

**Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)**

Volume 3, Issue 1, February 2018

e-ISSN : 2504-8562

Journal home page:
www.msocialsciences.com**Elemen Keusahawanan dalam Bidang Kulineri****Mohamad Izzuan Mohd Ishar¹, Mohd Khata Jabor¹**¹Jabatan Pendidikan Teknikal dan Kejuruteraan, Fakulti Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia (UTM)Correspondence: Mohamad Izzuan Mohd Ishar (izzuanishar1991@yahoo.com)**Abstrak**

Kewujudan jurang antara jangkaan pelajar kulineri dan realiti pasaran kerja telah menyebabkan pelajar berdepan dengan halangan untuk memasuki atau menyambung kerjaya di dalam industri yang sama. Oleh yang demikian, keusahawanan merupakan salah satu pendekatan yang terbaik dalam mendidik pelajar kulineri untuk bersedia untuk menghadapi sebarang kemungkinan selepas bergraduasi. Namun, tiada garis panduan untuk menentukan dan mengukur tahap keusahawanan pelajar kulineri. Oleh itu, penyelidikan ini bertujuan untuk mengenal pasti elemen-elemen keusahawanan dalam kulineri. Hasil penyelidikan ini adalah sebuah kerangka keusahawanan kulineri. Sampungan dari penyelidikan ini adalah untuk membina instrument pengukuran tahap keusahawanan kulineri serta menghasilkan profil keusahawanan kulineri bagi pelajar kulineri. Penyelidikan ini menggunakan kaedah kualitatif pada fasa pertama melalui analisa dokumen dan temu bual bersama graduan dan usahawan kulineri. Di akhir penyelidikan ini akan memperoleh satu kerangka keusahawanan kulineri yang turut digunakan bagi menghasilkan instrumen pengukuran tahap keusahawanan kulineri pada penyelidikan fasa kedua.

Kata kunci: keusahawanan, kulineri, kerangka keusahawanan kulineri, graduan kulineri, pengukuran tahap keusahawanan

Entrepreneurship Elements in Culinary Field**Abstract**

The existence of the gap between the expectation of culinary students and the realities of the job market has led the students to face the obstacles to entering or continuing their career in the same industry. As such, entrepreneurship is one of the best approaches in educating culinary students to prepare for any possible after graduation. However, there are no guidelines for determining and measuring the entrepreneurial level of culinary students. Therefore, this research aims to identify the elements of entrepreneurship in culinary. The results of this research is a culinary entrepreneurial framework. Side of this research is to build a measurement instrument of culinary entrepreneurship level and to produce culinary entrepreneurship profiles for culinary students. This research uses qualitative method in the first phase through document analysis and interviews with graduates and culinary entrepreneurs. At the end of the study, it will acquire a culinary entrepreneurial framework that is also used to produce an entrepreneurship measurement instrument in the second phase of research.

Keywords: entrepreneurship, culinary, culinary entrepreneurial framework, culinary students, entrepreneurship measurement

Pengenalan

Industri kuliner merupakan industri yang besar melibatkan kerjaya sebagai seorang cef. Menurut Mariani (1991), kerjaya sebagai cef telah menarik minat lelaki dan wanita dari pelbagai sudut seperti sosial dan ekonomi bermula pada pertengahan tahun 1970-an. Seni kuliner juga merupakan antara elemen yang penting dalam industri hospitaliti dan pelancongan di Malaysia (Shahrim, Chua, dan Hamdin, 2009). Chan dan Mackenzie (2013) telah mendefinisikan hospitaliti sebagai satu perbuatan baik dalam menyambut dan menjaga keperluan asas pelanggan atau orang yang tidak dikenali; terutama yang berkaitan dengan makanan, minuman dan penginapan. Selain itu, hospitaliti dan pelancongan juga telah disenaraikan sebagai salah satu sektor untuk dibangunkan dalam Bidang Ekonomi Utama Negara (NKEA) menerusi Program Transformasi Ekonomi Malaysia. Dengan penggabungan industri hospitaliti, pelancongan, dan kuliner ini telah berjaya menarik perhatian kerajaan Malaysia untuk merangsang pertumbuhan ekonomi negara memandangkan makanan dan minuman merupakan komponen teras kepada sektor ini (Nornazira, 2016). Keunikan visi dan pengaruh usahawan dalam sektor pelancongan juga telah membuka ruang kepada penumpuan terhadap pembangunan industri kuliner secara menyeluruh berbanding perniagaan individu yang secara tidak langsung dapat memperlihatkan kepentingan usahawan dalam industri tersebut (Ryan, Mottiar, dan Quinn, 2012).

Dalam konteks Malaysia, kerjaya kuliner dilihat sebagai salah satu kerjaya yang dinamik dan aktif di dalam pasaran kerjaya yang pelbagai. Sahul Hamed, Mohd Zakaria, dan Mohd Ali (2010) menyatakan bidang kuliner amat penting sebagai satu kerjaya yang mendapat permintaan yang tinggi dalam sektor hospitaliti dan pelancongan di Malaysia. Namun begitu, hujah tersebut masih boleh dipersoalkan berdasarkan statistik yang dikeluarkan oleh Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia (KPT) menerusi Sistem Kajian Pengesanan Siswazah (SKPG) tentang status pekerjaan graduan seni kuliner dari institusi pengajian tinggi awam (IPTA) di Malaysia seperti yang dinyatakan dalam **Jadual 1.1**. Daripada data yang dinyatakan, didapati pada tahun 2013 dan 2014, lebih daripada separuh pelajar kuliner tidak bekerja selepas menamatkan pengajian (sebelum tempoh bergraduasi). Manakala pada tahun 2015 sebanyak 49 peratus iaitu hampir separuh daripada jumlah graduan kuliner tidak bekerja (sama ada tidak bekerjaya, menyambung pengajian, dan meningkatkan kemahiran) walaupun berlaku peningkatan graduan yang bekerja daripada tahun-tahun sebelumnya. Ironinya, pertumbuhan pesat industri pelancongan di Malaysia gagal untuk menyelesaikan masalah berkaitan isu-isu pekerjaan ini (Nornazira, 2016).

Jadual 1.1 Status Pekerjaan Graduan (Warganegara) Program Seni Kuliner di Universiti Awam Tahun 2013-2015

Universiti Awam	STATUS PEKERJAAN									
	BEKERJA		MENUNGGU PENEMPATAN PEKERJAAN		BELUM BEKERJA		MENINGKATKAN KEMAHIRAN		MELANJUTKAN PENGAJIAN	
	Lelaki	Perempuan	Lelaki	Perempuan	Lelaki	Perempuan	Lelaki	Perempuan	Lelaki	Perempuan
Tahun 2013										
UiTM	70	100	3	9	40	87	0	2	66	132
JUMLAH	170		12		127		2		198	
Tahun 2014										
UiTM	81	115	5	5	41	87	1	10	64	93
JUMLAH	196		10		128		11		157	
Tahun 2015										
UiTM	70	114	3	5	35	84	0	3	14	45
JUMLAH	184		8		119		3		59	

(Sumber: Sistem Kajian Pengesanan Graduan (SKPG), BPPPD, Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia)

Kajian yang dijalankan di luar negara mengenai kerjaya pelajar kuliner turut mendapati terdapat jurang antara jangkaan pelajar kuliner dan realiti pasaran pekerjaan yang menyebabkan pelajar berhadapan dengan halangan untuk memasuki atau menyambung kerjaya di dalam industri yang sama (Yen, Cooper, dan Murrman, 2013). Hasil kajian Yen, Cooper dan Murrman (2013) menunjukkan walaupun perancangan pendidikan dan status pekerjaan adalah berdasarkan pemilihan kerjaya, kadar peratusan

graduan kursus kulinari yang memasuki industri adalah masih rendah dan sebanyak 42.3 peratus bakal graduan kursus empat tahun kulinari dari dua buah kolej kulinari masih belum dapat membuat keputusan untuk memasuki alam pekerjaan. Hal ini mungkin menyokong hasil kajian yang dijalankan Richardson (2009) yang mendapati pelajar hospitaliti lebih berminat untuk mencari pekerjaan yang menyeronokkan, terjamin dan menginginkan persekitaran pekerjaan yang menyenangkan. Selain itu, graduan kulinari juga masih tidak jelas dengan keadaan pekerjaan dan peluang kerjaya di dalam industri yang telah mengakibatkan terdapat graduan yang tidak pasti tempoh kerjaya mereka untuk bekerja dalam industri kulinari (Barron et. al., 2007). Secara umumnya, isu ini telah mempengaruhi kerjaya sebagai cef. Cef muda digalakkan untuk memulakan kerjaya bermula dari bawah tanpa mengira tahap pendidikan formal mereka. Hal ini kerana graduan yang bijak mencari peluang dalam memilih haluan kerjaya mampu mencari laluan kerjaya yang tepat sehingga ke puncak kejayaan kerana kerjaya sebagai cef adalah dinamik dan unik (Normazira, 2016). Untuk mengkaji lebih mendalam tentang isu terkini yang berlaku di dalam industri kulinari di Malaysia, satu kajian awalan dijalankan dalam kalangan graduan kulinari dan usahawan kulinari (pemilik restoran atau kedai makan) menerusi kaedah temu bual. Kajian awalan ini bertujuan untuk mengesan jurang yang menyebabkan pelajar kulinari kurang sukar untuk mendapatkan pekerjaan selepas menamatkan pengajian mereka, terutamanya dalam bidang kulinari.

Hasil kajian awalan mendapati graduan kursus kulinari sukar untuk mendapatkan pekerjaan selepas menamatkan pengajian kerana peluang pekerjaan dalam bidang kulinari adalah terhad dan graduan gagal melihat peluang kerjaya lain kerana tidak didedahkan dengan laluan kerjaya yang lebih jelas. Selain itu, kebanyakan pekerjaan di dalam bidang kulinari mengkehendaki pengalaman dalam tempoh tertentu dan graduan perlu mempunyai pengetahuan dan kemahiran yang melebihi dari pengetahuan dan kemahiran asas sesuatu aktiviti. Peningkatan pertumbuhan institusi pengajian awam dan swasta yang menawarkan kursus kulinari telah mengakibatkan lambakan graduan kulinari. Tidak dinafikan sejak kebelakangan ini banyak perbincangan yang dilakukan berkaitan dengan industri makanan dan minuman sehingga dianggap sebagai permulaan kepada kewujudan konflik dalam kalangan masyarakat, terutamanya melibatkan kerjaya dalam industri kulinari. Hal ini mengakibatkan segelintir graduan mungkin dapat bertahan dalam industri dalam jangka masa tertentu, sementara yang lain mungkin akan meninggalkan bidang kulinari mengikut kerelaan hati mereka (Traster, 2010). Oleh yang demikian, pendedahan terhadap bidang keusahawanan di IPT sememangnya akan membuka ruang terhadap pilihan kerjaya pelajar kulinari yang secara tidak langsung dapat menerapkan nilai keusahawanan, pemikiran dan sifat keusahawanan, serta meningkatkan bilangan usahawan dalam kalangan graduan yang akan bertindak sebagai pemangkin kepada pencapaian transformasi ekonomi negara (Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia, 2010). Kebanyakan universiti atau IPT telah mula memperkenalkan kursus-kursus yang berkaitan dengan keusahawanan atau pengutamaan dalam keusahawanan sejak tahun 1990-an yang bertujuan untuk menyediakan pelajar yang bersedia untuk bekerja sendiri (Syed Zamberi, 2013). Berdasarkan kepada maklumat di dalam Pelan Tindakan Keusahawanan Institusi Pengajian Tinggi (2016-2020) menunjukkan lebih 50 peratus pelajar terlibat dengan aktiviti atau program keusahawanan yang terdiri daripada pelbagai kursus pengajian.

Pendedahan kepada pendidikan keusahawanan dapat menggalakkan graduan untuk menjadi usahawan (Peterman dan Kennedy, 2003; Honig 2004) dan mampu mengurangkan kadar graduan menganggur (Mastura dan Abdul Rashid, 2008). Menurut Neck dan Greene (2011), pendidikan keusahawanan juga mampu melengkapi pelajar dengan pengetahuan dan kemahiran yang diperlukan untuk mencari dan mencipta peluang perniagaan. Namun, berdasarkan jumlah graduan yang bekerja bagi tahun 2014, 2015, dan 2016, data yang lebih spesifik yang diterima daripada KPT menunjukkan bilangan graduan seni kulinari yang memasuki bidang keusahawanan (merujuk kepada graduan bekerja sendiri) adalah kurang daripada 5 peratus daripada jumlah graduan yang bekerja dan menunggu penempatan pekerjaan bagi tiga tahun berturut-turut seperti yang dinyatakan dalam **Jadual 1.2**.

Jadual 1.2 Bilangan Graduan (Warganegara) Bagi Program Seni Kulinari di Universiti Awam yang Bekerja Dalam Bidang Keusahawanan* Tahun 2013-2015

Tahun	Institusi Pengajian Tinggi	Memasuki Bidang keusahawanan			Jumlah Graduan Bekerja dan Menunggu Penempatan Pekerjaan	Peratus
		Lelaki	Perempuan	Jumlah		
2013	UiTM	3	3	6	182	3.30
2014	UiTM	3	3	6	206	2.91
2015	UiTM	4	5	9	192	4.69
JUMLAH				21	580	3.62

*merujuk kepada graduan yang Bekerja Sendiri

Sumber: Sistem Kajian Pengesanan Graduan (SKPG), BPPPD, Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia

Menurut Littunen dan Virtanen (2006), banyak perkara perlu dilakukan untuk memahami sifat semula jadi hubungan antara pendidikan keusahawanan dengan latihan keusahawanan, terutamanya yang melibatkan aspek tertentu dalam kejayaan usahawan baru. Persoalan yang timbul ialah mengapa graduan kulinari gagal melihat keusahawanan sebagai cabang kerjaya? Apakah yang menyebabkan pelajar kulinari kurang menceburi bidang keusahawanan selepas menamatkan pengajian, terutamanya dalam bidang kulinari? Kegagalan dalam menggabungkan pendidikan keusahawanan dengan seni kulinari berkemungkinan akan mengakibatkan masalah seperti yang digariskan oleh Traster (2010), iaitu:

- 1) Kurang sifat professional dan tidak mampu untuk bekerja secara berkumpulan;
- 2) Kurang kemahiran asas dalam kulinari akan mengakibatkan kehilangan kedudukan di tempat kerja (tetapi tidak kehilangan kerjaya);
- 3) Kurang kemampuan untuk mengikut arahan, atau kemampuan untuk menghasilkan produk yang konsisten, dan akan berhadapan dengan tindakan tata tertib; dan
- 4) Tiada minat untuk belajar atau tiada inisiatif akan memberi kesan terhadap permulaan pekerjaan dan kerjaya.

Berdasarkan sorotan kajian yang dilakukan terhadap pendidikan keusahawanan di Malaysia mendapati praktis yang dijalankan adalah tidak berkesan dalam membandingkan antara jangkaan keperluan kemahiran keusahawanan pelajar dengan permintaan kemahiran keusahawanan (Cheng, Chan dan Amir, 2009; Ismail, Abdullah dan Othman, 2010; Ahmad et. al., 2014). Hasil kajian awalan mendapati pelajar gagal melihat keusahawanan sebagai satu pilihan kerjaya kerana;

“Seperti apa yang saya cakap tadi itulah, satunya *because* dorang dah ada dorang punya *mission*, dorang punya *vision*, dorang punya visi, dorang punya cita-cita. Kalau kita Tanya masa sekolah rendah dulu pun, dulu saya pernah ditanya oleh cikgu saya nak jadi apa, macam-macam saya cakap. Maksudnya sampai ke peringkat menengah kita dah mula *aim* satu. Makna sampai ke peringkat universiti kita dah mula dah *target* di mana hala tuju kita. Disebabkan itulah platform asasnya adalah kulinari.... mungkin kerana dia dah bersedia dan minat macam saya.” (Cef 1)

“Pada saya, tekanan pekerjaan pun salah satu faktor mereka untuk melanjutkan ke Daripada diploma ke *degree* apa orang cakap lebih mendalamkan ilmu teori tu dan lebih kurang untuk terus masuk ke praktikal.” (Graduan Kulinari 3)

“Saya lepasan *diploma hotel and catering*, and then bila dah tak dapat sambung tu kita bekerja. Bila bekerja tu kita akan dapat duit. Salah satu faktornya, bagi saya, memegang duit sebab kalau sambung belajar akan tambah lagi beban, contohnya beban PTPTN, and then beban yang..... *Mostly* berkaitan dengan kewangan lah, salah satu faktor pada kita dalam bidang keusahawanan ni. Memang *mostly* duit lah.” (Graduan Kulinari 4)

Menerusi kajian awalan juga mendapati pelajar kulineri kurang menceburi bidang keusahawanan selepas menamatkan pengajian kerana graduan berasa belum mempunyai kemahiran yang cukup dan asas keusahawanan yang lemah untuk menjadi seorang usahawan. Graduan juga merasakan sukar untuk mendapatkan modal bagi memulakan perniagaan dan kurangnya menerima sokongan atau bantuan dari mana-mana pihak, terutama ahli keluarga. Faktor latar belakang keluarga yang bukan dari bidang keusahawanan juga menjadi punca graduan kulineri kurang menceburi bidang keusahawanan. Segelintir graduan juga tidak mempunyai keinginan untuk menjadi usahawan walaupun didedahkan tentang pendidikan keusahawanan dan proses keusahawanan dalam tempoh pengajian mereka kerana lebih mengutamakan minat atau hobi dalam perkara lain. Tidak dinafikan bahawa pendidikan keusahawanan memainkan peranan yang penting dalam membentuk kecekapan dan keinginan untuk menjadi usahawan (Wu dan Wu, 2008; De Pillis dan Reardon, 2007; Fayolle, Gailly dan Lassas-Clere, 2007). Daripada beberapa penyelidikan tentang keusahawanan termasuk beberapa aspek keusahawanan yang telah dilakukan menunjukkan bahawa keusahawanan boleh diajar dan pendidikan tersebut mampu menjadi kunci utama dalam memupuk sikap, niat, dan kecekapan dalam keusahawanan (Kuratko, 2005; Harris dan Gibson, 2008; Martin, McNally dan Kay, 2013; Syed Zamberi, 2013).

Menerusi proses sorotan kajian yang dilakukan, terdapat pelbagai kajian dijalankan tentang keusahawanan dalam bidang hospitaliti, walau bagaimanapun penyelidik mendapati kurangnya penyelidikan keusahawanan yang menyentuh bidang kulineri. Graduan yang bijak mencari peluang dalam memilih haluan kerjaya mampu mencari laluan kerjaya yang tepat sehingga ke puncak kejayaan kerana kerjaya dalam sektor kulineri adalah dinamik dan unik (Nornazira, 2016). Galakan menceburi bidang keusahawanan juga perlu diteruskan untuk membantu meningkatkan taraf ekonomi negara, khasnya melalui industri kulineri. Malah, sasaran pendidikan keusahawanan adalah untuk melahirkan graduan yang mencipta kerjaya (*job-creator*) daripada melahirkan graduan yang mencari kerja (*job-seeker*). Oleh itu, satu penyelidikan empirikal perlu dijalankan untuk menghasilkan satu kerangka keusahawanan kulineri bagi pelajar kursus seni kulineri di institusi pengajian tinggi di Malaysia yang bertindak sebagai pandu arah bagi mereka untuk menceburi dan membuat persediaan keusahawanan dalam diri mereka.

Objektif Penyelidikan

Objektif penyelidikan ini bertujuan untuk membina kerangka keusahawanan kulineri bagi kursus seni kulineri di institusi pengajian tinggi. Kerangka keusahawanan dan instrumen dibangunkan berdasarkan elemen-elemen keusahawanan dalam kulineri yang diperolehi menerusi proses penyelidikan. Berikut merupakan objektif-objektif yang terlibat dalam penyelidikan:

- i. Mengetahui pasti elemen-elemen keusahawanan dalam kulineri yang diperlukan oleh pelajar kursus seni kulineri untuk menjadi usahawan kulineri
- ii. Mengetahui pasti elemen-elemen keusahawanan dalam kulineri melalui analisa dokumen.
- iii. Mengetahui pasti elemen-elemen keusahawanan dalam kulineri melalui pendapat usahawan kulineri dan graduan kulineri yang berkecimpung dalam keusahawanan.

Skop Penyelidikan

Pembinaan kerangka keusahawanan ini adalah untuk pelajar seni kulineri yang mengikuti pengajian di institusi pengajian tinggi, khususnya pelajar tahun akhir yang mengikuti kursus di institusi pengajian tinggi, sebagai persediaan jika ingin menjadi usahawan dalam bidang kulineri setelah menamatkan pengajian yang turut menghasilkan tenaga kerja yang berkemahiran dan memenuhi keperluan masyarakat dan negara. Tidak terkecuali bagi bidang yang berkaitan dengan kulineri lain seperti katering, perniagaan makanan kecil-kecilan, produk makanan, dan lain-lain. Aspek-aspek keusahawanan yang dibina dalam kerangka ini adalah berdasarkan kepada hasil rujukan literatur dalam pelbagai sumber rujukan ilmiah dan melalui kajian awalan terhadap graduan-graduan kulineri,

dan usahawan kulineri yang memfokuskan elemen-elemen keusahawan dalam kulineri. Hasil analisa dari tinjauan awal dan literatur akan membantu dalam pengukuhan latar belakang masalah dan pembinaan rangka konsep kajian dan rangka teori dan seterusnya membina kerangka keusahawanan kulineri.

Kerjaya Kulineri

Bilangan pelajar yang mendaftar di institusi pengajian tinggi, khasnya melibatkan program yang memberi penekanan terhadap vokasional dalam seni kulineri semakin meningkat sejak sedekad yang lalu (Peterson's, 2007). Program seni kulineri telah diketahui mempunyai asas vokasional yang kuat. Menurut Shih-Ming, Wei, dan Jung-Mao (2005) hala tuju latihan kulineri dalam amalan chef merujuk kepada program latihan yang melibatkan perantisan, pendidikan ijazah kulineri, dan persijilan chef di kebanyakan institusi-institusi pengajian. Program seni kulineri telah menjadi semakin mantap menerusi program sarjana muda menerusi adunan kurikulum bagi menggalakkan pemikiran kritis dan kreatif (Olsen dan Mykletun, 2012). Oleh kerana institusi pendidikan tinggi telah menyediakan pembangunan kurikulum dan proses yang sistematik untuk membimbing pelajar bagi membangunkan kemahiran dan mengumpul pengalaman praktikal untuk kerjaya mereka akan datang, institusi juga perlu bertindak sebagai tempat rujukan bagi menyampaikan maklumat tentang kerjaya dan peluang lain seperti keusahawanan untuk diperkenalkan dan dilatih dalam usaha melahirkan individu yang mampu bersaing dalam pasaran kerjaya. Selain itu, universiti dan institusi pengajian tinggi juga perlu memastikan penggunaan kemahiran dan latihan tersebut tidak terhad kepada kerjaya semata tetapi untuk pelbagai kegunaan bagi mencapai sasaran dan keperluan graduan. Dalam operasi hospitaliti, terdapat pelbagai peluang kerjaya yang sesuai untuk individu yang meminati bidang berkaitan makanan. Chalmers (2008) menyatakan terdapat keperluan untuk memberi kefahaman dan sokongan tentang pelbagai dimensi yang terkandung dalam industri kulineri terhadap pekerja dalam bidang kulineri yang terdiri daripada generasi muda untuk terus mengekalkan mereka dalam industri ini.

Walau bagaimanapun, perkara ini bukanlah sesuatu yang mudah. Pelbagai permasalahan berlaku di dalam industri hospitaliti, khususnya bidang kulineri. Menurut Rowley dan Purcell (2001), industri hospitaliti mengalami kekurangan individu yang berkemahiran dalam skala yang besar, kadar perolehan yang tidak menentu, dan kekosongan yang sukar untuk diisi dari pekerja bawahan sehinggalah kepada pengurus. Masalah ini disokong oleh kajian Pratten dan O'Leary (2007) yang menyatakan kekurangan chef yang berlaku di United Kingdom adalah disebabkan oleh kekurangan minat graduan latihan kulineri untuk memasuki industri kulineri, pengoperasian restoran melibatkan waktu kerja yang panjang dan sukar, keadaan kerja yang tidak selesa, dan bayaran upah yang tidak memuaskan.. Oleh yang demikian, laluan berjaya untuk pelajar kulineri adalah lebih sukar dan mencabar daripada mereka yang memilih kerjaya lain dalam industri hospitaliti (Yen, Cooper, dan Murrman, 2013). Selain itu, perbincangan McMohan dan Quinn (1995) menyatakan graduan menukar haluan kerjaya disebabkan oleh ketidakcukupan pengetahuan tentang persekitaran industri, kurang hubungan antara pekerja-organisasi, dan tidak mendapat bayaran dan keuntungan yang berpatutan. Tambahan lagi, terdapat kajian yang dilakukan bagi mengenal pasti permasalahan yang berlaku dalam pekerjaan di luar negara tidak terkecuali kerjaya dalam industri hospitaliti, berdasarkan kajian yang dijalankan oleh *Office of Applied Studies* Amerika Syarikat (2007) mendapati fenomena kemurungan berkaitan kerja mempunyai keterlibatan yang relevan dengan industri hospitaliti. Hasil gabungan data dari tahun 2004 sehingga tahun 2006 mendapati sebanyak 10.3 peratus daripada pekerja di dalam penyediaan dan perkhidmatan berkaitan makanan menderita sekurang-kurangnya satu kemurungan utama. Menurut Shani dan Pizam (2009), pekerja penyediaan dan perkhidmatan berkaitan makanan adalah satu kategori yang besar melibatkan pelbagai kerjaya dalam industri hospitaliti seperti chef, tukang masak, pramusaji, pelayan bar, pencuci pinggan, dan lain-lain. Oleh itu, adalah tidak mengejutkan jika sesetengah individu bertindak untuk meninggalkan kerjaya di dapur komersial dan bekerja di dalam bidang dan industri yang berlainan yang menawarkan cara hidup dan persekitaran pekerjaan yang lebih baik.

Pekerjaan di bahagian dapur juga terlibat dengan masalah disiplin (Bloisi dan Hoel, 2009) yang menyumbang kepada peningkatan tekanan dan ketegangan kerja dalam persekitaran tempat kerja. Terdapat laporan daripada temu ramah bersama chef di United Kingdom yang menyatakan berlakunya

keganasan fizikal dan penderaan psikologi di bahagian dapur (Johns dan Manzel, 1999). Hal ini juga telah dikongsi oleh Chef John Smith tentang budaya ekstrim yang dipraktikkan dalam komitmen dan latihan yang menggambarkan sisi gelap yang berlaku dalam persekitaran dapur (Burrow, John Smith, dan Yakinthou, 2015). Oleh yang demikian, penyelidik ingin mencadangkan kepada graduan yang ingin berkecimpung dalam industri hospitaliti, khususnya kulinari, untuk mengikuti nasihat daripada Ruhlman (2006) di mana bagi individu yang ingin melibatkan diri dalam kerjaya kulinari untuk memulakan kerjaya dari bawah kerana untuk menjadi seorang chef yang berjaya adalah berbeza antara satu sama lain. Selain itu, cabang kerjaya lain yang boleh dipraktikkan tanpa perlu mengabaikan kemahiran dan kompetensi sedia ada adalah dengan melibatkan diri dalam bidang keusahawanan kulinari. Dalam mencipta kejayaan dalam perniagaan, industri perkhidmatan makanan perlu menyediakan perkhidmatan yang berkualiti dan makanan yang menyelerakan untuk memberi kepuasan kepada citarasa dan pengalaman menarik kepada para pelanggan yang menjamu selera. Ini kerana makanan atau hidangan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengalaman pelanggan (Andersson dan Mossberg, 2004). Ini menunjukkan kepentingan penubuhan restoran dan perkhidmatan makanan untuk sentiasa mengekalkan standard makanan dan penyediaan makanan. Oleh itu, adalah menjadi sesuatu yang amat penting kepada individu yang ingin menjadi seorang chef untuk mempunyai kemahiran dan pengetahuan dalam seni kulinari serta bersedia untuk bekerja di dapur selepas dilantik sebagai pekerja.

Keusahawanan Kulinari

Beberapa tahun kebelakangan ini, makanan dan restoran telah menjadi trend sebagai satu topik utama dalam perniagaan dan pelancongan melalui proses perkembangan rantai-rantai nilainya yang dipengaruhi oleh pengenalan terhadap bahan, teknologi proses, serta model perniagaan dan logistik yang baru (Ottenbacher dan Harrington, 2007). Menurut Omholt (2015), sektor makanan merupakan asas penting dalam menggalakkan pembangunan negara dan meningkatkan daya saing yang sihat. Hal ini telah menyumbang kepada penerokaan makanan dan bidang kulinari dari sudut keusahawanan. Definisi keusahawanan dari sudut akademia hospitaliti adalah terhad kerana ianya hanya memberi tumpuan kepada penciptaan perusahaan baru dan mengabaikan dasar pendidikan hospitaliti iaitu perlu mewujudkan satu cadangan berkaitan nilai perkhidmatan kepada pelanggan (Olsen dan Mykletun, 2012). Menerusi gelombang baru usahawan makanan ini, beberapa penyelidikan telah dijalankan terutama dalam stail kulinari, membuka peluang kepada penciptaan nilai dan kreativiti menerusi proses pencarian, penggabungan, dan penghasilan (Slavich, Cappetta, dan Salvemini, 2014; Bouty dan Gomez, 2015). Oleh yang demikian, bagi penyelidik keusahawanan kulinari boleh didefinisikan sebagai proses perniagaan melibatkan kulinari melalui gaya dan penciptaan nilai yang melibatkan proses cari, gabung, dan hasil bagi meningkatkan daya saing yang sihat. Walau bagaimanapun, proses ini bukanlah sesuatu yang mudah. Usahawan makanan dan minuman akan sentiasa berhadapan dengan pelbagai cabaran dalam usaha mereka bergerak ke hadapan (Olsen dan Stanley, 2016).

Menerusi pendedahan bidang keusahawanan di dalam kulinari, terdapat keperluan bagi usahawan untuk menguasai proses-proses pembangunan kulinari seiring dengan perubahan persekitaran dan keperluan mereka. Menurut Heyer (2016) proses pembangunan bermula dengan pengalaman, dan bergerak kepada fungsi operasi seperti saiz ruang, reka bentuk, aliran, dan kapasiti, dan terus melakukan pertimbangan kewangan. Ferguson (1998) menawarkan pembangunan gastronomi sebagai satu contoh kepada asas pembudayaan. Budaya kulinari bersifat lebih menyeluruh dan kurang penumpuan berbanding bidang gastronomi yang merangkumi pelbagai gambaran, kebanyakannya bukan berbentuk intelektual atau penulisan (Omholt, 2015). Dunia restoran bersatu melalui rangkaian individu, manakala budaya kulinari adalah suatu yang tetap dalam amalan dan nilai-nilai berdasarkan penerimaan dan penggunaan model kulinari. Persoalan yang timbul adalah bagaimana perbincangan tentang pembangunan kulinari mampu mempengaruhi pembangunan keusahawanan bagi usahawan-usahawan kulinari melalui amalan dan nilai-nilai budaya kulinari?

Ferguson menggunakan asas pembudayaan sebagai satu bentuk penggunaan makanan yang baru bagi proses pembangunan. Pertama, perubahan budaya dan sosial yang cenderung terhadap rangsangan pendemokrasian yang luas untuk memberikan faedah kepada persediaan kulinari bagi memperolehi penambahan nilai yang tinggi. Kedua, tempat komersial yang baru seperti restoran dikhususkan untuk

hal-hal pengeluaran dan penyediaan hidangan. Ketiga, penulisan baru yang diterbitkan menerusi teks kritikal gastronomi seperti buku masakan untuk chef professional, dan kajian permulaan restoran perlu disahtaraf dan distandardkan dalam pengeluaran dan penggunaan berdasarkan pengalaman dalam bidang masakan. Keempat, pembangunan kepakaran (atau pasaran khusus) yang pelbagai bagi menggambarkan posisi yang berlainan atau aliran pemikiran yang berbeza dalam kalangan chef bagi satu pihak dan kritikan dari pihak lain. Kelima, rangkaian pengeluar dan pengguna mewujudkan jaringan sosial untuk membentuk sifat dan pengaruh penggunaan yang baru secara menyeluruh. Pengukuhan budaya-budaya ini akan membantu pembangunan keusahawanan kulineri dengan lebih berkesan dengan sokongan pengetahuan terhadap keusahawanan dan proses perniagaan yang terlibat, yang disertakan dengan persediaan diri usahawan tersebut. Sehubungan itu, terdapat beberapa peranan usahawan yang boleh dilakukan melalui industri kulineri yang digariskan oleh Tria (2015), antaranya:

- a) Penggabung faktor-faktor ekonomi, di mana seorang usahawan mampu menggabungkan faktor-faktor ekonomi dengan lebih baik;
- b) Penyedia pasaran yang berkesan, di mana usahawan mampu menghasilkan keberkesanan pasaran yang baik dengan menjalankan pelbagai kaedah dan teknik yang betul dan efektif;
- c) Penerima risiko, di mana seorang usahawan perlu berani untuk mengambil risiko dalam melakukan sebarang aktiviti perniagaan;
- d) Penambah kepada kadar pulangan, di mana seorang usahawan menyasarkan untuk memperoleh keuntungan dari aktiviti-aktiviti keusahawanan yang dijalankan. Sasaran ini boleh dicapai melalui proses, produk, atau perkhidmatan pengeluaran yang bagus dan mampu memberi kepuasan hati kepada pelanggan.

Pengetahuan Personal

Aktiviti perniagaan memerlukan kuasa, minda, atau anggota untuk mencapai sesuatu sasaran menerusi kerja (amalan, inisiatif, kesan, daya) bagi memperoleh sesuatu. Aktiviti ini bertujuan untuk membangunkan perniagaan yang melibatkan kemahiran-kemahiran tertentu seperti kemahiran pengurusan kewangan dan kemahiran personal bagi memperoleh kejayaan (Suryana, 2006). Usaha pembangunan ini boleh dirujuk sebagai langkah yang patut diambil kira oleh peniaga atau usahawan dalam menjalankan perniagaan bagi membantu meningkatkan keuntungan dari hasil jualan produk sama ada menerusi perkhidmatan atau barangan. Antara langkah yang diperlukan adalah dari segi kompetensi, risiko, kemahiran, kreativiti dan inovasi, serta etika (Mohani et. al., 2008; Kamarulzaman dan Amaludin, 2009; Shuhairimi et. al., 2012; Nor Aishah, 2013). Kesemua keperluan ini akan mengukuhkan lagi nilai dan sikap keusahawanan bagi seorang usahawan dalam membangunkan perniagaannya berdasarkan matlamat dan kecenderungan untuk bertindak.

a) Kompetensi

Aktiviti keusahawanan di Malaysia mempunyai pelbagai jenis termasuk menerusi industri kecil dan sederhana yang kebanyakannya tertumpu di kawasan luar dan pinggir bandar sehinggalah yang melibatkan saiz yang lebih besar terutama di kawasan bandar dan ibu kota. Dalam penyelidikan ini, usahawan yang dimaksudkan merujuk kepada pemilik, majikan, dan pekerja yang memerlukan usahawan melakukan pelbagai peranan dalam keusahawanan yang melibatkan aktiviti-aktiviti perancangan, pengurusan, dan penyeliaan pada setiap masa, dalam erti kata lain usahawan akan terlibat secara langsung dalam aktiviti operasi yang turut dibantu oleh kakitangan yang lain. Kemampuan untuk bertindak terhadap sesuatu perkara dengan lebih berkesan dan menerapkan konsep-konsep berkaitan dengan pengurusan perniagaan dan ilmu keusahawanan ini adalah berdasarkan kompetensi. Kompetensi dalam keusahawanan merujuk kepada kemampuan memahirkan diri untuk mencapai keinginan atau kehendak yang diperlukan yang terhasil daripada aspirasi dan cabaran sebagai contoh desakkan dalaman atau galakkan luaran (Mohani et. al., 2008; Kamarulzaman dan Amaludin, 2009; Shuhairimi et. al., 2012). Menurut Suryana (2006) pula kompetensi keusahawanan boleh didefinisikan sebagai kebolehan untuk menguruskan perniagaan melalui fungsi-fungsi pengurusan di mana fungsi tersebut boleh mewujudkan sesuatu yang baru dan berlainan atau kebolehan kreatif dan inovatif.

Terdapat tiga jenis kompetensi yang perlu ada dalam diri seorang usahawan: (1) kompetensi perilaku, (2) kompetensi memulakan perniagaan, dan (3) kompetensi untuk menguruskan perniagaan. Dalam kompetensi perilaku, terdapat faktor konsep diri yang terdiri daripada sikap atau nilai individu. Nilai individu ini mempunyai sifat yang reaktif yang boleh meramal apa yang bakal dilakukan seseorang dalam waktu singkat. Konsep diri menunjukkan bagaimana seseorang menilai dirinya sendiri terhadap sesuatu perkara. Dalam tempoh yang panjang, faktor ini akan mempengaruhi etika, pandangan dan pengertian seseorang terhadap sesuatu perkara (Shuhairimi et. al., 2012). Selain itu, dalam kompetensi memulakan perniagaan pula terdapat dua faktor yang mendorong kepada pembentukan kompetensi ini iaitu ciri diri dan motif. Dalam faktor ciri diri, ianya satu perwatakan atau pembawaan diri seseorang. Ciri diri ini merupakan ciri fizikal, kognitif, dan sosial yang terdapat dalam diri seseorang usahawan secara kekal, sebagai contoh gaya dan pengetahuan. Manakala dalam faktor motif merupakan sesuatu yang difikirkan atau keinginan seseorang secara sejajar yang menjurus kepada perbuatan. Menurut Shuhairimi et. al. (2012), secara kebiasaannya, keperluan, keinginan dan perhatian berlaku tanpa disedari akan mempengaruhi pemikiran seseorang untuk mencapai matlamat. Sehingga pada penghujungnya akan mempengaruhi perlakuan dan tinagkah laku seseorang. Seterusnya ialah kompetensi untuk menguruskan perniagaan. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi pembentukan kompetensi ini iaitu pengetahuan dan keterampilan. Pengetahuan merupakan maklumat yang dimiliki seseorang yang mudah dikenal pasti dan diperoleh dan keterampilan pula merupakan kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu pekerjaan. Seorang usahawan yang mempunyai pengetahuan dalam sesuatu perkara belum tentu memiliki kemampuan untuk melaksanakan pekerjaannya. Oleh itu, faktor keterampilan merupakan gabungan antara pengetahuan dan kemahiran yang dimiliki untuk digunakan agar mendapat pengalaman dan latihan.

Berdasarkan kompetensi yang dibincangkan, terdapat beberapa indikator kompetensi keusahawanan yang boleh dikaitkan antaranya: (1) pengetahuan sendiri, iaitu pengetahuan tentang diri sendiri yang akan digunakan dalam usaha pembangunan keusahawanan; (2) imaginasi, iaitu proses mencipta idea dan perspektif yang tidak hanya bergantung dalam kejayaan yang lepas; (3) pengetahuan praktikal, iaitu pengetahuan dari segi operasi dalam pelbagai bidang pengurusan; (4) kemahiran carian, iaitu kebolehan dalam mengenal pasti, mencipta, dan membayangkan; (5) pandangan jauh, iaitu mampu melihat keupayaan perniagaan di masa hadapan; (6) kemahiran komputer, iaitu kebolehan dalam menggunakan teknologi seiring dengan perubahan sains dan teknologi; dan (7) kemahiran komunikasi, iaitu kebolehan untuk berkomunikasi, bergaul, dan berhubung dengan pihak yang terlibat dalam menjayakan keusahawanan.

b) Risiko

Berdasarkan perbincangan tentang kompetensi dalam kalangan usahawan, Kashmir (2007) mendefinisikan usahawan sebagai individu yang berani mengambil risiko untuk membuka perniagaan dalam pelbagai keadaan bagi mendapatkan dan mewujudkan peluang perniagaan yang menguntungkan. Sikap ini wujud hasil daripada pengaruh nilai-nilai hidup, sikap, dan dorongan atau desakan dalaman diri seseorang untuk melakukan tugasnya dengan lebih sempurna dan menghasilkan kerja yang terbaik. Menurut Nor Aishah (2013), usahawan yang berjaya adalah usahawan yang mampu mengurus risiko. Dalam bidang keusahawanan, risiko digambarkan sebagai satu keadaan di mana terdapat unsur ketidakpastian, seperti situasi dalam membuat pilihan di antara beberapa pilihan yang tidak diketahui hasilnya. Oleh yang demikian, mengalami kerugian bukanlah satu masalah yang besar jika usahawan menyedari bahawa kerugian merupakan salah satu kesan biasa dalam liku perniagaan. Dalam keadaan begini, ternyata penting bagi seseorang usahawan bagi memastikan risiko yang diambil itu munasabah dan setimpal dengan ganjaran yang diterima kelak.

Lastariwati dan Sukanto (2016) menyatakan semangat keusahawanan meliputi beberapa aspek seperti perilaku bebas, bertanggungjawab sentiasa mencipta dan menambahbaik nilai sumber, terbuka terhadap maklum balas, sentiasa melihat peluang yang lebih baik, tidak mudah berpuas hati, dan tidak terkecuali sanggup berhadapan dengan risiko. Semangat-semangat ini akan membantu individu lebih berminat dalam menghasilkan dan menguruskan perniagaan secara lebih profesional yang dibantu oleh perancangan dan penilaian yang terbaik. Sebagai contoh, semakin tinggi risiko yang diambil, semakin besar keuntungan yang akan diperoleh. Menurut Wibowo dan Arianto (2016) semangat

berani berhadapan dengan risiko bermakna seseorang individu berfikir bebas dan berani untuk memulakan perniagaan, tanpa sebarang rasa takut atau kebimbangan yang meliputi pelbagai keadaan yang tidak menentu. Oleh itu, penguasaan dalam semangat keusahawanan dengan gabungan daripada motivasi, visi, keyakinan, keberanian, dan komunikasi dijangka dapat memudahkan usahawan mencari peluang perniagaan.

Menurut Kline, Shah, dan Rubright (2014) risiko yang diambil oleh usahawan bukan sahaja untuk memenuhi keperluan pasaran, malah untuk menimba kefahaman dan kemahiran yang bergabung bagi mengubah persekitaran sektor dan hala tuju perniagaan. Oleh itu, usahawan perlu mengenal pasti risiko yang bakal dihadapi dengan mengambil kira peratusan kejayaan dan peratusan kegagalan bagi membuat keputusan sama ada meneruskan idea perniagaan tersebut atau tidak (Shuhairimi et. al. 2012; Mohani et. al. 2009). Walau bagaimanapun, usahawan tidak seharusnya memandang risiko sebagai satu penghalang, sebaliknya menganggap sebagai satu cabaran dalam memperjuangkan keusahawanan yang dilakukan. Pillis dan Reardon (2007) menyatakan untuk menjadi seorang usahawan, adalah menjadi kebiasaan dalam berhadapan dengan risiko pada satu tahap kemajuan. Oleh itu, menjadi satu keperluan untuk sentiasa bertoleransi antara kekaburan dan risiko bagi menyelesaikan masalah tersebut. Persediaan menjadi usahawan yang berjaya ialah berani menanggung risiko, bersedia berdepan dengan risiko, dan mengatur langkah-langkah yang terbaik untuk mengatasi risiko. Kemahiran pengurusan risiko ini harus dipelajari dan diperoleh melalui pembacaan dan rujukan daripada pakar.

c) Kemahiran

Bagi mengukuhkan lagi pembangunan keusahawanan, pelajar atau graduan perlu memfokuskan kepada kesedaran tentang perniagaan dan keusahawanan; kemahiran perniagaan; kreativiti, imaginasi, dan pemikiran yang menyokong aktiviti keusahawanan individu dalam apa jua situasi (Syed Zamberi, 2012). Ini bagi menyokong pelajar atau graduan untuk bertindak secara lebih efektif dalam perubahan yang pantas yang berlaku di dalam persaingan dan perusahaan ekonomi dan pasaran pekerja. Usahawan perlu memiliki kemahiran-kemahiran tertentu dalam mengendalikan aktiviti keusahawanan seperti kemahiran teknikal yang digabungkan dengan kemahiran kemanusiaan dan konseptual merupakan asas penting dalam mencapai kejayaan perniagaan yang dijalankan (Mohani et. al., 2008; Kamarulzaman dan Amaludin, 2008). Selain itu, kemahiran pengurusan juga diperlukan bagi memberi penekanan terhadap perluasan pengetahuan dalam pembangunan keusahawanan dan perniagaan bagi membina semangat yang diperlukan (Syed Zamberi, 2012).

Setiap kemahiran mempunyai kepentingan yang berbeza-beza mengikut keperluan usahawan. Kemahiran teknikal ialah keupayaan menggunakan pengetahuan yang spesifik dan teknik dalam sesuatu bidang. Pengetahuan-pengetahuan ini diperoleh secara spesifik melalui pendidikan formal atau menerusi pengalaman bekerja. Kemahiran ini mampu mempersiapkan diri usahawan dalam menyelesaikan masalah harian yang berkaitan dengan perniagaan. Usahawan perlu memiliki pengetahuan ini bagi membolehkan mereka memberi justifikasi apabila berhadapan dengan masalah. Selain itu, usahawan juga perlu sentiasa bersedia dalam situasi yang mendesak atau memerlukan sokongan. Kemahiran-kemahiran teknikal ini amat penting kerana usahawan merupakan pemikir yang strategik dalam penentuan polisi dan strategi perniagaan. Seterusnya, kemahiran kemanusiaan iaitu kebolehan dalam kerja berpasukan. Usahawan perlu mempunyai kemampuan memotivasikan orang lain dan bersifat responsif. Kemahiran ini membantu usahawan menyelami perwatakan orang lain dan mampu mempengaruhi sifat kepimpinan ketika berhadapan dengan sesuatu situasi. Menurut Kolakowski (2016) kemahiran kemanusiaan juga boleh dicapai menerusi pendidikan yang proaktif seperti menghadiri atau melibatkan diri dalam persidangan dan forum-forum atau perbincangan tentang kepimpinan. Oleh yang demikian, usahawan akan menjadi lebih sensitif terhadap segala permasalahan, bersedia menerima kepelbagaian, mudah memberi pujian dan sentiasa fleksibel. Dengan cara ini, usahawan dapat meningkat kemahiran komunikasi yang dapat merapatkan jarak sosial dan bersifat lebih terbuka apabila mengadakan perbincangan dan rundingan.

Kemahiran konseptual pula ialah kemampuan menyelaraskan dan menyatupadukan aktiviti perniagaan ke arah pencapaian matlamat. Kemahiran ini berupaya membantu usahawan untuk menjangka kesan

yang akan berlaku kepada seluruh perniagaannya apa bila terdapat sebarang perubahan atau masalah. Kemahiran ini memerlukan usahawan untuk menganalisa, menjangka, mengenal pasti masalah, memulihkan keadaan, membuat keputusan dan memantau kemajuan perniagaan (Kamarulzaman dan Amaludin, 2009; Mohani et. al., 2008). Menurut Babb dan Babb (1992), motivasi pencapaian telah dikenal pasti sebagai pendorong paling lazim dalam kejayaan keusahawanan. Oleh itu, setiap kemahiran yang digariskan perlulah dikuasai oleh usahawan bagi memotivasikan diri untuk mencapai sasaran perniagaan. Selain itu, terdapat juga keperluan untuk mengukuhkan lagi interaksi antara usahawan dan pelajar. Perkara ini boleh dicapai melalui program peratisan atau mentor usahawan bertujuan untuk melatih para pelajar atau graduan dan melahirkan usahawan baru. Pelajar atau graduan harus mampu untuk mencipta pelbagai perancangan perniagaan, berlatih dalam mengenal pasti peluang, dan bergerak aktif dalam mengenali idola-idola usahawan yang boleh dijadikan ilham dalam pembangunan keusahawanan.

d) Kreatif dan Inovatif

Dunia keusahawanan masa kini sentiasa berubah memerlukan usahawan bertindak secara fleksibel yang memerlukan daya kreativiti yang tinggi bagi menyelesaikan masalah dan mencari penyelesaian untuk menambahbaik peluang perniagaan (Zimmerer, 1996; Nor Aishah, 2013). Menurut Miller (2016) isu yang dihadapi dalam persekitaran produk baru, sebagai contoh dalam perniagaan minuman memerlukan usahawan untuk lebih fleksibel, pantas, dan sentiasa berhubung dengan pengguna bagi berhadapan dengan permasalahan ini. Hisrich dan Peters (2002), serta Lastariwati dan Sukanto (2016) menyatakan keusahawanan merupakan satu proses untuk mencipta sesuatu yang baru (menjadi kreatif) dan berlainan (menjadi inovatif) yang akan menghasilkan keuntungan melalui persaingan. Oleh yang demikian, kreatif dan inovatif merupakan antara keperluan yang penting bagi menarik pelanggan dan memperkenalkan jenama baru dalam usaha untuk bersaing dengan jenama sedia ada. Melalui daya kreativiti, fikiran inovatif dan imaginasi, usahawan mampu menghasilkan produk yang unik dan memberikan faedah kepada orang ramai. Kreativiti ialah kebolehan mengembangkan idea baru dan mempunyai pandangan lain terhadap sesuatu peluang dan masalah. Menurut Shuhairimi et. al. (2012), seorang usahawan yang kreatif memberi banyak kelebihan dalam proses kemajuan keusahawanannya. Antaranya memberi nilai persaingan sihat untuk diri usahawan untuk bersaing dalam pasaran dan ekonomi negara (Mohani et. al., 2008). Manakala, sifat inovasi pula merujuk kepada kebolehan mengaplikasikan penyelesaian kreatif terhadap masalah dan peluang yang mampu mengukuhkan serta memberika kekayaan kepada manusia.

Terdapat beberapa sifat usahawan yang kreatif iaitu: dinamik, berani, produktif, tekun bekerja, dan bebas. Seorang usahawan yang dinamik tidak akan membiarkan pemikirannya menjadi pasif. Sifat dinamik memupuk perasaan ingin tahu dan mencuba idea yang baru dengan melihat dari pelbagai perspektif. Selain itu, penyelidikan yang dijalankan sebelum ini telah membuktikan bahawa berfikir di luar kotak juga merupakan cara paling berkesan untuk menjauhkan diri dari kebiasaan dan mengelakkan persamaan dengan usahawan lain di dalam perniagaan (Shuhairimi et. al., 2012; Mohani et. al., 2008). Usahawan yang berani pula mampu mengetengahkan idea baru dan dinamik walaupun mendapat tentangan dan berhadapan dengan risiko. Selain itu, sifat produktif dalam diri usahawan merujuk kepada keupayaan untuk bertindak secara berkesan dan mempunyai konsep pendekatan yang dapat menyelesaikan masalah dengan penggunaan sumber yang ada dengan cekap. Usahawan yang bersifat tekun dalam kerjaya pula mampu mengharungi dan berhadapan dengan kegagalan. Sifat ini menjadikan seseorang mampu memberi komitmen yang penuh dalam sesuatu usaha dan perancangan. Manakala, dalam sifat yang terakhir bagi seorang usahawan yang kreatif iaitu bebas menjadikan seseorang itu tidak bergantung kepada sokongan dan penerimaan pihak lain; serta bebas mengetengahkan idea tanpa perasaan takut terhadap kritikan (Mohani et. al., 2008). Selain itu, program latihan khusus untuk pelajar yang ingin memulakan perniagaan sendiri juga perlu digalakkan dengan lebih meluas bertujuan untuk menghasilkan graduan yang mampu menjadi inovatif dan mampu mengenal pasti dan mencipta peluang, mengambil risiko, membuat keputusan, menganalisa dan menyelesaikan masalah, berkomunikasi secara jelas dan berkesan, serta berfikir dan bertindak seperti seorang usahawan.

e) Etika

Dari sudut pandangan yang lebih luas, pendidikan keusahawanan di IPT tidak boleh dianggap sebagai cara untuk melahirkan usahawan tetapi lebih kepada membentuk ciri-ciri dan nilai-nilai yang dimiliki oleh seorang usahawan. Menurut Nor Aishah (2013), individu yang mempunyai sikap dan semangat usahawan adalah individu yang ingin berjaya dan berusaha bersungguh-sungguh dalam bidang yang diceburi. Sifat-sifat personal merupakan inti pati bagi menentukan sama ada seseorang mampu atau tidak mampu untuk menjadi usahawan (Cheng, Chan dan Amir, 2009). Seorang usahawan bertanggungjawab kepada masyarakat sebagai peneraju kepada ekonomi negara. Oleh itu, usahawan perlu mengamalkan nilai moral dan etika keusahawanan yang baik bagi memastikan kelancaran proses berkaitan keusahawanan dari pelbagai aspek. Nilai moral keusahawanan merujuk kepada semua nilai baik sejagat yang disenangi oleh masyarakat. Nilai moral baik ini mendorong usahawan mengambil tingkah laku yang beretika semasa menjalani urusan perniagaan dengan pihak lain (Nor Aishah, 2013). Ia juga penting bagi perubahan sikap bertujuan untuk menarik pelanggan untuk membeli bangan yang dijual (Schuler, 2016). Aspek nilai moral dan etika tidak boleh dipandang ringan kerana akan menghasilkan masalah dan kerumitan. Menurut Olsen dan Stanley (2016) kepentingan bagi satu sistem operasi yang cemerlang dan hubungannya dengan kejayaan dalam industri makanan dan minuman ialah dengan mengekalkan disiplin dan strategi bagi mencapai perancangan yang dilakukan. Ini kerana pertumbuhan sesuatu syarikat atau restoran adalah disebabkan oleh keseimbangan fleksibiliti dan disiplin (Meadow, 2016). Walau bagaimanapun, usahawan tidak lari dari berhadapan dengan masalah yang menguji tahap moral dan etika. Mohani et. al. (2008) menyatakan seorang usahawan harus berwaspada tentang kesan dari keputusan yang dilakukan.

Kaedah Penyelidikan

Penyelidikan ini dijalankan dengan menggunakan kaedah kualitatif yang terhasil dari pembacaan sumber ilmiah seperti artikel konsep, artikel penyelidikan, dokumen, dan buku rujukan sebelum ini yang telah dinilai dan dimuat turun dari enjin carian internet. Beberapa data sekunder berkaitan diperolehi daripada perpustakaan universiti, Perpustakaan Sultanah Zanariah dan Perpustakaan Raja Zarith Sofiah, Universiti Teknologi Malaysia dan enjin carian perpustakaan yang beralamat http://libraryopac.utm.my/client/en_AU/main. Dalam penyelidikan ini, responden yang terlibat ialah 7 orang usahawan kulinari dan 3 orang graduan kursus seni kulinari yang menceburi bidang keusahawanan kulinari telah ditemu bual. Pemilihan dilakukan berdasarkan pengetahuan penyelidik dengan melakukan sedikit kajian latar belakang dan tujuan khas penyelidikan. Penyelidik telah memilih penggunaan borang temu bual berstruktur dan soalan open-ended dibaca terus dihadapan responden. Analisa dapatan maklumat yang telah dikumpulkan di analisa menggunakan dua cara iaitu secara manual melalui kaedah pengekodan dan menggunakan aplikasi Nvivo 11.

Analisa dan Perbincangan

Peringkat permulaan, analisa data dilakukan dengan pembacaan dokumen yang terlibat bertujuan mengkaji isu-isu yang timbul dan tema-tema yang berkemungkinan relevan bagi kajian ini. Seterusnya, analisa data tematik dilakukan dengan menggunakan kaedah manual (pengekodan) untuk mengecilkan skop data supaya memperoleh kod lebih terurus dan bermakna berdasarkan arah tuju penyelidikan. Selepas itu, data yang telah dianalisa menerusi kaedah pengekodan dipindahkan ke dalam bentuk kerangka sementara. Analisa yang mendalam terhadap proses pengenalanpastian elemen dan sub elemen keusahawanan kulinari dari sudut pandangan responden dicatat di dalam seksyen seterusnya.

a) Kompetensi Keusahawanan Kulinari

Sebanyak 13 sub-elemen keusahawanan kulinari dikenal pasti daripada analisa elemen Kompetensi keusahawanan iaitu Konteks, Konsep, Kualiti, Kuantiti, Bersih, Kemas, Kehendak, Pelbagai, Adaptasi,

Persembahan, Perancangan, Tugas, dan Sukatan. Hasil analisa mendapati kebersihan dapur restoran serta kekemasan susun atur dapur dan restoran adalah sub-elemen berbeza disebabkan oleh faktor yang mempengaruhi di mana kebersihan lebih mempengaruhi para pelanggan, manakala kekemasan lebih mempengaruhi aktiviti dan pekerjaan. **Jadual 4.1** menunjukkan hasil temu bual yang dijalankan bagi elemen Kompetensi keusahawanan.

Jaduan 4.1 Hasil Temu Bual tentang Elemen Kompetensi

Contoh Sokongan dari Temu Bual	Responden	Kod	Tema
Kalau tak silap ya, ada istilah di mana “cook is an art”, memasak itu adalah satu seni, OK. Di mana terlalu banyak sangat skill. Dan setiap peredaran masa itu akan ada pembaharuan, pembaharuan, pembaharuan. Kedua, ilmu. Ilmu, contoh kita masak ala carte, panas-panas. Kita kena tahu apa bahan-bahan yang nak digunakan semasa kita memasak.	GK1, UK1, UK5	Konteks Hidangan	Konteks
Sekarang ni saya pon cef coffeehouse, di mana saya banyak menggunakan saya punya research. Research di mana saya terpaksa bersama kawan baik saya bertugas kan, kita view all around the world punya konsep kulinari tu sebenarnya. Ala carte, kita semua tahu dia satu dish bukan sekali datang 5-6, tak. Dia beza-beza sebab tu kita kena jaga. Setelah apa yang kita ajar. Contoh lah ye. dia tak pernah masak western tapi pernah masak yang... Malay food, goreng-goreng tu kan, kalau kita ajar, automatik dia tahu. Automatik dia pandai sebab apa? dia tahu masak... Ada kemahiran masak, letak lah masak apa pun, kalau diajar, sama je. Cuma yang beza kat situ resepi, cara memasak,	GK1, GK3, UK1, UK7	Konsep Masakan	Konsep
Kita kena tengok kita punya bahan macam mana. Lepas tu, kena jaga kualiti apa semua. Itu semua penting sebenarnya. ... macam di kawasan persekitaran..., maksudnya kawasan dapur tu semua kita kena jagalah supaya bila kita buat sesuatu tu kita dapat kualiti yang lebih baiklah maknanya.	GK2, GK3, UK1, UK3	Kualiti Makanan dan Restoran	Kualiti
Macam kat sini, kita beli barang hari-hari. So, macam bahan mentah tu, kita keluarkan sikit-sikit. sikit-sikit macam keluarkan isi ayam kan sekeping-sekeping je kan, kita keluarkan sekeping. Kalau dah habis baru kita keluarkan yang lain. Mak cik hanya masak. Macam bawang-bawang, mak cik beli. Yang depan ni, semua anak mak cik yang uruskan. Beli ikut kuantiti yang cukup lah.	GK3, UK4	Kuantiti barangan	Kuantiti
Itu kena pastikan kebersihan terutamanya kalau kita nak pelanggan sentiasa datang kat kedai kita. Terutamanya kebersihanlah. Kita pastikan kebersihan, kemudian makanan kita kena jaga, ... Lagi satu, kita perlu ada... kebersihan, kebersihan... kebersihan dalam lah... Kebersihan itu termasuk macam penampilan, kebersihan sebagai mana sebelum kita bekerja tu. Kita kana da kursus perniagaan, kursus kebersihan, macam-macam kersuslah kan. Tapi tu lah, kursus pemakanan dia lain, kebersihan amat penting, dari segi penampilan kan, rambut, kuku, pakaian.	UK3, UK5, UK7	Kebersihan Dapur dan Restoran	Bersih
seseorang tu nak masak dengan persekitaran yang agak, agak terlalu... macam... tidak selesa, maknanya dari segi peralatan, bahan mentah apa semua,... di persekitaran dapur itu semua	GK3, UK1, UK6, UK7	Susun Atur Dapur dan Restoran	Kemas

mesti teratur, maksudnya contoh kalau masak menggunakan sesuatu barang dia akan tuju tempat yang sepatutnya dituju. Dia tak macam perlu cari serata dapur. ... dia ada empat seksyen. Satu seksyen Italian. Satu seksyen western. Bukan satu tempat pasal yang seksyen Italian ni banyak celup, seksyen western banyak grill. Grill nak campur dengan ni huru-hara. Kita ada oriental, kita ada goreng-goreng. Buka lagi satu, Italian pizza. So, banyak seksyen. So, dalam seksyen tu kita nak tentukan dapurnya. Kita tak nak ada cross process. Kita nak pastikan atmosphere kitchen tu adalah atmosphere yang baik. ... OK, kita perlukan dalam satu kedai... kedai makan ni, kedai makan atau sebuah restoran, kita perlukan suasana kerja yang selesa. Itu antara sebab-sebab dia kan. Kalau tak selesa, kita susah untuk bekerja.			
... dia suka more kepada apa macam tu, western ke, local ke, kita akan improve dan kita pertingkatkanlah menu-menu kita. Macam budak-budak Cina, dorang suka Nasi Lemak kan. Macam budak-budak Kelantan, dorang suka Nasi Kerabu. Mak cik kena ikutlah rentak dorang. Macam Laksa Johor, Laksa Kelantan pon mak cik buat. Mak cik tengok apa yang budak-budak suka, mak cik buat.	GK2, UK3, UK4	Kehendak Pelanggan	Kehendak
... kadang-kadang ada yang ada masalah ke apa ke,... Jadi, dia akan pusing dan tukang masak boleh buat air. Semua tempat kerja macam situ. Dia kena belajar semua benda lain... Yang terlibat bahagian dapur, dia kena tahu semua sekali... kalau tak ada orang tu, dia tahu lah nak buat apa.	GK2, UK2, UK7	Kebolehan Melakukan Pelbagai Tugas (<i>Multi-tasking</i>)	Pelbagai
... contoh daripada teknik memasak itu sendiri, daripada satu... mungkin pada tahun 2015 caranya sebegini... apabila dah sampai peringkat 2016 iaitu perubahannya lebih advance, 2017 dah jadi out of the box, something yang new. Kalau macam... saya rasa kena sentiasa meng'up-to-date' lah idea-idea untuk pelanggan sekarang, ... saya akan hantar... hantar untuk menghadiri kursus yang berkaitan dengan sebagai tukang masak untuk dia kembangkan lagi dia punya kemahiran, kecekapan untuk mempersembahkan juadah yang dimasak.	GK1, GK2, UK1, UK2, UK7	Adaptasi idea	Adaptasi
Maksudnya, kalau saya, skill saya macam skill pada bahagian cara untuk present makanan. Biasa orang akan lihat 'oh, persembahan ni..' atau pun juri biasa tengok 'oh, persembahan menarik!'... tapi untuk rasa itu nombor dua. So, jadi, untuk tukang masak perlu ada dua-dua, present untuk makanan dan kenakkan makanan yang disediakan...	UK1, UK3, UK5	Persembahan hidangan	Persembahan
Saya akan buat back up plan jika ada kecemasan seperti demam, kenderaan rosak, dan lain-lain.. menyusun tugas biasa yang saya buat... Saya akan membuat perancangan untuk jangka masa panjang dan pendek, dan selalu di buat sehari sebelum bekerja keesokkannya lah. Methods ni dia boleh berubah. Kita boleh create SOP baru. Simplification process kita boleh buat.	UK2, UK6	Perancangan Jangka Panjang dan Pendek	Perancangan
Kalau saya sebagai tukang masak kan, saya kena tahu dia punya amount untuk kita buat satu dish.	GK3, UK4	Sukatan bahan dalam masakan	Sukatan
Macam kita service, kalau you tahu more on the spot. Kalau boleh on the go lah sebab orang datang sini pon just untuk datang, duduk, minum, makan, gerak..... Dorang order terus buat, terus dapat.	GK2, GK3, UK2, UK3,	Cekap dan Pantas Melaksanakan Tugas	Tugas

Lepas tu, timing. Timing ni memang penting lah sebab satu dish tak boleh buat terlalu lama, terlalu macam..... orang tunggukan sebab kita ala carte.			
--	--	--	--

Berdasarkan analisa, keseluruhan responden temu bual mengakui kepentingan kompetensi dalam keusahawanan kulineri dan pelbagai jawapan diterima oleh penyelidik dalam temu bual berkenaan. **Jadual 4.3** memberi gambaran secara ringkas hasil penyelidikan temu bual yang dijalankan bersama-sama usahawan kulineri dan graduan kulineri bagi mengenal pasti elemen kompetensi dalam keusahawanan kulineri.

Jadual 4.3 Ringkasan Hasil Temu Bual bagi Elemen Kompetensi

Responden Sub-elemen	Usahawan Kulinari							Graduan Kulinari		
	UK 1	UK 2	UK 3	UK 4	UK 5	UK 6	UK 7	GK 1	GK 2	GK 3
Konteks	√				√			√		
Konsep	√						√	√		√
Kualiti	√		√						√	√
Kuantiti				√						√
Bersih			√		√		√			
Kemas	√					√	√			√
Kehendak			√	√					√	
Pelbagai		√					√		√	
Adaptasi	√	√					√	√	√	
Persembahan	√		√		√					
Perancangan		√				√				
Sukatan				√						√
Tugasan		√	√						√	√

Majoriti usahawan dan graduan kulineri menyatakan pengadaptasian idea-idea baru ke dalam perniagaan sebagai kompetensi yang utama. Ini kerana dalam proses perniagaan, persaingan dengan restoran lain amat memberi kesan kepada kelangsungan operasi perniagaan. Pengolahan dan perlaksanaan idea-idea baru dilihat dapat membantu dalam memberi kelainan dan kesan positif bagi menarik pelanggan dan meneruskan perniagaan.

b) Risiko Keusahawanan Kulineri

Sebanyak 12 sub-elemen didapati menerusi analisa temu bual responden berkaitan dengan elemen Risiko keusahawanan. Antara sub-elemen yang berkaitan dengan pembangunan keusahawanan kulineri adalah Rugi, Kerenah, Harga, Pengetahuan, Saingan, Selerak, Bazir, Labur, Putus Asa, Masalah, Modal, dan Statik. Hasil analisa mendapati Kerenah dan Masalah merupakan dua sub-elemen yang berbeza di mana Kerenah lebih merujuk kepada keadaan pelanggan, manakala Masalah merujuk kepada pekerja yang berkhidmat di restoran atau kedai makan. **Jadual 4.4** menunjukkan hasil analisa yang dijalankan bagi elemen Risiko keusahawanan.

Jaduan 4.4 Hasil Temu Bual tentang Elemen Risiko

Contoh Sokongan dari Temu Bual	Responden	Kod	Tema
Kita punya layout kitchen very poor. Kitchen sangat penting. Itu pasal kita keluar produk makanan keluar dekat kitchen. So, there is persekitaran dapur dan tempat kerja... Cara nak move penting. Dorang tak banyak energy. Air Circulation nak kena bagus... Kalau dorang happy, equipment lambat rosak. Kalau dorang tak happy equipment cepat rosak.	GK3, UK6	Susun Atur Dapur dan Restoran Lemah	Selerak

Kalau saya, jenis saya tak suka tengok dapur saya bersepah sangat. Macam meja-meja, tray, tu semua, macam dapur, dapur meja tu kan, kalau kotor ke apa... Kalau tidak pun alas bagi kita tak nampak serabut sangat kan.			
...kalau kita nak fokus, nak betul-betul cakup, bukanlah banyak tapi ada. Maksudnya ada, OK, sekarang orang semua berlumba-lumba untuk memulakan perniagaan, baik secara... perniagaan makanan melalui atas talian, makanan yang berasaskan realiti: ada restoran, ada kedai makan, ada kafé,... So kat sini risikonya adalah persaingan antara peniaga-peniaga... Dan satu persainganlah macam yang awak cakap persaingan memang banyak. Kadang-kadang orang bagi pakej itu ini apa semua kan. So, situ kita kena banyak... lebih kepada macam yang awak cakap... Lagi satu risikonya sebab kedai ni awak tengok dia semua makanan, ada yang sama, ada yang berlainan. Jadi, risiko tu <u>persaingan yang terlalu sengit</u>.	UK1, UK3, UK5, UK6	Persaingan dari Perniagaan Restoran Lain	Saingan
Macam mana kita nak jaga kualiti barang. Kita beli barang, mostly barang mentah tu, kita susah nak jaga sayur-sayur boleh lah letak dalam chiller. Kalau barang mentah tu, kita susah nak jaga. Kebanyakan selalu barang rosak lah... Kalau barang rosak tu kita boleh rugi banyak. Kita kena buang benda tu kan. ... bahagian produk, stok, kita kena peka. Tiada pembaziran. Tiada waste food. Kalau boleh benda tu kira tak ada yang rosak lah. Kalau boleh jual habis. Kalau ada yang rosak pun mungkin 5 persen atau 10 persen, tu je. Itu pun banyak sebenarnya, kita boleh elak sebenarnya.	GK3, UK2, UK7	Kerosakkan dan Pembaziran Bahan Mentah dan Makanan	Bazir
... tidak adanya sifat putus asa. Nak dibandingkan dengan... Tapi kita di sini kita bincang pasal menyeluruh, satu Malaysia. OK, right? ... kerana tidak ada keyakinan diri. ... risiko ni sebenarnya banyak jugalah sebetulnya... Kita tak boleh rasa macam kita down ke bila kita tak boleh buat sesuatu tu. Kita kena ada usahalah selebihnya.	GK1, UK3, UK6	Sifat Putus Asa	Putus Asa
Tak berani tanggung risiko di mana satunya mereka tidak memahami mana faktor tempat yang paling strategik untuk buka dan memulakan perniagaan. Itu penting. Faktor yang paling stretegik. Dan kita harus tengok faktor usia kat situ. Kalau nak jual something contohnya macam kulinari buat western ya, tapi penduduk kat situ semuanya Melayu tapi tengok bagaimana? Adakah taraf hidupnya bagaimana? Maksudnya mampu ke tidak mampu. Kadang akak tengok budak-budak muda lah, contoh tukang masak kadang budak-budak muda. Anak akak pun muda lah, 23 tahun, tapi kerana dia ada skill ni, kita ajar sikit, dia dah masuk. Dia dah boleh. Kalau yang takda ni memang susah sikit lah. Dia tak dapat bayangkan macam mana dia nak push makanan yang dia jual. Kalau ada skill ni baru boleh.	GK1, GK2, UK5, UK6	Tiada Pengetahuan Perniagaan	Pengetahuan
Kuat sebab apa, bila kita berniaga, kita memerlukan sejumlah kewangan yang besar untuk dilaburkan. Jadi, kalau pelaburan kita tak berhasil, perniagaan kita akan musnah.	UK1, UK6	Pelaburan Kewangan dalam Perniagaan	Labur
... and then dengan pelanggan pon kadang-kadang ada pelanggan yang... Kita kena hadapi itu semualah risiko sebab meniaga ni kita lebih kepada perminataan pelanggan. Kehendak pelanggan kita kena ikutlah.	UK3, UK4, UK5, UK7	Berhadapan Kerenah Pelanggan	Kerenah

Risikonya, kadang-kadang yang antarabangsa tu dia makan banyak, dia tak nak bayar. Lepas tu makan, dia nak harga sikit. Tapi kita sangguplah. Tak apalah kita tanggung yang lebih tu. Sepanjang tujuh tahun ni, risikonya cukup banyak. Pertama, berhadapan dengan pelanggan. Ada pelanggan yang suka cara kita masak.			
Risiko sebenarnya adalah takut rugi. Istilah takut rugi tu kalau kita tengok pada Chinese memang tidak ada. Antara risiko kerugian. Sebagai contohlah, kadang musim hujan. Jadi dari segi hidangan kuih, saya akan buat kuih yang tahan lama. Manakala dari segi masakan, saya kurangkan jumlah jualan. Biasa sehari saya jual 200 pinggan. Kalau musim hujan ni saya kurangkanlah pada 150 pinggan je. Kemudian, bagi bulan pertama memang susah sikit nak dapat pelanggan. Memang susah. Macam tempat akak ni 20 hingga 30 buah gerai makan, untuk perkenalkan masakan kita ni sekurang-kurang 6 bulan... Akak mula-mula berniaga dulu 6 bulan, 20 ringgit je akak dapat. Modal akak RM200 hingga RM300 lebih. 20 ringgit, 30 ringgit, 40 ringgit. Untuk akak capai 7 tahun ni, seksa.	GK1, GK3, UK1, UK3, UK5, UK7	Berhadapan Dengan Kerugian	Rugi
Kita beli sekarang pun mahal kan. So, nak tak nak, kita kena buang kan sebab kebanyakan barang rosak ni memang... Macam bahagian produk pula, sekarang kos barang, harga tak tentu. Makin naik dan tak tentu. Kita tak dapat control benda alah tu sebab kita penjual.	GK3, UK7	Kenaikkan Harga Barang	Harga
Tapi yang paling penting dalam tu adalah dana. Dana itu penting. Capital, modal. Itu sebenarnya yang utama, that is why lah pengusaha-pengusaha ni takut rugi. So, jangan ingat modal ni... Pasal diri kita pandai, buka restoran, masak jualan, dapat duit. So, management perlukan modal, OK? Apa lagi? Manpower perlukan modal. Maksudnya management perlukan modal... for system. ... dorang ni sebenarnya takut nak mencuba sebab bidang nini menggunakan modal. Modal dik.	GK1, GK3, UK5, UK6	Modal Terhad	Modal
Berapa banyak orang yang bergaji besar, bagi RM7000 akhirnya give up pasal apa,... Saya bayar gaji tinggi, tukang masak lari. Rupanya dia tak happy kerja dekat kitchen tu. Dia balik dia fatigue, dia penat,...	UK3, UK6, UK7	Berhadapan Masalah Pekerja	Masalah
And then salah satunya di mana tidak adanya self development atau idea-idea macam mana untuk buat penambahbaikan. Dari sudut istilahnya restoran itu sendiri atau menu itu sendiri.	GK1, UK6	Tiada Pembangunan Diri dan Idea	Statik

Berdasarkan analisa, keseluruhan responden bagi proses penyelidikan pertama mengakui bahawa elemen Risiko adalah penting dalam pembangunan keusahawanan. Penyelidik berpendapat ini kerana pengetahuan awal terhadap risiko yang dihadapi mampu memberikan persediaan dan langkah yang terbaik dalam mengatasi dan menyelesaikan risiko tersebut. **Jadual 4.5** menunjukkan secara ringkas hasil analisa bagi elemen Risiko dalam keusahawanan kulineri.

Jadual 4.5 Ringkasan Hasil Temu Bual bagi Elemen Risiko

Responden Sub-elemen	Usahawan Kulinari							Graduan Kulinari		
	UK 1	UK 2	UK 3	UK 4	UK 5	UK 6	UK 7	GK 1	GK 2	GK 3
Rugi	√		√		√		√	√		√
Kerenah			√	√	√		√			
Harga							√			√
Pengetahuan					√	√		√	√	
Saingan	√		√		√	√				
Selerak						√				√
Bazir		√					√			√
Labur	√					√				
Putus Asa			√			√		√		
Masalah			√			√	√			
Modal					√	√		√		√
Statik						√		√		

Majoriti responden menyatakan risiko utama dalam keusahawanan kulineri adalah menghadapi kerugian dalam perniagaan. Pertumbuhan bilangan restoran dan kedai makan yang semakin meningkat akan menghasilkan persaingan di antara premis perniagaan. Hal ini akan mengakibatkan sesetengah restoran dan kedai makan yang gagal berhadapan dengan cabaran dan menyelesaikan masalah berpotensi mengalami kerugian dari pelbagai sudut antaranya daripada sumber bahan mentah bagi masakan serta kewangan menerusi kadar penyewaan dan peralatan dapur.

c) Kemahiran Keusahawanan Kulinari

Analisa elemen Kemahiran bagi keusahawanan kulineri menunjukkan terdapat 10 sub-elemen iaitu Masak, Latihan, Penyelidikan, Kira, Operasi, Pimpin, Komunikasi, Teknologi, Dokumentasi, dan Tugas. Sorotan kajian mendapati elemen Kemahiran dalam keusahawanan adalah lebih bersifat umum dan merupakan pengetahuan asas kepada pembangunan perniagaan, manakala elemen Kompetensi dalam keusahawanan adalah lebih bersifat tumpuan dan merupakan pengetahuan terperinci kepada pembangunan perniagaan. **Jadual 4.6** menunjukkan senarai elemen Kemahiran bagi pembangunan usahawan kulineri.

Jaduan 4.6 Hasil Temu Bual tentang Elemen Kemahiran

Contoh Sokongan dari Temu Bual	Responden	Kod	Tema
... kita akan tahu adanya teknik-teknik yang baru. Adanya cara baru. Adanya benda-benda yang out of box, something new. Jadi, bila jadi tukang masak atau seorang cef dari sehari ke sehari, dari apa yang dipelajari kita perlu upgrade... So, seorang pengurus, dia mesti kena tahu what they should... apa yang sataf dia patut lakukan. Bukan sekadar tegak terpacak tunggu customer nak order.	GK1, UK1, UK4, UK6	Asas Pengoperasian Restoran	Operasi

... kalau saya nak mulakan perniagaan saya harus tahu akaun, OK. Profit and loss. Untung dan rugi. Kalau kita tak pandai itu, and then akaun tak balanced, tak tahu berapa banyak keuntungan kita dapat, berapa banyak kerugian kita dapat di mana kita harus menolak segala expenses... Pengiraan... Pengiraan pon penting. macam biasa untuk kira untuk rugi menggunakan tambah tolak macam biasan. Kecil-kecilan. Pengurusan ni kewangan. Bajet tu penting. Modal kita kena kira. Keluar modal kena kira. Gaji orang kena kira. Sewa beli... sewa kedai, api, air kedai semua kita kena kira.	GK1, UK2, UK5, UK6	Asas Perakaunan dan Pengiraan	Kira
Macam saya cakap tadi lah, harus faham dan menyelidik. Buat research sesuatu tempat itu. Apakah faktor yang boleh menyumbangkan restoran ataupun perniagaan maju? Yang kedua, melihat pada keadaan penduduk setempat. Bagaimana keadaannya? Faktornya bagaimana? Adakah bekerja yang bagaimana? Bekerja sendiri ataupun kerja kerajaan ataupun peladang, contoh. Dan lihat pada faktor usia. Tengok pada faktor muka bumi. So, awak jangan lupa tentang tadi yang saya cakap tentang content-content, apakah psychographic? Awak boleh buka dalam web, what is psychographic studies? What is demographic studies? What is micro environmental force? Itu awak kena belajar dan setiap orang na berniaga ni mesti kena ambil tahu benda-benda tu. Dia tak boleh cita-cita je.	GK1, UK6	Asas Penyelidikan	Penyelidikan
Kita akan uji seseorang itu, dan kita akan guide lah seseorang itu sebab menu kita, just menu kita. Kita lain daripada yang lain. So, kita akan ajar daripada zero lah seseorang itu masak. Kita akan latih dia daripada zero, sampai dia boleh buat. Of course lah nak jadi cef kena tahu masak. Tahu masak ni semua orang tahu masak tapi... walaupun kita pakai barang sama, tak semestinya rasa dia sama. Mesti rasa dia beza. Memang akan berbeza. Kemahiran yang penting bagi saya memasaklah. Saya akan cuba menghasilkan resepi yang lain dari yang lain ikut citarasa saya... Macam masak pun sama juga. Ada kemahiran masak, letaklah masak apa pun, kalau diajar, sama je. Cuma yang beza kat situ resepi, cara memasak. Lepas tu dia punya timing dia macam mana. Macam gitu lah. Faham tak?	GK2, GK3, UK1, UK2, UK5, UK6	Asas Masakan	Masak
Tidak ada cara lain selain daripada hands-on. Macam saya cakap, semuanya awak kena jumpa. Apa yang awak fikirkan belum tentu jadi kebenaran dia. Segalanya kena dalam bentuk praktikal.	GK2, UK6, UK7	Latihan Praktikal Berkala	Latihan
Kita dah tahu nak sukat stok kita. Kalau boleh... kalau satu... restoran yang hebat dia sebulan purchase dua kaji je. Kalau dia biasa je macam kita, kita purchase seminggu sekali... Kita dapat sukat wastage.	UK1, UK6	Asas Dokumentasi	Dokumentasi
So, dia akan pergi dekat post system. Dia tak ada jerit... Tak, dia senyap-senyap je. Dia pergi dekat kita punya kaunter.	GK1, UK1,	Penggunaan	Teknologi

Kita ada kita punya order terminal, punch... Dari situ you dapat statistik. So, hari ni apakah yang top selling? Hari ni berpa ramai customer datang?... So, dapat tak kita set inventori kita dekat kita punya kitchen?	UK6	Teknologi dalam Operasi	
So, jadi masakan dan pengurusan dua benda yang berbeza. So, jadi kalau untuk kulinari, biasanya orang lebih... lebih fokus pada kemahiran untuk masak maknanya sebab orang nak cuba... nak menikmati makanan yang sedap, and then yang boleh bila di rasa dia nak datang kembali. Kemahiran itulah seperti tukang masak tu dia kena ada... macam dia kena ada lebih... ye lah dia punya tanggungjawab tu lebih lah. Dia kena pastikan semua, kebersihan, kualiti makanan perlu dijaga sebab kalau kualiti makan tidak dijaga, kita tidak dapat memuaskan hati pelanggan. Mak cik kalau masak ke macam-macam ni, makcik tak kasi orang. Mak cik memang masak sendiri. Kita nak suruh... macam masak tu tak lari kat orang lain lah macam tu. Nanti kalau orang lain masak kang rasa lain. Kalau mak cik masak tu rasa lain.	UK1, UK3, UK4, UK5	Pengenalan Tugas dan Tanggung jawab	Tugas
... kena pandai bercakaplah untuk tarik pelanggan, memperkenalkan jualan pada orang lain. Kalau dari seorang tu nanti dia bagi tahu kawan-kawan lain. So, jadi ramailah pelanggan kita... Setakat ni kedai akak buat air seorang, memasak dan pembantu dua orang. Akak cuma jaga depanlah melayan customer. Akak rasa pekerja kerana anak sendiri, mungkin kita senang nak cakap kan? Kalau orang luar, cakap sikit, tinggi sikit, marah sikit, dah merajuk. Bila saya kata antara kaeda-kaedah untuk melonjakkan balik sales adalah dengan mengurangkan meja, staf saya terpinga-pinga. Saya cakap satu je, orang ramai crowded... Jadi dorang kata "bos pelik"... Pasal kita mengambil behaviour science.	UK2, UK5, UK6, UK7	Komunikasi dan Perbincangan	Komunikasi
... sebagai contoh saya tidak akan boleh membentuk pekerja saya... Tidak boleh sebab dia tetap dia. Kalau saya cakap... jadi macam gini, macam gini... tapi kalau dia tidak boleh buat kita tidak boleh paksa. Jadi kita tak memilih. Ada pengalaman ke, tiada pengalaman ke, tapi kalau erti kata kerja mesti datang benda alah tu. Maksudnya, kita nak cari rezeki. So, kalau kita tak cuba, kita tak tahu... tapi kalau kita dapat kawal, kita dapat buat benda tu dengan dengan teratur, insyaAllah...	UK1, UK6, UK7	Asas Kepimpinan	Pimpin

Hasil analisa temu bual usahawan kulineri dan graduan kulineri mengakui bahawa elemen Kemahiran adalah penting dalam pembangunan keusahawanan. Pelbagai pendapat dikongsi oleh para responden kepada penyelidik dalam mengetahui elemen-elemen yang terlibat. **Jadual 4.6** menunjukkan secara ringkas hasil analisa bagi elemen Kemahiran dalam keusahawanan kulineri.

Jadual 4.7 Ringkasan Hasil Temu Bual bagi Elemen Kemahiran

Responden Sub-elemen	Usahawan Kulineri							Graduan Kulineri		
	UK 1	UK 2	UK 3	UK 4	UK 5	UK 6	UK 7	GK 1	GK 2	GK 3
Masak	√	√			√	√			√	√
Latihan						√	√		√	
Penyelidikan						√		√		
Kira		√			√	√		√		
Operasi	√			√		√		√		
Pimpin	√					√	√			
Komunikasi		√			√	√	√			
Teknologi	√					√		√		
Dokumentasi	√					√				
Tugas	√		√	√	√					

Majoriti responden berpendapat kemahiran dalam asas masakan adalah penting dalam pembangunan keusahawanan kulineri. Ini kerana untuk berjaya dalam perniagaan operasi restoran dan kedai makan semestinya setiap pemilik harus mempunyai kebolehan dalam memasak sama ada menghasilkan produk masakan sendiri atau mengetahui kekurangan atau kesilapan dalam masakan yang dilakukan oleh staf mereka. Kemahiran ini akan membantu menambah baik perniagaan dan menjadi usahawan yang lebih unik dengan pengetahuan dan kebolehan yang tersendiri.

d) Kreatif dan Inovatif Keusahawanan Kulineri

Sebanyak 8 sub-elemen keusahawanan kulineri dikenal pasti menerusi analisa elemen Kreatif dan Inovatif keusahawanan iaitu Rancangan, Cabar, Uji, Permintaan, Promosi, Popular, Dekorasi dan Resepi. Analisa yang dijalankan mendapati Mencipta Resepi Baru dan Menonton Rancangan Masakan merupakan sub-elemen bagi kreatif dan inovatif yang bersangkutan di mana keinginan menonton rancangan masakan di kaca televisyen adalah bertujuan untuk mendapatkan idea dan sentuhan baru bagi mencipta menu baru atau menambahbaik masakan sedia ada. **Jadual 4.8** menunjukkan hasil temu bual yang dijalankan bagi elemen Kreatif dan Inovatif keusahawanan.

Jaduan 4.8 Hasil Temu Bual tentang Elemen Kreatif dan Inovatif

Contoh Sokongan dari Temu Bual	Responden	Kod	Tema
Pada saya, kalau boleh kita ikut konsep kedai tu. Macam masing-masing ada konsep masing-masing... So, kita perlu sediakan topi, ikut konsep, macam as cowboy lah. Hiasan kedai dia, deco dia untuk tarik pelanggan, untuk pelanggan datang kedai dia dan menikmati juadah atau makanan yang disediakan.	GK2, UK1	Dekorasi Restoran	Dekorasi
... kita akan selalu minta feedback daripada customer. Macam mana? OK? Then kalau dorang kata terhad ke apa, kita akan cubalah perbaiki... kalau perlu tambah, kita bincang untuk tambah menu lah. ... ya lah takkan kita nak sama je dengan orang lain. Ikut je apa orang buat. Kita pun mesti ada satu jugak. Satu benda yang orang lain boleh cari dekat kedai kita je. Zaman sekarang ialah zaman sosial, media sosial. So, dia buat,	GK1, GK2, GK3, UK1, UK6	Mencipta Resepi Baru	Resepi

create satu produk makan, jual, and then so orang... maksudnya sentiasa ada benda baru dalam perniagaan dia.			
So, kalau kita nak hadapi benda tu kita mesti buat marketing dulu untuk promote kat semua orang. Kita dah keluarkan menu baru, then orang kenal, orang akan suka. Kita kena ni lah banyak... apa... promosi-promosi macam kadang-kadang ada hari-hari tertentu kita buat jualan macam kurangkan harga... lagi satu macam akak di cafeteria macam ni kita ada sediakan air percuma untuk pelajar-pelajar. Kadang-kadang kita ada bagi buah percuma untuk pelajar-pelajar tapi tidak tiap-tiap hari, ada hari tertentu jugak lah. Kita kena lebihkan masakan, kurangkan sedikit harga. Biar lebih, biar banyak.	GK2, UK3, UK4	Mengadakan Promosi Menu	Promosi
Dari segi masakan saya bincang dengan famili... ahli keluarga untuk mendapatkan kata sepakat bagi hidangan jualan yang boleh laris. Kita tengok, kita buat dulu sikit-sikit. Kalau dorang tu... ada sambutan...	UK1, UK2, UK4	Hidangan Laris Jualan	Popular
... menu apa yang sekarang customer cari. So, kita akan push benda kat situ lah untuk pertingkatkan menu yang kita jual. Kalau macam saya, saya tengok permintaan setempat lah. Kat sini orang kampung kurang buka kedai jadi saya ambil peluang untuk buka kedai nasi lemak ni lah. ... kemudian kita kena ubah lah dari semasa ke semasa. Kita tak boleh kalau dari segi menu ke apa kan, kita kena ubah. Kita tak boleh menu yang sama, yang samakan kita tak boleh. Contoh, dia tengok apa yang orang sekrang nak... So, skill individu. Sekarang ni kita banyak, banyak tengok pada peredaran masa, orang ramai nak apa, OK kita buat.	GK2, UK1, UK2, UK3, UK5, UK7	Mengikut Permintaan Semasa	Permintaan
Biasa apa... ikut peralihan semasa lah. Contoh macam kita selalu tonton tv ke kan, Kalau saya, selalu kalau ada masa lapang rajin tengok Youtube. Masterchef luar negara tu dorang semuanya kreatif kan? Rajin follow, tengok rancangan memasak, macam tu lah... macam tu kita boleh belajar sikit-sikit. Makanan memang kita kena cari ilmu. Kita sentiasa tengok rancangan memasak, cef-cef yang... walaupun kita tak boleh ikut sehebat dia, tak banyak sikit kita ikut lah cara,	GK1, GK2, GK3, UK5	Menonton Rancangan Masakan	Rancangan
You should challenge yourself. You kena challenge, tak ada pilihan. Face the crisis kerana kreativiti hanya akan berlaku apabila kita langgar disiplin. Dia datang daripada diri dia sendiri. Contoh, kalau dia rasa kemahiran dia tu melampaui batas apa yang kita nak, itu baru kreatif.	GK1, UK6, UK7	Mencabar Kemampuan Diri	Cabar
Kita cuba pergi makan dekat sini ke, pergi tengok kat sana. Kita boleh olah sendiri sebeanrnya. Sekarang ni kita tidak boleh depends on sesuatu tempat je. Kita tak boleh macam... kadang kita campur-campur pun boleh jadi sesuatu yang baru kan? Kita akan bagi tempoh dua minggu untuk dorang faham, dorangikut rentak kita dan baru kita akan buat testing. Lepas buat testing, kita sebenarnya berperingkat,	GK2, GK3, UK7	Menjalani Ujian Masakan	Uji

Berdasarkan analisa temu bual usahawan kulineri dan graduan kulineri yang dijalankan mengakui bahawa elemen Kreatif dan Inovatif adalah penting dalam pembangunan keusahawanan dan pelbagai jawapan diterima oleh penyelidik dalam temu bual tersebut. **Jadual 4.9** memberi gambaran secara ringkas hasil penyelidikan temu bual yang dijalankan bersama-sama usahawan kulineri dan graduan kulineri bagi mengenal pasti elemen kreatif dan inovatif dalam keusahawanan kulineri.

Jadual 4.9 Ringkasan Hasil Temu Bual bagi Elemen Kreatif dan Inovatif

Responden Sub-elemen	Usahawan Kulinari							Graduan Kulinari		
	UK 1	UK 2	UK 3	UK 4	UK 5	UK 6	UK 7	GK 1	GK 2	GK 3
Rancangan					√			√	√	√
Cabar						√	√	√		
Uji							√		√	√
Permintaan	√	√	√		√		√		√	
Promosi			√	√					√	
Popular	√	√		√						
Dekorasi	√								√	
Resepi	√					√		√	√	√

Majoriti responden berpendapat kreatif dan inovatif dalam mengikuti permintaan semasa adalah penting bagi pembangunan keusahawanan kulineri. Permintaan semasa termasuklah dari segi resepi, menu, harga, dan lain-lain. Menurut usahawan dan graduan, memenuhi permintaan dapat menarik perhatian pelanggan, memberi persaingan yang sihat di antara perniagaan, dan juga dapat menghasilkan pemikiran, kemahiran, dan kompetensi yang lebih kukuh seiring dengan pertumbuhan perniagaan kulineri yang lain.

e) Etika Keusahawanan Kulineri

Analisa elemen Kemahiran bagi keusahawanan kulineri menunjukkan terdapat 8 sub-elemen iaitu Terbuka, Kesungguhan, Ikhlas, Ilmu, Berani, Budi Bahasa, Sabar dan Disiplin. Hasil kajian temu bual ini mendapati elemen Etika dalam keusahawanan kulineri banyak terhasil daripada pengaruh elemen-elemen keusahawanan kulineri seperti kompetensi, kemahiran, dan pemikiran yang kreatif dan inovatif. Adaptasi proses-proses yang positif ini secara tidak langsung memberi persediaan mental dan fizikal yang lebih kuat dalam membangunkan perniagaan mereka. **Jadual 4.10** menunjukkan senarai elemen Etika bagi pembangunan keusahawanan dalam kulineri.

Jaduan 4.10 Hasil Temu Bual tentang Elemen Etika

Contoh Sokongan dari Temu Bual	Responden	Kod	Tema
Kalau ada customer complain, so kita ambil benda tu, kita check balik. Kita cuba lagi. Kita tengok apa silap kita. Kita tak boleh nak salahkan customer sebab customer ni betul kan. Maknanya kita sebagai peniaga mestilah kena terima apa saja jua komen dan... aduan yang dikemukakan oleh pelanggan. Selain dari itu juga, kena terima comment dari pelanggan untuk memperbaiki mutu masakan kita. ... kita kena perbaiki. Kita rasa dulu betul ke dia kata tu masin. Kalau betul kita cakap dengan tukang masak. Macam tu cara akak lah. Akak tak ada lah macam setengah orang. Kita tak boleh describe. That is why kita tengok manusia ni... manusia dan kecenderungan. Ya, kecenderungan, integrity, kesungguhan untuk berjaya sangat bergantung kepada pemikiran. Cara dia berfikir dan bersikap.	GK3, UK1, UK2, UK5, UK7	Terbuka dengan Aduan Pelanggan	Terbuka
	UK6, UK7	Kesungguhan untuk Berjaya	Kesungguhan

Prinsip saya dalam mengusahakan makanan barat ni ialah biar murah, sedap, dan mengenyangkan. Tu je.			
Seperti saya perlu menerapkan staf untuk menyambut tetamu lah. Macam dorang keluar masuk kedai, kita greeting. Kita sambut mereka dengan baik, sopan supaya dorang ingat budi bahasa tu. So, satu yang perlu ada bagi seorang peniaga adalah cara... etika cara bercakap dengan pelanggan. Kalau kita cakap yang pelanggan dengan etika atau pun yang selalu rendah suara, sentaisa senyum, insyaAllah pelanggan... akan sentiasa menerima apa jua komen. Kita kena ada sifat peramah. Yelah kita kena layan lah. Melayan setiap pelanggan, setiap sekehendak dorang dengan baik... dengan cara lemah lembut. Tak boleh dengan kasar. ... berbalas kata dengan perkataan yang lembut... kita balas. Kita terima pendapat dia kan.	GK2, UK1, UK3, UK4, UK5, UK6	Berbudi Bahasa	Budi Bahasa
Senanglah. Setiap orang ingin menjadi kenyataan untuk menjadi usahawan, satunya haruslah berani, kedua tidak mudah putus asa,	GK1, UK4	Mempunyai Keberanian	Berani
Yang keempat harus ada knowledge, ilmu. Takda ilmu susah juga kan. Tapi benda-benda macam ni ada pro dan kontra... tapi apa yang saya nak tekankan kat sini adalah fokus pada benda yang... di mana yang kita nampak. Ilmu tu kena ada.	GK1, UK6	Mempunyai Ilmu Pengetahuan yang Cukup	Berilmu
InsyaAllah, kalau awak bekerja dengan penuh keikhlasan dan melayan pelanggan dengan penuh etika, tatatertib, insyaAllah perniagaan awak akan maju dan pelanggan akan datang kembali ke kedai awak atau pun restoran atau pun kafe awak. Kalau mak cik tersilap lah, mak cik pergi minta maaf dengan dorang. Kadang-kadang katakanlah makanan tu tidak... budak complain, mak cik pulangkan duit dia, dan terpulang lah kat dia nak makan kat kita ke, nak makan balik kat lain, macam tu. ... akak tak buat macam tu... air akak sedekah je lah. Setakat ni, itu je lah akak dengan customer berhadapan.	UK1, UK4, UK5, UK7	Keikhlasan dalam Perniagaan	Ikhlas
Ini penting ni. Kena sabar jangan putus asa bila berhadapan dengan persaingan dari kedai-kedai baru. Macam saya cakap tadi lah. Kita kena ada sifat yang penyabar. Yang penting sabar. Dengan sifat-sifat dorang ni, kita kena sabar. InsyaAllah Tuhan akan tolong kita. Kita kena banyak sabar.	UK2, UK3, UK4, UK5	Kesabaran Menghadapi Cabaran	Sabar
Dari segi proses persiapan kedai pon saya... walau punapa masalah macam tak cukup masa, saya tetap akan uruskan kedai mengikut proses yang selalu saya buat supaya tak jadi kelam kabut.	GK1, UK2	Mempunyai Disiplin Tinggi	Disiplin

Hasil analisa temu bual responden menerusi kaedah penyelidikan peringkat pertama mengakui bahawa elemen Etika dalam pembangunan keusahawanan kulineri adalah penting. Pelbagai pendapat dikongsi oleh para usahawan kulineri dan graduan kulineri menerusi proses temu bual ini. **Jadual 4.11** menunjukkan secara ringkas hasil analisa bagi elemen Etika dalam keusahawanan kulineri.

Jadual 4.11 Ringkasan Hasil Temu Bual bagi Elemen Etika

Responden Sub-elemen	Usahawan Kulinari							Graduan Kulinari		
	UK 1	UK 2	UK 3	UK 4	UK 5	UK 6	UK 7	GK 1	GK 2	GK 3
Terbuka	√	√			√		√			√
Kesungguhan						√	√			
Ikhlas	√			√	√		√			
Berilmu						√		√		
Berani				√				√		
Budi Bahasa	√		√	√	√	√			√	
Sabar		√	√	√	√					
Disiplin		√						√		

Majoriti usahawan kulineri dan graduan kulineri menyatakan sifat berbudi bahasa, peramah, dan menggunakan kata-kata yang baik adalah penting dalam etika pembangunan keusahawanan kulineri. Menurut responden tutur kata yang baik dapat membantu dalam menarik pelanggan untuk datang kembali ke restoran atau kedai makan, mengurangkan permasalahan dalam kalangan pelanggan, serta mengekalkan nama baik dan prestasi kedai bagi tujuan promosi dan penambahbaikan makanan.

Kesimpulan

Penyelidikan yang dijalankan adalah tentang pendedahan terhadap bidang keusahawanan dalam kulineri. Terdapat juga teori-teori yang dinyatakan bagi penyelidikan ini yang merangkumi teori keusahawanan yang umum bagi pelbagai industri. Keusahawanan merupakan satu proses, sasaran, dan persekitaran yang memberi kesan kepada peluang untuk mencipta dan menyediakan perkhidmatan melalui proses pengenaltastian, pengeksploitasian, dan penilaian (Shane dan Venkataraman, 2000). Keadaan ini memerlukan keinginan, motivasi, dan kemahiran tertentu (Sewell dan Pool, 2010). Bagi mereka yang menyambung pengajian di peringkat pengajian tinggi, pendedahan terhadap pengetahuan keusahawanan bukanlah sesuatu yang asing. Tidak terkecuali bagi mereka yang menyambung pengajian dalam kursus berkaitan kulineri. Berdasarkan prospek kerjaya dan objektif pengajian yang disenaraikan oleh institusi-institusi pengajian tinggi, kerjaya sebagai usahawan antara kerjaya yang disasarkan bagi kursus kulineri. Bidang kulineri merupakan antara bidang yang menjadi penyumbang kepada ekonomi negara. Walaupun maklumat daripada Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia menunjukkan bilangan pelajar yang bekerja adalah tinggi, akan tetapi, jumlah yang memasuki bidang keusahawanan adalah rendah iaitu kurang dari 5 peratus bagi tahun 2013 sehingga 2015. Akan tetapi, realiti yang berlaku di dalam bidang kulineri amat membimbangkan.

Antara masalah yang dibangkit dalam kajian-kajian terdahulu ialah terdapat jurang antara jangkaan pelajar kulineri dan realiti pasaran kerja (Yen, Cooper, dan Murrman, 2013) serta graduan kulineri tidak jelas dengan keadaan pekerjaan dan peluang kerjaya dalam industri (Barron et. al., 2007). Kajian awalan turut dijalankan untuk meneroka permasalahan dalam bidang kulineri dengan lebih mendalam. Antara masalah lain yang diperolehi dari kajian awalan ialah kebanyakan pekerjaan yang ditawarkan mengkehendaki pengalaman dalam satu tempoh masa tertentu dan peluang pekerjaan yang ditawarkan dalam bidang kulineri adalah terhad. Dengan perbincangan masalah ini, penyelidik melihat keusahawanan sebagai satu penyelesaian alternatif untuk kerjaya graduan kulineri sekali gus meningkatkan peratusan graduan kulineri memasuki bidang keusahawanan yang akan membantu mengembangkan ekonomi dan sosial negara serta menghasilkan peluang pekerjaan (Syed Zamberi, 2012; Mohd Nor, Fakhrul, dan Mohamed, 2015). Oleh yang demikian, penyelidikan ini bertujuan

untuk membentuk kerangka keusahawanan kulineri yang bertindak sebagai contoh rujukan bagi mereka yang ingin menjadi usahawan dan membuka perniagaan berkaitan dengan kulineri.

Kompetensi dalam keusahawanan merujuk kepada kemampuan untuk mencapai keinginan atau kehendak yang terhasil daripada aspirasi dan cabaram (Mohani et. al, 2008; Kamarulzaman dan Amaludin, 2009). Berdasarkan kajian literatur, terdapat tiga aspek utama dalam kompetensi keusahawanan yang digariskan oleh Shuhairimi et. al. (2012) iaitu kompetensi perilaku, kompetensi memulakan perniagaan, dan kompetensi menguruskan perniagaan. Oleh itu, penyelidik telah menjalankan kajian kualitatif bagi mengenal pasti elemen kompetensi keusahawanan yang berlaku dalam kulineri. Elemen-elemen ini bertindak sebagai indikator bagi setiap kompetensi keusahawanan yang digunakan untuk membentuk kerangka keusahawanan kulineri dan profil tahap pengetahuan keusahawanan kulineri dalam kalangan pelajar akhir tahun yang menjalani pengajian berkaitan kulineri di institusi pengajian tinggi awam. Menerusi kompetensi perilaku, seorang usahawan mestilah boleh melakukan perkara-perkara berikut, antaranya menjaga kualiti makanan dan kedai makan. Ini kerana menurut seorang usahawan kulineri, kualiti adalah amat penting sebagai tanggapan pertama pelanggan terhadap perkhidmatan yang diberikan. Selain itu kompetensi perilaku juga boleh dilihat melalui penjagaan kebersihan kawasan dapur dan kedai makan dan susun atur di bahagian dapur dan perabut seperti kerusi dan meja di kawasan operasi perniagaan.

“... kena pastikan kebersihan terutamanya kalau kita nak pelanggan sentiasa datang kat kedai kita. Terutamanya kebersihanlah. Kita pastikan kebersihan, kemudian makanan kita kena jaga,...” (UK3)

“... Ok, kita perlukan dalam satu kedai... kedai makan ni, kedai makan atau sebuah restoran, kita perlukan suasana kerja yang selesa. Itu antara sebab-sebab dia kan. Kalau tak selesa, kita pun susah nak bekerja.” (UK7)

Responden menerusi kajian kualitatif juga berkata mengikut kehendak pelanggan adalah penting untuk menambahbaik menu-menu yang disajikan kepada pelanggan. Selain itu, mempersembahkan makanan dan mengetahui sukatan bahan yang betul juga merupakan kompetensi yang terdapat di dalam keusahawanan kulineri. Kompetensi-kompetensi perilaku ini merujuk kepada faktor konsep diri yang reaktif dalam menunjukkan nilai dirinya dan boleh meramal apa yang akan dilakukan terhadap sesuatu perkara. Bagi kompetensi memulakan perniagaan pula merujuk kepada pembawaan diri seorang usahawan dan keinginan usahawan yang selari dengan perbuatan. Antara elemen kompetensi yang terkandung di bawah kompetensi memulakan perniagaan ialah mengetahui konsep masakan dan konteks hidangan. Dengan mengetahui konsep dan konteks, usahawan lebih terdorong untuk melakukan pembaharuan dan peka terhadap persekitaran.

“Kalau tak silap ya, ada istilah di mana ‘*cook is an art*’, memasak itu adalah satu seni, Ok. Di mana terlalu banyak sangat *skill*. Dan setiap peredaran masa itu aka nada pembaharuan, pembaharuan, pembaharuan...” (GK1)

Melalui penguasaan terhadap konteks hidangan dan konsep masakan, usahawan akan lebih terbuka untuk mengadaptasi idea-idea dari segi teknik dan persembahan dalam masakan. Ini kerana bidang kulineri adalah antara bidang yang penuh dengan persaingan yang mengakibatkan individu bersaing untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan pelbagai perubahan dan penambahbaikan dilakukan dalam mencari kelainan dan memajukan perniagaan. Kompetensi yang terakhir ialah kompetensi menguruskan perniagaan yang dipengaruhi oleh pengetahuan dan keterampilan sebagai tanda aras kepada kemampuan individu melakukan sesuatu pekerjaan. Antara elemen kompetensi keusahawanan kulineri yang diperoleh adalah boleh melakukan pelbagai tugas dan melaksanakan tugas tersebut dengan cekap dan pantas. Responden menyatakan melalui kajian kualitatif, individu yang boleh melakukan pelbagai tugas dan boleh melakukannya dengan betul dan pantas boleh menyelamatkan dan melancarkan operasi perniagaan jika berlaku masalah yang tidak dijangka.

“Macam kita *service*, kalau *you* tahu *more on the spot*. Kalau boleh *on the go lah* sebab orang datang sini pun *just* untuk datang, duduk, minum, makan, gerak... Dorang *order* terus buat, terus dapat.” (UK2)

Keseluruhannya, kompetensi keusahawanan dilihat lebih bersifat tertumpu terhadap satu-satu kebolehan bagi mengoperasikan sebuah perniagaan kuliner. Walaupun mempunyai perkaitan terhadap kemahiran-kemahiran tertentu, kompetensi keusahawanan kuliner dilihat sebagai satu desakkan dalaman dan galakkan dari persekitaran yang perlu dikuasai melalui kaedah pemahaman dan perlakuan yang berkaitan dengan intipati perniagaan tersebut.

Risiko dalam keusahawanan pula merujuk kepada satu situasi yang mempunyai unsur ketidakpastian dan tidak diketahui hasilnya. Menurut Kashmir (2007) dan Nor Aisyah (2013), mengambil dan mengurus risiko dengan baik membantu mendapatkan dan menjayakan sesebuah perniagaan. Selepas melakukan kajian literatur, terdapat beberapa risiko yang diketengahkan dalam keusahawanan secara umum antaranya kerugian (Nor Aishah, 2013), rasa takut dan kebimbangan (Wibowo dan Arianto, 2016), dan kegagalan membuat keputusan (Shuhairimi et. al., 2012). Penyelidikan lanjutan berbentuk kualitatif dijalankan bagi mengenal pasti elemen risiko keusahawanan yang lebih tertumpu kepada kuliner. Antara risiko yang berlaku dalam keusahawanan kuliner yang dikongsi oleh usahawan kuliner ialah kerugian dalam perniagaan, persaingan antara peniaga, pembaziran bahan mentah dan makanan, dan lain-lain.

“Antara risiko, kerugian. Sebagai contohnya, kadang musim hujan. Jadi dari segi hidangan kuih, saya akan buat kuih yang tahan lama. Manakala dari segi masakan, saya kurangkan jumlah jualan. Biasa sehari saya jual 200 pinggan. Kalau musim hujan ni saya kurangkanlah pada 150 pinggan je.” (UK2)

“Lagi satu risikonya sebab kedai ni awak tengok dia semua makanan, ada yang sama, ada yang berlainan. Jadi, risiko tu persaingan yang terlalu sengit” (UK3)

Akan tetapi, risiko tidak seharusnya menjadi penghalang kepada usahawan sebaliknya mengambil risiko sebagai satu langkah untuk memajukan perniagaan (Pillis dan Reardon, 2007). Selain itu, kajian awalan juga menyatakan tentang risiko-risiko lain yang dihadapi dalam keusahawanan kuliner seperti berhadapan dengan kerenah pelanggan dan masalah pekerja, modal perniagaan yang terhad, susun atur di dapur dan tempat operasi yang lemah, serta kurang pengetahuan dan pembangunan dalam perniagaan. Oleh yang demikian, Lastariwati dan Sukanto (2016) menyatakan usahawan perlu mempunyai semangat dalam beberapa aspek seperti perilaku bebas, bertanggungjawab, sentiasa mencipta dan menambahbaik nilai sumber, terbuka terhadap maklum balas, sentiasa melihat peluang yang lebih baik, dan tidak mudah berpuas hati apabila berhadapan dengan risiko.

“Risikonya, kadang-kadang yang antarabangsa tu dia makan banyak, dia tak nak bayar. Lepas tu makan, dia nak harga sikit. Tapi kita sangguplah. Tak apalah kita tanggung yang lebih tu” (UK4)

“Kalau saya, jenis saya tak suka tengok dapur saya bersepeh sangat. Macam meja-meja, tray tu semua. Macam dapur, dapur meja makan tu kan, kalau kotor ke apa... kalau tidak pun alas bagi kita tak nampak serabut” (GK3)

“Tak berani tanggung risiko di mana satunya mereka tidak memahami mana faktor tempat yang paling strategik untuk buka dan memulakan perniagaan. Itu penting. Faktor yang paling strategik. Dan kita harus tengok faktor usia kat situ. Kalau nak jual something contohnya macam kuliner buat western ya, tapi penduduk kat situ semuanya Melayu tapi tengok bagaimana? Adakah taraf hidupnya bagaimana? Maksudnya mampu ke tidak mampu.” (GK1)

Selain itu, sifat dalaman seperti putus asa dan masalah dari persekitaran yang tidak dapat dikawal oleh usahawan seperti kenaikan harga barang turut menjadi risiko dalam keusahawanan. Usahawan perlu sentiasa mempunyai semangat yang tinggi untuk terus menghasilkan dan menguruskan perniagaan secara lebih profesional dengan bantuan dari perancangan dan penilaian yang bagus (Lastariwati dan Sukanto, 2016). Kesimpulannya, menjadi kewajipan kepada usahawan untuk sentiasa bertoleransi

antara risiko dan masalah yang dihadapi untuk menyelesaikan perkara tersebut. Usahawan yang menjalani perniagaan berkaitan dengan kulinari harus tahu bahawa berhadapan dengan risiko bukanlah satu masalah yang besar, malahan menjadikan usahawan lebih munasabah dalam berfikir dan mengatur langkah yang terbaik untuk mengatasinya.

Kemahiran dalam keusahawanan pula merujuk kepada kaedah pengendalian aktiviti-aktiviti tertentu dalam keusahawanan. Hasil daripada kajian literatur, terdapat empat aspek kemahiran keusahawanan secara umum iaitu kemahiran teknikal, kemahiran kemanusiaan, kemahiran konseptual (Mohani et. al., 2008; Kamarulzaman dan Amaludin, 2008), dan kemahiran pengurusan (Syed Zamberi, 2012). Kemahiran dalam keusahawanan membantu individu untuk bertindak dengan lebih berkesan apabila berhadapan dengan persaingan dan perubahan yang berlaku dari pelbagai sudut yang akan mempengaruhi aktiviti perniagaan. Oleh kerana kemahiran yang dinyatakan adalah secara umum yang merangkumi pelbagai aktiviti keusahawanan, satu kajian kualitatif dijalankan bagi mengenal pasti elemen-elemen kemahiran keusahawanan yang lebih tertumpu dalam bidang kulinari. Kemahiran teknikal merujuk kepada keupayaan dalam menggunakan pengetahuan yang spesifik dan teknik dalam sesuatu bidang. Antara kemahiran teknikal yang penting dalam keusahawanan kulinari yang dikongsi oleh responden melalui temu bual ialah asas dalam masakan, asas dalam perakaunan dan pengiraan, serta penggunaan teknologi dalam operasi perniagaan. Pengetahuan-pengetahuan ini selalunya diperolehi melalui pendidikan formal atau menerusi pengalaman dalam pekerjaan. Elemen kemahiran kulinari yang terkandung di bawah kemahiran teknikal ini amat penting kepada usahawan bagi membentuk pemikiran yang strategik dalam menentukan polisi dan strategi perniagaan.

“Kemahiran yang penting bagi saya memasaklah. Saya akan cuba menghasilkan resepi yang lain dari yang lain ikut citarasa saya...” (UK2)

“kalau saya nak mulakan perniagaan, saya harus tahu akaun, Ok. Profit and loss. Untung dan rugi. Kalau tak pandai tu, and then akaun tak balanced, tak tahu berapa banyak keuntungan kita dapat, berapa banyak banyak kerugian kita dapat di mana kita harus menolak segala expenses...” (GK1)

Selain itu, terdapat juga kemahiran pengurusan seperti asas pendokumentasian maklumat dan pengoperasian kedai makan yang juga penting untuk diberi perhatian yang bertujuan untuk meluaskan pengetahuan dalam pembangunan keusahawanan dan membina semangat perniagaan yang diperlukan (Syed Zamberi, 2012). Seterusnya adalah kemahiran kemanusiaan. Ianya merujuk kepada kebolehan dalam kerja berpasukan. Kemahiran ini membolehkan usahawan untuk memahami perwatakan individu lain dan mempengaruhi sifat kepimpinan apabila berhadapan dengan situasi tertentu. Dalam kajian kualitatif yang telah dijalankan, kemahiran komunikasi dan kemahiran kepimpinan merupakan elemen kemahiran yang digunakan dalam keusahawanan kulinari. Kemahiran-kemahiran ini boleh didapati menerusi pendidikan yang proaktif seperti melibatkan diri dalam perbincangan dan persidangan (Kolakowski, 2016). Menerusi kaedah ini, usahawan dapat merapatkan jurang sosial antara pekerja dan pihak terlibat dalam perniagaan serta lebih bersifat terbuka dalam rundingan.

“So, seorang pengurus, dia mesti kena tahu what they should... apa staf dia patut lakukan. Bukan sekadar tegak terpacak tunggu customer nak order” (UK6)

“... kena pandai bercakaplah untuk tarik pelanggan, memperkenalkan jualan pada orang lain. Kalau dari seorang tu nanti dia bagi tahu kawan-kawan lain. So, jadi ramailah pelanggan kita...” (UK2)

“... sebagai contoh saya tidak akan boleh membentuk pekerja saya... Tidak boleh sebab dia tetap dia. Kalau saya cakap... jadi macam gini, macam gini... tapi kalau dia tidak boleh buat, kita tidak boleh paksa” (UK1)

Kemahiran yang terakhir ialah kemahiran konseptual. Kemahiran ini merujuk kepada kemampuan dalam menyelaraskan dan menyatupadukan aktiviti perniagaan kepada capaian visi. Dalam keusahawanan kulinari terdapat beberapa kemahiran yang terlibat, antaranya asas penyelidikan dan

pengenalpastian tugas dan tanggungjawab. Kedua-dua pengetahuan ini memerlukan usahawan untuk menganalisa, menjangka, mengenal pasti masalah, memulihkan keadaan, dan membuat keputusan yang bertujuan untuk memantau kemajuan perniagaan. Setiap kemahiran dalam keusahawanan kulineri yang diperolehi ini membantu usahawan untuk menjangka kesan yang bakal berlaku kepada seluruh perniagaannya dan mengurangkan masalah dan siap sedia dengan perubahan yang akan dilakukan.

“Kemahiran itulah seperti tukang masak tu dia kena ada... macam dia kena ada lebih... ye lah dia punya tanggungjawab lebih lah. Dia kena pastikan semua, kebersihan, kualiti makanan perlu dijaga sebab kalau kualiti makan tidak dijaga, kita tidak dapat puaskan hati pelanggan.” (UK4)

Secara keseluruhannya, kemahiran keusahawanan kulineri dilihat lebih tertumpu kepada kemahiran yang umum iaitu kemahiran yang biasa dilakukan apabila menjadi seorang usahawan. Setiap kemahiran ini membantu usahawan kulineri untuk bertindak dengan lebih berkesan apabila berhadapan dengan perubahan yang pesat dan persaingan sengit yang berlaku dalam bidang kulineri. Dengan adanya motivasi, kemahiran ini akan lebih kuat sebagai pendorong dalam kejayaan perniagaan yang dijalankan.

Kreatif dan inovatif dalam keusahawanan merupakan salah satu keperluan penting dalam menarik minat pelanggan dan memperkenalkan perniagaan bagi mengatasi persaingan dengan perniagaan sedia ada. Persaingan yang berlaku juga mengakibatkan usahawan menjalani satu proses bagi mencipta sesuatu yang baru dan mempunyai kelainan bagi mendapatkan keuntungan dalam perniagaan (Lastariwati dan Sukamto, 2016). Isu yang dihadapi dalam persekitaran perniagaan ini terutama bagi perniagaan baru memerlukan usahawan untuk lebih fleksibel, pantas, dan sentiasa berhubung dengan pelanggan bagi menyelesaikan sesuatu masalah (Miller, 2016). Menurut Shuhairimi et. al. (2012) usahawan yang kreatif memberi banyak kelebihan dalam memajukan semangat kesusahawannya. Kreatif merupakan kebolehan dalam mengembangkan idea yang baru dan mampu melihat peluang dan masalah dari sudut pandangan yang berlainan. Melalui temu bual yang dijalankan, terdapat beberapa sifat kreatif dalam keusahawanan yang diperolehi menerusi pendapat pihak dalam industri kulineri antaranya mencipta resepi baru, mendekorasi kedai makan, dan mencabar kemampuan diri. Mohani et. al. (2008) menyatakan sifat kreatif memberi nilai persaingan yang sihat dalam diri usahawan untuk terus bersaing dalam pasaran dan ekonomi negara.

“Hiasan kedai dia, deco dia untuk tarik pelanggan, untuk tarik pelanggan datang kedai dia dan menikmati juadah atau makanan yang disediakan.” (UK1)

“... ya lah, takkan kita nak sama je dengan orang lain. Ikut je apa orang buat. Kita pun mesti ada satu jugak. Satu benda yang orang lain boleh cari dekat kedai kita je.” (GK3)

“You should challenge yourself. You kena challenge, tak ada pilihan. Face the crisis kerana kreativiti hanya akan berlaku apabila kita langgar disiplin.” (UK6)

Inovatif pula adalah kebolehan mengaplikasikan penyelesaian yang kreatif terhadap masalah yang dihadapi dan peluang yang mampu menguatkan serta memberi manfaat pada orang lain. Menerusi kajian kualitatif untuk mengenal pasti elemen keusahawanan kulineri, terdapat lima elemen yang dikategorikan sebagai inovatif iaitu menjalani ujian masakan, menonton rancangan masakan, mengikut permintaan semasa, menyediakan hidangan mudah laris, dan mengadakan promosi menu. Menurut Shuhairimi et. al. (2012) dan Mohani et. al. (2008), sifat ini memerlukan usahawan untuk berfikir di luar kotak yang merupakan satu cara yang paling berkesan untuk menjauhkan diri dari kebiasaan dan mencari kelainan daripada usahawan lain dalam bidang yang sama.

“So, kalau kita nak hadapi benda tu, kita mesti buat marketing dulu untuk promote kat semua orang. Kita dah keluarkan menu baru, then orang kenal, orang akan suka.” (GK2)

“Dari segi masakan, saya bincang dengan family... ahli keluarga untuk mendapatkan kata sepakat bagi hidangan jualan yang boleh laris” (UK2)

“Kalau saya, selalu kalau ada masa lapang rajin tengok Youtube. Master Chef luar negara tu dorang semuanya kreatif kan? Rajin follow, tengok rancangan memasak macam tu lah... Macam tu kita boleh belajar sikit-sikit.” (GK3)

Kesimpulannya, kreatif dan inovatif dalam keusahawanan kulineri amat penting bagi tujuan mencari kelainan dan membentuk pemikiran yang dapat mengesan peluang yang tidak dapat dilihat oleh orang lain. Sifat-sifat ini dipengaruhi oleh risiko yang diperolehi daripada persekitaran perniagaan dan etika usahawan tersebut dalam mengendalikan kebolehan, kemahiran, dan pemikirannya. Selain itu, dunia keusahawanan yang berubah dengan pantas turut memerlukan usahawan menjadi seorang yang mempunyai kreativiti dan inovasi yang tinggi untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi.

Bagi elemen Etika dalam keusahawanan, ianya merupakan inti pati bagi menentukan sama ada seseorang itu mampu atau tidak mampu untuk menjadi usahawan (Cheng, Chan, dan Amir, 2009). Individu yang mempunyai sikap dan semangat usahawan adalah individu yang berkeinginan untuk berjaya dan sentiasa berusaha bersungguh-sungguh dalam bidang yang diceburinya (Nor Aishah, 2013). Melalui temu bual bersama responden, terdapat beberapa etika yang diketengahkan dalam keusahawanan kulineri, antaranya berilmu pengetahuan, berbudi bahasa, berdisiplin, dan sentiasa ikhlas dalam perniagaan. Menurut Meadow (2016), pertumbuhan sesuatu organisasi adalah disebabkan oleh keseimbangan dan disiplin. Oleh itu, usahawan perlu sentiasa mengamalkan nilai moral dan etika keusahawanan yang baik dalam memastikan proses berkaitan dengan operasi usahawan berjalan lancar.

“Kita kena ada sifat peramah. Ya lah kita kena layan lah. Melayab setiap pelanggan, setiap kehendak dorang dengan baik... dengan cara lemah lembut. Tak boleh dengan kasar.” (UK3)

“Dari segi proses persiapan kedai pon saya... walau apa pun masalah macam tak cukup masa, saya tetap akan uruskan kedai mengikut proses yang selalu saya buat supaya tak jadi kelam kabut.” (UK2)

“Insya Allah, kalau awak bekerja dengan penuh keikhlasan dan melayan pelanggan dengan penuh etika, tatatertib, insya Allah perniagaan awak akan maju dan pelanggan akan datang kembali ke kedai awak atau pun restoran atau pun kafe awak.” (UK1)

Nilai yang baik mendorong usahawan mengambil tingkah laku yang beretika semasa menjalankan perniagaan (Nor Aishah, 2013). Dengan amalan ini, usahawan mampu menghasilkan satu sistem operasi yang cemerlang dan menghasilkan strategi yang baik bagi perancangan keusahawanan. Selain itu, usahawan kulineri harus bersifat terbuka dengan aduan pelanggan, mempunyai kesungguhan, keberanian, serta kesabaran dalam menguruskan operasi perniagaan dan menghadapi cabaran. Walau bagaimanapun, usahawan akan tetap berhadapan dengan masalah yang menguji tahap moral dan etika.

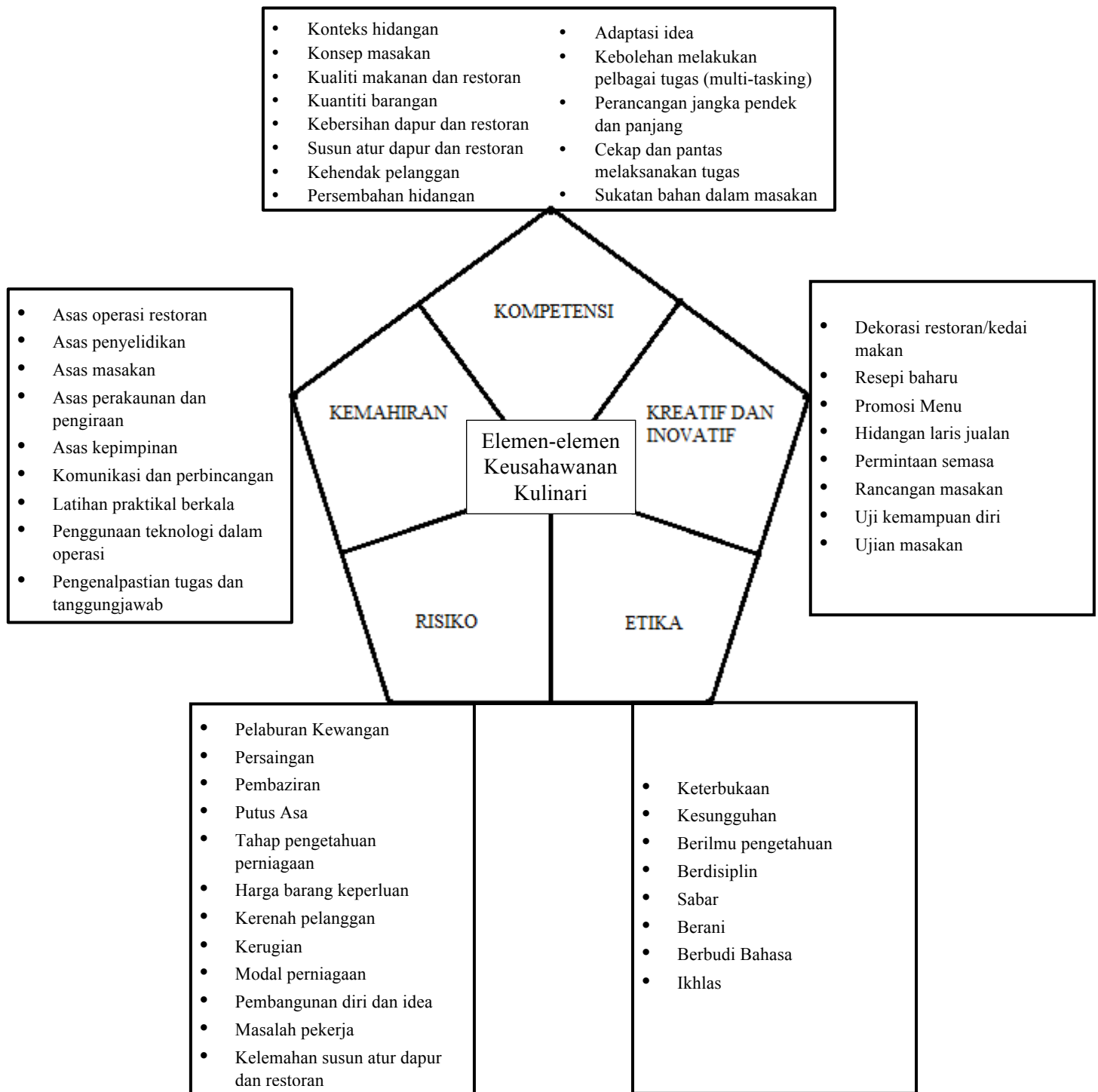
“Kalau ada customer complain, so kita ambil benda tu, kita check balik. Kita cuba lagi. Kita tengok apa silap kita. Kita tak boleh nak salahkan customer sebab customer ni betul kan.” (GK3)

“Kita tak boleh describe. That is why kita tengok manusia ni... manusia dan kecenderungan. Ya, kecenderungan, integrity, kesungguhan untuk berjaya sangat bergantung kepada pemikiran. Cara dia berfikir dan bersikap.” (UK6)

“Yang penting sabar. Dengan sifat-sifat dorang ni, kita kena sabar. Insya Allah Tuhan akan tolong kita. Kita kena banyak sabar.” (UK5)

Konklusinya, nilai keusahawanan merujuk kepada semua nilai baik secara keseluruhan yang disenangi oleh masyarakat. Schuler (2016) menyatakan sifat ini penting untuk menunjukkan perubahan sikap bagi menarik pelanggan untuk membeli produk yang dijual. Akan tetapi, usahawan kulinari tidak boleh memandang ringan terhadap nilai moral dan etika ini kerana ia juga mungkin akan menghasilkan masalah dan kerumitan. Oleh itu, usahawan harus sentiasa berwaspada tentang kesan dari keputusan yang dilakukan (Mohani et. al., 2008).

Dalam usaha untuk mengenal pasti elemen-elemen keusahawanan dalam kulinari, satu kerangka sementara bagi pengukuran tahap keusahawanan telah dihasilkan. Kerangka Keusahawanan Kulinari merupakan satu pelaksanaan visual berdasarkan tema yang terhasil melalui proses temu bual dan analisa dokumen yang telah dijalankan. **Rajah 5.1** menggambarkan Kerangka Keusahawanan Kulinari sementara sebelum penyelidikan fasa kedua dilaksanakan.



Rajah 5.1 Kerangka Keusahawanan Kulinari Sementara Sebelum Penyelidikan Fasa Kedua

References

- Aarland, K., & Nordvik, V. (2009). On the Path to Homeownership : Money , Family Composition and Low-income Households. *Housing Studies*, 24(1), 81–101. doi:10.1080/02673030802547439
- Arimah, B. (1992). Hedonic Prices and the Demand for Housing Attributes in a Third World City: The Case of Ibadan, Nigeria. *Urban Studies*, 29(5), 639–651. doi:10.1080/00420989220080601
- Atterhog, M. (2005). Importance of government policies for home ownership rates An international survey and analysis. Swedish Royal Institute of Technology Stockholm.
- Atterhog, M., & Song, H. (2009). A Survey of Policies that may Increase Access to Home Ownership for Low Income Households. *Housing, Theory and Society*, 26(4), 248–270. doi:10.1080/14036090802614479
- Bentzien, V., Rottke, N., & Zietz, J. (2012). Affordability and Germany's low homeownership rate. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 5(3), 289–312. doi:10.1108/17538271211243616
- Bentzinger, A. L., & Cook, C. C. (2012). On The Path To Homeownership: Low Income Owners And Renters In Rural Communities. *Housing and Society*, 39(1), 77–98.
- Bourassa, S. C. (1996). Measuring the Affordability of Home-ownership. *Urban Studies*, 33(10), 1867–1877.
- Bourassa, S. C., & Hoesli, M. (2008). Why Do the Swiss Rent? *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 40(3), 286–309. doi:10.1007/s11146-008-9140-4
- Bramley, G. (2011). Affordability, poverty and housing need: triangulating measures and standards. *Journal of Housing and the Built Environment*, 27(2), 133–151. doi:10.1007/s10901-011-9255-4
- De Groot, C., Manting, D., & Mulder, C. H. (2013). Longitudinal analysis of the formation and realisation of preferences to move into homeownership in the Netherlands. *Journal of Housing and the Built Environment*, 28(3), 469–488. doi:10.1007/s10901-012-9320-7
- Decker, P., & Dewilde, C. (2010). Home-ownership and asset-based welfare: the case of Belgium. *Journal of Housing and the Built Environment*, 25(2), 243–262. doi:10.1007/s10901-010-9185-6
- Fisher, L. M., & Jaffe, A. J. (2003). Determinants of International Home Ownership Rates. *Housing Finance International*, (September), 34–42.
- Gan, C., Hu, B., Gao, C., Kao, B., & Cohen, D. a. (2014). An empirical analysis of homeownership in urban China. *Journal of Asia Business Studies*, 8(1), 1–17. doi:10.1108/JABS-01-2012-0005
- Gyourko, J., Linneman, P., & Wachter, S. (1999). Analyzing the Relationships among Race , Wealth , and Home Ownership in America. *Journal of Housing Economics*, 8, 63–89.
- Hulchanski, J. D. (1995). the Concept of Housing Affordability - 6 Contemporary Uses of the Housing Expenditure-To-Income Ratio. *Housing Studies*, 10(4), 471–491. doi:10.1080/02673039508720833
- Ibem, E. O. (2012). Residents' perception of the quality of public housing in urban areas in Ogun State, Nigeria. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 29(9), 1000–1018. doi:10.1108/02656711211272917
- Kupke, V., & Rossini, P. (2011). Housing affordability in Australia for first home buyers on moderate incomes. *Property Management*, 29(4), 357–370. doi:10.1108/02637471111154809
- Kutty, N. K. (2005). A new measure of housing affordability: Estimates and analytical results. *Housing Policy Debate*, 16(February), 113–142. doi:10.1080/10511482.2005.9521536
- Lauridsen, J., Nannerup, N., & Skak, M. (2008). Dynamic and Geographic Variation in Determinant Effects on Home Ownership. *Discussion Papers on Business and Economics*, 5.
- Luffman, J. (2006). Measuring housing affordability. Perspective. Canada.
- Mohit, M. A., & Nazyddah, N. (2011). Social housing programme of Selangor Zakat Board of Malaysia and housing satisfaction. *Journal of Housing and the Built Environment*, 26(2), 143–164. doi:10.1007/s10901-011-9216-y
- Norazmawati Md. Sani. (2012). Affordable House in Kuala Lumpur, Malaysia. *International Journal of Academic Research*, 4(3), 75–83.

- Nwuba, C. C., Kalu, I. U., & Umeh, J. a. (2015). Determinants of homeownership affordability in Nigeria's urban housing markets. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 8(2), 189–206. doi:10.1108/IJHMA-06-2014-0020
- Phang, S. Y. (2010). Affordable homeownership policy: Implications for housing markets. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 3(1), 38–52. doi:10.1108/17538271011027069
- Porteous, D. (2011). Housing Finance and Financial Inclusion. In D. Köhn & J. D. Pischke (Eds.), *Housing Finance in Emerging Markets: Connecting Low-Income Groups to Markets* (pp. 7–48). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. doi:10.1007/978-3-540-77857-8
- Riley, S. F., Ru, H., & Feng, Q. (2013). The User Cost of Low-Income Homeownership. *The Journal of Regional Analysis and Policy*, 43(2), 123–137.
- Robinson, M., Scobie, G. M., & Hallinan, B. (2006). *Affordability of Housing: Concepts, Measurement and Evidence* (No. 06/04). New Zealand, New Zealand.
- Scalon, K., & Whitehead, C. (2004). *International trends in housing tenure and mortgage finance*. London: The Council of Mortgage Lenders (CML). Retrieved from www.cml.org.uk/cml/filegrab/pdf/pub_resreps_51full.pdf.pdf?ref=3870
- Shlay, A. B. (2006). Low-income Homeownership: American Dream or Delusion? *Urban Studies*, 43(3), 511–531.
- Turner, T. M., & Luea, H. (2009). Homeownership, wealth accumulation and income status. *Journal of Housing Economics*, 18(2), 104–114. doi:10.1016/j.jhe.2009.04.005
- Unit Perancang Ekonomi. (2010). *Rancangan Malaysia Kesepuluh 2011-2015*. (Jabatan Perdana Menteri, Ed.). Putrajaya.
- Winters, S., & Elsinga, M. (2008). The future of Flemish social housing. *Journal of Housing and the Built Environment*, 23(3), 215–230. doi:10.1007/s10901-008-9113-1
- Yates, J., Milligan, V., Berry, M., Burke, T., Gabriel, M., Phibbs, P., ... Randolph, B. (2007). *Housing affordability: a 21st century problem*. Australian Housing and Urban Research Institute, (105), 1–63.