

## MEMBENTUK PROFIL DAN MEMAHAMI PERSEPSI *COPRENEURSHIP* DI JOHOR BAHRU, MALAYSIA

Raiha Ahmad<sup>1\*</sup>, Siti Naquiah Mohd Hanapi<sup>2</sup> & Lai Suat Yan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Rancangan Pengajian Gender, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya.

<sup>2</sup>Jabatan Dasar Sosial dan Kepimpinan Pendidikan, Fakulti Pendidikan, Universiti Islam Antarabangsa Malaysia.

<sup>3</sup>Rancangan Pengajian Gender, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya.

**Abstrak.** *Copreneurship* atau pasangan suami isteri yang berkongsi perniagaan masih belum mendapat sebarang perhatian dalam bidang penyelidikan khususnya di Malaysia. Berdasarkan keterbatasan kajian ke atas golongan *copreneurship*, kajian ini membentuk profil *copreneurship* dan cuba mendalami persepsi *copreneurs* tentang perasaan berkongsi, keselesaan agihan tugas, tekanan dan konflik, serta faedah yang diperolehi dalam *copreneurship*. Kajian ini menggunakan kaedah campuran melibatkan seramai 189 orang *copreneurs* di Johor Bahru. Sesi soal selidik telah dijalankan ke atas seramai 99 orang lelaki *copreneurs* dan 90 orang wanita *copreneurs* dan sesi perbincangan kumpulan fokus (*focus group discussion*, FGD) ke atas lima orang lelaki dan lima orang wanita *copreneurs*. Berdasarkan persepsi dan pandangan *copreneurs*, *copreneurship* dikategorikan sebagai perniagaan yang berjaya dan yang mempengaruhi peningkatan sosioekonomi keluarga. *Copreneurship* juga mampu mengeratkan hubungan kekeluargaan dan berpotensi dijadikan sokongan bagi membudayakan daya usahawan ke atas anak-anak. Walaupun terdapat segelintir persepsi negatif dalam aktiviti *copreneurship* iaitu perceraian dan konflik dalaman, peratusan yang tinggi menunjukkan bahawa golongan *copreneurship* di Johor Bahru lebih bersifat positif, terbuka, dan saling memahami walaupun berhadapan dengan konflik. Golongan *copreneurship* di Johor Bahru menganggap berkongsi perniagaan membawa banyak keuntungan dan kebahagiaan dalam rumah tangga. Kajian ini telah membongkar kekuatan dan kelemahan *copreneurship* yang boleh dijadikan garis panduan bagi membangunkan sosioekonomi khususnya ke atas keluarga di Johor Bahru dan amnya di Malaysia.

**Kata kunci:** *copreneurship*, suami, isteri, perniagaan keluarga, Malaysia

**Abstract.** *Copreneurship* or married couple sharing business together has not been getting adequate attention in research area particularly in Malaysia. Based on the limitation of research on this group, this study aims to construct the profiles of *copreneurship* and to understand the perceptions of *copreneurs* about sharing household and business together. This study adopted mixed methods research which involved 189 *copreneurs* in Johor Bahru. Questionnaires had been distributed to 99 male *copreneurs* and 90 female *copreneurs*, while focus group discussion (FGD) were conducted on five male *copreneurs* and five female *copreneurs*. According to the *copreneurs*' perceptions and perspectives, *copreneurship* could be classified as a successful type of business and as a means to improve the family's socioeconomic status. Other than that, it could strengthen the bond between family members besides cultivating the spirit of entrepreneurship among children. There had been a high percentage of openness, positive attitudes, and tolerance among *copreneurs* although this figure was slightly tainted by some negative perceptions such as divorce and internal conflict. The *copreneurship* group believed that this type of business had brought many benefits and happiness in their families. This study discovered the strengths and weaknesses of *copreneurship* that could be developed as a guideline to improve the family's socioeconomic status among families in Malaysia, particularly in Johor Bahru.

**Keywords:** *copreneurship*, husband, wife, family business, Malaysia

---

\* E-mail: raihadda@gmail.com

## PENGENALAN

*Copreneurship* berasal daripada gabungan dua perkataan bahasa Inggeris iaitu *couple* dan *entrepreneurship* (Barnett & Barnett, 1989). Berdasarkan terjemahan literatur, perkataan *couple* apabila diterjemahkan ke dalam bahasa Melayu membawa maksud *pasangan* (*Kamus Terjemahan Dwibahasa Bahasa Inggeris–Bahasa Melayu*: 34), manakala terjemahan *entrepreneurship* ke dalam Bahasa Melayu bererti *keusahawanan* (*Kamus Terjemahan Dwibahasa Bahasa Inggeris–Bahasa Melayu*: 65). Selain dikenali sebagai *copreneurship*, perniagaan ini juga dikenali sebagai *entrepreneurial couple*, iaitu ‘pasangan usahawan’ atau ‘usahawan yang berpasangan’. Tergolong dalam jenis perniagaan keluarga menurut Rutherford, Muse dan Oswald (2006), *copreneurship* merupakan pasangan suami isteri yang berkongsi komitmen, matlamat, dan tanggungjawab dalam perniagaan (Barnett & Barnett, 1989). Menurut Marshack (1998), *copreneurship* merupakan satu bentuk aktiviti keusahawanan yang bermula sekitar tahun 1990-an dan dijangka akan mencorak serta mempengaruhi fenomena keusahawanan pada abad ke-21. Secara realiti, walaupun aktiviti *copreneurship* telah mendapat perhatian meluas para pengkaji Barat seperti di Amerika Syarikat dan Kanada, namun kajian tentang isu dan perkembangan *copreneurship* masih terbatas (Fitzgerald & Muske, 2002; 2006) dan kurang dibincangkan di rantau Asia khususnya negara Malaysia. Jika diamati persekitaran keusahawanan di Malaysia, jenis perniagaan *copreneurship* telah lama dibudayakan oleh kebanyakan pasangan suami isteri. Fenomena ini telah pun mendapat perhatian melalui media dan dipaparkan kepada masyarakat. Impak dan sumbangan pasangan suami isteri yang menjalankan perniagaan bersama diakui amat besar dalam meningkatkan tahap sosioekonomi keluarga. Konsep, bentuk, dan risiko *copreneurship* walau bagaimanapun masih belum mendapat perhatian dari segi akademik, malahan setakat ini tiada sebarang pengiktirafan rasmi tentang perniagaan *copreneurship* di Malaysia.

## LATAR BELAKANG KAJIAN

Batasan kajian ke atas golongan *copreneurship* di Malaysia sinonim dengan pernyataan Marshack (1994), Smith (2000), Cole dan Johnson (2007), dan Bensemman (2009) dalam kajian mereka ke atas perkembangan *copreneurship* di Amerika Syarikat, Australia, Kanada, dan New Zealand. Para pengkaji terdahulu mendapati kebanyakan tumpuan penyelidikan gagal memberi perhatian yang mendalam tentang *copreneurship* dengan membataskan usaha menilai impak saling kait perhubungan suami isteri sebagai pasangan dan rakan kongsi dalam sesebuah perniagaan. Batasan kajian ke atas golongan *copreneurship* menimbulkan persoalan sedangkan aktiviti *copreneurship* mempunyai nilai sumbangan ke atas sosioekonomi keluarga serta komuniti setempat. Berbanding kajian-kajian Barat yang memberi tumpuan utama kepada identiti pasangan *copreneurship*, konflik antara perhubungan dan pengurusan, kekuatan pasangan *copreneurs* yang telah bercerai, impak perniagaan selepas perceraian, autoriti dalam *copreneurship*, faktor kejayaan dan kegagalan dalam *copreneurship*, kajian ini sebaliknya beralih kepada satu cabang yang baru. Fokus kajian ini beralih pandangan ke atas 189 *copreneurs* tempatan di beberapa kawasan di Johor Bahru. Sebagai asas, kajian ini akan mengidentifikasikan bentuk *copreneurship* berdasarkan (a) umur suami dan isteri; (b) asal suami dan isteri; (c) tahap pendidikan; (d) tahap perkahwinan; dan (e) bilangan anak. Manakala untuk mendapatkan latar belakang perniagaan, kajian akan mendapatkan (a) jenis perniagaan; (b) jumlah tahun berkongsi perniagaan; (c) pekerjaan sebelum berkongsi perniagaan; (d) jumlah pendapatan bulanan dan tahunan perniagaan; (e) jumlah modal perniagaan; dan (f) pengeluaran modal kewangan dalam aktiviti *copreneurship*. Melalui dapatan profil *copreneurship* di Johor Bahru, kajian ini mendalami persepsi *copreneurs* lelaki dan wanita ke atas perkongsian, keselesaan agihan tugas, pembaikan perniagaan, kuasa keputusan, dan faedah *copreneurship*. Bagi mendapatkan pengalaman dan gambaran sebenar kehidupan *copreneurs*, kajian ini turut menjalankan sesi perbincangan dengan kumpulan fokus ke atas lima (5) pasangan *copreneurs*. Hasil perbincangan ini dijadikan asas dalam mendalami realiti, pendapat, dan luahan perasaan setiap pasangan suami isteri; bagaimana pandangan isteri ke atas suami dalam hal menguruskan perniagaan dan

rumah tangga dan sebaliknya, akan diterokai. Kesimpulannya, kajian ini menjelaskan kedudukan pasangan suami isteri antara pengurusan perniagaan dan kerja domestik dalam *copreneurship* yang dinilai melalui (1) corak pembahagian kerja dalam perniagaan dan rumah tangga; (2) kuasa keputusan antara perniagaan dan rumah tangga; dan (3) sejauhmana perniagaan ini membawa sumbangan kepada pembangunan keluarga atau sebaliknya. Secara tidak langsung, kajian ini menelusuri hubung kait pasangan suami isteri sebagai keluarga dan rakan kongsi dalam perniagaan. Sejauh manakah pasangan *copreneurs* berhadapan cabaran antara kerjaya dan keluarga dalam sebuah perkongsian perniagaan? Adakah wujud konflik antara kerjaya dan keluarga? Apakah kaedah yang digunakan oleh pasangan dalam menghadapi fenomena dwikerja iaitu antara perniagaan dan rumah tangga? Semua persoalan tersebut akan diterokai di dalam penyelidikan ini. Pembentukan set soal selidik dan kaedah kumpulan fokus dirujuk berdasarkan Inventori Amalan Pengasuhan Kreatif Kanak-kanak atau *Creative Child-rearing Practices Inventory* (CCPI) oleh Palaniappan (2003), Khatena dan Torrance (1990) melalui *About Myself* (SAM), *What Kind of Person Are You?* oleh Bensemman (2009), dan *24 Item Personal Attributes Questionnaire* (PAQ) di dalam Spence dan Helmreich (1978), Neal, Chapman, Ingersoll-Dayton dan Emlen (1993), dan Neal dan Hammer (2007). Seterusnya, bagi mengukur tahap konflik keluarga dan kerjaya dalam *copreneurship*, kajian ini merujuk kepada Netemeyer, Boles dan McMurrigan (1996) dan Hennessy (2005).

## LOKASI KAJIAN

Kajian lapangan sebenar dijalankan ke atas golongan *copreneurship* di Kompleks Pusat Bandar Johor Bahru iaitu sebuah kawasan perindustrian di bandaraya Johor Bahru. Faktor utama mendorong kepada kajian ini dijalankan di bandaraya Johor Bahru adalah setelah mendapati terdapatnya asimilasi budaya antara rakyat Singapura, Indonesia, dan Malaysia. Bagi memenuhi keperluan dan kehendak para pelancong Singapura dan Indonesia sama ada untuk melancong atau bekerja di Johor Bahru, pelbagai jenis perniagaan telah terbentuk dan hasilnya aktiviti perniagaan telah berjalan dengan sangat pesat (Thuaibah *et al.*, 2007). Di sekitar kawasan metropolitan Johor Bahru, terdapat banyak pusat membeli-belah utama seperti Johor Bahru City Square, Kota Raya, Landmark Mall, Plaza Pelangi, The ZON Duty Free, KSL City, Danga City Mall, Holiday Plaza, Pelangi Leisure Mall, Plaza Sentosa, Plaza Angsana, dan sebagainya. Terdapat juga empat buah pusat membeli-belah JUSCO seperti JUSCO Taman Universiti, JUSCO Bukit Indah, JUSCO Permas Jaya, dan JUSCO Tebrau City (Berita Harian, 2008). Selain itu, penyelidik turut mendapatkan responden dalam kalangan peniaga kecil di kawasan pinggir bandar Johor Bahru, iaitu Pasir Gudang. Penyelidik berjaya mendapatkan *copreneurs* bagi sesi perbincangan kumpulan fokus di Pasir Gudang. Pasir Gudang merupakan kawasan perindustrian yang mengandungi kelompok kilang penapis, kilang pemprosesan bahan kimia, dan kilang membina kapal. Bagi memenuhi tuntutan pekerja-pekerja kilang di sekitar kawasan Pasir Gudang, telah banyak perniagaan kecil diwujudkan seperti perniagaan makanan, dobi, pakaian, dan banyak lagi.

## KAEDAH KAJIAN

Bagi menghasilkan sebuah kajian yang baik, tepat, dan berkualiti, kajian ini menggunakan kombinasi kaedah campuran sebagaimana yang dicadangkan oleh Ghazali (2003) dan Creswell dan Tashakkori (2007). Secara amnya, pendekatan kaedah campuran merujuk kepada kombinasi antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam sesebuah kajian. Kaedah campuran tergolong dalam beberapa bentuk mengikut konsep dan prosedur tertentu, telah banyak diaplikasikan dalam dunia penyelidikan masa kini, dan semakin banyak digunakan dalam kajian-kajian bertaraf antarabangsa (Morse, 2003). Greene (2008) menyatakan makna utama kaedah campuran ialah pendekatan gabungan dalam kajian sosial bagi menggambarkan model ke dalam satu bentuk perbualan, dialog, dan pembelajaran melalui satu pihak kepada satu pihak lain untuk mendapatkan kefahaman mendalam tentang kajian yang sedang dijalankan. Ini bermaksud, kaedah campuran meliputi paradigma falsafah, jangkaan teori, metodologi, pengumpulan

data, serta teknik analisis. Selain itu, O’Cathain, Murphy dan Nicholl (2008) telah menyebut beberapa lagi kebaikan lain seperti meningkatkan kesahihan penemuan yang dapat menjamin kelancaran kajian, memperkembangkan dan memberi kefahaman mendalam tentang sesuatu subjek, memperkayakan maklumat, serta merakamkan kompleksiti fenomena kehidupan manusia. Ini kerana secara dasarnya, tujuan utama kaedah campuran adalah untuk saling menguatkan hujah, yang mana data kuantitatif mahupun data kualitatif secara sendiri tidak mampu menerangkan secara terperinci tentang sesebuah fenomena. Kaedah campuran juga merupakan kombinasi kaedah, falsafah, dan haluan rekabentuk penyelidikan yang merangkumi (1) pengumpulan dan analisis data kuantitatif dan data kualitatif secara teliti dan meyakinkan; (2) menggabungkan atau menghubungkan dua jenis data secara serentak; (3) memberikan kepentingan kepada salah satu atau kedua-dua bentuk data; (4) menggunakan prosedur penggabungan ini dalam satu kajian mengikut beberapa fasa; (5) merangka prosedur mengikut pandangan falsafah dan teori; dan (6) menggabungkan prosedur ke dalam reka bentuk kajian yang lebih spesifik (Creswell & Clark, 2007; Creswell, 2010). Kaedah campuran mempunyai nilai dan kriteria yang sesuai dalam mengenal pasti bentuk *copreneurship* di Johor Bahru dan setiap cabaran yang dihadapi oleh pasangan *copreneurs* ketika menguruskan perniagaan dan kerja rumah bersama. Seterusnya, Jick (1979) dan Creswell dan Clark (2007) mengkategorikan kaedah campuran kepada empat jenis iaitu (1) *triangle design* (bentuk segi tiga); (2) *explanatory design* (bentuk penjelasan); (3) *exploratory design* (bentuk eksplorasi); dan (4) *embedded design* (bentuk campuran). Kajian ini menggunakan *explanatory design*, dimulakan dengan pengumpulan data kuantitatif yang kemudian dianalisis dan digabungkan dengan data kualitatif. Morgan (1998) pula menerangkan bahawa *explanatory design* diaplikasikan apabila penemuan data kuantitatif diperlukan bagi memilih responden yang terlibat dalam proses mendapatkan data kualitatif. Ini bermakna, dalam *explanatory design*, data kualitatif terhasil berdasarkan penemuan data kuantitatif yang membawa kepada gambaran keseluruhan kajian. Selain kaedah campuran, penentuan sampel turut ditetapkan melalui Krejcie dan Morgan (1970) yang telah menentukan saiz sampel dengan menyenaraikan saiz sampel yang berpadanan dengan populasi kajian. Berdasarkan penentuan saiz sampel oleh Krejcie dan Morgan (1970) dan jumlah populasi yang dianggarkan seramai 380 orang *copreneurs*, penyelidik telah menemubual seramai 189 sampel yang terdiri daripada *copreneurs* lelaki dan wanita di Kompleks Pusat Bandar Pasir Gudang. Kaedah persampelan yang digunakan dalam kajian ini ialah persampelan selesa (*convenience sampling*) dan persampelan bola salji (*snowball sampling*). Persampelan selesa tergolong dalam jenis persampelan tidak rawak (Siti Rahayah, 2003; Chua, 2011). Di dalam persampelan selesa, unsur-unsur bagi sampel adalah dipilih berdasarkan kepada keselesaan penyelidik. Namun begitu, sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu iaitu responden yang bersesuaian dengan kehendak kajian. Penyelidik biasanya memilih item yang sedia didapati, hampir dan mudah bekerjasama. Manakala bagi persampelan pertimbangan nilai atau *judgemental sampling* telah diaplikasikan bagi memilih lima (5) orang lelaki dan wanita *copreneurs* dalam kalangan peniaga di Kompleks Pusat Bandar, Pasir Gudang. Bagi peringkat pertama, sampel pertimbangan nilai diaplikasikan melalui hasil pertimbangan penyelidik terhadap jenis atau ciri-ciri sampel yang ingin diperolehi bagi memenuhi keperluan penyelidikan (Chua, 2011).

## **PENEMUAN KAJIAN**

### ***Ciri demografi copreneurship di Johor Bahru***

Profil dan ciri lelaki dan wanita *copreneurs* di Johor Bahru dijelaskan berdasarkan tujuh data yang dikutip hasil daripada kajian lapangan iaitu dari segi umur, modal, pendapatan kasar, tempoh perniagaan, status perniagaan, status pemilikan dan jenis perniagaan. Hasil data ini diterjemahkan berdasarkan nilai tertinggi dan dibandingkan peratusan antara lelaki dan wanita *copreneurs*. Hasil kajian lapangan kajian ini menunjukkan bahawa (1) majoriti umur antara lelaki *copreneur* dan wanita *copreneurs* adalah agak sama iaitu seramai 38 orang lelaki *copreneur* atau 38.8 peratus dan seramai 39 orang wanita *copreneurs* atau sebanyak 43.8 peratus berumur antara lingkungan 31 hingga 40 tahun; (2) modal tertinggi bagi lelaki

*copreneurs* adalah antara RM15,001 hingga RM50,000 iaitu seramai 28 orang atau sebanyak 29.2 peratus, manakala modal tertinggi wanita *copreneurs* adalah antara RM 5,001 hingga RM 15,000 iaitu seramai 22 orang atau 26.8 peratus; (3) pendapatan kasar lelaki dan wanita *copreneurs* agak sama iaitu majoriti memperoleh pendapatan antara RM1,001 hingga RM 5,000 iaitu seramai 56 orang lelaki atau sebanyak 58.3 peratus, manakala seramai 36 atau sebanyak 42.9 peratus wanita *copreneurs*; (4) tempoh perniagaan bagi majoriti lelaki dan wanita *copreneurs* adalah bawah 5 tahun iaitu seramai 43 orang atau sebanyak 58.3 peratus bagi lelaki *copreneurs*, manakala seramai 34 orang atau sebanyak 39.5 peratus bagi wanita *copreneurs*; (5) peratusan status berniaga sepenuh masa lelaki *copreneurs* sebanyak 80.8 peratus manakala wanita *copreneurs* sebanyak 86.7 peratus; dan (6) peratusan status pemilikan tunggal adalah tinggi bagi lelaki *copreneurs* iaitu sebanyak 52.9 peratus berbanding wanita sebanyak 47.1 peratus (7) kecenderungan jenis perniagaan adalah sektor makanan kerana mendapat sambutan yang paling tinggi bagi lelaki *copreneurs* iaitu seramai 31 orang atau sebanyak 31.3 peratus, manakala wanita *copreneurs* seramai 44 orang atau sebanyak 48.9 peratus.

Kesimpulannya, majoriti pasangan *copreneurs* adalah berumur antara 31 hingga 40 tahun, dengan majoriti *copreneurs* mempunyai anak seramai antara 5 hingga 6 orang. Bersama modal tertinggi bagi lelaki *copreneurs* adalah antara RM 5,001 hingga RM 15,000, pendapatan kasar tertinggi bagi *copreneurs* adalah antara RM 1,001 hingga RM 5,000 sebulan. Seramai 137 daripada 189 pasangan *copreneurs* mempunyai sekurang-kurangnya 5 tahun pengalaman berniaga sebelum meneruskannya bersama pasangan. Manakala majoriti perniagaan adalah dimiliki oleh lelaki *copreneurs* dengan kebanyakan *copreneurs* menjalankan perniagaan secara sepenuh masa. Penemuan ke atas jenis perniagaan di Johor Bahru agak berbeza dengan hasil kajian yang dijalankan oleh Fitzgerald et al (2001). Mereka mendapati *copreneurs* cenderung untuk memilih jenis perniagaan dari rumah atau *home-based business*. Kajian *copreneurship* di Johor Bahru mendapati kebanyakan *copreneurs* memilih corak *non home-based business* iaitu perniagaan makanan, perkhidmatan, pakaian, runcit, dan kecantikan. Kecenderungan pemilihan perniagaan jenis *non home-based business* boleh dinilai melalui hasil dapatan kumpulan fokus oleh responden wanita (RW), iaitu;

RW1: "...pengalaman saya berniaga lebih 10 tahun...bersama suami...saya berniaga kedai buku, ....ada 4 orang anak, dah besar-besar semua...dan 5 orang cucu.."

RW2: "Saya berniaga bersama suami 16 tahun dah...anak ada 2 orang masih belajar...umur saya 38 tahun. Saya berniaga kedai tempah baju, dulu saya yang menjahit...sekarang ada 2 orang pekerja."

RW3: "Saya ni ejen pengangkutan bas. Sekarang saya buka kaunter bas. Kalau boleh saya nak ada bas sendiri. Nak belajar selok-belok berniaga dalam bidang pengangkutan. Itulah matlamat saya."

Kebanyakan pasangan *copreneurs* di Johor Bahru memulakan modal perniagaan antara RM5,001 hingga RM15,000 manakala pendapatan kasar adalah antara RM1,001 hingga RM5,000. *Copreneurship* tergolong dalam jenis perniagaan keluarga apabila kebanyakan pasangan *copreneurs* di Johor Bahru menjalankan perniagaan secara sepenuh masa dengan jumlah pekerja antara 1 hingga 3 orang dalam kalangan suami isteri, anak, dan bukan ahli keluarga. Kenyataan ini seiring dengan pendapat Ward (1987) yang menyatakan sesebuah perniagaan itu dianggap perniagaan keluarga jika terdapat sekurang-kurangnya dua orang ahli keluarga yang memiliki dan menguruskannya. Kebanyakan pasangan *copreneurs* di Johor Bahru mempunyai komitmen lebih tinggi dalam perniagaan berbanding rumahtangga.

### ***Penerimaan dan perasaan copreneurs***

Hasil kajian menunjukkan bahawa wujud perbezaan penerimaan dan perasaan antara lelaki dan wanita *copreneurs*. Terdapat dua pernyataan yang mempunyai signifikan berbeza di antara lelaki dan wanita *copreneurs* pada tahap keyakinan 5 peratus iaitu (1) perasaan mereka semasa menguruskan perniagaan ( $p=0.003$ ); dan (2) perasaan mereka ketika terdapat perselisihan faham atau sekiranya pendapat mereka berkenaan rumah tangga ditolak oleh pasangan masing-masing ( $p=0.001$ ). Kajian lanjut menunjukkan lelaki *copreneurs* lebih mudah berasa sedih dan mengalami gangguan emosi semasa menguruskan perniagaan iaitu sebanyak 24.2 peratus berbanding dengan wanita *copreneurs* sebanyak 8.9 peratus. Di samping itu, wanita *copreneurs* cenderung mempunyai perasaan amat sedih yang lebih tinggi iaitu sebanyak 19.1 peratus apabila cadangan mereka tentang rumah tangga ditolak berbanding dengan lelaki *copreneurs* hanya sebanyak 4 peratus. Keputusan ini menunjukkan bahawa lelaki *copreneurs* lebih cenderung dipengaruhi oleh keadaan perniagaan mereka manakala wanita *copreneurs* lebih cenderung dipengaruhi oleh hal ehwal rumahtangga. Hasil kajian menunjukkan wanita *copreneurs* lebih berasa tertekan semasa menjalankan perniagaan berbanding suami. Selain itu, komitmen untuk menjalankan kerja rumah lebih menyukarkan wanita *copreneurs* untuk menjalankan perniagaan, manakala lelaki *copreneurs* tidak berasa sukar menjalankan perniagaan. Penemuan ini seiring dengan dapatan Piotrkowski (1979), Pleck (1989), dan Gray (2008) iaitu walaupun lelaki dan wanita mempunyai persamaan antara kerja dan rumah tangga, wanita lebih mudah berasa tertekan kerana mereka mempunyai tanggungjawab dalam kerja rumah, manakala lelaki mempunyai masa yang sedikit untuk berada di rumah bersama anak-anak. Hasil kajian juga dikaitkan dengan anggapan bahawa masalah tekanan emosi berkadar langsung dengan urusan agihan kerja antara lelaki dan wanita. Coltrane (2000) menyatakan tekanan emosi ini akan wujud dan boleh menjadi semakin teruk sekiranya sejumlah besar urusan perniagaan dan rutin harian rumah tangga lebih menekan golongan wanita. Terbeban dengan tugas yang agak berlebihan, wanita *copreneurs* yang mengalami perasaan sedemikian beranggapan bahawa pasangan mereka lelaki *copreneurs* tidak memberi banyak sumbangan kepada kerja-kerja di rumah. Walau bagaimanapun, di dalam kajian ini, kedua-dua lelaki dan wanita *copreneurs* tidak berasa terlalu terbeban untuk melakukan kerja rumah serta bersetuju untuk memperbaiki perniagaan mereka dari semasa ke semasa. Majoriti lelaki *copreneurs* berasa gembira menguruskan perniagaan, manakala wanita *copreneurs* berasa biasa sahaja. Berdasarkan kajian, lelaki *copreneurs* berasa gembira dapat menjalankan perniagaan bersama pasangan kerana kehadiran isteri masing-masing dapat memberi kelapangan masa kepada mereka untuk melakukan pelbagai aktiviti lain. Ini dibuktikan melalui hasil dapatan perbincangan kumpulan fokus dengan responden lelaki (RL).

RL2: “Saya rasa kadang-kadang tu seronok tapi kadang-kadang tu tak seronok. Bila ada isteri, komunikasi kita agak terbatas dengan *customer*. Kalau ‘orang rumah’ mengganggu, kita tak dapat jalankan perniagaan dengan baik.”

RL3: “Saya pula bila berkongsi berniaga dengan isteri ni rasa syukur *alhamdulillah*. Bagus. Ruang saya banyak juga, jadi isteri boleh sama jaga perniagaan.

RL5: “Seronoklah... Bila kita keluar, ada orang boleh ambil alih perniagaan. Keburukan tu bila ada rasa cemburu.”

Lelaki dan wanita *copreneurs* berpendapat perlu ada aspek kesederhanaan, iaitu titik keseimbangan dalam setiap tugas ketika masing-masing menjalankan tanggungjawab sebagai rakan perniagaan di tempat kerja dan sebagai pasangan suami isteri di rumah. Toleransi adalah kunci utama bagi memastikan keharmonian rumah tangga kekal terpelihara, seiring dengan usaha keras mereka bekerja untuk mencapai objektif memakmurkan perniagaan. Selain itu, penemuan tentang tahap kepuasan yang dirasai oleh *copreneurs* di Johor Bahru mempunyai persamaan dengan pendapat bahawa majoriti pasangan *copreneurs* tidak sekadar menjadikan masa sebagai ukuran kejayaan tetapi turut mengukur tahap

kepuasan perkongsian dalam menjalankan tanggungjawab bersama (Marshack, 1993; 1994; 1998; Marshall, 1999). Namun begitu, berbanding hasil kajian *copreneurs* di Barat yang lebih tinggi terdedah kepada risiko perceraian, pasangan *copreneurs* di Johor Bahru tidak pernah mempunyai niat untuk bercerai.

### ***Keselesaian agihan tugas dalam copreneurship***

Pada tahap keyakinan 5 peratus, lelaki dan wanita *copreneurs* mempunyai perbezaan dari segi keselesaan dengan pembahagian tugas dalam perniagaan ( $p=0.000$ ) dan keselesaan dengan pembahagian tugas dalam kerja-kerja di rumah ( $p=0.000$ ). Hasil kajian selanjutnya mendapati lelaki *copreneurs* mempunyai tahap keselesaan yang lebih tinggi terhadap aspek pengagihan tugas dalam perniagaan iaitu sebanyak 97 peratus berbanding wanita *copreneurs* sebanyak 77.8 peratus. Manakala dalam urusan pengagihan tugas kerja-kerja di rumah pula, lelaki *copreneurs* berasa amat selesa dengan 90.9 peratus berbanding wanita *copreneurs* dengan hanya 68.9 peratus. Ini menunjukkan majoriti wanita *copreneurs* di Johor Bahru tidak bersetuju dalam perkarapengagihan tugas bersama pasangan masing-masing. Mereka berfikir bahawa pembahagian tugas telah dijalankan secara tidak sama rata, berbeza dengan lelaki *copreneurs* yang beranggapan sebaliknya. Lelaki *copreneurs* berpendapat yang mereka telah berlaku adil setakat cuba menjalankan setiap tugas dengan sebaiknya. Pernyataan ini dapat dinilai daripada petikan di bawah.

RL2: “Kita ni tak dapat lari daripada kesilapan...”

RL3: “Tak tahu adil ke tidak. Pada saya buat yang terbaik, jadi tak tahu penerimaan dia (isteri) adakah baik atau sebaliknya.”

RW5: “Nak kata adil tu, tak juga. Kita kena fikir betul-betul... Perempuan duduk rumah, mendidik anak, menjaga harta suami. Tapi sekarang dah berbeza, kita (perempuan) perlu keluar sama-sama untuk naikkan ekonomi keluarga.”

RW1: “Tak adil. Tapi kita kena reda...”

RW2: “Adil kalau kita tengok faktor umur. Kita kena akui yang mungkin masa dia kuat, kita tak kuat. Masa dia dah tak kuat, kita pula yang kena main peranan.”

Sama seperti hasil penyelidikan ini, kajian Ghazali (2002) menunjukkan bahawa bebanan dwi kerja yang digalas oleh wanita *copreneurs* di Johor Bahru turut dirasakan oleh responden lelaki sebagaimana menurut mereka dalam dialog di bawah.

RL1: “Pada saya, memang kesian... Macam tak adil lah kan.”

RL3: “Ya lah. Kesian... Dekat kedai dia bertungkus-lumus. Dekat rumah dia pun buat (kerja). Jadi kita ni kumpul lemak je. Tapi isteri yang tak bagi saya buat kerja rumah sebab dia fikir dia akan buat lebih baik berbanding saya. Nanti kalau saya buat, dia akan buat sekali lagi sambil membebel...”

RL5: “Kita ambil kata sepakat. Contoh agihan rumah macam ni, agihan berniaga macam ni.”

Namun begitu, hal ini berbeza dengan reaksi wanita *copreneurs* yang walaupun sama-sama sibuk menjalankan aktiviti perniagaan, tetapi tetap mengutamakan urusan makan minum suami dan anak-anak mereka, sebagaimana menurut responden.

RW1: "Makan minum tu tetap kita jaga tapi dalam agihan tugas tu perlu sama-sama."

RW2: "Makan minum tu tetap dalam tanggungjawab kita."

Lelaki dan wanita *copreneurs* juga dilihat tidak mempunyai sebarang jadual tetap dalam menguruskan hal-hal berkaitan perniagaan dan rumah tangga. Walaubagaimanapun, majoriti pasangan berasa selesa dengan keadaan tersebut. Para isteri dalam *copreneurship* sanggup berkorban dengan melibatkan diri dalam perniagaan bersama suami walaupun merasa terbeban dengan urusan kerjarumah (Danes & Olson, 2002). Marshack (1994) pula menyatakan kebanyakan cabaran bagi pasangan *copreneurs* ialah kesukaran menguruskan batasan antaraperihal kerjaya dan keluarga.

### ***Tekanan dan konflik***

Pada tahap keyakinan 5 peratus, lelaki dan wanita *copreneurs* mempunyai perbezaan perspektif dari segi (1) menanggapi tekanan yang dibawa oleh perniagaan ( $p=0.005$ ); (2) kesukaran untuk melakukan kerja rumah disebabkan urusan perniagaan ( $p=0.003$ ); (3) terpaksa meninggalkan perniagaan kerana beban kerja rumah ( $p=0.001$ ); (4) terpaksa meninggalkan kerja rumah kerana sibuk berniaga ( $p=0.028$ ); (5) pendapat tentang perniagaan yang baik mendorong pasangan *copreneurs* mengendalikan rumahtangga dengan baik ( $p=0.049$ ); dan (5) niat untuk berpisah kerana seringkali bergaduh tentang perniagaan ( $p=0.010$ ). Secara keseluruhan, wanita *copreneurs* lebih cenderung menghadapi tekanan emosi oleh sebab hal-hal perniagaan. 35.6 peratus wanita *copreneurs* berasa perniagaan mereka membawa tekanan emosi berbanding 16.3 peratus lelaki *copreneurs*. Sebanyak 31.1 peratus wanita *copreneurs* pula berasa sukar menjalankan kerja rumah disebabkan oleh perniagaan berbanding lelaki *copreneurs* sebanyak 15.3 peratus. Di samping itu, sebanyak 21.1 peratus wanita *copreneurs* setuju bahawa mereka terpaksa meninggalkan perniagaan kerana beban kerja rumah berbanding dengan hanya sebanyak 12.2 peratus lelaki *copreneurs*. Seterusnya, 7.8 peratus wanita *copreneurs* mempunyai niat untuk berpisah kerana seringkali bergaduh tentang perniagaan manakala lelaki *copreneurs* tiada yang mempunyai niat yang sama. Majoriti responden wanita menerusi kumpulan fokus amat bersetuju bahawa perniagaan yang baik mendorong kepada aspek pengendalian rumah tangga yang baik. Majoriti lelaki dan wanita *copreneurs* juga tidak berasa tertekan dan tidak berasa bosan dengan kerja rumah walaupun mengakui sesekali berlaku pertengkaran antara mereka berkenaan urusan perniagaan dan perihal keluarga. Pendapat ini disokong oleh kedua-dua responden lelaki dan wanita (RLW) setiap pasangan menerusi petikan di bawah berdasarkan hasil perbincangan kumpulan fokus.

RLW1: "Perniagaan ni banyak asam garam. Bertengkar dengan orang rumah..."

RLW2: "Walaupun seronok berniaga bersama, sesekali pening juga dengan kerenahnya tu."

RLW4: "Gaduh kecil tu biasalah..."

Walaupun pasangan *copreneurs* sesekali bertengkar dan kepenatan fizikal kerana sibuk bekerja, mereka tidak pernah menyesal menceburkan diri dalam perniagaan bersama. Penemuan kajian ke atas penerimaan *copreneurs* dalam agihan tugas di Johor Bahru berbeza dengan hasil dapatan kajian oleh Cole dan



Johnson (2007). Cole dan Johnson mendapati kebanyakan pasangan yang telah bercerai kecewa dengan pembahagian kerja dan pengkhususan bukan sahaja berdasarkan gender, malahan *copreneurship* telah menyebabkan komitmen mereka lebih banyak terikat dengan perniagaan berbanding meluangkan masa berkualiti bersama keluarga. Kajian Kim dan Ling (2001) di Singapura pula mendapati usahawan wanita atau isteri yang turut aktif dalam perniagaan bersama pasangan dan dalam masa yang sama melakukan kerja rumah serta menjaga anak-anak berasa kecewa. Mereka berpendapat bahawa *copreneurship* cenderung untuk mengundang konflik rumah tangga dan menjadi penghalang utama untuk wanita *copreneurs* menjadi lebih efisien di dalam perniagaan. Keadaan ini berbeza dengan sikap toleransi yang wujud dalam diri *copreneurs* di Johor Bahru sebagaimana yang dibuktikan melalui hasil dapatan kuantitatif dan hasil temu bual kumpulan fokus. Walaupun pasangan *copreneurs* di Johor Bahru sedar bahawa agihan kerja tidak dijalankan secara sama rata, namun mereka menerima keadaan ini sebagai lumrah perkongsian yang memerlukan tolak ansur yang tinggi.

### **Potensi copreneurship**

Secara keseluruhannya, pengaruh *copreneurship* ke atas taraf sosioekonomi sesebuah keluarga amat tinggi sebagaimana berdasarkan hasil kajian yang berada pada skala 10, iaitu seramai 52 orang meletakkan perniagaan jenis *copreneurship* amat mempengaruhi taraf sosioekonomi keluarga. Hasil dapatan kuantitatif menunjukkan pengaruh *copreneurship* ke atas sosioekonomi keluarga sejajar dengan pernyataan Montgomery dan Sinclair (2000) yang menilai sumbangan dan pengaruh *copreneurship* di peringkat global. Mereka menyetujui kepentingan *copreneurship* di Amerika Syarikat di mana ia dianggap sebagai tulang belakang dalam sistem ekonomi global kerana menyumbang sebanyak 50 peratus dalam kiraan Keluaran Dalam Negara Kasar Amerika Syarikat (*United States Gross National Product*) dan 67 peratus dalam firma-firma seluruh dunia, manakala tahap kejayaan perniagaan ini berada pada skala 7, 8, dan 9 di mana majoriti seramai 43 orang meletakkannya pada skala 9.

RW5: "Alhamdulillah. Berniaga sekarang ni rasa puas, tapi perlu dipertingkatkan lagi."

RW4: "Bila berniaga dengan suami, suami ni akan berasa puas dengan apa pun pencapaian. Tapi kita ni perempuan nak maju. Hmmm... Tapi bila kita nak maju, difikirkan kita pulak tamak. Tu yang susah. Kita Cuma fikir dan kerja keras untuk masa depan anak-anak."

RW2: "Saya rasa 80 peratus kejayaan yang saya perolehi dari usaha saya. Tapi mana ada manusia rasa puas. Kalau boleh nak perbaiki lagi perniagaan."

RW1: "Saya rasa belum puas lagi."

Majoriti lelaki dan wanita *copreneurs* amat bersetuju dengan pandangan bahawa perniagaan perkongsian ini menjadi sumber utama ekonomi keluarga, menyumbang kepada pendidikan anak-anak, dan menampung perbelanjaan isi rumah. Mereka juga bersetuju bahawa perniagaan jenis ini memberi fleksibiliti antara waktu bekerja dan bersama keluarga. Pandangan tentang *copreneurship* dapat mengeratkan lagi hubungan suami isteri dan anak-anak berada pada skala 8, diberi oleh seramai 22 orang lelaki *copreneurs* dan 27 wanita *copreneurs*.

RW3: "Siapa tak suka berniaga bersama suami kan. Memang gembira sangat. Rasa bahagia sebab nampak dia depan mata kita..."

RW4: "Mestilah bahagia dengan suami. Sakit pening dengan dia je. Tak ada rasa jemu walaupun selalu bergaduh."

Walaupun *copreneurship* mempunyai kelebihan dari segi fleksibiliti dan memberikan ruang waktu yang lebih untuk bersama pasangan masing-masing, lelaki dan wanita *copreneurs* di Johor Bahru bersetuju bahawa perniagaan jenis ini mendatangkan konflik. Dapatan inimempunyai persamaan dengan pernyataan Marshack (1998) iaitu di sebalik sumbangan *copreneurs* kepada sosioekonomi masyarakat, terdapat risiko dan konflik yang terselindung seperti kecenderungan untuk berhadapan dengan tekanan emosi, kepenatan fizikal, masalah rumahtangga yang terbawa-bawa ke tempat kerja, dan perasaan bersalah kerana mempunyai masa yang terhad dengan anak-anak. Selain itu, turut dibincangkan konflik ketidaksamaan peribadi, konflik ketidakseimbangan antara keluarga dan kerjaya, tekanan masa dan kewangan, serta risiko perceraian (Dyer, 1992; Jaffe, 1997; Folley & Powell, 1997). Sokongan *copreneurs* ke atas anak-anak untuk berniaga berada pada skala 10, iaitu seramai 34 orang lelaki dan 22 wanita. Lingkungan jaringan yang terdiri daripada ahli keluarga ini dikenali sebagai jaringan peribadi. Jaringan peribadi atau jaringan tidak formal melibatkan hubungan rapat dengan beberapa pihak tertentu seperti ibu bapa, rakan sebaya, dan ahli keluarga (Hamed, 1995; Abdul Aziz, 2000). Kajian ini mendapati jaringan peribadi *copreneurs* di Johor Bahru amat tinggi dalam menyokong pembangunan keusahawanan dalam diri anak-anak mereka. Tujuan jaringan peribadi, menurut Dollinger (1996), adalah untuk (1) meningkatkan keyakinan diri; (2) meningkatkan peratusan kejayaan peribadi di masa hadapan; dan (3) menggalakkan keterbukaan bersuara.

RL1: “Perniagaan memang dah digalakkan... Tapi ini terpulang pada anak-anak.”

RL3: “Tak kira lah, asalkan berniaga. Kalau dapat diteruskan,teruskanlah...”

RW4: “Terpulang pada dia lah.”

RW5: “Kalau tengok dia ada minat, memang kita galakkan.”

RW1: “Saya nasihatkan dia... Supaya berniaga dan makan gaji.”

Namun begitu, majoriti responden lelaki kurang bersetuju, manakala responden wanita bersetuju jika anak-anak mereka memilih untuk bekerja secara makan gaji. Kedua-dua lelaki dan wanita *copreneurs* juga bersetuju sekiranya anak-anak dapat berdikari dan gembira jika mereka mempunyai bakat dan minat mendalam terhadap dunia perniagaan. Kebanyakan pasangan juga bersetuju untuk mewariskan perniagaan mereka kepada anak-anak. Ini bersamaan dengan pernyataan Bork (1993) bahawa perniagaan keluarga seumpama ini selalunya cenderung diwarisi oleh anak-anak dan berterusan dari satu generasi ke generasi yang lain. Ward (1987) pula menyatakan bahawa perniagaan keluarga dapat diturunkan kepada sekurang-kurangnya dua generasi yang akan mempengaruhi polisi, kepentingan, dan objektif sebuah syarikat. Seterusnya, menurut Abdul Aziz (2000), institusi kekeluargaan merupakan permulaan kepada pembentukan sikap individu, manakala pertalian keluarga boleh membantu pembinaan jaringan yang berkesan. Dalam hal ini, lelaki dan wanita *copreneurs* di Johor Bahru bersetuju untuk melibatkan anak-anak dalam dunia perniagaan dengan mendorong mereka mendaftarkan diri dalam sebarang kursus perniagaan yang dianjurkan oleh pusat-pusat latihan di bawah agensi kerajaan dan swasta atau mengambil dan mempelajari bidang perniagaan secara formal di pusat pengajian tinggi seperti di Universiti Awam (UA). Usahawan yang berjaya selalunya mempunyai sekurang-sekurangnya seorang mentor, idola, atau model bagi berkongsi buah fikiran, pengalaman, pemahaman, aspirasi, cita-cita, dan peluang. Idea ini selari dengan pendapat Zaidatol Akmaliah (2007) yang menyatakan bahawa pementoran secara tidak formal lebih efektif berbanding pementoran yang dijalankan secara formal. Keadaan ini menunjukkan daya keusahawanan antara *copreneurs* dan anak-anak mereka mempunyai potensi untuk dipertingkatkan. *Copreneurs* juga bersetuju jika anak-anak mereka mencari pengalaman berniaga dengan bekerja di pelbagai syarikat yang berbeza. Akhirnya, walaupun pasangan *copreneurs* menyokong anak-anak mereka menceburkan diri dalam dunia perniagaan, mereka kurang bersetuju seandainya sokongan itu disalurkan

dengan menolong membukacawangan perniagaan, menyalurkan modal perniagaan, dan menyediakan aset perniagaan. Semangat ibu bapa *copreneurs* untuk menyokong anak-anak mereka dalam perniagaan dengan kaedah yang sedemikian bersamaan dengan penjelasan Ann Wang Seng dalam buku tulisan beliau, *Rahsia Bisnes Orang Cina 'The Bamboo Network'*, yang membuka rahsia perniagaan masyarakat Cina di mana kaum ini begitu mementingkan perniagaan keluarga (Ann, 2000). Kekuatan perniagaan keluarga ini telah dibuktikan berjaya oleh masyarakat Cina sejak berkurun lama.

## KESIMPULAN

Kajian ini telah mendokumentasi profil, ciri-ciri, dan pengalaman *copreneurs* di Kompleks Pusat Bandar Pasir Gudang, iaitu salah sebuah kawasan di pinggir bandaraya Johor Bahru melalui proses penyelidikan yang telah melibatkan penyertaan pelbagai pihak termasuk kakitangan kerajaan dan swasta, serta para peniaga yang terdiri daripada pelbagai latar belakang. Penglibatan mereka dalam kajian ini telah memberi pendedahan tentang kewujudan, isu, risiko, manfaat, dan potensi *copreneurship* kepada masyarakat di Malaysia. Berdasarkan pengalaman penyelidik menjalankan perbualan tidak formal bersama ramai peniaga, kenalan dan *copreneurs*, mereka menganggap perniagaan ini sebagai 'ruang peribadi'. Tanpa disedari, anggapan ini mewujudkan satu lingkaran peribadi yang bertindan antara tanggungjawab perniagaan dan rumahtangga. Pertindihan dalam lingkaran peribadi ini melibatkan isu kekeluargaan, isu perhubungan, isu kewangan, isu perniagaan, isu agihan tugas, ketidakadilan dalam kuasa keputusan. Pasangan yang mendedahkan isu atau konflik dalam *copreneurship* dianggap membuka rahsia peribadi pasangan dan perhubungan mereka. Anggapan bahawa perniagaan ini agak peribadi turut mengekang kelancaran kajian ke atas golongan *copreneurship*. Tanpa disedari, perniagaan yang dianggap sebagai 'perniagaan peribadi' ini mengaburkan sumbangan *copreneurship* ke atas sosioekonomi sesebuah keluarga. Walaupun skop kajian kecil merangkumi sebuah daerah dengan mengambil data daripada sebanyak 189 responden, namun perolehan data ini boleh dijadikan garis panduan bagi kajian *copreneurship* yang lain pada masa akan datang. Profil dan data *copreneurship* yang belum didokumentasikan merupakan salah satu kekangan utama dalam menjalankan kajian ini. Kajian ini juga telah dapat merintis kajian tentang *copreneurship* yang selama ini masih belum dibincangkan khususnya dalam kalangan rakyat Malaysia.

## PENGHARGAAN

Setinggi penghargaan buat Kementerian Belia dan Sukan di bawah Institut Penyelidikan Pembangunan Belia Malaysia (IPBBM) yang telah memberi bantuan geran penyelidikan dalam menjayakan kajian ini.

## RUJUKAN

- Abdul Aziz, Y. (2000). *Usahawan & Pengukuhan Jaringan Niaga*. Kedah, Malaysia: Universiti Utara Malaysia.
- Ann, W. S. (2006). *Rahsia Bisnes Orang Cina 'The Bamboo Network'*. Selangor, Malaysia: PTS Professional Publishing.
- Barnett, F. & Barnett, S. (1989). Entrepreneurial couples. *The Futurist*, 23(3), 50.
- Bensemman, J. M. (2009). *Copreneurship in rural tourism: exploring women's experiences*. Doctoral Thesis. University of Canterbury, New Zealand.
- Berita Harian (2008). WPI kini dikenali Iskandar Malaysia: PM. 12 April 2008. Diperoleh daripada [http://www2.bharian.com.my/Current\\_News/BH/Friday/Mutakhir/20080411125509/Article/index\\_html](http://www2.bharian.com.my/Current_News/BH/Friday/Mutakhir/20080411125509/Article/index_html)

- Bork, D. (1993). *Family Business, Risky Business: How to Make it Work*. Colorado, United States: Bork Institute for Family Business.
- Chua, Y.P. (2011). *Kaedah dan Statistik Penyelidikan (Edisi Kedua)*, McGraw Hill Education.
- Cole, P. M. & Johnson, K. (2007). An exploration of successful copreneurial relationships post divorce. *Family Business Review*, XX(3), 185-198.
- Coltrane, S. (2000). Research on household labour: modelling and measuring the social embeddedness of routine family work. *Journal of Marriage and the Family*, 62(4), 1208-1233.
- Creswell, J. W. & Clark, V. L. P. (2007). *Designing & Conducting Mixed Methods Research*. California, United States: Sage Publications.
- Creswell, J. W. & Tashakkori, A. (2007). Developing published mixed methods manuscripts. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), 107-111.
- Creswell, J. W. (2005). *Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. New Jersey, United States: Merrill Publishing.
- Cresswell, J.W. (2010) *Educational Research – planning, conducting dan evaluating quantitative and qualitative research* (4<sup>th</sup> Ed). New Jersey : Pearson Merrill Prentice Hall.
- Danes, S. M. & Olson, P. D. (2002). Women's role involvement in family businesses, business tensions, and business success. *Family Business Review*, 16(1), 53-68.
- Dollinger, M. (1996). *Entrepreneurship: Strategies and Resources*. Illinois, United States: Irwin Publishing.
- Dyer, W. G. Jr. (1992). *The Entrepreneurial Experience*. San Francisco, United States: Jossey-Bass Publications.
- Fitzgerald, M. & Muske, G. (2002). Copreneurs: an exploration and comparison to other family businesses. *Family Business Review*, 15(1), 1-15.
- Fitzgerald, M. & Muske, G. (2006). A panel study of copreneurs in business: who enters, continues, and exists? *Family Business Review*, 15(3), 193-205.
- Fitzgerald, M. A., Winter, M., Miller, N. J., & Paul, J. (2001). Adjustment strategies in the family business: implications of gender and management role. *Journal of Family and Economy Issues*, 22(3), 265-291.
- Foley, S. & Powell, G. N. (1997). Reconceptualizing work-family conflict for business/marriage partners: a theoretical model. *Journal of Small Business Management*, 35(4), 36-47.
- Ghazali, S. (2002). *Di Mana Mak, Ayah? Agihan Tugas Baru Kesan Pemodenan & Perindustrian*. Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors.
- Ghazali, S. (2003). Kut (informal rotating credit) in the livelihood strategies of urban households in Penang, Malaysia. *Area*, 35(2), 183-194.
- Gray, J. (2008). *Why Mars & Venus Collide*. London, United Kingdom: HarperCollins Publishers.
- Greene, J. C. (2008). Is mixed method social inquiry a distinctive methodology? *Journal of Mixed Methods Research*, 2(1), 7-11.
- Hamed, A. B. (1995). The personal networks of small firm entrepreneurs in Malaysia: an exploratory study. Doctoral Thesis. University of Glasgow, Scotland.

- Hennessy, D. (2005). Work-family conflict self-efficacy: a scale validation study. Master Thesis. University of Maryland, College Park, United States.
- Jaffee, A. (1997). Your business or your life. *Inc.*, 19(3), 108-109.
- Jick, T. D. (1979). Mixing qualitative method and quantitative methods: triangulation in action. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 602-611.
- Khatena, J. & Torrence, E. P. (1990). *Manual for Khatena-Torrance Creative Perception Inventory*. Chicago, United States: Stoelting.
- Kim, J. L. S. & Ling, C. S. (2001). Work-family conflict of women entrepreneurs in Singapore. *Women in Management Review*, 16, 204-221.
- Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 608.
- Marshack, K. (1993). Copreneurial couples: a literature review on boundaries and transitions among copreneurs. *Family Business Review*, 6(4), 355-369.
- Marshack, K. (1994). Copreneurs and dual-career couples: are they different? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 19(1), 49-69.
- Marshack, K. (1998). *Entrepreneurial Couples*. California, United States: Davies-Black Publishing.
- Marshall, K. (1999). Working together: self-employed couples. Perspective on labour and income. *Statistics Canada: Catalogue 75-001-XPE*, 11(4), 9-13.
- Montgomery, B. J. & Sinclair, A. M. (2000). All in the family. *Business and Economic Review*, 3-7.
- Morgan, D. L. (1998). Practical strategies for combining qualitative and quantitative methods: applications to health research. *Qualitative Health Research*, 8(3), 362-376.
- Morse, J. M. (2003). Principles of mixed method and multi-method research design. In C. Teddlie & A. Tashakkori (eds). *Handbook of Mixed Methods in Social and Behavioral Research*. London, United Kingdom: Sage Publications.
- Muske, G. & Fitzgerald, M. A. (2006). A panel study of copreneurs in business: who enters, continues, and exits? *Family Business Review*, 19(3), 193-205.
- Neal, M. B. & Hammer, L. B. (2007). *Working Couples Caring for Children & Aging Parents: Effects on Work & Well-being*. New Jersey, United States: Lawrence Erlbaum Associates.
- Neal, M. B., Chapman, N. J., Ingersoll-Dayton, B., & Emlen, A. C. (1993). *Balancing Work and Caregiving for Children, Adults, and Elders*. California, United States: Sage Publications.
- Netemeyer, R. G., Boles, J. S. & McMurrigan, R. (1996). Development and validation of work-family conflict and family-work conflict scales. *Journal of Applied Psychology*, 81, 400-410.
- O’Cathain, A., Murphy, E. & Nicholl, J. (2008). The quality of mixed methods studies in health services research. *Journal of Health Services Research and Policy*, 13(2), 92-98.
- Palaniappan, A. K. (2003). Giftedness and creativity development in Malaysia. In M. Stein (Ed.) *Creativity’s Global Correspondents* (pp. 54-58). Florida, United States: Winslow Press.

- Piotrkowski, C. S. (1979). *Work & the Family System: A Naturalistic Study of Working-Class & Lower Middle Class Families*. New York, United States: Free Press.
- Pleck, J. H. (1989). Correlates of black adolescent males' condom use. *Journal of Adolescent Research*, 4, 247-253.
- Rutherford, M. W., Muse, L. A., & Oswald, S. L. (2006). A new perspective on the developmental model for family business. *Family Business Review*, 19(4), 317-333.
- Siti Rahayah Ariffin (2003). *Teori, Konsep & Amalan dalam pengukuran dan penilaian*. Bangi: Pusat Pembangunan Akademik UKM.
- Smith, C. R. (2000). Managing work and family in small copreneurial business: an Australian study. *Women in Management Review*, 15(5/6), 283-289.
- Spence, J. T. & Helmreich, R. L. (1978). *Masculinity & Femininity: Their Psychological Dimensions, Correlates, Antecedents*. Texas, United States: University of Texas Press.
- Thuaibah Abu Bakar, Azilah, Rozeyta, Hishamudin & Syaharizatul Noorizwan (2007). *Penglibatan Kaum Wanita dalam aktiviti keusahawanan di negeri Johor : kajian terhadap faktor-faktor kritikal kejayaan dan kegagalan pengendalian perniagaan*. Jabatan Sumber Manusia. Universiti Teknologi Malaysia.
- Ward, J. I. (1987). *Keeping the Family Business Healthy*. San Fransisco, United States: Jossey-Bass Publishers.
- Zaidatol Akmaliah, L. P. (2007). *Usahawan & Keusahawanan: Satu Perspektif Pendidikan*. Selangor, Malaysia: Universiti Putra Malaysia.