

# KELESTARIAN USAHAWAN INAP DESA SEBAGAI SATU AGEN PEMBANGUNAN SOSIOEKONOMI KOMUNITI

## HOMESTAY ENTREPRENEUR SUSTAINABILITY TOWARDS COMMUNITY SOCIAL ECONOMY DEVELOPMENT

Zaleha Mohamad<sup>1,2</sup>,  
Wan Nurul Aina Wan Bukhari<sup>2</sup>,  
Yusnita Yusof<sup>2</sup>,  
Kalsitinoor Set<sup>2</sup>,  
Nur Aishah Awi<sup>2</sup>,  
Isma Rosila Ismail<sup>3</sup>

1 Pusat Pemindahan Ilmu & Jaringan Industri  
2 Pusat Pengajian Perniagaan & Pengurusan Maritim  
3. Pusat Pengajian Asas dan Liberal  
Universiti Malaysia Terengganu  
21300 Kuala Nerus, Terengganu Darul Iman

**Accepted date:** 12 March 2018

**Published date:** 11 July 2018

**To cite this document:** Mohamad, Z., Bukhari, W. N. A. W., Yusof, Y., Set, K., Awi, N. A., & Ismail, I. R. (2018). Kelestarian Usahawan Inap Desa Sebagai Satu Agen Pembangunan Sosioekonomi Komuniti. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 3(9), 104–116.

---

**Abstrak:** Sektor pelancongan negara terbukti menjadi antara penyumbang utama kepada pendapatan negara. Program inap desa memberi kesan yang amat baik kepada ekonomi negara dan sektor pelancongan negara terutamanya serta memberi manfaat kepada penduduk tempatan. Kebanyakan pengusaha inap desa mengalami kekurangan dan kelemahan dari segi kompetensi keusahawanan menyebabkan mereka gagal dalam mengendalikan perusahaan inap desa. Kajian ini menunjukkan bahawa pengusaha inap desa perlu mengambil inisiatif untuk menerapkan kompetensi keusahawanan dalam diri mereka bagi meningkatkan pendapatan dan taraf hidup pada masa hadapan. Walaupun terdapat banyak inisiatif yang diberikan oleh pihak kerajaan, kompetensi keusahawanan berkesan untuk memberi sokongan kepada pengusaha inap desa untuk meningkatkan semangat dan memberi mereka peluang baru untuk membangunkan perusahaan inap desa di kawasan mereka.

**Kata Kunci:** Kompetensi Keusahawanan, Kelestarian, Ekonomi, Sosial, Persekitaran

Pengarang Berutusan: zaleha.m@umt, edu.my

**Abstract:** *The country's tourism sector has proven to be one of the major contributors to national income. The homestay program has a very good impact on the country's economy. Most homestay entrepreneurs have weaknesses in terms of entrepreneurial competency. This study showed that homestay entrepreneurs need to take the initiative to improve entrepreneurial competency in themselves to increase income and living standards in the future. Although there are many initiatives given by the government, entrepreneurial competencies are effective in providing support to homestay entrepreneurs to enhance their spirit and give them new opportunities to develop homestay in their area.*

**Keywords:** *Entrepreneur Competency, Sustainability, Economy, Social, Environment*

---

## **Pengenalan**

Sektor pelancongan telah berkembang menjadi sektor kedua terbesar Malaysia yang menyumbang kepada pendapatan negara selepas sektor perkilangan. Negara Malaysia merupakan antara 10 negara yang tertinggi menerima kedatangan pelancong asing pada setiap tahun. Dengan peningkatan jumlah pelancong mempunyai kaitan rapat dengan produk pelancongan yang pelbagai yang dimiliki oleh negara Malaysia. Antara produk yang turut dibangunkan adalah pelancongan inap desa atau lebih terkenal sebagai program *homestay*. Produk pelancongan ini telah mendapat sambutan dan dibangunkan di semua negeri di Malaysia. Pelancongan inap desa ialah kemudahan rumah orang awam yang menyediakan ruang atau bilik untuk disewakan kepada pelancong. Kaedah penubuhan inap desa ini adalah memberi alternatif kepada pelancong menginap bagi menampung kekurangan bilik hotel di sesetengah tempat. Sesetengah tempat yang kecil dan terpencil tidak mempunyai hotel, resort, chalet dan sebagainya. Selain itu, pelancongan inap desa adalah produk pelancongan yang diperkenalkan untuk memberi peluang kepada pelancong untuk tinggal bersama keluarga tempatan terpilih dan mengalami gaya hidup harian mereka dan mempelajari budaya mereka. Dilihat konsep pelancongan inap desa ini dapat memberi kesan yang baik dan manfaat terutamanya kepada pembangunan sektor pelancongan negara.

Pelancongan inap desa adalah salah satu bentuk pelancongan berasaskan komuniti atau *Community-Based Tourism (CBT)*. Melalui pelancongan inap desa, komuniti luar bandar diberi peluang untuk sama-sama terlibat menjayakannya. Selain itu dengan melalui pelancongan inap desa ini juga, pelancong dapat berinteraksi secara terus dengan keluarga yang menjadi tuan rumah mereka dan mengalami sendiri aktiviti yang dijalankan demi mewujudkan keserasian antara tuan rumah dan tetamu yang berbeza latar belakang kehidupan dan kebudayaan. Pelancongan inap desa ini membolehkan tetamu menikmati keindahan dan keunikan alam semula jadi di samping dapat menjalankan pelbagai aktiviti kebudayaan tradisional masyarakat tuan rumah. Pelancongan berbentuk ini mampu berfungsi membangunkan masyarakat luar bandar dengan pelbagai peluang baru bakal diwujudkan menerusi aktiviti tersebut. Langkah Kerajaan telah memberikan fokus yang lebih besar bagi membangunkan inap desa ini adalah sangat tepat memandangkan sektor pelancongan negara tidak hanya tertumpu kepada bandar-bandar besar, pulau, tasik dan pantai semata-mata. Ini adalah kerana sumberjaya alam semulajadi dan warisan budaya yang terdapat di kawasan luar bandar juga mempunyai keunikan dan nilai yang tinggi untuk dihargai dan berpotensi menarik lebih ramai pelancong untuk ke sana. Kementerian Pelancongan juga secara rasminya telah menjadikan inap desa sebagai salah satu produk pelancongan Malaysia dan ianya giat dipromosikan ke seluruh dunia. Produk inap desa tidak digolongkan sebagai kemudahan

penginapan semata-mata, namun lebih memfokuskan kepada gaya hidup dan pengalaman termasuk juga budaya dan kegiatan ekonomi (Kementerian Pelancongan, 2010). Produk inap desa bukan sahaja memberi kesan ke atas ekonomi negara malah turut memberi kesan terhadap penduduk tempatan iaitu kesepakatan dalam menjayakan produk inap desa. Hal ini adalah disebabkan oleh semangat kemasyarakatan yang tinggi dan kerjasama ahli-ahli Jawatankuasa Kemajuan dan Keselamatan Kampung (JKKK) dalam menjayakan program inap desa di Malaysia. Melalui pentadbiran program inap desa juga dapat mewujudkan hubungan yang erat serta kesepakatan antara penduduk kampung.

Selain itu, pelancongan inap desa mampu meningkatkan ekonomi penduduk setempat dengan menawarkan pelbagai peluang pekerjaan dan sumber pendapatan iaitu dalam perkhidmatan dan pengurusan seperti pemandu, tukang masak, pemandu pelancong, pekerja perkhidmatan pembersihan serta memberi peluang kepada mereka untuk bergiat dalam bidang keusahawanan dan perniagaan. Dengan penubuhan pelancongan inap desa di kawasan luar bandar mampu menjana pendapatan sekali gus dapat meningkatkan pendapatan isi rumah komuniti setempat. Melalui penglibatan ini juga, kawasan luar bandar dapat dibangunkan dan dimajukan terutamanya dalam meningkatkan kualiti kemudahan asas dan infrastruktur pembinaan baru oleh kerajaan seperti jalan raya, telekomunikasi, masjid, balai raya dan sebagainya kepada penduduk. Selari dengan strategi pelaksanaan dasar kerajaan ke arah pembangunan sektor pelancongan di Malaysia, program inap desa dapat memberi sumbangan kepada negara iaitu mempromosikan pertukaran wang asing, menggalakkan pembangunan ekonomi dan sosial, menggalakkan pembangunan luar bandar, menjana peluang pekerjaan, mempercepatkan integrasi bandar/luar bandar, pertukaran budaya, menggalakkan penglibatan semua komuniti etnik dalam sektor, membentuk imej kelas pertama Malaysia di peringkat antarabangsa dan membina perpaduan negara (Leh & Hamzah, 2012).

Tetapi, dalam mengendalikan perusahaan inap desa di sesebuah tempat, pengusaha inap desa masih menghadapi beberapa masalah utama seperti yang dihadapi oleh pengusaha kecil dan sederhana (PKS) yang lain walaupun kerajaan telah menunjukkan kesungguhan, komitmen serta memperuntukkan pelbagai dana untuk pembangunan industri pelancongan. Jabil Mapjabil dan Kadir Din (2012) mendakwa kerajaan mengakui kebanyakan pengusaha sektor pelancongan berskala kecil tiada pengalaman dalam menangani kehendak pelancong yang pelbagai. Kekurangan penglibatan program latihan juga menyebabkan mereka mengalami kelemahan kompetensi keusahawanan seperti sistem pentadbiran dan pengurusan yang lemah, kurangnya strategi pemasaran yang mantap, bertujuan untuk mempromosi, kurang keyakinan diri dan kurang sikap positif, kekurangan kemahiran dan kekurangan pengetahuan perniagaan, kegagalan dalam perusahaan dan kesukaran mendapatkan dana untuk memulakan dan mengembangkan perusahaan.

Penyertaan pengusaha di dalam perusahaan inap desa di Semenanjung Malaysia menunjukkan penurunan sebanyak 8.7 peratus pada tahun 2010 iaitu seramai 2,520 orang pengusaha sahaja berbanding tahun 2009 bilangan pengusaha berjumlah 2,760 orang kesemuanya (Kementerian Pelancongan Malaysia, 2011). Masalah kompetensi keusahawanan yang lemah menyebabkan ramai pengusaha inap desa menarik diri dari perusahaan ini kerana tidak berupaya untuk mengendalikan perusahaan yang kurang mendapat sambutan dan tidak menerima pelancong dalam jangka masa tertentu. Hasil ini dibuktikan oleh penyelidikan yang telah dilakukan oleh Kalsom Kayat (2006) yang menyatakan bahawa sesetengah kes menunjukkan perusahaan inap desa ini tidak mampu bertahan lama dan tidak mampu beroperasi disebabkan oleh keupayaan kepimpinan

pengusaha perusahaan inap desa yang tidak dinamik. Manakala Reynolds et al. (1994) pula menyatakan kelemahan dalam pengurusan adalah faktor utama kegagalan perusahaan inap desa. Menurut kajian yang dilakukan oleh Kalsom (2010a, 2010b), purata pendapatan bersih yang diperolehi oleh pengusaha daripada perusahaan inap desa adalah sangat kecil iaitu sebanyak RM17 sahaja untuk setiap orang pelancong. Pengusaha tidak mengambil kira beberapa kos penting iaitu kos untuk menyediakan satu pengalaman pelancongan kebudayaan yang berkualiti termasuk kos pemasaran, kos pembinaan imej serta kos insurans untuk perlindungan terhadap apa-apa risiko. Kenyataan ini turut disokong oleh Ismar Liza Mahani, Rosyidah dan Nurulhuda (2007) yang mendapati pengusaha inap desa memperoleh pendapatan secara langsung yang sangat rendah daripada perusahaan ini. Mereka mendapati ianya tidak dapat menambah pendapatan pengusaha seperti yang dijangkakan. Amran dan Hairul Nizam (2003) juga menyatakan pengusaha inap desa tidak menunjukkan peningkatan yang memberangsangkan dalam jumlah pendapatan isi rumah setelah pembabitan mereka di dalam perusahaan inap desa.

Namun, sebenarnya kejayaan sesebuah perusahaan inap desa itu tidak akan dapat dicapai tanpa adanya kompetensi keusahawanan yang berkesan ke atas komuniti pelancongan desa. Keupayaan komuniti dalam mengendalikan perusahaan inap desa amatlah perlu dititik beratkan. Maka, pembangunan dalam menerapkan konsep kompetensi keusahawanan amat penting diterapkan dalam perusahaan inap desa kerana ia dapat membantu pengusaha inap desa dari pelbagai aspek. Menurut Man (2001), kompetensi keusahawanan adalah diukur berdasarkan kepada lapan dimensi keusahawanan iaitu kompetensi peluang, perhubungan, konseptual, pengurusan, strategi, komitmen, pembelajaran dan kekuatan personal. Manakala berdasarkan Nor Hazlina (2007) mempunyai pendapat yang sama dengan Man (2001) dan menunjukkan pertambahan dua lagi kompetensi di bawah kompetensi keusahawanan iaitu teknikal, tanggungjawab sosial dan kekeluargaan. Selain itu, Halipah (2009) berpendapat bahawa kompetensi keusahawanan boleh dikategorikan kepada dua kumpulan iaitu kompetensi keusahawanan khusus dan kompetensi kemahiran. Kompetensi khusus terdiri daripada peluang, perhubungan, komitmen, pembelajaran, kekuatan personal, analitikal dan inovatif. Manakala operasi, strategi dan manusia merupakan kompetensi kemahiran. Dimensi-dimensi bagi kompetensi keusahawanan yang digunakan dalam Halipah (2009) ini juga disokong oleh kajian (Man et al., 2008). Program latihan juga perlu dibangunkan supaya pengusaha inap desa dapat meningkatkan pengetahuan dan kemahiran dalam aspek pelancongan bagi merealisasikan impian kerajaan untuk mempunyai perusahaan inap desa yang berdaya saing setanding dengan perusahaan inap desa di luar negara. Menurut Tengku Noraisyah (2013), latihan ditakrifkan sebagai proses pembelajaran terancang yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan menyelesaikan masalah semasa, menyelesaikan masalah yang mungkin wujud pada masa akan datang, membangunkan kecekapan dan daya saing pada masa hadapan.

Kajian ini menggunakan model kelestarian keusahawanan yang dicadangkan oleh Young dan Tilley (2006). Model ini menyelidik tentang trend pengusaha masa kini yang menunjukkan bagaimana pengusaha melestarikan perusahaan mereka dengan menyelesaikan isu-isu masyarakat dan alam sekitar bukan hanya menumpukan kepada keuntungan semata-mata. Izaidin dan Koe (2012) menyatakan keusahawanan boleh membantu mengurangkan pencemaran alam sekitar dan masalah sosial yang ditekankan dalam konsep pembangunan lestari (Shephherd & Patzelt, 2011). Menurut Choi dan Gray (2008), keusahawanan lestari adalah memenuhi keperluan pada masa sekarang dengan mengambil kira keperluan generasi akan datang. Masurel (2007) mendefinisikan

kelestarian keusahawanan sebagai satu konsep keusahawanan yang diterajui dengan seimbang antara keuntungan manusia dan alam sekitar. Dalam kajian beliau pengusaha yang mengamalkan konsep ini turut terlibat dalam aktiviti-aktiviti yang berkaitan dengan pemeliharaan alam sekitar. Menurut Sarbutts (2003), kebanyakan kajian empirikal berkaitan kelestarian keusahawanan lebih memberi fokus kepada organisasi-organisasi yang besar berbanding Perusahaan Kecil dan Sederhana (Fuller & Tian, 2006; Jenkins, 2006; 2004, Perrini, 2006; Perrini, Russo & Tencati, 2007; Spence & Schmidpeter, 2003; Williamson, Lynch Wood & Ramsay, 2006). Kajian ini akan menilai kelestarian pengusaha inap desa dari aspek ekonomi, sosial dan alam sekitar bukannya dari segi kewangan sahaja.

### **Objektif Kajian**

Kajian ini adalah bertujuan untuk mengkaji hubungan antara kompetensi keusahawanan dan kelestarian pengusaha inap desa di Pantai Timur Semenanjung Malaysia. Kajian ini mempunyai potensi untuk menambah pengetahuan baru kepada bidang pelancongan dan keusahawanan. Secara khusus ia bertujuan untuk memahami kepentingan kompetensi keusahawanan yang menyumbang kepada kelestarian pengusaha inap desa di dalam sector pelancongan. Di samping itu, kajian ini akan bermanfaat sebagai input bagi pembentukan model kompetensi keusahawanan lestari pengusaha inap desa di Pantai Timur Semenanjung Malaysia.

### **Kajian Literatur**

#### ***Kelestarian***

Sejak kebelakangan ini, kelestarian menjadi tumpuan utama bagi kebanyakan organisasi disebabkan oleh berlakunya perubahan iklim, tekanan kawal selia dan keperluan sosial untuk lebih bertanggungjawab terhadap alam sekitar dan sosial. Kelestarian mendapat perhatian yang serius oleh eksekutif korporat dan menjadi fokus utama dalam matlamat strategik oleh kebanyakan organisasi (Chouinard, Ellison, & Ridgeway, 2011).

Sebuah dokumen yang berjudul *Our Common Future* atau dikenali juga sebagai Laporan “Brundtland” yang diterbitkan oleh World Commission on Environment and Development (WCED) pada 1987, mentakrifkan pembangunan lestari sebagai pembangunan yang memenuhi keperluan masa kini tanpa menjejaskan keupayaan generasi akan datang untuk memenuhi keperluan mereka sendiri (WCED, 1987). Prinsip Triple Bottom Line (TBL) atau disebut juga dengan “Tiga Pilar Keberlanjutan” telah diperkenalkan untuk menggambarkan tiga pilar kelestarian iaitu ekonomi, alam sekitar dan sosial (Elkington, 1987). Organisasi bukan sahaja perlu menunjukkan kejayaan dari segi kelestarian ekonomi tetapi juga kelestarian alam sekitar dan kelestarian sosial (Svensson, Wood, & Callaghan, 2010).

Kelestarian ekonomi adalah penting untuk kejayaan kewangan korporat yang mana sesebuah organisasi mestilah dapat menghasilkan barangan dan perkhidmatan secara berterusan dan mengelakkan perbelanjaan yang melebihi pendapatan untuk terus beroperasi. Kelestarian alam sekitar memberi tumpuan kepada kesan perniagaan terhadap alam sekitar. Kelestarian sosial pula merangkumi konteks kemanusiaan dalam perniagaan, yang menekankan keadilan dalam pengagihan dan peluang dan berkaitan dengan isu kesihatan dan pendidikan, ketidaksamaan pendapatan dan kemiskinan (Aggerholm, Andersen, & Thomsen, 2011; Harris, 2003). Kelestarian sosial dan alam sekitar sudah lama mantap dalam kalangan leksikon perniagaan (Sengers et al., 2016; Shrivastava & Guimaraes-Costa, 2017). Oleh itu, tindak balas terhadap tuntutan permintaan

sosial dan alam sekitar ke atas operasi perniagaan merupakan cabaran utama kepada sesebuah perniagaan (Gunasekaran et al., 2014).

Kelestarian pembuatan keputusan dalam keusahawanan ialah satu proses yang mana pengasas sesebuah perniagaan membuat pilihan bagi aktiviti perniagaan semasa dan masa depan yang selari dengan implikasi sosial, alam sekitar dan ekonomi bagi aktiviti perniagaan yang dijalankan (Munoz, 2017). Keputusan ini memberi keutamaan kepada aktiviti yang kritikal bagi kejayaan sesebuah perniagaan, yang mana pada masa yang sama tidak mengetepikan persekitaran ekologi dan sosial yang mana perniagaan beroperasi (Shepherd & Patzelt, 2011), dan/atau mengutamakan yang mempunyai potensi untuk memulihkan atau memelihara alam sekitar ke arah pemulihan keseimbangan antara aktiviti alam semulajadi, masyarakat dan ekonomi (Parrish, 2010). Oleh itu, pengurus dan pengarah berpendapat bahawa pelaksanaan kelestarian adalah langkah yang signifikan ke arah memperbaiki daya saing sesebuah organisasi pada masa depan (Oudshoorn, 2005).

### ***Kompetensi Keusahawanan***

Kompetensi merujuk kepada tingkah laku seseorang untuk mencapai minimum standard prestasi (Phelan & Sharpley, 2012). Sanchez (2011) mentakrifkan kompetensi sebagai ciri-ciri yang mana dapat meningkatkan prestasi individu atau keberkesanan di tempat kerja. Manakala, kompetensi keusahawanan pula merujuk kepada spesifik kompetensi yang berkaitan dengan pelaksanaan perniagaan yang berjaya (Mitchelmore & Rowley, 2010). Bird (1995) pula mentakrifkan kompetensi keusahawanan sebagai ciri-ciri dasar seperti pengetahuan generik yang spesifik, motif, sifat, imej diri, peranan sosial dan kemahiran yang akan tertubuhnya sesebuah perniagaan, meneruskan sebuah perniagaan dan/atau pertumbuhan (Bird, 1995).

Man et al. (2002a) menegaskan bahawa kompetensi keusahawanan merupakan isu yang lebih penting berbanding dengan menyediakan sumber yang banyak dan persekitaran yang positif. Penerapan kompetensi keusahawanan yang tepat pada awal perniagaan dapat menjamin kelestarian sesebuah perniagaan. Ini kerana ciri-ciri keusahawanan yang mempunyai kesan jangka masa panjang juga mempunyai perkaitan yang rapat dengan prestasi organisasi (Man et al., 2002). Seseorang usahawan yang akan berjaya dan yang akan kekal berjaya apabila mereka mempunyai kompetensi, kebolehan dan keinginan untuk terus belajar bagi menghadapi cabaran baharu seperti perubahan teknikal dan ekonomi serta inovasi (Kyndt & Baert, 2015).

Pendekatan kompetensi adalah satu kaedah untuk mempelajari ciri-ciri individu yang dapat membantu menyelesaikan sesuatu peranan atau kejayaan sesebuah organisasi (Man et al., 2002). Man et al. (2002) berpendapat bahawa penggunaan pendekatan kompetensi bersesuaian dengan ciri-ciri daya saing yang berorientasikan jangka masa panjang. Kompetensi keusahawanan individu adalah asas kepada kebolehan organisasi untuk memupuk dan mengekalkan inovasi dan penciptaan usaha yang baharu (Hayton & Kelly, 2006).

Terdapat kepelbagaian kategori bagi kompetensi keusahawanan. Barlett dan Ghoshal (1997) mengenalpasti tiga kategori kompetensi keusahawanan iaitu – sikap dan ciri-ciri peribadi, pengetahuan, pengalaman, dan kemahiran. Selaras dengan Teori Kompetensi Keusahawanan oleh Bird (1995), kompetensi keusahawanan adalah mekanisme yang dapat menjamin peningkatan kepada kejayaan sesebuah perniagaan. Kerangka kajian bagi kompetensi keusahawanan terdiri

daripada enam dimensi iaitu peluang, perhubungan, komitmen, pengurusan, pembelajaran, dan motivasi.

### ***Peluang***

Kemampuan seseorang usahawan untuk merebut peluang adalah sangat penting. Kebolehan mereka untuk belajar akan menentukan samada mereka mampu untuk menggunakan pengalaman yang ada bukan hanya untuk merebut peluang malah kebolehan mereka untuk meningkatkan sumber kewangan bagi menjamin kejayaan sesebuah perniagaan yang diceburi.

Seseorang usahawan yang dapat mengawal sumber yang boleh menyebabkan sesuatu peluang menjana keuntungan, tekaan mereka terhadap harga sumber mestilah berbeza dengan pemilik sumber dan usahawan lain yang berpotensi (Casson, 1982). Sekiranya pemilik sumber mempunyai tekaan yang sama dengan usahawan, mereka perlu mencari keuntungan yang bersesuaian daripada peluang dengan menentukan harga sumber berkenaan supaya keuntungan usahawan tersebut menghampiri kosong (Shane & Venkataraman, 2000). Oleh itu, untuk menjadikan keusahawan itu berlaku, pemilik sumber tidak boleh berkongsi sepenuhnya dengan tekaan usahawan (Shane & Venkataraman, 2000).

*H1: Peluang sebagai kompetensi keusahawanan mempunyai hubungan yang positif dengan kelestarian pengusaha inap desa.*

### ***Perhubungan***

Hubungan dalaman yang wujud antara usahawan dengan organisasi dapat memberikan maklumat yang tepat untuk membuat sesuatu keputusan pasaran dan menilai akan kesahihan keputusan yang dibuat. Contohnya, terdapat organisasi yang bersifat keusahawanan memperolehi maklumat tentang pelanggan daripada rangkaian jaringan mereka dan menggunakan maklumat yang diperolehi untuk memperbaiki struktur harda dan menyesuaikan dengan komunikasi. Penemuan kajian membuktikan maklumat dan nasihat yang diberikan kepada usahawan daripada jaringan boleh dipercayai, sahih dan boleh diaplikasi. Johannisson berpendapat jaringan individu oleh usahawan amat signifikan kepada firma.

*H2: Perhubungan sebagai kompetensi keusahawanan mempunyai hubungan yang positif dengan kelestarian pengusaha inap desa.*

### ***Komitmen***

Sejak awal tahun 1980an lagi isu komitmen pekerja telah menjadi topik perbincangan dan berlakunya peningkatan dalam bidang penyelidikan. Komitmen kepada organisasi dilihat dapat memberi kesan yang signifikan kepada prestasi organisasi dan juga kesejahteraan kepada pekerja (Yalabik et al., 2016). Menurut Abdul Aziz et al. (2011), di antara salah satu kriteria individu yang layak dipanggil usahawan ialah mereka yang mempunyai komitmen yang tinggi untuk mencapai kemajuan yang berterusan.

*H3: Komitmen sebagai kompetensi keusahawanan mempunyai hubungan yang positif dengan kelestarian pengusaha inap desa.*

### ***Pengurusan***

Pengurusan juga dikenal pasti sebagai cabaran dalam menguruskan perusahaan inap desa kerana perbezaan budaya dan gaya hidup pelawat (Azlina, 2009). Aspek pengurusan dalam mengendalikan sesebuah perusahaan amatlah penting dan harus dilaksanakan bagi kelancaran perjalanan keseluruhannya. Noor Zalika (2013) menyatakan aspek pengurusan adalah penting untuk kejayaan seseorang usahawan. Dengan adanya pengurusan yang baik dalam sesebuah perusahaan, maka pengeluaran sumber dapat digembleng dengan berkesan dan pembahagian kerja dapat dilaksanakan dengan cekap.

*H4: Pengurusan sebagai kompetensi keusahawanan mempunyai hubungan yang positif dengan kelestarian pengusaha inap desa.*

### ***Pembelajaran***

Proses pembelajaran yang menyebabkan usahawan mengembangkan kompetensi mereka ada hasil dari tindak balas terhadap jangkaan masa depan dan pengalaman yang lepas (Reuber & Fisher, 1999). Pembelajaran untuk usahawan menurut Kirzner (1973) adalah aspek yang amat penting supaya lebih bersiap sedia kepada peluang ekonomi dan merebut peluang terhadap kebaikan maklumat. Kirzner (1973) menegaskan juga bahawa keusahawanan itu berdasarkan pembelajaran secara spontan. Minniti dan Bygrave (2001) juga berpendapat bahawa keusahawanan perlu difahami sebagai proses pembelajaran dan teori mengenai fenomena ini memerlukan teori pembelajaran.

Pendekatan sedia ada mengenai pembelajaran keusahawanan menunjukkan proses pembelajaran banyak berlaku sebelum perniagaan dijalankan (Gelderen et al., 2005). Namun sebaliknya, hanya sedikit sahaja kajian yang dijalankan untuk mengkaji bahawa pembelajaran mempunyai hubungan langsung dengan keusahawanan kecuali oleh Cope (2005), Leitch dan Harrison (2005), dan Corbett (2007). Antara penulis yang menulis mengenai proses pembelajaran yang berterusan sebelum memulakan perniagaan ialah Minniti dan Bygrave (2001), Ravasi dan Turati (2005), dan Politis (2005).

Sejak beberapa tahun kebelakangan ini, pembelajaran keusahawanan lebih terarah kepada perspektif sosial (Jones & Macpherson, 2014) yang mana ia adalah satu perkembangan yang dianggap sangat relevan dengan sifat usahawan yang individualistik sepertimana yang diujulkan oleh Wang dan Chugh (2014). Wang dan Chugh (2014) mencabar pemahaman dominan tentang pembelajaran keusahawanan sebagai fenomena individu.

*H5: Pembelajaran sebagai kompetensi keusahawanan mempunyai hubungan yang positif dengan kelestarian pengusaha inap desa.*

### ***Motivasi***

Motivasi ditakrifkan sebagai keadaan keperluan yang mendorong 'individu' ke arah beberapa jenis tindakan yang mungkin membawa kepuasan mereka (Moutinho, 1987 dalam Syed et al., 2014). Virginia dan Carlos (2012) menyatakan bahawa keinginan dan keperluan untuk pencapaian dapat mempengaruhi individu mengenai keputusan untuk menjadi bekerja sendiri dan menjadi bos sendiri. Di samping itu, dari beberapa penulis terdahulu bersetuju bahawa mempunyai tiga keperluan atau motif tersendiri bagi usahawan yang memerlukan pencapaian, keperluan



persaingan dan keperluan untuk kemerdekaan. Selain itu, faktor luar juga memainkan peranan dalam mempengaruhi motivasi manusia ke arah keusahawanan seperti status ekonomi, ketersediaan modal teroka, tindakan pesaing, dan peraturan kerajaan (Scoot et al, 2003).

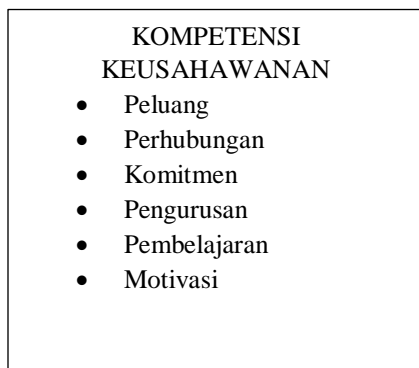
Di samping itu, faktor lain yang boleh mempengaruhi motivasi manusia ialah faktor kognitif seperti pengetahuan, kemahiran, dan kebolehan (Scoot et al, 2003). Dengan motivasi yang lebih tinggi dapat membantu seorang pengusaha memperoleh pengetahuan, kemahiran, dan kebolehan di tempat pertama dan mengembangkan visi untuk mencapai tujuan. Scott et al (2003) juga mendapati bahawa motivasi mempunyai kesan positif terhadap keusahawanan. Penemuan ini disokong oleh Alberto dan Inaki (2010) bahawa seorang usahawan mempunyai tahap motivasi yang lebih tinggi secara positif dikaitkan dengan prestasi usaha. Untuk berjaya dalam perniagaan tertentu, usahawan memerlukan faktor motivasi dan persekitaran yang memberikan keselesaan dan sokongan kepada mereka.

*H6: Motivasi sebagai kompetensi keusahawanan mempunyai hubungan yang positif dengan kelestarian pengusaha inap desa.*

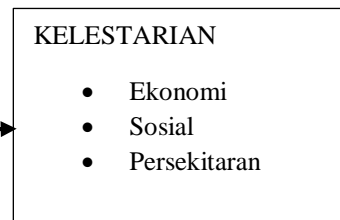
### **Kerangka Konseptual**

Berdasarkan sorotan literatur dan kerangka konseptual yang dicadangkan, 6 hipotesis dibentuk untuk mengkaji hubungan antara pembolehubah yang dikemukakan. Hipotesis dibina bagi mencapai objektif kajian dan menjawab persoalan kajian bagi penyelidikan ini.

#### **Pembolehubah Tidak Bersandar**



#### **Pembolehubah Bersandar**



**Rajah 1: Kerangka Konseptual Kestarian Pengusaha Inap Desa**

### **Kajian Metodologi**

#### ***Populasi dan Sampel***

Kajian ini akan dijalankan di Pantai Timur Semenanjung Malaysia. Populasi dan sampel bagi kajian ini ialah pengusaha inap desa yang berdaftar dengan Kementerian Pelancongan Dan Kebudayaan Malaysia (Statistik Program Homestay April, 2017). Pemilihan pengusaha inap desa kerana ianya merupakan program pelancongan luar bandar yang berpotensi tinggi sebagai produk pelancongan alternatif antarabangsa dan domestik. Kajian ini akan menggunakan kaedah kuantitatif yang mana kajian lapangan, akan dijalankan untuk mendapatkan maklumat. Saiz sampel akan ditentukan berdasarkan Jadual Krejcie & Morgan (1970). Kajian ini akan menggunakan teknik pensampelan kebarangkalian yang terdiri daripada pensampelan rawak

mudah (Chua, 2008). Keseluruhan sampel seramai 235 orang pengusaha inap desa daripada tiga buah negeri Pantai Timur Semenanjung Malaysia iaitu di Pahang, Terengganu dan Kelantan.

**Jadual 1: Statistik Pengusaha Inap Desa di Pantai Timur, Malaysia pada Tahun 2017**

Bil.	Negeri	Jumlah Inap Desa	Jumlah Kampung	Jumlah Pengusaha	Jumlah Bilik
1.	Kelantan	8	9	152	182
2.	Terengganu	10	10	185	187
3.	Pahang	16	21	323	450
<b>Jumlah Keseluruhan</b>		<b>34</b>	<b>40</b>	<b>660</b>	<b>819</b>

Sumber: Bahagian Pembangunan Industri, Kementerian Pelancongan Malaysia, 2017

### ***Instrumen Kajian Dan Analisis Data***

Borang soal selidik akan digunakan sebagai instrumen dalam kajian ini untuk mendapatkan maklumat dan pengumpulan data. Borang soal selidik itu telah direka dalam Bahasa Melayu sebagai bahasa ibunda yang menggunakan pengumpulan data melalui bersemuka dengan pengusaha-pengusaha inap desa. Para penyelidik telah menjalankan kajian dan menemuramah pengusaha-pengusaha inap desa yang terdiri daripada tiga buah negeri Pantai Timur Semenanjung Malaysia iaitu di Pahang, Terengganu dan Kelantan. Daripada 6 konstruk kompetensi keusahawanan, setiap kompetensi mempunyai beberapa soalan berkaitan. Secara keseluruhannya, jumlah soalan adalah sebanyak 35 soalan. Responden diminta menjawab kesemua 35 soalan dengan mengisi borang soal selidik kompetensi keusahawanan berdasarkan skala Likert 1 hingga 5 (1=sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3=kurang setuju, 4=setuju, 5=sangat setuju). Data akan dianalisa menggunakan perisian SPSS versi 20. Ujian t, ANOVA, korelasi dan analisis regresi akan digunakan untuk menjawab objektif kajian.

### **Kesimpulan**

Secara umumnya, pelancongan inap desa mempunyai potensi yang besar untuk dibangunkan dan memberi sumbangan yang terbesar kepada pendapatan negara terhadap memperkukuhkan sector ekonomi negara. Malahan, pelancongan ini turut menyumbang terhadap pembangunan sosioekonomi masyarakat luar bandar berdasarkan reputasinya yang mampu memberi impak positif kepada komuniti setempat terutamanya dari segi ekonomi yang menyumbang kepada penjanaan lebih banyak peluang pekerjaan kepada penduduk dan penjanaan pendapatan yang lebih baik melalui aktiviti-aktiviti inap desa yang ditawarkan kepada pelancong. Perusahaan inap desa sememangnya dapat membantu meningkatkan ekonomi dan taraf hidup komuniti di luar bandar, namun matlamat ini akan dicapai sekiranya pengusaha inap desa mempunyai pengetahuan dan kemahiran dalam bidang perniagaan dan keusahawanan. Dengan mengaplikasikan kompetensi keusahawanan dalam menjalankan perusahaan inap desa, maka pengusaha inap desa akan semakin membangun dan lebih maju berusaha untuk menjayakannya. Maka, kompetensi keusahawanan amat penting diguna pakai oleh setiap pengusaha inap desa demi mencapai matlamat mereka.

Pembangunan perusahaan inap desa ini dapat diteruskan dan ditingkatkan dengan penyediaan cadangan – cadangan yang dapat membantu para pengusaha pada masa hadapan. Penglibatan kerjasama antara jabatan kerajaan, Persatuan *Homestay* Malaysia, agensi-agensi dan institusi

pendidikan amatlah penting untuk membantu menghasilkan perusahaan inap desa yang lebih baik terutamanya di kawasan komuniti luar bandar. Pelaksanaan perusahaan inap desa perlu diberi perhatian khusus untuk kebaikan pengusaha inap desa menjana pendapatan. Dengan pelaksanaan program dan aktiviti yang menarik boleh dilakukan di kawasan inap desa dapat membantu menarik perhatian dan meningkatkan jumlah para pelancong untuk datang ke inap desa mereka. Penambahbaikan pengurusan inap desa juga perlu menyediakan kemudahan di dalam kawasan inap desa. Selain itu, pengusaha inap desa perlu mempunyai perhubungan yang kuat dengan pihak-pihak luar bagi mengambil peluang untuk mempromosikan perusahaan inap desa di tahap global. Di samping itu, pengusaha inap desa juga boleh menyertai program dan forum yang dapat memberi inisiatif dan idea baru bagi meluaskan perusahaan mereka. Idea yang baik dapat diguna pakai dan dipraktik oleh pengusaha inap desa bagi mempromosikan inap desa mereka.

Melalui pembangunan inap desa yang terancang, pelancongan ini secara tidak langsung dapat membantu melindungi alam sekitar, menjaga dan memulihara aspek warisan budaya serta meningkatkan kualiti hidup masyarakat setempat. Oleh itu, pembangunan perusahaan inap desa ini sangat baik kerana dapat memberi menyumbang impak yang positif bagi kesejahteraan komuniti setempat. Ini kerana perusahaan inap desa bersesuaian dengan konsep yang dibawa adalah satu bentuk produk pelancongan yang perlu ditawarkan oleh sekelompok ahli masyarakat. Justeru, penawaran produk inap desa ini pastinya membawa manfaat dari segi ekonomi, sosial dan persekitaran kepada komuniti yang terlibat.

### **Penghargaan**

Para penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Universiti Malaysia Terengganu dalam membiayai Geran Penyelidik Muda Penyelidik (TPM) (No: 68006/2016/70 / TPM). Para penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Pusat Pengurusan Penyelidikan (RMC) atas sokongan dan kerjasama mereka untuk menggalakkan penyelidikan di kalangan pensyarah.

### **Rujukan**

- Abdul Aziz, A. L., Mohd Abdullah, J., Mohd Azlan, Y., Osman, J. & Syahira, H. (2011). *Asas keusahawanan dan pengurusan perniagaan kecil dan sederhana*. Universiti Malaysia Kelantan.
- Aggerholm, H. K., Andersen, S. E., & Thomsen, C. (2011). Conceptualising employer branding in sustainable organisations. *Corporate Communications: An International Journal*, 16(2), 105-123.
- Bartlett, C. A. & Ghoshal, S. (1997). The myth of the generic manager: New personal competences for new management roles. *California Management Review*, 40(1), 92-116.
- Bird, B. (1995). Toward a theory of entrepreneurial competency, in Katz, J. A. & Brockhaus, R. H. (Eds), *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, 2, JAI Press, Greenwich, CT, m/s. 51-72.
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur*. Totowa, NJ: Barnes & Noble Books.
- Chouinard, Y., Ellison, J., & Ridgeway, R. (2011). The sustainable economy. *Harvard Business Review*. Retrieved from <https://hbr.org/2011/10/thesustainable-economy>. Tarikh: 28 Oktober 2017.
- Corbett, A.C. (2007). Learning asymmetries and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Journal of Business Venturing*, 22 (1), 97-118.

- Cope, J. (2005). Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (4), 373-397.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. New Society Publishers, Stony Creek, CT.
- Gunasekaran, A., Jabbour, C. J. C., & Jabbour, A. B. L. d. S. (2014). Managing organizations for sustainable development in emerging countries: An introduction. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 21 (3), 195-197.
- Harris, J. M. (2003). Sustainability and sustainable development. International Society for Ecological Economic Internet Encyclopaedia of Ecological Economics. Retrieved from <http://isecoeco.org/pdf/susdev.pdf>. Tarikh: 28 Oktober 2017.
- Hayton, J. C. & Kelly, D. J. (2006). A competency-based framework for promoting corporate entrepreneurship. *Human Resource Management*, 45, 407-427.
- Jones, O. & Macpherson, A. (2014). *Research perspectives on learning in small firms*. in Chell, E. And Karatas-Özkan, M. (Eds). *Handbook of Research on Small Business and Entrepreneurship*. Edward Elgar, Cheltenham, pp. 185-197.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago, IL.
- Kyndt, E. & Baert, H. (2015). Entrepreneurial competencies: Assessment and predictive value for entrepreneurship. *Journal of Vocational Behavior*. 90, 13-25.
- Leitch, C.M. & Harrison, R. T. (2005). Entrepreneurial learning: Researching the interface between learning and the entrepreneurial context. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (4), 351-371.
- Man, T. W. Y., Lau, T., & Chan, K. F. (2002a). The competitiveness of small and medium enterprises. A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17, 123-142.
- Man, T. W. Y., T. Lau, & Snape, E. (2002). Entrepreneurial competencies and the performance of small and medium enterprises: An investigation through a framework of competitiveness. *International Small Business Entrepreneurship*, 21, 257-276.
- Minniti, M. and Bygrave, W. (2001). A dynamic model of entrepreneurial learning. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25 (3), 5-16.
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 20 (1), 125-142.
- Munoz, P. (2017). A cognitive map of sustainable decision-making in entrepreneurship: A configurational approach. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/IJEER-03-2017-0110>.
- Oudshoorn, M. (2005). Project Report: Building a foundation for incorporating sustainable furniture production at CML Ltd. Auckland, New Zealand: Department of Mechanical Engineering, The University of Auckland.
- Parrish, B. D. (2010). Sustainability-driven entrepreneurship: Principles of organization design. *Journal of Business Venturing*, 25 (5), 510-523.
- Phelan, C., & Sharpley, R. (2012). Exploring entrepreneurial skills and competencies in Farm Tourism. *Local Economy*, 27 (2), 103-118.
- Politis, D. (2005). The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (4), 399-424.
- Ravasi, D. and Turati, C. (2005). Exploring entrepreneurial learning: A comparative study of technology development projects. *Journal of Business Venturing*, 20 (1), 137-164.

- Reuber, A. R. & Fischer, E. M. (1999). Understanding the consequences of founder's experience. *Journal of Small Business Management*, 37 (1), 30-45.
- Sánchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7 (2), 239-254.
- Sengers, F., Wieczorek, A. J., Raven, B. (2016). Experimenting for sustainability transitions: A systematic literature review. *Technological Forecasting and Social Change*.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field research. *The Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Shepherd, D. A. & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking 'what is to be sustained' with 'what is to be developed'. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35 (1), 137-163.
- Shrivastava, P., Guimaraes-Costa, N. (2017). Achieving environmental sustainability: The case for multi-layered collaboration across disciplines and players. *Technological Forecasting & Social Change*, 116, 340-346.
- Svensson, G., Wood, G., & Callaghan, M. (2010). A corporate model of sustainable business practices: An ethical perspective? *Journal of World Business*, 45 (4), 336-345.
- Wang, C. L. & Chugh, H. (2014). Entrepreneurial learning: Past research and future challenges. *International Journal of Management Reviews*, 16 (1), 24-61.
- WCED (1987). Report of the world commission on environment and development: Our common future. Annex to General Assembly Document A/42/427, Development and International Co-operation: Environment, August 2, World Commission on Environment and Development, London.
- Yalabik, Z. Y., Swart, J., Kinnie, N. & van Rossenberg, Y. (2016). Multiple foci of commitment and intention to quit in knowledge-intensive organizations (KIOs): what makes professionals leave? *The International Journal of Human Resource Management*, 1-31.