-participation in policy-making. Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'04) – Track 5, January 5-8, 1-10.
- [15] Macintosh, A., & Whyte., E. (2008). Providing argument support for e-participation. *Journal of Information Technology & Politics* 6, 43--59.
- [16] Michener, V. (1998). The Participatory Approach: Contradiction and Co-Optation in Burkina Faso. *World Development*, 26 (12), 2105-18.
- [17] Mohan, R. (2015). *Participation: from tyranny to transformation? Exploring new approaches to participation in development*, Zed, London.
- [18] Ostermus, T. L. (1997). Pro-Social Consumer Influence Strategies: When and How Do They Work? *Journal of Marketing*, 61(4): 16-29.
- [19] Pavlou, P. A. & Fygenson, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: an extension of the theory of planned behavior. *MISQuarterly*, 30(1), 115–143.

- [20] Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2001). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviors: A model of goal-directed behavior. *British Journal of Social Psychology*, 40, 79–98.
- [21] Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of Innovations*, (1st ed.), New York: The Free Press.
- [22] Rogers, E.M. & Shoemaker, F.F. (1971). *Communication of innovations: A cultural Approach*. New York: The Free Press.
- [23] Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th Ed.), New York, USA: The Free Press.
- [24] Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2007). *Research methods for business students*. 4th ed. London: Prentice Hall.
- [25] Scheir, M. & Prugl, R. (2008). Extending Lead-User Theory: Antecedents and Consequences of Consumers' Lead Userness. *Journal of Product Innovation Management*, 25, 331-346.
- [26] Secher, C. (2006). Towards understanding e-participation from an institutional perspective", Demo-Net – The Participation Network: European Research Workshop: In Conjunction with the 7th Mediterranean Conference on Information Systems, Venice. 7-9.
- [27] Taylor, S & Todd, P. (1995). Assessing it usage: the role of prior experience, *MIS Quarterly*, 19(4), 561-70.
- [28] Tornatzky, L.G. & Klein, K.J. (1982). Innovation characteristics and innovation-adoption implementation: a meta-analysis of findings, *IEEE Transactions on Engineering Management*, 28-45, EM-29.
- [29] Trope, Y. & Liberman, N. (2003). Temporal Construal. *Psychological Review*, 110 (3), 403-21.
- [30] Tuomela, R. (1995). *The importance of us: A philosophy study of basic social notions*. Stanford, CA7 Stanford University Press
- [31] Usoro, A. Sharratt, M. W. Tsui, E. & Shekhar, S. (2007). Trust as an antecedent to knowledge sharing in virtual communities of practice. *KnowledgeManagement Research & Practice*, 5(3), 199–212.
- [32] Van Zomeren, M., Postmes, T., & Spears, R. (2014). Toward an integrative social identity model of collective action: a quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological Bulletin*, 134, 504-535.
- [33] von Hippel, E. & Katz, R. (2002). Shifting Innovation to Users via Toolkits. *Management Science*, 48(7), 821-833.
- [34] Wasko, M. M. & Faraj, S. (2000). "It is what one does": Why people participate and help others in electronic communities of practice. *Journal of Strategic Information Systems*, 9, 155-173.

- [35] Wrightsen, C. (2009). The next generation of collective action research. *Journal of Social Issues*, 65, 859-879.