



**A PROPOSED CONCEPTUAL FRAMEWORK OF ASNAF
EMPOWERMENT PROGRAM: DEVELOPING A MILLENNIAL ASNAF
OUTCOME MODEL (MAOM)**

**CADANGAN KERANGKA KERJA KONSEPTUAL PROGRAM
MEMPERKASAKAN EKONOMI ASNAF: PEMBANGUNAN 'MODEL
KEMENJADIAN *MILENIA ASNAF* (MKMA)'**

TENGGU MOHD AZIZUDDIN TUAN MAHMOOD (Corresponding author)

Calon PhD, Fakulti Keusahawanan dan Perniagaan, Universiti Malaysia Kelantan, Locked
Bag 36, Pengkalan Chepa, 16100 Kota Bharu, Malaysia. E-mail: tekuzaziz@gmail.com

NOORMARIANA MOHD DIN (Co-Author)

Pensyarah, Fakulti Keusahawanan dan Perniagaan, Universiti Malaysia Kelantan, Locked
Bag 36, Pengkalan Chepa, 16100 Kota Bharu, Malaysia. E-mail: mariana.md@umk.edu.my

ABDULLAH AL MAMUN

Pensyarah Kanan, Fakulti Perniagaan dan Sains Maklumat, UCSI University Kuala Lumpur,
Campus No. 1, Jalan Menara Gading, UCSI Heights Cheras 56000 Kuala Lumpur, Malaysia.
E-mail: AbdullahAM@ucsiuniversity.edu.my

MOHAMED DAHLAN IBRAHIM

Fakulti Keusahawanan dan Perniagaan, Universiti Malaysia Kelantan, Locked Bag 36,
Pengkalan Chepa, 16100 Kota Bharu, Malaysia. E-mail: drdellmy@gmail.com

A PEER-REVIEWED ARTICLE

(RECEIVED – 14 JUN 2020: REVISED – 1 SEPTEMBER 2020: ACCEPTED – 14 SEPTEMBER 2020)

ABSTRACT

The Asnaf economic empowerment program is structured to create awareness that is an appropriate way to be continuously implemented for the Asnaf community's sustainability. Taking into account the age cohort as a source of green entrepreneurship facing today's challenges, Millennial is a population group that will effectively control Malaysian population in Malaysia and be a catalyst in Malaysian economic growth. This article proposes Millennial Asnaf programs that would have an impact on the Asnaf community. Therefore, the Millennial Asnaf Development Outcome (MADO) model is designed to develop the quality of human capital development throughout the sources of new venture establishment to stimulate Milenia Asnaf outcomes. This program will be tested by the Millennial Asnaf Outcome Entrepreneurship Index.

Keywords: Entrepreneurship; Millennial Asnaf; Entrepreneurship Index; Millennial Asnaf Outcome Entrepreneurship Index; Millennial Asnaf Outcome Model (MAOM (MKMA))

ABSTRAK

Program memperkasakan ekonomi Asnaf adalah satu program cakna Asnaf yang merupakan satu langkah wajar di laksanakan secara berterusan bagi kelangsungan komuniti Asnaf. Mengambil kira kohort umur yang relevan sebagai sumber keusahawanan hijau mendepani cabaran masa kini, Milenia merupakan populasi kumpulan yang bakal memonopoli populasi di Malaysia serta menjadi pemangkin dalam pembangunan ekonomi negara. Artikel ini mencadangkan satu program cakna *Milenia Asnaf* yang bakal memberikan impak kepada komuniti Asnaf. Oleh itu, satu model iaitu Kemenjadian Milenia Asnaf (MKMA) bakal dirangka bagi meningkatkan quality pembangunan modal insan melalui sumber penubuhan usahaniaga baharu bagi meransang kemenjadian usahawan Milenia Asnaf. Program ini akan melalui satu saringan ujian Indeks Kemenjadian Milenia Asnaf (IKMA).

Kata kunci: Keusahawanan; Milenia Asnaf; Indeks Keusahawanan; Indeks Kemenjadian Milenia Asnaf (IKMA); Model Kemenjadian Milenia Asnaf (MKMA)

PENGENALAN

Pembangunan ekonomi Asnaf di Malaysia dilihat sebagai satu usaha berterusan Kerajaan bagi mengurangkan kadar kemiskinan Negara (Yaacob et al., 2015; Saad & Abdullah, 2014). Pelbagai inisiatif Kerajaan mahupun organisasi lain telah dilakukan bagi mengatasi isu ini (Wahab et al., 2016). Salah satu inisiatif adalah melalui pembangunan keusahawanan

yang mana dana diperuntukkan kepada penerima Asnaf yang layak untuk menjalankan perniagaan atau mengembangkan perniagaan yang sedia ada (Marzuki et al., 2019; Hasaan & Noor, 2015; Muhamat et al., 2013) Menerusi program pembangunan keusahawanan yang dikenali sebagai Program Usahawan Asnaf (AEP) untuk meningkatkan penglibatan asnaf melalui keusahawanan menerusi bantuan modal, modal pusingan, peralatan dan kursus kemahiran (Meerangani & Azman, 2019). Melalui program ini, usahawan asnaf mampu meningkatkan ekonomi serta mendapatkan kualiti hidup lebih baik (Meerangani & Azman, 2019; Azman et al., 2016; Hassan & Rom, 2016).

Namun, keberkesanan kualiti program ini masih lagi dipersoalkan kerana masih terdapat usahawan asnaf yang gagal dalam perniagaan kembali menjadi asnaf (Said et al., 2014; Halim et al., 2012; Mahad et al., 2016). Pelbagai cabaran dan halangan ekoran pelaksanaan program samada di pihak Institusi Zakat mahupun penerima bantuan itu sendiri. Kekurangan staf dikatakan antara punca program ini mendepani cabaran seperti usahawan asnaf tidak dipantau dari masa kesemasa keadaan perniagaan mereka (Azman et al., 2016). Bagi penerima bantuan perniagaan, kegagalan kali pertama dalam perniagaan menyebabkan mereka merasa serik untuk berniaga lagi di masa akan datang (Raudha et al., 2011). Hal ini demikian berpunca dari lima aspek utama yang telah dikenalpasti iaitu umur, motivasi, sikap, mindset, dan kawalan dalaman usahawan Asnaf (Marzuki et al., 2019; Halim et al., 2012). Mengambil kira keadaan fizikal seseorang kerana peningkatan umur menghadkan mereka untuk mengendalikan kebanyakan aktiviti-aktiviti perniagaan (Wahab et al., 2016; Marzuki et al., 2019).

Ini menggambarkan bahawa pembangunan diri dan keluarga untuk mengubah hidup kearah lebih baik tidak dipenuhi kerana Asnaf yang telah diberikan peluang untuk menjadikan keusahawanan sebagai mekanisme penjana pendapatan dianggap tidak merebut peluang yang telah diberikan sepenuhnya. Pengagihan melalui saluran yang betul dengan jumlah agihan yang bersesuaian serta jenis perniagaan oleh individu yang berminat mengusahakan perniagaan yang berdaya maju dan mengekalkan prestasi perniagaan merupakan jalan penyelesaian bagi kedua-dua belah pihak. Mengenalpasti penerima yang benar layak dan berpotensi merupakan cabaran utama sedang dihadapi oleh pihak Institusi Zakat dalam mengendalikan program usahawan Asnaf.

Namun, persoalan timbul jika umur dikaitkan dengan faktor kejayaan sesebuah perniagaan berapakah umur mereka yang dikatakan boleh menggunakan sumber dengan baik? Selaras dengan kajian yang dikemukakan oleh Rosbi dan Sanep (2011) dengan menyatakan golongan muda lebih cenderung untuk berjaya kerana mereka boleh menahan cabaran, persaingan dan mempunyai kemahiran sosial berbanding golongan berusia yang lebih terdedah dengan risiko kegagalan. Pendapat itu turut disokong oleh Marzuki et al

(2019), mendapati bahawa golongan berumur lebih sukar menerima cabaran dan risiko serta lebih suka kepada pergerakan yang terhad. Menyedari bahawa umur merupakan aspek penting diambilkira dalam kegagalan sesebuah perniagaan, *Milenia Asnaf* adalah kohort umur yang relevan sebagai sumber keusahawanan hijau mendepani cabaran masa kini. Menurut Ahmad et al. (2015) Milenia merupakan sumber keusahawanan hijau yang mana kumpulan sasar ini penting dalam perubahan peningkatan aktiviti keusahawanan yang mampan. Pemilihan Milenia sebagai kumpulan sasar kerana 86 peratus akur untuk memberi maklum balas melalui hasil kerja mereka (Hewlett et al., 2009). Ini menggambarkan majoriti Milenia memahami tanggungjawab mereka berdasarkan tugas yang telah diberikan. Meskipun begitu, kumpulan sasar ini masih sukar difahami dalam konteks keusahawanan (Lingelbach et al., 2012). Ini kerana kajian lepas kebanyakannya memfokuskan pelajar-pelajar Universiti dan peserta penerima bantuan yang tidak fokus kepada kohort umur Milenia (Mohd Din et al., 2019; Azman et al., 2017; Yaacob et al., 2015; Hassan et al., 2015; Ali et al., 2015).

Sekiranya tahap kemenjadian *Milenia Asnaf* merupakan sumber keusahawanan hijau, apakah ukuran yang sesuai digunakan untuk mengukur tahap kemenjadian kumpulan sasar ini dalam konsep keusahawanan? Justeru, Program Memperkasakan Ekonomi Asnaf iaitu Model Kemenjadian Milenia Asnaf (MKMA) merupakan satu program cakna *Milenia Asnaf* yang bakal memberikan impak kepada perubahan dinamik kitaran kemiskinan komuniti Asnaf. Program ini akan menyelongkar sumber-sumber penubuhan usahaniaga baharu sebagai pemangkin seseorang individu mencipta kejayaan perniagaan. Program ini akan menilai sejauh mana tahap keusahawanan yang wujud dalam diri *Milenia Asnaf* dengan pengukuran indikator-indikator terpilih. Program ini akan melalui satu saringan ujian indeks kemenjadian *Milenia Asnaf* yang menjadi sumber utama kepada keusahawanan hijau masa kini.

Model Kemenjadian Milenia Asnaf melalui pengukuran indeks keusahawanan dilihat sebagai satu *niche area* yang perlu diketengahkan di Malaysia, khasnya kepada golongan sasar. Di Malaysia, pengukuran indeks keusahawanan bukan suatu yang baharu kerana indeks keusahawanan seperti Indeks Keusahawanan Remaja Malaysia (Norasmah dan Faridah, 2010) dan Indeks Psikometrik (Nor Aishah, 2011) mampu mengukur tahap keberjayaan seseorang usahawan. Namun begitu, tidak semua dimensi sikap dan kemampuan yang terdapat dalam Indeks Keusahawanan PIKEN diadaptasi kerana ianya direka khusus untuk semua golongan yang menyebabkan penggunaan item-item tertentu tidak diadaptasi oleh kajian ini. Selain itu, Indeks Keusahawanan Remaja tidak memfokuskan kepada kohort umur Milenia menyebabkan beberapa penggunaan konstruk-konstruk kognitif dan bukan kognitif perlu ditambahbaik dalam kajian. Oleh itu, kajian ini

cuba menambahbaik indeks keusahawanan yang sedia ada melalui indikator-indikator gabungan dari perspektif ekonomi dan perspektif Islam dalam meransang kemejadian Milenia Asnaf sebagai seorang usahawan yang mempunyai kualiti tenaga kerja dan mutu kehidupan.

Keberkesanan pengukuran indeks keusahawanan sebagai alat pengukur yang berkesan ini memberikan justifikasi yang jelas untuk pembangunan model pengukuran Indeks Kemenjadian Milenia Asnaf (IKMA) ini terus dimajukan dinegara ini. Kajian ini bertujuan membina satu indeks keusahawanan Kemenjadian Milenia Asnaf (IKMA) di Malaysia bagi model keusahawanan hijau. Hasil kajian ini berupaya mengenalpasti secara terperinci keperluan dan kesesuaian program sesuai dengan tahap indeks individu tersebut. Sekaligus dapat meningkatkan prestasi diri dalam menyokong perubahan Milenia Asnaf yang mampan. Kepentingan kajian adalah untuk mengeluarkan output untuk jangka masa panjang serta pemantauan dapat dijalankan secara berterusan bagi mengelak kemiskinan diwarisi. Justeru, kajian mendalam terhadap *Milenia Asnaf* sebagai sumber keusahawanan hijau perlu diketengahkan bagi memahami penekanan konsep memperkasakan ekonomi Asnaf dengan lebih mendalam.

KAJIAN LEPAS

MILENIA ASNAF DAN KEUSAHAWANAN

Generasi Milenia mempunyai ciri-ciri yang unik seperti cenderung mengambil risiko, inovatif dan kreatif, boleh menyelesaikan masalah, mempunyai rangkaian luar dan menempuhi setiap halangan (Gagnier, 2008), yang menjadi sebab mengapa Milenia dan keusahawanan adalah saling berkait rapat. Ciri-ciri yang unik menguatkan lagi Milenia untuk meneroka sesuatu perkara (Wibowo et al., 2019). Mereka dikatakan mampu memberi maklum balas positif atas setiap tugas yang mereka laksanakan (Szamosi, 2006). Gambaran ini jelas menunjukkan bahawa, program-program keusahawanan yang dikhususkan kepada asnaf turut membuka peluang dan ruang untuk *Milenia Asnaf* menjadikan bidang keusahawanan sebagai pilihan kerjaya untuk menjana pendapatan.

Namun begitu, kajian-kajian terhadap Milenia masih sukar difahami dalam konteks keusahawanan (Koe et al., 2012), selain kohort umur ini tidak diketengahkan secara meluas menyebabkan tidak banyak peluang dan program-program keusahawanan dikhususkan kepada mereka. *Milenia Asnaf* mempunyai peluang yang cerah untuk meneroka bidang keusahawanan dengan lebih mendalam sekiranya terdapat satu program cakna *Milenia Asnaf* dilaksanakan oleh pihak tertentu terutamanya Institusi Zakat. Program keusahawanan Asnaf perlu ditambahbaik seiring dengan keadaan masa kini yang menuntut komuniti Asnaf terus meneroka bidang keusahawanan secara komited dengan melihat peluang jangka

panjang. Penyertaan *Milenia Asnaf* bukan sahaja akan meningkatkan taraf ekonomi komuniti Asnaf malah dapat mengurangkan tahap kebergantungan sumber dari kerajaan selain membantu mengurangkan kadar kemiskinan Negara.

Melalui program yang bakal dirangka kepada *Milenia Asnaf* dalam bentuk geran dan bantual modal, peralatan, latihan, motivasi, konsultan dan pengawalan secara tidak langsung bakal menambah bilangan usahawan berjaya dengan meransang aktiviti-aktiviti sosio ekonomi tempatan. Seterusnya, adalah menjadi tanggungjawab usaha semua pihak untuk menambahbaik program memperkasakan ekonomi Asnaf menerusi keusahawanan seiring dengan pembangunan ekonomi Negara.

DEFINISI MILENIA ASNAF

Milenia Asnaf dalam cadangan kajian ini adalah merujuk kepada anak kepada Asnaf atau Asnaf yang lahir antara tahun 1980 dan tahun 2000.

MODAL INSAN DAN KEMENJADIAN MILENIA ASNAF

Modal insan ialah segala apa jenis yang bersumberkan manusia untuk dimanfaatkan (Akhir & Sabjan, 2014). Konsep pembangunan modal insan lebih tertumpu kepada pendekatan holistik iaitu gabungan dari perspektif ekonomi dan Islam bagi melahirkan tenaga kerja yang berkualiti (Abdullah e tal., 2016). Pembangunan modal insan memerlukan pembangunan ekonomi bergerak seiring dengan pembangunan sahsiah kerohanian dalaman memandangkan kekuatan dalaman mendorong faktor luaran agar lebih berdaya tahan dan mempunyai semangat juang terhadap sesuatu matlamat (Borhan, 2008). Kualiti modal insan pula sangat ditekankan kerana mampu meningkatkan mutu kehidupan seseorang dalam memastikan pelaksanaan tanggungjawab dapat dipenuhi (Abdullah, 2016). Kemenjadian Milenia Asnaf adalah berkait rapat dengan pembangunan modal insan. Ini menggambarkan bahawa peningkatan kualiti pelaburan modal insan menjadi titik tolak dalam meransang ke arah kemenjadian Milenia Asnaf. Maka, kemenjadian Milenia Asnaf menjurus kepada mereka yang mampu menilai, mengurus dan menggunakan sumber penubuhan usahaniaga baharu dengan baik. Oleh itu, kemenjadian Milenia Asnaf melalui pembangunan modal insan sangat ditekankan bagi melahirkan tenaga kerja yang berkualiti dan mempunyai daya saing tinggi sesuai dengan kehendak pasaran pekerjaan yang kian mencabar pada masa kini. Justeru, kajian ini memberi tumpuan kepada sumber-sumber utama dalam penubuhan ushahaniaga baru sebagai faktor-faktor yang boleh mempengaruhi kejayaan seseorang bagi membentuk kemenjadian usahawan Milenia Asnaf.

SUMBER PENUBUHAN USAHANIAGA BAHARU

Sumber-sumber penubuhan usahaniaga baharu adalah terdiri daripada komponen-komponen yang terlibat sebelum memulakan sesuatu perniagaan. Ianya merupakan asas utama kepada perubahan cara seseorang individu menerima dan menganggap bahawa memulakan sesebuah perniagaan sebagai satu pilihan peribadi (Atherton, 2007). Perubahan cara tersebut bergantung kepada beberapa sebab termasuklah kehilangan pekerjaan, ancaman kehilangan pendapatan yang memotivasikan mereka untuk melihat bidang keusahawanan sebagai medium menjana pendapatan (Korunka et al., 2012). Selain itu, ketidakpuasan kerja, atau pekerjaan yang bergaji rendah mendorong mereka untuk menggambarkan idea atau peluang semasa bekerja bagi meneroka pilihan dalam memulakan perniagaan (Korunka et al., 2012). Bagi individu yang bersungguh-sungguh dengan idea perniagaan, mereka akan bertindak balas secara positif untuk memulakan perniagaan (Vincentt & Farlow, 2008). Oleh itu, sumber-sumber penubuhan usahaniaga baharu merupakan kriteria yang penting di ambil kira sebelum keputusan membentuk perniagaan sebenar dibuat. Komponen-komponen dalam sumber penubuhan usahaniga baharu dijadikan sebagai konstruk kajian seperti dalam Jadual 1.

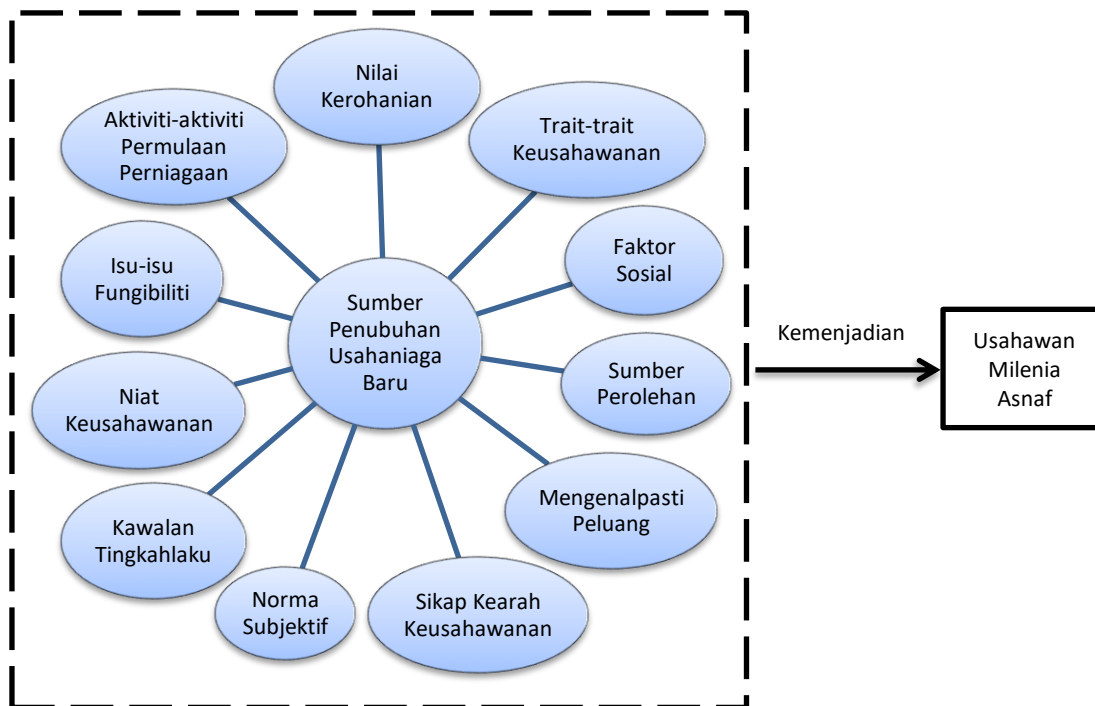
Jadual 1: Deskripsi Konstruk Kajian

Konstruk	Deskripsi
Nilai Kerohanian	Nilai kerohanian merujuk kepada kepercayaan dan pegangan agama dalam diri manusia dengan dengan menekankan tiga konsep utama iaitu hubungan dengan Allah, hubungan social dan persekitaran (Huda & Kartanegara, 2015).
Trait-trait Keusahawanan	Trait personaliti merujuk kepada pemikiran, emosi, perasaan dan tingkahlaku yang menggambarkan kecenderungan seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu, bergantung kepada jenis keadaan (Roberts, 2009).
Proaktif Personaliti, Keperluan Pencapaian, Lokus Kawalan	Trait personaliti penting sebelum seseorang membentuk perniagaan kerana ciri-ciri perniagaan berjaya datang dari mereka yang berinovatif, proaktif, keperluan pencapaian, lokus kawalan dalaman dan kecenderungan pengambilan risiko (Gartner, 1985; Dell & Amadu, 2012).
Dalam,Kecenderungan	Berinovatif merujuk kepada kecenderunagn individu untuk menjadi seorang inovatif dan kreatif dalam penjanaan idea perniagaan.
Pengambilan Risiko)	Proaktif personaliti merujuk kepada sejauh mana seseorang itu bertindak untuk mempengaruhi persekitaran (Bateman & Crant, 1993). Keperluan pencapaian merujuk kepada sejauh mana seseorang bermotivasi untuk tetapkan dan mencapai matlamat ditetapkan (Mc Clelland, 1965) Lokus kawalan dalaman merujuk kepada kepercayaan seseorang berkenaan

	tingkahlakunya bergantung sepenuhnya oleh pilihan dan usaha diri sendiri dan tidak dipengaruhi oleh keadaan luaran (Okhomina, 2010) Kecenderungan pengambilan risiko merujuk kepada kecenderungan seseorang terhadap pengambilan risiko untuk menjadi seorang usahawan (Zhao et al., 2010)
Gaya Hidup	Gaya hidup merujuk kepada gaya hidup seorang usahawan yang menigminkan keseimbangan antara keluarga dan kerja, time fleksible, menjana pendapatan melalui hobi, inginkan kehidupan lebih selesa dan menjadi seorang bos (Claire, 2012)
Jaringan Sosial	Jaringan sosial merupakan ikatan social yang akan membentuk dan mengekalkan perhubungan dengan orang lain dalam sesebuah pekerjaan dan kerjaya (Salamzadeh & Kirby, 2015).
Sumber Perolehan	Sumber perolehan merujuk kepada keperluan sumber dan maklumat melalui perhubungan luar seperti maklumat pemasaran, rantai bekalan, pengurusan, akses kepada modal dan akses kepada bermatlamatkan pelanggan dan membentuk perniagaan (Chen et al., 2015)
Mengenalpasti Peluang	Mengenalpasti peluang merujuk kepada seseorang yang mencari maklumat dari hubungan social untuk kenalpasti, menilai dan membuat keputusan berkenaan peluang perniagaan yang optimum dalam membentuk perniagaan (Suddaby et al., 2015)
Sikap Kearah Keusahawanan	Sikap kearah keusahawanan merujuk kepada pendapat, emosi dan perasaan samada baik atau buruk untuk bertindak (Ajzen & Madden, 1986)
Norma Subjektif	Norma subjektif merujuk kepada tekanan social seseorang untuk bertindak ekoran dari kumpulan perujuk seperti keluarga rakan dan kenalan (Ajzen, 1991).
Kawalan Tingkahlaku	Kawalan tingkahlaku merujuk kepada penerimaan dan kepercayaan seseorang samada sesuatu perkara itu mudah atau sukar sebelum bertindak (Linan & Chen, 2009).
Niat Keusahawanan	Niat keusahawanan merujuk kepada keinginan dan rancangan individu untuk memutuskan sesuatu tindakan (Hausenblas et al., 1997).
Isu-isu Fungibiliti	Isu-isu Fungibiliti merujuk kepada contoh kawalan dalamana individu dimana terdapata situasi yang berlaku dalam pengurusan kewangan di mana kecenderungan individu menggunakan modal perniagaan yang dikhususkan kearah aktiviti bukan menjana pendapatan (Morrissey, 2015, Elster, 1986).
Aktivi-aktiviti Pra-permulaan Perniagaan	Aktiviti Pra Permulaan Perniagaan merujuk kepada sejauh mana usaha, masa dan tenaga diperuntukkan sebagai pra syarat untuk meningkatkan penciptaan usahaniaga baharu. (leBrasseur et al., 2003; Auken & Neeley, 2000).

TEORI MODAL INSAN

Teori Modal Insan telah diperkenalkan oleh Becker (1964) yang merujuk kepada pembangunan individu yang mempunyai kemahiran dan pengetahuan memberi pulangan kepada ekonomi sesebuah masyarakat atau organisasi (Na, 2012). Teori modal insan mempunyai hubungkait dengan dengan aspek kualiti tenaga kerja dan mutu kehidupan (Abdullah, 2016; Borhan, 2008). Dimana, kedua-dua aspek tersebut merangsang kemenjadian individu yang mencakupi keupayaan sendiri, pengetahuan, kemahiran, dan pengalaman (Dess dan Pickens, 1999). Oleh itu, teori modal insan mendasari kajian yang memfokuskan kepada peningkatan kualiti individu dalam mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kemenjadian Milenia Asnaf sebagai seorang usahawan seperti di dalam gambar rajah 1.



Rajah 1: Kerangka Teori Kemenjadian Usahawan Milenia Asnaf

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan soal selidik sebagai instrumen untuk mengumpul data kajian Milenia Asnaf. Soal selidik akan dibina berdasarkan item-item melalui indikator terpilih melalui sumber-sumber penubuhan usahaniaga baharu yang menjadi asas kepada penubuhan usahaniaga baru yang akan menjadi konstruk kajian. Kajian ini mencadangkan empat fasa bagi membangunkan model kemenjadian Milenia Asnaf.

PEMBANGUNAN MODEL KEMENJADIAN MILENIA ASNAF (MKMA)

Kajian memperkasakan ekonomi Asnaf melalui Model Kemenjadian Milenia Asnaf (MKMA) akan mengenalpasti lebih mendalam sumber keusahawanan hijau yang terdiri daripada sumber-sumber penubuhan usahaniaga baharu. Satu pengukuran untuk mengenalpasti potensi bakal *Milenia Asnaf* yang berjaya adalah melalui pengukuran indeks keusahawanan. Gambarajah 2 menunjukkan susunan rangka kerja pelaksanaan pembangunan model kemenjadian *Milenia Asnaf* yang memberi penekanan kepada empat fasa yang akan membentuk hasil kajian.

Fasa pertama ialah pembinaan instrumen kajian. Fasa ini akan melalui kaedah analisa dokumen, kajian literatur dan kumpulan perbincangan berfokus. Kaedah analisa dokumen akan dilaksanakan melalui rujukan indeks keusahawanan Indeks Keusahawanan PIKEN, Indeks Keusahawanan Remaja Malaysia dan Indeks Belia Malaysia. Selain itu, program-program keusahawanan Asnaf turut di rujuk dari perspektif pencapaian, halatuju program, kategori peserta program, fasiliti dan dimensi yang telah diukur. Analisa dokumen dari indeks-indeks keusahawanan dan program keusahawanan Asnaf sedia ada untuk mengenalpasti item-item dan konstruk yang terlibat, seterusnya menjadi salah satu asas kepada pembentukan indeks keusahawanan *Milenia Asnaf*.

Kajian literatur pula akan merujuk artikel-artikel dari kajian terdahulu seperti isu dan cabaran, item-item serta faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang usahawan. Item-item yang dikenal pasti akan di *adopt*, *adapt* atau dibangunkan mengikut kesesuaian kajian. Manakala kumpulan perbincangan berfokus akan dilaksanakan dalam dua sesi bagi mendapatkan kepelbagaian maklumat berkenaan komuniti Asnaf. Sesi pertama akan melibatkan pihak agensi pembangunan tempatan khususnya yang bertanggungjawab dalam pembasmian kemiskinan di Malaysia seperti Majlis agama Islam Negeri, Tekun Nasional, Amanah Ikhtiar Malaysia, Jabatan Kebajikan Masyarakat, Jabatan Pembangunan Persekutuan dan Lembaga Kemajuan Ikan Malaysia.

Sesi kedua pula perbincangan berfokus ini akan melibatkan sekumpulan *Milenia Asnaf* untuk memahami keadaan semasa yang dihadapi mereka secara dasarnya. Kaedah ini mampu mendapatkan maklumat secara tepat yang mungkin tiada dalam analisa dokumen mahupun kajian-kajian terdahulu. Dapatan maklumat daripada ketiga-tiga kaedah ini akan dibuat perbezaan dan persamaan sebagai asas utama pembentukan konstruk dan item-item terpilih sesuai dengan konteks *Milenia Asnaf* di Malaysia. Kajian ini akan menggunakan garis panduan pembangunan rangka kerja item secara sistematik seperti dicadangkan oleh Hinkin et al. (1997). Garis panduan ini akan membantu pengkaji dalam mendasari pemilihan item yang relevan dalam mengukur setiap konstruk penting.

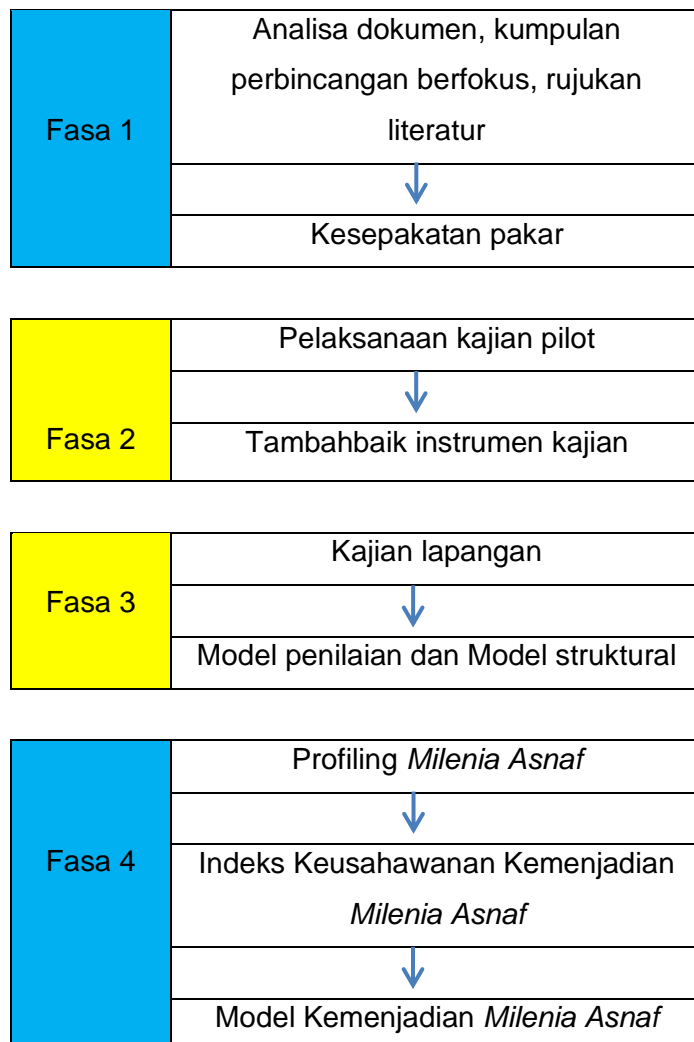
Setelah item-item dikenalpasti, kaedah *fuzzy Delphi* pula akan digunapakai untuk mengetahui keutamaan setiap item-item kajian. Kaedah ini menggunakan teknik yang dikemukakan oleh Hill dan Fowles (1975) yang mana pemilihan item berdasarkan kesepakatan pakar mengenai sejauh mana tahap penting setiap item kajian. Item-item akan dinilai oleh pakar yang terdiri daripada pensyarah, pihak industri dan pihak agensi yang mempunyai pengalaman luas dalam bidang keusahawanan mahupun yang terlibat dalam pembangunan keusahawanan. Kesepakatan pakar dibuat sekali sahaja untuk mengenalpasti item yang perlu dikekalkan dan perlu dibuang di dalam kajian *Milenia Asnaf*.

Fasa kedua ialah instrument kajian. Pelaksanaan kajian pilot akan dibuat kepada 100 orang *Milenia Asnaf* untuk membolehkan analisa item seterusnya dilakukan. Pengukuran kesahan dan kebolehpercayaan item 'Kemenjadian *Milenia Asnaf*' dianalisis menggunakan analisis *Model Rasch*. Analisis ini memaparkan kesahan dan kebolehpercayaan item setelah melalui ujian *test-retest* sebanyak beberapa kali, *index reliability* (Sekaran, 2003) dan *separation value* (Linacree, 2006). Hasil analisa kebolehpercayaan item akan memudahkan pengkaji untuk mengenalpasti item yang perlu dikekalkan, ditambahbaik atau dibuang terus dalam instrumen kajian. Setelah prosedur pembangunan item siap di semak, satu instrumen soal selidik kemenjadian *Milenia Asnaf* disediakan untuk fasa ketiga.

Fasa ketiga ialah berkenaan penilaian model. Sebelum penilaian model dibuat, kajian lapangan kepada *Milenia Asnaf* dilaksanakan secara cross-sectional iaitu menjalankan kajian pada satu tempoh masa tertentu. Kajian ini akan mengenalpasti terlebih dahulu sampel saiz kajian melalui jumlah populasi *Milenia Asnaf* yang dianggarkan dengan menggunakan model Lembaga Penduduk dan Pembangunan Keluarga Negara (2014), yang mana sekurang-kurangnya seorang isirumah berumur antara 17 hingga 35 tahun iaitu dalam kategori Milenia. Setelah data dikumpul, dua analisa dilaksanakan iaitu mengira min setiap item dan keseluruhan untuk mengenalpasti tahap indeks keusahawanan *Milenia Asnaf* samada pada tahap sangat rendah, rendah, sederhana dan tinggi. Kajian ini mengadaptasi pendekatan Indeks Belia Malaysia 2015 (IBM, 2015) untuk mengukur tahap indeks Kemenjadian Keusahawanan Milenia Asnaf. Indeks Belia Malaysia 2015 menetapkan perolehan skor '100' dan '0' masing-masing sebagai asas pengiraan nilai skor maksimum dan minimum. Analisa seterusnya akan menilai model kajian dengan mengikut prosedur yang memenuhi keperluan standard seperti cross loading, nilai HTMT dan Fornell Larcker (Henseler et al., 2015). Struktural model pula akan mengenalpasti hubungan pembolehubah-pembolehubah adalah signifikan atau tidak signifikan berdasarkan hipotesis-hipotesis kajian.

Fasa keempat adalah hasil kajian. Tiga hasil kajian yang menjadi objekif utama dalam pemeraksanaan ekonomi Asnaf ialah profiling *Milenia Asnaf*, indeks keusahawanan dan model

kajian. Profiling akan merekod maklumat demografi *Milenia Asnaf* seperti umur, jantina, tahap pendidikan, pendapatan, status perkahwinan, bilangan anak, pekerjaan dan pengalaman perniagaan. Maklumat ini penting untuk memudahkan semakan status latar belakang *Milenia Asnaf* sekiranya terdapat pihak-pihak tertentu ingin menghulurkan bantuan mengikut keadan sepatutnya. Indeks keusahawanan Kemenjadian *Milenia Asnaf* akan mengenalpasti tahap keusahawanan seseorang *Milenia Asnaf* berada pada tahap tinggi, sederhana atau rendah serta kesesuaian program-program tertentu dapat dilaksanakan mengikut tahap indeks keusahawanan mereka bakal perolehi. Manakala model kemenjadian *Milenia Asnaf* melalui konstruk-konstruk yang signifikan perlu diberi sepenuh perhatian supaya pembangunan keusahawanan dikalangan *Milenia Asnaf* yang bakal diperkenalkan dapat di aplikasikan dengan baik.



Rajah 2: Rangka Kerja Pelaksanaan Pembangunan Model Kemenjadian Milenia Asnaf (MKMA)

HASIL KAJIAN

Kajian ini akan menggunakan konstruk dalam fasa pra-permulaan yang berkaitan sumber-sumber penubuhan usahaniaga baharu seperti yang di cadangkan oleh Mahmood et al (2019). Item-item daripada konstruk dipilih berdasarkan kajian lepas dengan nilai kebolehpercayaan item melebihi 0.7. Item-item adalah seperti berikut:-

Konstruk	Penulis	Contoh item
Nilai Kerohanian	Azaman & Badaruddin, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sentiasa mendengar orang lain 2. Memelihara diri dari sifat yang mudah tertipu dengan dunia 3. Memahami fungsi nafs, roh, hati dan akal
Trait-trait Keusahawanan (Berinovasi, Proaktif Personaliti, Keperluan Pencapaian, Lokus Kawalan Dalam, Kecenderungan Pengambilan Risiko)	Gurol & Atsan (2006), Mueller & Thomas (2000), Altinay et al. (2012), Dell & Amadu (2015), Yang & Chau (2016).	<ol style="list-style-type: none"> 4. Idea-idea baru saya seringkali membuat orang lain teruja. 5. Saya sentiasa mencari cara-cara baru untuk memperbaiki kehidupan saya. 6. Saya mesti berhadapan dengan semua situasi yang tidak menentu. 7. Saya cuba untuk melakukan yang terbaik apabila melakukan sesuatu perkara.
Faktor Sosial (Gaya Hidup, Jaringan Sosial)	Hoye et al. (2009).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya ingin memulakan perniagaan dengan harapan dapat menikmati gaya hidup yang baik. 2. Saya ingin memulakan perniagaan dengan lebih banyak aktiviti. 3. Menghubungi orang yang saya kenal dalam membantu saya mendapatkan peluang perniagaan baru. 4. Bertanya kepada mereka yang saya kenali mengenai kemungkinan idea-idea perniagaan
Sumber Perolehan	Baron & Tang (2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya boleh berjaya memperolehi maklumat penting yang diperlukan untuk memulakan perniagaan. 2. Saya boleh memperoleh pengetahuan yang diperlukan untuk menjalankan sesebuah perniagaan baru. 3. Saya boleh memperolehi maklumat pasaran untuk sesebuah perniagaan
Mengenalpasti Peluang	Wang et al. (2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya sering mengenal pasti peluang untuk memulakan perniagaan baru. 2. Jika saya melihat peluang untuk memulakan perniagaan saya akan merebutnya. 3. Saya sering berfikir tentang idea dan cara untuk memulakan perniagaan.
Sikap Kearifan Keusahawanan	Linan & Chen (2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sekiranya saya mempunyai peluang dan sumber, saya suka untuk memulakan perniagaan. 2. Di antara pelbagai pilihan, saya lebih suka menjadi seorang usahawan

		3. Menjadi seorang usahawan memberikan saya kepuasan yang sebenar.
Norma Subjektif	Baughn et al. (2006)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jika saya memulakan perniagaan baru, ahli keluarga saya akan membantu saya untuk berjaya. 2. Jika saya memulakan perniagaan baru, beberapa orang daripada ahli keluarga saya akan bekerja dengan saya 3. Rakan saya mahu saya memulakan perniagaan sendiri.
Kawalan Tingkahlaku	Linan & Chen (2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adalah praktikal kepada saya untuk memulakan perniagaan. 2. Adalah mudah bagi saya untuk memulakan sesebuah perniagaan dan memastikan ianya berjalan. 3. Sekiranya saya memulakan perniagaan, saya mempunyai kebarangkalian yang tinggi untuk berjaya.
Niat Keusahawanan	Linan & Chen (2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya bersedia melakukan apa sahaja untuk menjadi seorang usahawan. 2. Saya akan melakukan pelbagai usaha untuk memulakan perniagaan sendiri. 3. Saya berazam untuk membentuk perniagaan dalam masa terdekat.
Isu-isu Fungibiliti	Petrides et al. (2004)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mudah tergoda untuk menggunakan modal perniagaan bagi aktiviti yang bukan menjana pendapatan. 2. Saya berniat untuk menggunakan modal perniagaan bagi aktiviti yang bukan menjana pendapatan. 3. Saya sering terfikir untuk menggunakan modal perniagaan pada aktiviti yang bukan menjana pendapatan.
Aktivi-aktiviti Pra-permulaan Perniagaan	leBrasseur et al. (2003)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan pelan perniagaan. 2. Memperuntukkan sepenuh masa kepada perniagaan. 3. Menjalankan kajian pasaran. 4. Mendapatkan sokongan kerajaan.

KESIMPULAN

Program memperkasakan ekonomi Asnaf melalui Model Kemenjadian *Milenia Asnaf* (MKMA) dilihat sebagai satu sumber keusahawanan hijau negara. Pembangunan ekonomi *Milenia Asnaf* dilihat sebagai titik perubahan kitaran kemiskinan mendepani kehidupan lebih baik. Pengenalan *Milenia Asnaf* sebagai sumber keusahawanan hijau yang dapat memajukan diri keluarga dan masyarakat, umumnya dalam menghadapi cabaran persaingan perniagaan masa kini. *Milenia Asnaf* adalah tonggak kepada perubahan ekosistem komuniti Asnaf dalam meningkatkan taraf kehidupan yang lebih baik. Penjaanaan pendapatan melalui keusahawanan merupakan satu langkah wajar perlu diketengahkan oleh kumpulan

sasar ini supaya mereka dapat melihat peluang sebagai matlamat jangka panjang. Sesuai dengan ungkapan 'kemiskinan bukan untuk diwarisi', maka usaha-usaha murni untuk memperkasakan ekonomi Asnaf wajar di sokong oleh semua pihak bagi meningkatkan ekonomi yang mampan.

Oleh itu, satu pengukuran 'Indeks Kemenjadian *Milenia Asnaf* (IKMA)' yang mendasari program ini, menjadi tema untuk mengetahui sejauh mana potensi kemenjadian *Milenia Asnaf* untuk menjadi seorang usahawan berjaya suatu hari nanti, Melalui pemilihan indikator-indikator terpilih dari fasa pra-permulaan, maka item-item dapat dikenalpasti untuk mengukur konstruk kajian. Konstruk kajian bagi sumber penubuhan usaha niaga baru ini akan digunakan untuk membina satu indeks keusahawanan kemenjadian Milenia Asnaf. Selain itu, pengukuran ini juga menjadi kayu asas sebelum, semasa, atau selepas sesuatu program dijalankan untuk menilai perbezaan tahap indeks keusahawanan. Pada masa sama, modal perniagaan dapat salurkan kepada merea yang sebetulnya layak dengan ciri-ciri kemenjadian sebagai seorang usahawan. Berdasarkan sumber-sumber penting seperti sumber dalaman, sumber luar dan budaya menjadi indikator-indikator yang akan diambilkira, maka *Milenia Asnaf* yang bakal melalui pengukuran ini adalah relevan, dikatakan sebagai individu yang berjaya sekiranya penciptaan usaha niaga di zahirkan sebaiknya. Justeru, mendepani cabaran keperluan pekerja berkemahiran dan komited masa kini, Milenia merupakan kumpulan yang berpotensi untuk diketengahkan menerusi pembaharuan program yang sedia ada.

RUJUKAN

- Acs, Z. J., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43(3), 476-494.
- Agbenyegah, A. T. (2019). Insight into the Significant Relationships between Demographic Variables and Rural Small Business Success: Rural Owner Managers Perspectives. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25(2), 1-21.
- Ahmad, N. H., Halim, H. A., Ramayah, T., & Rahman, S. A. (2015). Green entrepreneurship inclination among Generation Y: the road towards a green economy. *Problems and perspectives in management*, 13(2), 211-218.
- Ajzen, I. & Madden, T. J. (1986). Prediction of Goal-Directed Behavior: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioral Control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-474.
- Ajzen, I. (1991): The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

- Akhir, N. S. M., & Sabjan, M. A. (2014). Pembangunan Modal Insan Dari Perspektif Kerohanian Agama: Islam Sebagai Fokus (Human Capital Development Based on the Aspect of Religious Spirituality: The Islamic Perspective). *Journal of Human Capital Development (JHCD)*, 7(1), 33-48.
- Ali, A. F. M., Rashid, Z. A., Johari, F., & Aziz, M. R. A. (2015). The effectiveness of Zakat in reducing poverty incident: An analysis in Kelantan, Malaysia. *Asian Social Science*, 11(21), 355-367.
- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489-499.
- Auken, V. H. E., & Neeley, L. (2000). Pre-launch preparations and the acquisition of start-up capital by small firms. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 5(2), 169-182.
- Azaman, F. N. M., & Badaruddin, F. (2016). Nilai-Nilai Kerohanian Dalam Pembangunan Modal Insan Menurut Al-Ghazali (Spiritual Values in Human Capital Development by Al-Ghazali). *International Journal of Islamic and Civilizational Studies*, 3(1), 11-27.
- Azman, A. R., Basah, M. Y. A., Nooh, M. N., Abdullah, M., Fauzi, A. A. M., & Bakar, M. F. A. (2017). Program Usahawan Bagi Memperkasakan Ekonomi Golongan Asnaf: Pemantauan daripada Aplikasi MYEMA. *Journal of Fatwa Management and Research*, 7, 57-74.
- Baron, R. A., & Tang, J. (2009). Entrepreneurs' social skills and new venture performance: Mediating mechanisms and cultural generality. *Journal of Management*, 35(2), 282-306.
- Bateman, T. S., & Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103-118.
- Baughn, C. C., Cao, J. S., Le, L. T. M., Lim, V. A., & Neupert, K. E. (2006). Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and the Philippines. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(1), 57-77.
- Chen, M. H., Chang, Y. Y., & Lee, C. Y. (2015). Creative entrepreneurs' guanxi networks and success: Information and resource. *Journal of Business Research*, 68(4), 900-905.
- Claire, L. (2012). Re-Storing the Entrepreneurial Ideal: Lifestyle Entrepreneurs as Hero?. *Journal for Critical Organization Inquiry*, 10(1), 31-39.
- Dell, E., & Amadu, I. M. (2015). Proactive Personality and Entrepreneurial Intention: Employment Status and Student Level As Moderators. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 3(4), 1-13.
- Elster, J (1986). *The Multiple Self*. (Cambridge Inversoty Press).

- Gagnier, C. M. (2008). Democracy 2.0: Millennial-generated change to American governance. *National Civic Review*, 97(3), 32-36.
- Gartner, W. B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696–706.
- Guroi, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education+ Training*, 48(1), 25–38.
- Halim, H. A., Said, J., & Yusuf, S. N. S. (2012). Individual characteristics of the successful asnaf entrepreneurs: Opportunities and solutions for zakat organization in Malaysia. *International Business and Management*, 4(2), 41-49.
- Hassan, N. M. (2015). Do Capital Assistance Programs by Zakat Institutions Help the poor?. *Procedia Economics and Finance*, 31, 551-562.
- Hassan, N. M., & Noor, A. H. M. (2015). Do Capital Assistance Programs by Zakat Institutions Help the poor?. *Procedia Economics and Finance*, 31, 551-562
- Hassan, N. M., & Rom, N. A. M. (2016). Mobile Entrepreneur Program by Zakat Institution: An Exploratory Study. *The Social Sciences*, 11, 7494-7497.
- Hausenblas, H. A., Carron, A. V & Mack, D. E (1997). An Application of the Theory of Reason Action and Planned Behavior to Exercise Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 19, 36–51.
- Henseler, J., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling., *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hewlett, S. A., Sherbin, L., & Sumberg, K. (2009). How Gen Y and Boomers will reshape your agenda. *Harvard Business Review*, 87(7), 71-76.
- Hill, K.Q. & Fowles, J. (1975). The methodological worth of the Delphi forecasting technique. *Technology and Forecasting and Social Change*, 7, 179-192.
- Hinkin, T. R., Tracey, J. B., & Enz, C. A. (1997). Scale construction: Developing reliable and valid measurement instruments. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 21(1), 100-120.
- Huda, M., & Kartanegara, M. (2015). Islamic spiritual character values of al-Zarnūjī's ta'lim al-Muta'allim. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 229-229.
- Ismail, I. A., & Hussain, M. N. (2017). Productive Zakat Distribution by Zakat Institutions in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(3), 554-565.

- Koe, W. L., Sa'ari, J. R., Majid, I. A., & Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 197-208.
- Li, Y., Miao, L., Zhao, X. & Lehto, X. (2013). When family rooms become guest lounges: Work–family balance of B&B innkeepers. *International Journal of Hospitality Management* 34, 138– 149.
- Linacre, J. M. (2002). Optimizing rating scale category effectiveness. *Journal of applied measurement*, 3(1), 85-106.
- Linan, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593–617.
- Lingelbach, D., Patino, A., & Pitta, D. A. (2012). The emergence of marketing in Millennial new ventures. *Journal of Consumer Marketing*, 29(2), 136-145.
- LPPKN – Lembaga Penduduk dan Pembangunan Keluarga Negara (2014), “Laporan penemuan utama: Kajian penduduk dan keluarga Malaysia kelima (KPKM-5)”, available at: www.lppkn.gov.my
- Mahad, R. A., Wahid, H., Ahmad, S. & Jalil, M. R. (2016). Cadangan Model Kontrak Perkongsian dan Tanggungjawab Sisial Korporat (CSR) Terhadap Program Bantuan Modal Perniagaan Usahawan Asnaf. Prosiding Seminar Pengajian Islam. ISBN: 978-967-13426-7-1
- Mahmood, T. M. A. T., Al Mamun, A., Ahmad, G. B., & Ibrahim, M. D. (2019). Predicting entrepreneurial intentions and pre-start-up behaviour among Asnaf millennials. *Sustainability*, 11(18), 1-26.
- Marzuki, N., Zulkifli, S., & Wahid, H. (2019). Pengukuran Kejayaan Bantuan Modal Perniagaan Usahawan Asnaf Dalam Konteks Pencapaian Maqasid Al-Syar"ah: Kajian Di Kuala Terengganu dan Kuala Nerus, Terengganu. *Jurnal Syariah*, 27(2), 201-232.
- McClelland, D. C. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, 21(3), 219–233.
- Meerangani, K. A., & Azman, U. K. Z. (2019).Keberkesanan Program Pembangunan Ekonomi Asnaf oleh Lembaga Zakat Selangor. *e-Academia Journal*, 8(2), 14-24.
- Mohd Din, N., Ismail, M., & Mohamad, M. R. (2019). Factors Influencing Asnaf Entrepreneur's Intention Under Asnaf Entrepreneurial Program (AEP) Towards Zakat on Business. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 4(22), 11 - 24.
- Morrissey, O. (2015). Aid and Government Fiscal Behavior: Assessing Recent Evidence. *World Development*, 69, 98–105.

- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2000). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51–75.
- Muhamat, A. A., Jaafar, N., Rosly, H. E., & Manan, H. A. (2013). An appraisal on the business success of entrepreneurial asnaf: An empirical study on the state zakat organization (the Selangor Zakat Board or Lembaga Zakat Selangor) in Malaysia. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 11(1), 51-63.
- Na, L. (2012). An Introduction on Gary Becker's "Human Capital Theories". *Business, Economics, Financial Sciences, and Management*.143, 437-439.
- Nor Aishah. (2011). Psikometriks Indeks Keusahawanan Nor Aishah (PIKEN). Available at <http://demo.olpei.com/>.
- Norasmah, O., & Faridah, K. (2010). Entrepreneurship behaviour amongst Malaysian University students. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 18(1), 23–32.
- Okhomina, D. (2010). Entrepreneurial orientation and psychological traits : the moderating influence of supportive environment. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3, 1–16.
- Petrides, K. V., Frederickson, N., & Furnham, A. (2004). The role of trait emotional intelligence in academic performance and deviant behavior at school. *Personality and Individual Differences*, 36(2), 277–293.
- Raudha, M. R., Sanep, A., Wahid, H., & Harun, F. M. (2011). Understanding asnaf attitude: Malaysia's experience in quest for effective distribution programme. *International Zakat Conference, Bogor*.
- Roberts, B. W. (2009). Back to the future: Personality and assessment and personality development. *Journal of Research in Personality*, 43(2), 137–145.
- Said, J., Ahmad, M., & Yusuf, S. N. S. (2014). Effectiveness of Capital Assistance Programme: Evidence from Malaysia. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 8(4), 488-495.
- Salamzadeh, A., & Kirby, D. A. (2017). New venture creation: How start-ups grow?. *AD-Minister*, (30), 9–29.
- Sekaran, U. 2003. Research methods for business: A skill building approach (4th.ed) USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Suddaby, R., Bruton, G. D., & Si, S. X. (2015). Entrepreneurship through a qualitative lens: Insights on the construction and/or discovery of entrepreneurial opportunity. *Journal of Business venturing*, 30(1), 1-10.
- Szamosi, L. T. (2006). Just what are tomorrow's SME employees looking for?. *Education+ Training*, 48(8/9), 654-665.

- Wahab, H. A., Abu Bakar, S. H. & Islam, M. R. (2016). Needs Assessment for Poverty Alleviation: A Case of Malaysia, XXIV (5), 194-206.
- Wang, Y. L., Ellinger, A. D., & Jim Wu, Y. C. (2013). Entrepreneurial opportunity recognition: an empirical study of R&D personnel. *Management Decision*, 51(2), 248-266.
- Wibowo, S. F., Purwana, D., Wibowo, A., & Saptono, A. (2019). Determinants of Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation in Emerging Countries. *International Journal of Entrepreneurship* 23(2), 1-10.
- Yaacob, A. Y., Othman, N., & Buang, N. A. (2015). Attitudes of The Poor and Destitute Asnaf Toward The Entrepreneurship Programme in Selangor. *The Journal of Technology Management and Technopreneurship (JTMT)*, 3(1), 41-50.
- Yang, F., & Chau, R. (2016). Proactive personality and career success. *Journal of Managerial Psychology*, 31(2), 467-482.
- 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.