Bab 3

AGENDA MENDEPANI CABARAN PEMBANGUNAN ABAD KE 21: SUATU PERBINCANGAN MENGENAI KONSEP KEUSAHAWANAN SOSIAL

Marwan bin Ismail

1.0 Pendahuluan

Agenda keusahawanan sosial merupakan subjek baharu yang kini mula diberi perhatian oleh pelbagai yang berkepentingan pihak sama ada daripada kalangan sarjana, pengamal mahupun pihak swasta, kerajaan dan Organsasi Bukan Kerajaan. Agenda berkenaan dilihat sebagai satu bentuk strategi yang boleh dijadikan altenatif bagi menghadapi cabaran pembangunan yang begitu kompleks pada abad ke-21 sama ada cabaran atau permasalahan yang berkaitan sosial, ekonomi, dan alam persekitaran yang dihadapi oleh manusia kini. Justeru, melalui pendekatan keusahawanan sosial dapat dijadikan medium baharu yang boleh dipertimbangkan oleh pihak yang berkepentingan bagi menjalankan program pembangunan kepada setiap isu yang melibatkan keperluan asasi kehidupan manusia berbanding pendekatan tradisonal sedia ada yang telah dilaksanakan oleh agensi atau organisasi yang berkaitan sama ada oleh pihak kerajaan, organisasi bukan kerajaan yang telah berperanan untuk membela keperluan dan kebajikan umum manusia.

Secara ringkasnya, keusahawanan sosial dapat dinyatakan sebagai konsep yang berbentuk *hybrid* iaitu suatu konsep yang menggabungkan pendekatan keusahawanan atau perniagaan sebagai alat ataupun *tools* dan nilai sosial merupakan objektif utama kepada sesuatu inisiatif atau misi sosial yang telah dibentuk oleh sesebuah organisasi atau entiti. Oleh itu, matlamat terakhir kepada idea atau konsep keusahawanan sosial yang diamalkan adalah untuk membawa perubahan sosial atau membawa mutu kehidupan yang lebih baik dan membawa kesejahteraan kepada masyarakat, khususnya dalam kalangan masyarakat terpinggir atau *marginalized*

society. Contohnya, isu yang berkaitan kemiskinan dan kemelaratan hidup, anak yatim dan gelandangan, bekalan air bersih, warga tua, orang kelainan upaya, kesihatan, pendidikan, orang asal, alam sekitar dan sebagainya. Meskipun terdapat perdebatan mengenai konsep keusahawanan sosial, apakah konsep berkenaan dianggap sebagai pendekatan yang biasanya dilakukan oleh organisasi bukan kerajaan atau di anggap sebagai sumber tenaga ketiga atau *the third forces sector* berbanding sektor kerajaan dan sektor swasta. Bagi penulis, pendekatan atau konsep keusahawanan sosial ini boleh dipraktikkan oleh mana-mana sektor selagi konsep tersebut masih lagi berada pada prinsip yang dinyatakan oleh para sarjana mengenai konsep keusahawanan sosial yang akan terus dibincangkan dalam penulisan ini. Selanjutnya, penulisan ini juga akan turut menjelaskan mengenai sejarah perkembangan konsep dan amalan keusahawanan sosial serta beberapa dimensi atau orientasi yang berkaitan dengannya secara langsung.

2.0 Sejarah Perkembangan Konsep Keusahawanan Sosial

Semangat dan amalan untuk membantu orang lain merupakan sesuatu yang berselari dengan fitrah kejadian manusia. Pelbagai bentuk konsep dan terminologi yang telah digunakan di sepanjang tamadun manusia yang dapat dikaitkan dengan amalan kesukarelwaanan dan amalan berkebajikan bagi membantu golongan yang memerlukan dan membawa kesejahteraan kepada penghidupan manusia. Sehubungan itu, perbincangan mengenai konsep keusahawanan sosial merupakan sesuatu yang hangat dibincangkan dalam kalangan sarjana dan pengamal sama ada dari aspek idea mahupun dari aspek praktisnya. Justeru, terdapat pelbagai persepktif untuk memperjelaskannya dalam pelbagai perspektif keilmuan. Malahan tiada satu teori khusus yang dapat disepakati mengenainya oleh para sarjana mahupun pengamal yang terlibat dalam inisiatif sosial ini. Walau bagaimanapun apa yang dapat difahami oleh penulis, idea mengenai konsep dan amalan keusahawanan sosial ini tercetus dalam perspektif Barat. Sejarah amalan tersebut bermula dari dunia yang berpegang kepada falsafah demokrasi dan bukannya dari

negara-negara yang berideologi komunis atau negara-negara yang bersifat *totalitarian*. Malah Muhammad Yunus (2010) secara jelas menyatakan bahawa *Social Business* (yang juga merujuk kepada keusahawanan sosial) merupakan kelahiran suatu bentuk kapitalis baharu. Oleh itu, kewujudan bentuk kapitalis baharu ini selari dengan falsafah demokrasi yang mempromosi perjuangan hak asasi dan kebajikan umum kemanusiaan. Ini menunjukkan Organisasi Bukan Kerajaan (NGO's) yang melaksanakan *social enterprise* merupakan produk yang lahir daripada model sosioekonomi kapitalis baharu yang berpaksikan falsafah dan nilai demokrasi serta ekonomi pasasran bebas *laissez faire*. Dokongan kepada nilai dan asas tersebut telah menggerakkan suatu misi sosial dalam bentuk perusahaan sosial yang dapat dikaitkan dengan suatu *movement* atau suatu gerakan sosial dalam kalangan masyarakat sivil di pelbagai organisasi bukan kerajaan yang dikenali dengan pelbagai nama, antaranya *Non-Governmental Organisation (NGO's)*, *Civil Society Organisation (CSO's)* dan pelbagai jenis agensi yang bukan berasaskan keuntungan. Gerakan sosial inilah yang mengaplikasikan prinsip keusahawanan bagi melaksanakan misi sosial untuk mengatasi pelbagai penyakit sosial yang berlaku dalam persekitaran masyarakat. Contohnya Ashoka Foundation, Skoll Foundation, Echoing Green, Schwab Foundation dan sebagainya. Kemudiannya idea ini tersebar luas ke seluruh dunia untuk diaplikasi dengan tuntutan dan disesuaikan dengan keperluan yang terdapat di negara-negara tersebut (Bornstein, David, 2010).

Sehubungan itu, jika ditinjau pengamalan konsep yang berorientasikan keusahawanan sosial dalam kalangan organisasi bukan kerajaan, antaranya, Grameen Bank melalui pendekatan mikro kredit untuk membantu golongan wanita miskin dan *Bangladesh Rural Advancement Commitee* (BRAC) di Bangladesh. Manakala di benua Afrika, *The Green Belt Movement* di Kenya, SIX-S di Afika Barat (Alvord, Brown, & Letts 2003). Semuanya ini antara organisasi yang mempelopori idea dan pemikiran keusahawanan sosial bagi memberi jalan penyelesaian kepada isu-isu sosial yang berada dalam persekitaran kehidupan masyarakatnya. Dalam konteks

Malaysia, antara NGO's yang turut mempratikkan idea dan pemikiran keusahawanan sosial ini ialah Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM), Yayasan Keusahawanan Sosial Malaysia, Yayasan Pembangunan Ekonomi Islam Malaysia (YaPEIM), Yayasan Restu, Yayasan Pembangunan Wanita Murni, Waqaf al-Nur Corporation, AL-RAHNU, *The Factory Hope* dan sebagainya.

3.0 Pendekatan Keusahawanan Sosial sebagai suatu Fenomena Global

Umumnya, kemunculan keusahawanan sosial sebagai suatu fenomena global yang dicetuskan oleh aktivis sosial yang pragmatik, inovatif dan berwasasan untuk melihat suatu perubahan sosial dan memberikan suatu impak sosial kepada masyarakat melalui gabungan pendekatan perniagaan, kerja sosial dan kebajikan (Larsen, 2012). Terdapat tujuh (7) faktor utama yang menjadikan pendekatan keusahawanan sosial sebagai suatu fenomena di peringkat global.

Pertamanya; ia didorong oleh ketaksamaan pengagihan kekayaan ekonomi di peringkat global. Justeru, faktor tersebut telah meningkatkan kesedaran dalam kalangan negara membangun untuk mencari pendekatan yang lebih baik untuk menangani permasalahan sosial yang wujud.

Kedua; syarikat multi nasional juga telah menerima tekanan daripada aktivis sosial dan pemegang taruh untuk mereka menunaikan tanggungjawab sosial dan korporat (*CSR)* dengan memberi perhatian kepada tanggunjawab mereka untuk turut mengagihkan sumber kekayaan ke arah kesejahteraan masyarakat.

Ketiga; faktor kegagalan institusi sosial, sektor pasaran dan kerajaan untuk mengatasi permasalahan dan isu-isu yang berlaku dalam persekitaran kehidupan masyarakat. Keadaan ini telah mewujudkan peluang kepada usahawan sosial untuk turut serta mendepani isu dan permasalahan sosial yang berlaku. Seterusnya, memperlengkapkan peranan yang dilaksanakan oleh institusi tersebut.

Keempat; kemajuan teknologi maklumat yang membolehkan berlakunya perkongsian maklumat, ilmu pengetahuan, dan pengalaman bagi mengatasi permasalahan sosial yang berlaku antara mereka yang berada di negara maju dan negara yang sedang membangun. Situasi ini telah menggalakkan perkembangan usaha niaga sosial di negara-negara tersebut.

Kelima; kemerosotan, kekangan dan wujudnya persaingan untuk memperolehi dana daripada sumber tradisional untuk tujuan sosial daripada sektor korporat dan kerajaan menyebabkan organisasi bukan berorientasikan keuntungan perlu beroperasi dengan kaedah yang lebih berinovatif. Selain itu, sektor korporat juga mula menunjukkan minat untuk melibatkan diri secara langsung dalam isu sosial. Situasi ini telah memberikan kesedaran kepada para usahawan sosial untuk turut mempraktikkan amalan perniagaan bagi memastikan kelangsungan inisiatif sosial yang mereka akan jalankan.

Keenam; wujudnya jalinan kerjasama yang erat antara entiti korporat dan organisasi bukan berorientasikan keuntungan yang turut bekerjasama dengan pelbagai pihak dalam kalangan komuniti untuk menggerakkan suatu inisiatif dalam membantu komuniti dan mengatasi permasalahan yang berlaku bagi kesejahteraan kehidupan masyarakat (Larsen, 2012).

Ketujuh; kewujudan dasar kerajaan yang lebih mesra dari aspek perundangan dan percukaian kepada usahawan sosial telah menyemarakkan lagi penubuhan pelbagai organisasi usaha niaga sosial di negara tersebut, khususnya dalam kalangan negara membangun seperti di United Kingdom dan Amerika Syarikat.

Sementara itu, dalam konteks Malaysia telah wujudnya inisiatif yang jelas mengenainya apabila pada tahun 2013, Perdana Menteri Malaysia Dato' Sri Najib Razak telah melancarkan penubuhan Malaysian Global Inovation and Creativity Center (MaGic) dan pada tahun 2015 beliau telah melancarkan *blueprint* keusahawanan sosial bagi menyemarakan inisiatif

keusahawanan sosial di Malaysia (Malaysia Enterprise Blue Print, 2015).

4.0 Jenis Model Konsep Keusahawanan Sosial

Roper & Cheney (2005) telah membahagikan tiga (3) jenis model yang mengaplikasikan konsep keusahawan sosial. Antaranya adalah seperti berikut:

- Model Keusahawanan Sosial di sektor swasta
- Model Keusahawanan Sosial di oganisasi bukan berorientasikan keuntungan
- Model Keusahawanan Sosial di organisasi Kerajaan

Walau bagaimanapun, ketiga-ketiga jenis model ini hendaklah bercirikan *hybrid* dan berbeza daripada amalan kebiasaan yang berlaku di sektor tradisional tersebut. Sehubungan itu, ketiga-tiga jenis model ini hendaklah wujud dalam sesebuah organisasi yang turut mempraktikkan rubrik atau orientasi keusahawanan sosial atau *social–purpose enterprise* sebagai suatu kaedah untuk menghadapi pelbagai isu atau permasalahan yang berlaku dalam masyarakat.

Oleh itu, terdapat beberapa definisi dan terminologi berkaitan akan dibincangkan di bawah untuk menjelaskan mengenai konsep dan mengenal pasti atribut atau orientasi yang mempunyai hubungan dengan konsep keusahawanan sosial. Sehubungan itu, terminologi seperti keusahawanan sosial, usahawan soaial dan usahaniaga sosial merupakan antara terminologi yang perlu diberi perhatian apabila menyentuh konsep keusahawanan sosial sama ada dari perspektif teori mahupun dari aspek praktis. Walau bagaimanapun, dari aspek perkembangan terminologi, penggunaan perkataan usahawan sosial dan keusahawanan sosial ini mula digunakan buat pertama kalinya dalam penulisan berkaitan perubahan sosial dalam dekad 60-an dan 70-an. Terminologi ini kemudiannya diperkembangkan secara meluas pada era 80-an dan 90-an oleh Bill Drayton iaitu pengasas kepada Yayasan Ashoka yang turut digelar sebagai *innovator for the public*.

Semenjak penghujung tahun 90-an, topik ini kian mendapat tempat dalam kalangan sarjana di seluruh dunia. Senario ini adalah sebagai refleksi kepada perubahan yang begitu cepat berlaku yang memberi impak kepada persekitaran politik, ekonomi dan alam persekitaran yang turut memberi kesan kepada kehidupan. Perubahan ini telah mendorong para pembuat dasar, rakyat yang sedar dan komuniti yang memerlukan untuk melihat pendekatan keusahawanan bagi mencari jalan penyelesaian yang berinovatif dan lestari untuk menyelesaikan permasalahan bagi mengenal pasti isu kemiskinan dan ketidakseimbangan dalam pengagihan kekayaan ekonomi. Oleh itu, hal ini telah menarik minat para sarjana untuk mengkaji manifestasi amalan dan tingkah laku keusahawanaan sosial, khususnya dalam disiplin ilmu keusahawanan dan perniagaan (Cecilia, 2015). Meskipun begitu, konsep keusahawanan sosial kini turut menarik minat pengkaji dari pelbagai perspektif disiplin ilmu yang lain, umpamanya dalam perspektif disiplin ilmu sosiologi, kerja sosial, pentadbiran awam (Pate, Larry& Wankel, Charles, 2014), psikologi, teologi dan sebagainya.

5.0 Konsep Keusahawanan Sosial

Bagi membincangkan mengenai konsep keusahawanan sosial, terdapat pelbagai definisi keusahawanan sosial yang diberikan oleh para sarjana sama ada dalam skop yang luas mahupun skop yang lebih terperinci dalam memperihalkan konsep tersebut. Justeru, definisi mengenainya akan dihurai oleh penulis agar dapat memberikan suatu perspektif untuk memahami orientasi atau atribut utama kepada konsep keusahawanan sosial. Antaranya:

- Keusahawanan sosial ialah pengaplikasian prinsip dalam keusahawanan perniagaan termasuk kebolehan untuk mengambil risiko dan mereka cipta bagi tujuan sosial (en.wiktionary.org/wiki/social entrepreneurship).
- Keusahawanan sosial merupakan perniagaan yang memberi keutamaan kepada objektif sosial iaitu lebihan keuntungan yang diperolehi akan dilaburkan semula dalam perniagaan untuk kepentingan masyarakat berbanding dengan memaksimumkan keuntungan

kepada pemegang taruh dan pemilik perniagaan (Sibillin, Anthony 2010)

- Keusahawanan sosial ialah sesuatu yang berkaitan dengan inovasi, aktiviti yang berupaya menghasilkan suatu nilai sosial. Keusahawanan sosial boleh dilaksanakan dalam atau merentasi organisaisi bukan berasaskan keuntungan, perniagaan atau sektor kerajaan (Skillern, Jane Wei et. al 2007)
- Keusahawanan sosial ialah sesuatu usaha yang melibatkan kerjasama seseorang dan organisasi dalam masyarakat sivil dengan menggunakan pendekatan ekonomi bagi menghasilkan suatu nilai sosial menerusi inovasi sosial (Hulgard, 2010).
- Keusahawanan sosial ialah sesuatu tindakan yang memberikan jalan penyelesaian secara inovatif terhadap sesuatu permasalahan sosial yang sedang berlaku, di samping itu mampu untuk melontarkan idea, menggerakkan kapasiti, sumber dan mampu melakukan susunan sosial bagi memastikan kelestarian terhadap sesuatu transformasi sosial (Alvord, Brown & Letts , 2004)

Apa yang dapat penulis rumuskan konsep keusahawanan sosial ialah mengenai suatu inisiatif yang mempunyai nilai sosial kepada masyarakat berbanding matlamat untuk memperolehi keuntungan kepada sesuatu perusahaan sosial. Konsep tersebut melibatkan kebolehan untuk mengenal pasti dan menyelesaikan masalah masyarakat dengan menggunakan prinsip perniagaan dan inovasi bagi memenuhi keperluan setiap hak asasi manusia dan perusahaan sosial itu sendiri untuk terus mandiri dalam misi sosial yang dijalankan.

Seterusnya, konsep berkenaan juga dapat meningkatkan kelestarian kualiti kehidupan manusia. Sehubungan itu, konsep keusahawanan sosial juga perlu mempertimbangkan beberapa konsep yang berkaitan dengannya, antaranya mengenai definisi usahawan sosial dan definisi perusahaan sosial.

5.1 Usahawan Sosial

Perbincangan mengenai keusahawanan sosial menjadi tidak lengkap sekiranya tidak melibatkan ciri-ciri seseorang usahawan sosial. Secara mudah, usahawan sosial merupakan agen yang berupaya untuk membawa masyarakat ke arah suatu perubahan sosial yang lebih baik berbanding dengan keadaan sebelumnya. Golongan ini berminat untuk memberi penyelesaian kepada permasalahan fundamental berbanding dengan penyelesaian masalah yang berbentuk ciri-ciri atau gejala kepada sesuatu permasalahan sosial yang berlaku dalam sektor sosial. Oleh itu, usahawan sosial merupakan golongan reformis yang mempunyai wawasan, misi dan strategi yang jelas untuk membawa perubahan dan menawarkan alternatif penyelesaian yang lebih baik kepada masyarakat. Motif utama kepada inisiatif ini bukanlah untuk memperolehi keuntungan yang bersifat peribadi tetapi lebih tertumpu kepada komuniti atau masyarkat.

Meskipun inisiatif yang dilakukan ini bersifat lokal pada permulaannya, namun inisiatif berkenaan mampu memberi inspirasi kepada inisiatif sosial lain di peringkat global. Oleh itu, terdapat beberapa definisi yang diberikan oleh sarjana dan pengamal dalam bidang ini dalam mengenal pasti ciri-ciri yang berkaitan dengan usahawan sosial.

5.1.2 Definisi Usahawan Sosial

- Usahawan sosial ini mempunyai kemampuan untuk menggemblengkan sumber-sumber utama (manusia biasa, sukarelawan, kewangan dan ruang dan tempat) dan menjadikannya sesuatu yang cukup berbeza daripada sebelumnya (Mair, Johanna & Marti, Iganasi , 2005).
- Usahawan Sosial ialah individu yang dapat memberikan satu kaedah penyelesaian yang berinovatif kepada masyarakat yang sedang menghadapi arus tekanan sosial (Ashoka Foundation)
- Individu yang bercita-cita besar dan mempunyai semangat yang tabah, di samping itu, kemampuan untuk mengenal pasti isu_utama permasalahan sosial_yang berlaku dan

dapat memberikan idea-idea yang baharu bagi membawa suatu perubahan yang berskala besar (Ashoka Foundation)

- Digerakkan oleh bakat-bakat baharu aktivis sosial yang pragmatik, inovatif dan berwawasan untuk membawa perubahan serta impak sosial melalui penggabungan pendekatan amalan perniagaan, kerja sosial dan kebajikan (Nicholls, 2008)
- Usahawan sosial dirangsang oleh motivasi bermatlamatkan perubahan sosial berbanding dengan rangsangan motivasi untuk memperolehi keuntungan material. Adalah amat membanggakan bagaimana mereka dapat menggunakan kemahiran yang dimiliki bagi mewujudkan sesuatu daripada sesuatu yang sebelumnya tiada.
- Usahawan sosial juga, bertindak secara aktif menghasilkan suatu pendekatan yang lebih inovatif dalam aktiviti kebajikan, penjagaan kesihatan dan menawarkan perkhidmatan perumahan yang lebih murah dan lebih baik berbanding perkhidmatan yang disediakan oleh pihak kerajaan (Gordon, 2006).
- Kemampuan seseorang untuk mengenal pasti peluang dan menterjemahkan kepada nilai sosial yang bermakna dan disertai dengan kebolehan untuk membuat keputusan yang berinovasi, proaktif dan berani untuk mengambil risiko (Mair, Johanna & Iganasi Marti, 2005).
- Usahawan sosial ialah mereka yang mempunyai ciri keusahawanan, kemampuan menggunakan sesuatu sumber yang terbiar dan tidak berguna bagi menyelesaikan sesuatu keperluan yang tidak dapat dipenuhi.
- Berinovatif - mereka menghasilkan perkhidmatan atau produk terbaru, cara terbaharu dengan penggemblengan sumber secara bersepadu.
- Transformatif - mereka merupakan insan yang membawa perubahan yang lebih dinamik kepada organisasi mahupun komuniti (Leadbeater, 2001).

Sebagai kesimpulan awal, beberapa ciri usahawan sosial dapat dirumuskan daripada beberapa definisi yang telah dikemukan. Ciri-ciri tersebut ialah berani, mempunyai wawasan, tabah, kreatif dan inovatif, mampu menggembleng pelbagai sumber,

mengenalpasti masaslah, penyelesai masalah, pragmatik dan transformatif serta agen kepada perubahan sosial.

5.2 Perusahaan Sosial

Bagi menjayakan sesuatu inisiatif sosial, inisiatif tersebut memerlukan kepada penglibatan sekumpulan individu dalam sebuah organisasi yang lebih tersusun dan mempunyai tata urus yang bersistematik. Oleh itu, dalam konteks ini betapa pentingya seseorang usahawan sosial mewujudkan suatu bentuk organisasi perusahaan sosial bagi memastikan kemandirian organisasi dan program dapat dijalankan secara berterusan dan dirancang pelaksanaannya secara jangka panjang dan bukan hanya program atau inisiatif berbentuk *one-off*.

Di samping itu, dengan adanya suatu perusahaaan sosial yang ditadbir dan diurus berasaskan prinsip perniagaan dapat memastikan keupayaan kepada sumber kewangan sendiri berbanding dengan kebergantungan kepada sumber dalam bentuk derma, geran dan sebagainya untuk melaksanakan sesuatu progam. Dengan keupayaan kewangan yang dijana sendiri juga membolehkan organisasi untuk memperolehi bakat yang baik sama ada sebagai staf atau sukarelawan dalam pasaran pekerjaan. Oleh itu, terdapat beberapa definisi yang diberikan oleh sarjana untuk memperihalkan perkara tersebut. Antaranya adalah seperti berikut:

- Perusahaan sosial ini meletakkan nilai tinggi kepada autonomi dan bersedia untuk mengambil apa jua risiko ekonomi semasa melaksanakan aktiviti sosioekonomi (Nyssens, Marthe 2006).
- Perusahaan sosial ialah organisasi persendirian yang dikhususkan untuk menyelesaikan masalah sosial dan memberi perkhidmatan kepada mereka yang kurang bernasib baik. Contohnya, menyediakan barangan keperluan asas kepada mereka yang memerlukan dalam ruang lingkup kemampuan mereka (Dees, 1994).
- Ukuran pencapaian perusahaan sosial tidak dapat diukur secara mudah melalui jumlah keuntungan yang diperoleh

atau berapa jumlah penguasaan dalam pasaran (Mair, Johanna & Marti, Iganasi 2005).

- Usaha niaga sosial merupakan perniagaan yang melibatkan aktiviti perdagangan bagi tujuan sosial melalui gabungan inovasi, prinsip keusahawanan dan tujuan sosial untuk menjamin kelestarian kewangan melalui pengambilan pendapatan daripada sesuatu aktiviti perdagangan.
- Misi untuk memperolehi faedah sosial sentiasa mengatasi faedah keuntungan dari aspek kewangan (Haugh & Tracy, 2004)

6.0 Domain Konsep Keusahawanan Sosial

Penulis merumuskan dan memilih empat (4) domain utama dari perbincangan definisi konsep di atas sebagai orientasi keusahawanan sosial. Keempat-empat domain tersebut ialah perniagaan sosial, mengenal pasti peluang, inovasi sosial, dan nilai sosial.

6.1 Mengenal pasti Peluang

- Seseorang usahawan sosial yang berpotensi mampu melihat sesuatu masalah yang berlaku atau sesuatu keperluan yang tidak dipenuhi dalam masyarakat. Bertitik tolak daripada isu dan masalah tersebut telah menghasilkan suatu idea dan pemikiran untuk seseorang usahawan sosial mengenal pasti peluang untuk mengatasinya. Kemampuan untuk mengenal pasti peluang ini merupakan teras utama untuk menghasilkan suatu nilai sosial (Brooks, Arthur C., 2008).
- Kemampuan mengenal pasti peluang merupakan ciri utama usahawan sosial. Selain itu, usahawan sosial mampu menggunakan peluang tersebut untuk bertindak dan memperbaiki sistem yang sedia ada, mencari jalan penyelesaian dan mencipta pendekatan terbaharu untuk mengatasi permasalahan sosial yang berlaku dalam masyarakat (Gunn, Robert dan Durkin , Chris 2010).
- Usahawanan sosial lebih istimewa berbanding insan lain. Mereka mampu melihat masalah sebagai peluang yang boleh dimanfaatkan melalui misi sosial untuk memberi nilai sosial. Usahawan sosial sentiasa mencari peluang baharu, mampu melaksanakan inovasi, menyesuaikan dan sentiasa

bersedia untuk belajar. Mereka juga sentiasa bersemangat meskipun menghadapi kekurangan sumber.

6.1.1 Langkah Mengenal Pasti Peluang

- Pertama; mempunyai visi untuk menerima wujudnya peluang. Kedua; mengambil peluang tersebut bagi melaksanakan tindakan. Ketiga; memastikan sesuatu tindakan melalui penggemblengan sumber. Keempat; menerajui dan memimpin projek misi sosial (Robert Gunn dan Chris Durkin, 2010).
- Guclu, Dees, Anderson (2002) telah mencadangkan dua langkah penting perlu di pertimbangkan oleh usahawan sosial dalam merancang sesuatu misi sosial yang telah dikenal pasti oleh mereka. Pertama, kemampuan untuk menjana idea secara kreatif. Kedua, kemampuan untuk membangunkan sesuatu idea melalui pendekatan logik dan analitik. Justeru, kedua-dua langkah tersebut memerlukan kepada gabungan insipirasi, imaginasi, dan memahami secara mendalam terhadap isu yang bakal ditangani.

6.2 Inovasi Sosial

Peter Drucker (1993) menyarankan pentingnya institusi awam seperti agensi kerajaan, universiti, sekolah, hospital, institusi kebajikan dan kemasyarakatan menerapkan ciri keusahawanan dan menggunakan pendekatan yang berinovatif sepertimana yang berlaku dalam kalangan entiti perniagaan. Mereka perlu mengenal pasti setiap perubahan yang sedang berlaku sama ada aspek sosial, teknologi, ekonomi dan perubahan demografi manusia. Perihal ini sepertimana yang telah dinyatakan dalam penulisannya yang berjudul '*Innovation and Entrepreneurship'*:

> *"The late nineteenth centry and early twentieth century was a period of tremendous creativity and innovation in the public services field....the next twenty years or thirty years will be differen. The need for social innovation may been even greater, but it will very largely have to be social innovation*

within the existing public service institution" (Peter Drucker, 1993).

Dalam konteks negara Malaysia, Dato' Sri Najib Razak telah memperkenalkan polisi inovasi sebagai satu keutamaan dalam sistem pentadbirannya. Penekanan kepada polisi ini dapat difahami melalui salah satu ucapan beliau:

> "*A key policy of our government is turning Malaysia into a nation focused on innovation...as any country we have problems and priorities that required focused and swift action...but we must also make time for longer term goals and fostering and innovative nation" (The Star, 4 Januari 2013).*

Keseriusan polisi inovasi di Malaysia telah diperlihatkan oleh kerajaan melalui penubuhan sebuah Unit Inovasi Khas (UNIK) pada pada Ogos 2010 di bawah pejabat Perdana Menteri bagi mengenal pasti sistem persekitaran inovasi di Malaysia. Polisi inovasi tersebut melibatkan kerajaan, universiti, sistem pendidikan, dana dan kemahiran. Strategi pelaksanaan polisi inovasi di Malaysia telah diperjelaskan melalui satu Akta Inovasi Malaysia yang telah di luluskan oleh Parlimen pada 13 Disember 2010 (Agensi Inovasi Malaysia, t.t.)

Sehubungan itu, dari tahun 2013-2014 sejumlah RM660 juta telah diperuntukkan untuk tujuan tersebut. Bagi menyokong penghasilan dan pembudayaan inovasi, sebanyak empat (4) dana penggalak telah disediakan untuk menjalankan inisiatif yang berkaitan inovasi. Antaranya *Science Fund, Techno Fund, InnoFund* dan skim geran penyelidikan nano teknologi yang boleh diambil peluang oleh pelbagai pihak yang berminat sama ada di sektor kerajaan, swasta mahupun oleh badan-badan bukan kerajaaan (Noridah, Utusan Malaysia, 26 Julai 2013).

Sementara itu, Ahmad Ibrahim (2013), Felo Akademi Sains Malaysia dalam tulisannya '*Innovation is all around us'* menjelaskan bahawa masyarakat memerlukan idea dan cara baharu serta mampu menghasilkan produk terkini sebagai jawapan kepada setiap masalah yang dihadapi oleh manusia. Antaranya, aktiviti inovasi perlu disuburkan agar dapat

menjadi budaya yang berterusan dalam semua institusi sosial dan lapisan masyarakat. Oleh itu, prasyarat untuk menyuburkan budaya tersebut memerlukan ekosistem yang tepat (New Straits Times, January 22, 2013).

Dalam konteks ini, beberapa penulisan dan kajian berkaitan inovasi sosial telah dikemukakan oleh para sarjana. Antaranya:

- Goldstein, Jefrey et. al (2010) menyatakan bahawa inovasi sosial merujuk kepada suatu pengetahuan melalui penggunaan pelbagai perspektif yang berbeza untuk mengenal pasti peluang bagi melakukan sesuatu tindakan sosial. Selain itu, membentuk hubungan dan jalinan kerjasama dalam kalangan aktor sosial bagi menghadapi permasalahan sosial yang berlaku.
- Mulgan, Geoff (2007) berpendapat inovasi sosial ialah suatu aktiviti yang berinovatif dan menawarkan perkhidmatan yang didorong untuk memenuhi keperluan sosial. Oleh itu, inovasi sosial berkenaan menjadi keutamaan kepada organisasi yang ditubuhkan untuk melakukan inovasi bagi tujuan transformasi sosial (Mulgan, Geoff. 2007).
- Bagi menilai wujudnya inovasi daripada sesuatu proses atau hasil (*outcome)*, James A. Phills Jr., et. al (2008) berpendapat inovasi mestilah memenuhi dua (2) kriteria utama. Pertama; sesuatu yang baharu kepada pengguna walaupun tidak semestinya sesuatu yang asli. Kedua; sesuatu yang merupakan penambahbaikan sama ada melibatkan proses atau produk lebih efektif dan efisien berbanding dengan alternatif yang telah sedia ada.
- Justeru, pengertian inovasi dapat dijelaskan secara lebih menyeluruh sebagai sesuatu yang diaplikasikan bagi memberikan penyelesaian yang lebih baik bagi memenuhi suatu keperluan baharu bagi memperjelaskan suatu keperluan atau apa yang diperlukan oleh pasaran. Oleh itu, inovasi merupakan suatu yang asli, hasil terkini, dan berkaitan dengan produk, proses, perkhidmatan, teknologi atau idea yang efektif untuk ditawarkan bagi memenuhi keperluan pasaran, kerajaan dan juga masyarakat.

6.3 Perniagaan Sosial

Muhammad Yunus (2006) menjelaskan entiti keusahawanan sosial bukanlah sebuah entiti yang berobjektifkan memaksimumkan keuntungan kewangan tetapi merupakan entiti yang berobjektifkan *social-driven*. Entiti ini terdiri daripada kelompok manusia yang cuba memberikan peluang kehidupan yang lebih baik kepada masyarakat. Bagi mencapai objektif tersebut, pendekatan enterprais perniagaan telah dijadikan medium utama kepada sebarang inisiatif sosial.

6.3.1 Ciri-ciri Perniagaan Sosial

- Perniagaan yang dijalankan adalah untuk memberi faedah kepada orang lain iaitu kelompok sasaran yang perlu dibantu.
- Keuntungan yang diperolehi juga adalah untuk memastikan organisasi terus kekal.
- Menjalankan perniagaaan mereka juga seperti mana entiti perniagaan konvensional yang berusaha untuk memperolehi keuntungan dari suatu usaha perniagaan yang dijalankan.
- Beroperasi dan bersaing dalam persekitaran yang sama dengan entititi perniagaan biasa sama ada dari aspek penawaran perkhidmatan mahupun produk.

6.3.2 Prinsip Perniagaan Sosial

- Pertama; perniagaan hendaklah bermatlamatkan untuk mengatasi kemiskinan atau menyelesaikan permasalahan yang berlaku (seperti pendidikan, kesihatan, alam sekitar, capaian teknologi, dan sebagainya) yang mengancam kesejahteraan hidup manusia, bukannya bermotifkan memaksimumkan keuntungan kewangan kepada entiti perniagaan tersebut.
- Kedua; syarikat perniagaan sosial hendakah mampu berdikari (*sustain*) dari aspek kewangan dan ekonomi.

- Ketiga; pelabur hanya memperolehi jumlah yang dilaburkan. Tiada pulangan hasil dividen yang akan diberikan melainkan jumlah pelaburan asal.
- Keempat; apabila wang pelaburan dipulangkan kepada pelabur, keuntungan terus kekal dalam syarikat dan dimanfaatkan bagi tujuan pengembangan dan penambahbaikan.
- Kelima; tenaga kerja memperoleh pendapatan yang baik dan suasana kerja yang selesa.
- Keenam; syarikat hendaklah peka dengan alam persekitaran.
- Ketujuh; melaksanakan perniagaan dengan perasaan gembira.

6.4 Nilai Sosial

Elemen penghasilan nilai sosial merupakan pendekatan yang amat ditekankan dalam sesuatu inisiatif keusahawanan sosial dan perusahaan sosial. Umumnya,inisiatif berkenaan sebagai suatu usaha untuk membawa penambahbaikan kepada keperluan asas manusia. Umpamanya, penambahbaikan untuk memperoleh peluang pendidikan yang lebih terbuka, rawatan kesihatan, bekalan air bersih dan keadilan sosial (Hulgard, 2010). Sehubungan itu, terdapat beberapa penulisan daripada beberapa orang sarjana yang mengemukakan perspektif mereka mengenai nilai sosial. Antaranya:

- Jarrod Ormiston dan Richard Seymour (2011) menyatakan penghasilan nilai sosial, berkaitan dengan pembasmian kemiskinan, penyediaan kemudahaan pendidikan, penjagaan kesihatan dan membuka peluang pekerjaan yang lebih terbuka kepada golongan kurang upaya dan tema sosial lain yang berkaitan**.**
- Certo dan Miller (2008) menjelaskan bahawa nilai sosial merupakan hasil usaha untuk memenuhi keperluan asas dalam masa yang panjang kepada masyarakat yang memerlukan. Umpamanya, penyediaan keperluan barangan makanan, kediaman, pendidikan dan perkhidmatan kesihatan.
- A. Phills, Deigmier & T. Miller (2008) pula mentakrifkan nilai sosial sebagai suatu usaha untuk

menghasilkan faedah kepada masyarakat atau inisiatif untuk mengurangkan kos yang dihadapi oleh masyarakat. Manfaat ini bukan sahaja akan diperolehi oleh golongan yang kurang bernasib baik tetapi juga untuk masyarakat keseluruhannya. Terlebih dahulu, inisiatif berkenaan melibatkan tindakan usahawan sosial untuk mengenal pasti keperluan atau permasalahan sosial yang dihadapi oleh masyarakat.

- Claudia Wood dan Daniel Leighton (2010) merumuskan nilai sosial merupakan suatu nilai yang diperoleh hasil daripada sesuatu program atau penglibatan organisasi yang memberi kesan kepada kesejahteraan hidup individu atau komuniti, atau modal sosial dan alam sekitar. Semuanya ini dirujuk sebagai hasil 'lembut'.
- Nilai sosial tersebut masih boleh difahami jika mempunyai satu dasar yang dirangka oleh pakar tentang bagaimana hasil 'lembut' ini boleh diukur (Claudia Wood dan Daniel Leighton, 2008).
- Walau bagaimanapun, untuk mengukur kaedah penilaian sosial bukanlah boleh dilihat dari aspek keuntungan kewangan atau pemegang taruh mahupun usahawan sosial semata-mata tetapi hendaklah juga dilihat dari perspektif mereka yang menerima manfaat daripada sesuatu misi sosial. Pengukurannya hendaklah berasaskan kepada jumlah peluang yang boleh ditawarkan dan apakah perkara yang sangat bernilai bagi seseorang yang telah menerima sesuatu bantuan yang telah diberikan daripada suatu misi sosial (Christlieb, Jan , 2012).

7.0 Kesimpulan

Tuntasnya, konsep keusahawanan sosial boleh dijadikan suatu alternatif untuk menghadapai cabaran pembangunan yang dihadapi oleh manusia di abad ke-21 seterusnya memberikan jalan penyelesaian kepada permasalahan sosial yang berlaku dalam masyarakat. Meskipun kebiasaannya konsep keusahawanan sosial selalunya dihubung kait dengan organisasi bukan berorientasikan keuntungan (sektor ketiga),

namun keusahawanan sosial ini boleh dilaksanakan oleh sektor lain sama ada sektor swasta mahupun sektor kerajaan dengan syarat keusahawanan tersebut dapat memenuhi beberapa domain utama konsep keusahawanan sosial sepertimana yang telah dibincangkan di atas. Namun begitu, konsep keusahawanan sosial merupakan manifestasi kepada idea dan falsafah demokrasi berasaskan prinsip ekonomi kapitalis baharu yang masih perlu diperhalusi sebagai medium untuk menyelesaikan permasalahan masyarakat termasuk isu-isu pembangunan yang berkaitan dengan kebajikan dan kesejahteraan manusia.

Rujukan

Ahmad Ibrahim (2013), *Innovation is all around us, New Straits Times, January 22.*

Agensi Inovasi Malaysia. t.t. *National Inovation Strategy: Innovating Malaysia Creating Wealth Through Knowledge, Technology and Innovaton*.

Alvord, Sarah H. et. al. (2003). *Social Entreprenurship : Leadership that Facilitates Societal Transformation-an Exploratary Study. Center for Public Leadership Working*. Working Paper Series, 03-05.

Bornstein, David and Davis, Susan.(2010). *Social Entrepreneurships : What Everyone Needs to Know.* New York : Oxford.

Brooks, Arthur C. 2008. *Social Entrepreneurship : A Modern Aproach to Social Value Cretaion.* New Jersey: Pearson.

Certo, S. Trevis & Miller, Toyah . (2008). Social Enterpereneurship: Key Issues & Concepts. Business Horizon (2008) 51, 267-271. Kelley School of Business, Indiana University

Claudia Wood dan Daniel Leighton 2008 Claudia Wood dan Daniel Leighton. 2010. *Measuring the Gap between Policy and Practice*. Demos : London.

Dees, J. G., Emerson, J. & Economy, P. (2001). *Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs.* Canada : John Wiley and Sons,Inc.

Dees, J. G (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurships*. http//www.social enterpriseportal.org. capaian 7 Disember 2011.

Drucker, Peter F. 1993. *Innovation and Entrepreneurships*. New York : Harper Business.

Geoff Mulgan, (2007). Social Innovation : What it is, why it Matter and How it Can be Accelerated. Skoll Centre for Social Entrepreneurship. Oxford Said Bussiness School : London.

Guclu, Dees dan Anderson. 2002. *The Process of Social Entrepreneurships : Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit.* Center for Advancement of Social Entrepreneurship. DUKE the Fuqua School of Business.

Greico, Cecilia. (2015). *Assessing Social Impact of Social Enterprise*. Does One Size fit All? Springer

Goldstein, J., Hazy, J,K.& Silberstang, J. (2010) . A Complexity Science Model of Social Innovation in Social Enterprise. Journal of Social Entrepreneurship Vol.1. No. 1, 101-125 March 2010 . Routledge.

Gordon M. Bloom. 2006. The *Social Entrepreneurships Collaboratory (SE Lab) : A University Incubator For Rising Generation of Leading Social Entrepreneurs.* September 2006. Working Paper No 31. The Hauser Center for Nonprofit Organizations and The John F. Kennedy School of Governemnet Harvard University.

Hulgard,Lars. 2010. *Discourse of Sosial entreprenuship-Variation of Same Theme*. WP. No.10/10. EMES Eropean Reserch Network.

Haugh , H., & Tracey , P. 2004. *The Role of Social enterprise in regional development. Paper presented at the social enterprise and regional development Conference, Cambridge – MIT Institute, University of Cambridge.*

James A. Phills Jr., Kris Deiglmeier& Pale T. Miller. 2008. *Rediscovering Social Innovation*. Standford Social Innovation Review. Fall 2008.

Jarrod Ormiston dan Richard Seymour. 2011. *Understanding Value Creation in Social Entrepreneurship : The Important of Alignment Mission, Strategy and Impact Measurement*. Journal of Social Entreprenurships. Vol 2, No. 2, 125-150, October 2011. Routledge : London.

Jan Christlieb, Jan.(2012). *Measuring Social Value Creation : A Quantitatvie Study Among Social Entrepreneurs*. Master Thesis, Faculty of Business Technische Universitat Berlin.

Jeffrey Goldstein et. al . 2010. *A Complexity Science Model of Social Innovation In Social Enterprise*. Journal of Social Entreprenurship. Vol. 1, No 1, 101-125, March 2010.

Jane Wei Skillern, James E. Austin, Herman Leonard dan Howard Steveson .(2007). Entreprenurships in the Social Sector. California : SAGE Publication.

Johanna Mair dan Igansi Marti. (2005). Social Enterpreneurship Research: a Source of Explanation, Predection and Delight. *Working Paper No. 546 IESE Bussiness School*, University of Navarra.

Nicholls, Alex. 2008. *Sosial entreprenuship : New Models of Sustainable Social Change.* Oxford : University Press.

Larsen, Martin Mork. (2012). *Social Entrepreneurships : A Single Case Study of A Social Entrepreneur in The Danish not-for-profit Sector.* Aarhus School of Busisness and Social Sciences Aargus University. Masters Thesis.

Leadbeater, Chareles. (2001) The Rise of the Social enterprise. London: Demos.

Marthe Nyssens edt. (2006). *Social Enterprise At the Crossroad of Market, Public Policies and Sivil Society.* London And New York : Routledge.

Muhammad Yunus. 2006a. *Social Business Entrepreneurs : Are the Solutions*. Kerta kerja yang telah dibentangkan di Skoll World Forum on Social Entrepreneurships, Said Business School, Oxford University. 29-31, 2006.

Malaysia Enterprise Blue Print 2015-2018.(2015). *Unleashing The Power of Social Entrepereneurship.* Cyberjaya: Malaysia Global and Innovation Centere (MaGiC).

Najib Razak. (2013). *Moving Forward with Innovation*, The Star, 4 January.

Noridah Udin Niah Bahari. (2013). *Pengkomersilan inovasi keutamaan MOSTI*, Utusan Malaysia 26 Julai.

Pate, Larry& Wankel, Charles, .(2014). *Emerging Research Directions in Social Entrepreneurship.* London: Springer.

Robert Gunn dan Chris Durkin. (2010). *Social entrepreneurship: A Skills Aproach*. The Policy Press, University of Bristol : Bristol.

Rooper, Juliet & Cheney, George. (2005). *Leadership, Learning, and Human Resource Management, The Meaning Sosial Entrepreneurships Today*. Corporate Governenace Intenational of Busiseness Society. Vol 5. No 3 , 2005 pp 95-104.

Sarah H. Alvord, etl. (2003). *Social Entreprenurship : Leadership that Facilitates Societal Transformation-an Exploratary Study*. *Center for Public Leadership Working*. Working Paper Series, 03-05.