



Yinfo@ grafik

PROFIL KEUSAHAWANAN SOSIAL DALAM KALANGAN BELIA



Keusahawanan sosial ialah model keusahawanan yang tidak hanya mementingkan keuntungan, malah menekankan kepada pewujudan masyarakat yang berimpak positif dan saksama (Suraiya & Ahmad, 2015). Keusahawanan sosial sebagai satu pendekatan inovatif ke arah transformasi sosial masyarakat.

Walaupun masih baru, namun keusahawanan sosial semakin mendapat perhatian dalam kalangan belia.

Usahawan sosial merupakan individu yang mempunyai penyelesaian inovatif (*innovative solution*) kepada masalah sosial yang sedang dihadapi oleh masyarakat di sekeliling.

Seorang usahawan sosial akan mengambil apa juga peluang dan kesempatan yang terbuka, yang mana tidak disedari oleh orang lain, untuk memperbaiki sistem masyarakat, mengilhamkan pendekatan baru dan juga memikirkan cara penyelesaian yang baru untuk memperbaiki lagi masyarakat sekelilingnya.

Usahawan sosial mempunyai misi sosial. Kekayaan atau keuntungan bukan misi utama namun mereka akan lebih mementingkan pencapaian dan impak misi sosialnya.





OBJEKTIF

- Mengenalpasti bidang perniagaan yang diceburi oleh golongan usahawan sosial.
- Mengenalpasti bentuk sokongan yang diterima usahawan sosial dan aktiviti pasaran yang dilakukan.
- Mengenalpasti kesan perniagaan usahawan sosial terhadap limpahan masyarakat sekitar.
- Mengenalpasti sumbangan perniagaan usahawan sosial terhadap masyarakat setempat.

METODOLOGI KAJIAN

KUANTITATIF (BORANG SOAL SELIDIK)

Menggunakan borang soal selidik yang diedarkan kepada usahawan sosial dalam kalangan belia yang ditemubual melalui telefon.

POPULASI DAN SAMPEL KAJIAN

Teknik "*Purposive Sampling*" berfokus kepada kumpulan sasaran:

- Peserta *International Conference for Young Leaders* (ICYL)
- e-Belia
- Unit Pemerkasaan Ekonomi Belia (UPEB)
- Responden Kajian Keusahawanan Mikro ke Industri Kecil dan Sederhana (IKS)
- Responden Kajian Lulusan Institut Kemahiran Belia Negara (IKBN) yang menjadi usahawan dan masih aktif
- Melibatkan usahawan sosial belia yang masih aktif

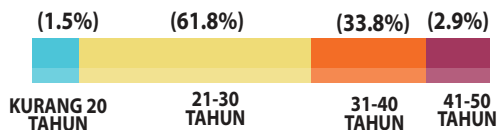


PROFIL USAHAWAN

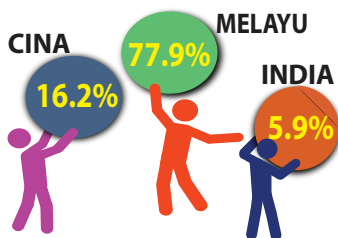
JANTINA



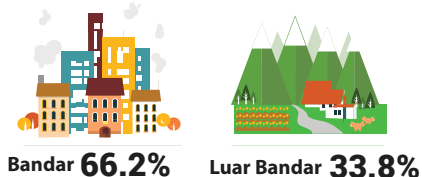
UMUR



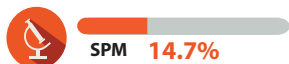
BANGSA



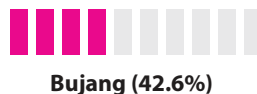
KAWASAN TEMPAT TINGGAL



PENDIDIKAN TERTINGGI

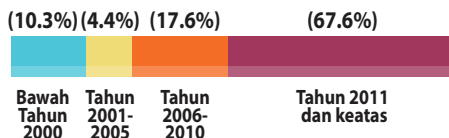


STATUS PERKAHWINAN

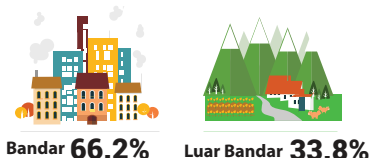


PROFIL PERNIAGAAN

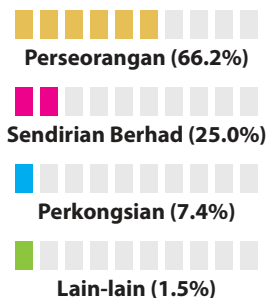
TAHUN MEMULAKAN PERNIAGAAN



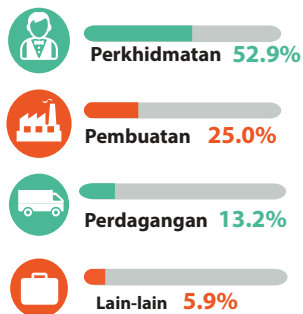
KAWASAN PERNIAGAAN



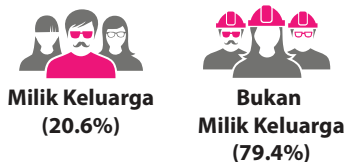
PENDAFTARAN



AKTIVITI UTAMA PERNIAGAAN



STATUS PERNIAGAAN



TAHAP KEMAHIRAN PEKERJA

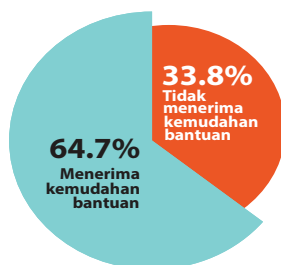


TEKNIK PEMASARAN



SOKONGAN PERNIAGAAN

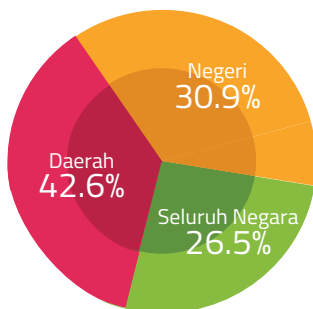
KEMUDAHAN BANTUAN YANG DITERIMA (%)



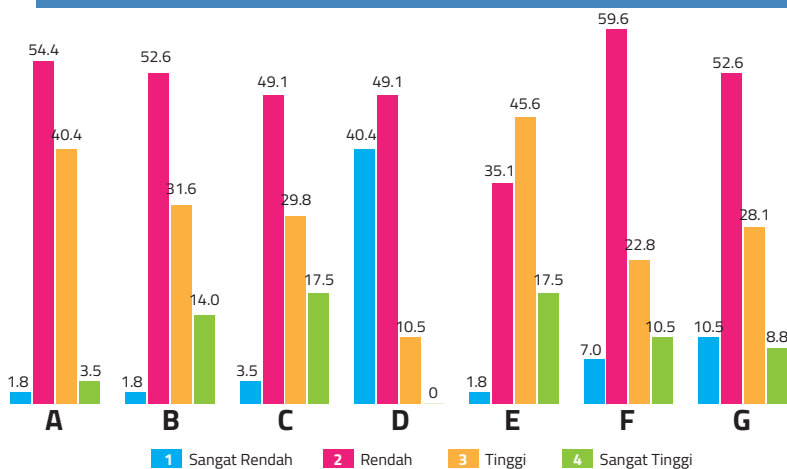
Agensi yang memberi kemudahan bantuan	Amaun (RM)
1-Amanah Ikhtiar	RM 10,000
2-Bank Agro	RM 20,000
3-Geran Jabatan Pendidikan Negeri Johor	-
4-Geran SME Corp	RM 10,000
5-Jabatan Belia dan Sukan	RM 5,000
6-Kementerian Belia dan Sukan (Latihan)	-
7-MARA	RM 8,000
8-Perikanan (Latihan)	-
9-Persatuan Profesional Melayu Malaysia (Latihan)	-
10-Program Belia 3k	RM 6,000
11-SME Corp	RM 20,000
12-Kementerian Belia dan Sukan	RM 5,000
13-MITI	RM 15,000
14-TEKUN	RM 28,000
15-UMB Financial Corporation	RM 20,000

PROFIL PERNIAGAAN

KAWASAN PASARAN (%)



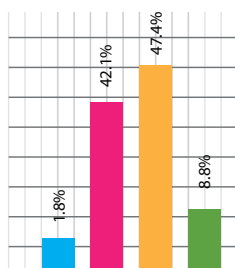
KEUPAYAAN UNTUK MENEROKA PELUANG PASARAN BARU (%)



PERNYATAAN	1	2	3	4
	Peratusan %			
A	1.8	54.4	40.4	3.5
B	1.8	52.6	31.6	14.0
C	3.5	49.1	29.8	17.5
D	40.4	49.1	10.5	0.00
E	1.8	35.1	45.6	17.5
F	7.0	59.6	22.8	10.5
G	10.5	52.6	28.1	8.8

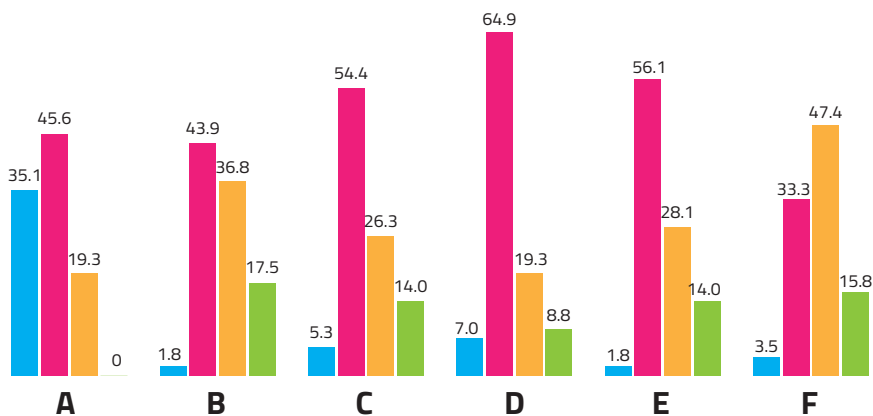
PENGGUNAAN TEKNOLOGI/ ICT DAN AKTIVITI PENYELIDIKAN DAN PEMBANGUNAN SERTA INOVASI

TAHAP PENGGUNAAN TEKNOLOGI PENGELUARAN PRODUK (%)



1 Sangat Rendah 2 Rendah 3 Tinggi 4 Sangat Tinggi

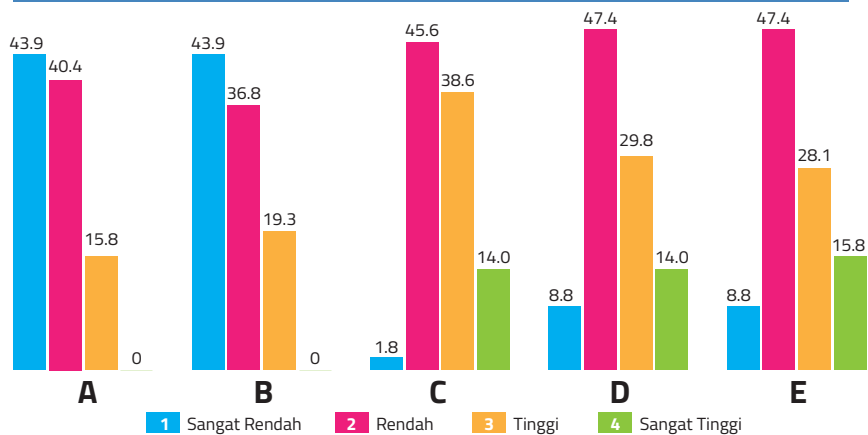
PENGGUNAAN TEKNOLOGI MAKLUMAT DAN KOMPUTER (ICT) (%)



1 Sangat Rendah 2 Rendah 3 Tinggi 4 Sangat Tinggi

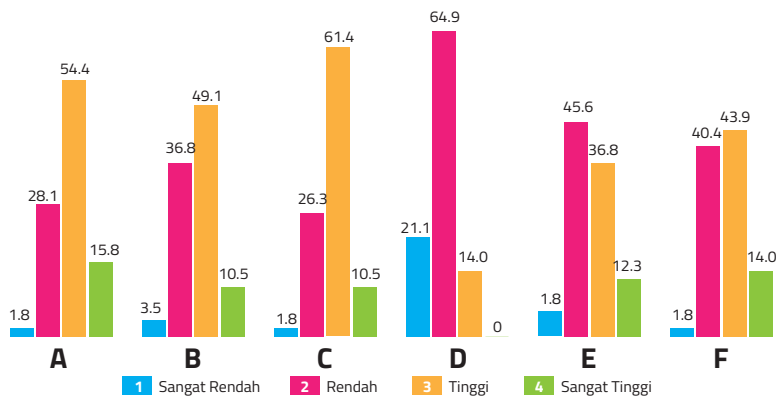
PERNYATAAN	1	2	3	4
	Peratusan %			
A Penggunaan ICT untuk meningkatkan produktiviti.	35.1	45.6	19.3	0.0
B Penggunaan ICT untuk jangkauan pasaran.	1.8	43.9	36.8	17.5
C Penggunaan ICT untuk E-Dagang.	5.3	54.4	26.3	14.0
D Penggunaan ICT dalam proses pengeluaran kilang.	7.0	64.9	19.3	8.8
E Penggunaan ICT untuk perancangan sumber perniagaan contohnya pengumpulan data.	1.8	56.1	28.1	14.0
F Penggunaan ICT untuk Laman Web.	3.5	33.3	47.4	15.8

AKTIVITI PENYELIDIKAN DAN PEMBANGUNAN SERTA PENGKOMERSILAN (R&D&C) (%)



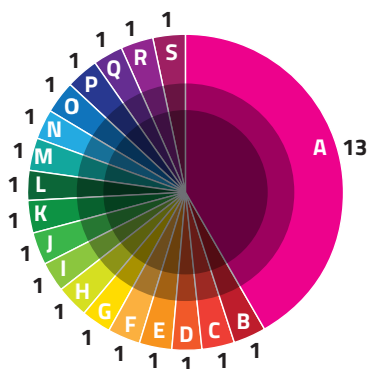
PERNYATAAN	1	2	3	4
	Peratusan %			
A R&D kepada penambahbaikan proses.	43.9	40.4	15.8	0.0
B Pembangunan produk baharu.	43.9	36.8	19.3	0.0
C Inovasi dan teknologi.	1.8	45.6	38.6	14.0
D Pendaftaran Cap dagang dan Perlindungan Harta Intelek (IP).	8.8	47.4	29.8	14.0
E Kelulusan HACCP /KKM/ HALAL (untuk produk yang berkaitan).	8.8	47.4	28.1	15.8

AKTIVITI INOVASI (%)



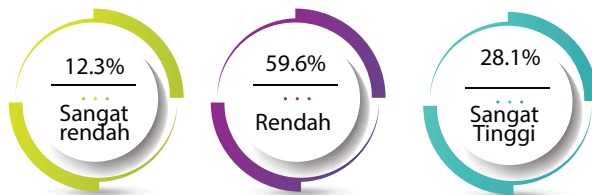
PERNYATAAN	1	2	3	4
	Peratusan %			
A Memperkenalkan produk-produk baharu.	1.8	28.1	54.4	15.8
B Memperkenalkan perkhidmatan-perkhidmatan baharu.	3.5	36.8	49.1	10.5
C Memperkenalkan kaedah-kaedah pengeluaran baharu.	1.8	26.3	61.4	10.5
D Pembukaan pasaran-pasaran baharu.	21.1	64.9	14.0	0.0
E Mendapatkan sumber pembekalan baharu.	5.3	45.6	36.8	12.3
F Memperkenalkan cara baharu untuk mengurus dan menyelenggara perniagaan.	1.8	40.4	43.9	14.0

PENGLIBATAN USAHAWAN DALAM KURSUS, BENGKEL ATAU SEMINAR



	Senarai kursus/bengkel/seminar yang pernah diikuti	Kekerapan
A	BENGKEL/SEMINAR KURSUS KEUSAHAWANAN	13
B	KURSUS ASAS PERAKAUNAN	1
C	BENGKEL BERSAMA INSTITUT SUKAN NEGARA	1
D	KLINIK USAHAWAN DR AZIZAN OSMAN	1
E	INSTITUT KEMAHIRAN BELIA NEGARA (IKBN)	1
F	INTERNATIONAL YOUTH LEADERSHIP SEMINAR (IYLS)-KBS	1
G	KURSUS IPW (BISKUT)	1
H	KURSUS JABATAN KELAPA SAWIT	1
I	KURSUS KOPERASI-ANGKASA	1
J	KURSUS KRAFTANGAN	1
K	KURSUS MEMAHAMI PSIKOLOGI KANAK-KANAK	1
L	KURSUS PENGENDALIAN MAKANAN	1
M	KURSUS PENYEMBELIHAN	1
N	KURSUS SAFETY AND HEALTH	1
O	KURSUS SIMPAN KIRA BANK SIMPANAN NASIONAL (BSN)	1
P	NCP ZERO LOGISTIC PROGRAM	1
Q	SEMINAR PENTINGNYA APLIKASI MOBIL	1
R	KURSUS PERIKANAN	1
S	PROGRAM 3K BELIA BESTARI	1
	JUMLAH	30

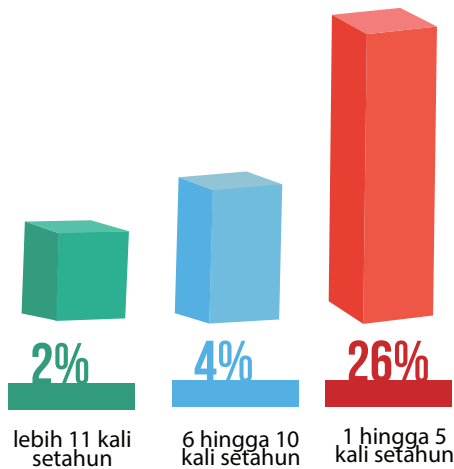
MEMPERUNTUKKAN MASA UNTUK MENDAPATKAN MAKLUMAT DARI PELBAGAI SUMBER



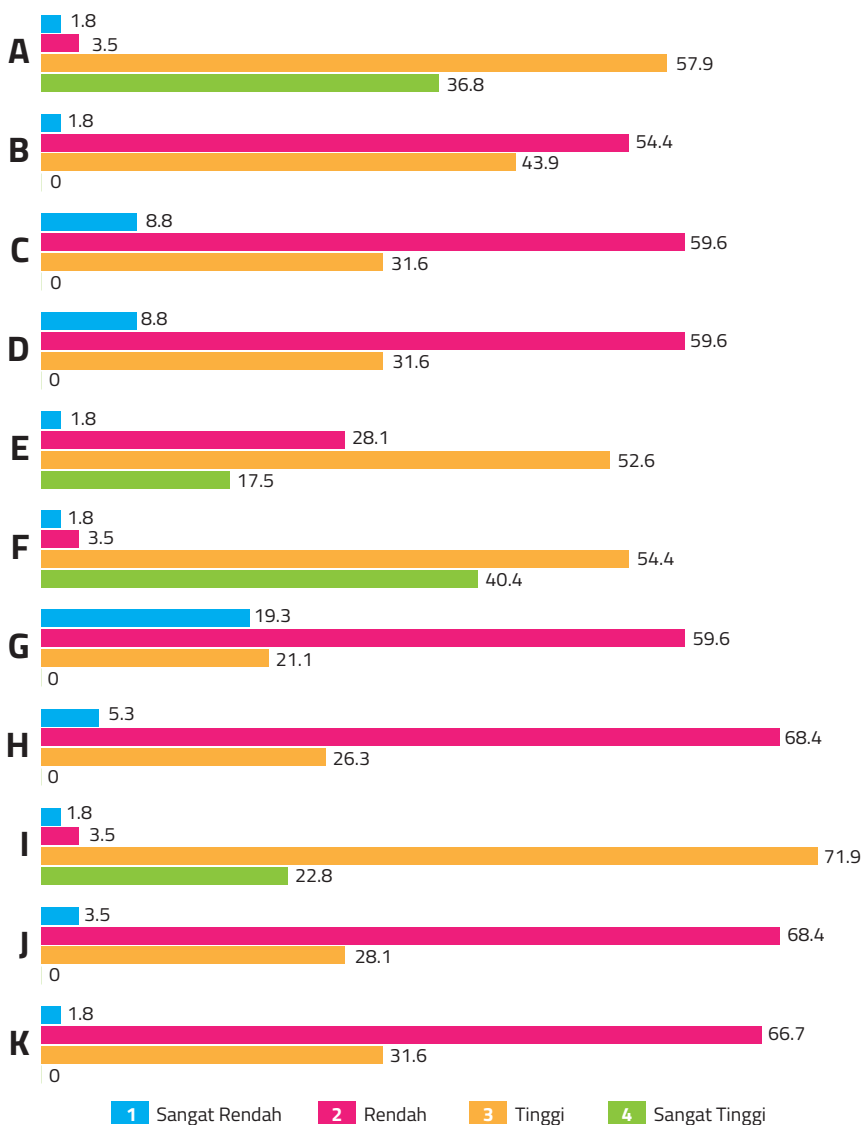
JUMLAH PERUNTUKAN BAGI AKTIVITI-AKTIVITI PEMBELAJARAN, LATIHAN KEUSAHAWANAN DAN PERNIAGAAN SETAHUN



KEKERAPAN MENGIKUTI LAWATAN BERKUMPULAN ATAU PERSENDIRIAN SERTA LAWATAN SAMBIL BELAJAR YANG BERKAITAN DENGAN PEMBANGUNAN PERNIAGAAN DAN KEUSAHAWANAN SETAHUN



AKTIVITI PERNIAGAAN YANG MEMBERI KESAN LIMPAHAN (%)



PERNYATAAN	1	2	3	4	
	Peratusan %				
A	Memberi dan membuka peluang pekerjaan.	1.8	3.5	57.9	36.8
B	Membangunkan ekonomi setempat.	1.8	54.4	43.9	0.0
C	Memberi sumbangan dalam pendapatan negara (KDNK).	8.8	59.6	31.6	0.0
D	Mewujudkan rantaian perniagaan.	8.8	59.6	31.6	0.0
E	Mengalakkan kemasukan pelaburan.	1.8	28.1	52.6	17.5
F	Mengalakkan program/aktiviti tanggungjawab sosial korporat (CSR) di kawasan setempat.	1.8	3.5	54.4	40.4
G	Program Vendor / Anchor memberi peluang untuk membuka konsep payung perniagaan.	19.3	59.6	21.1	0.0
H	Meningkatkan inovasi produk.	5.3	68.4	26.3	0.0
I	Memenuhi waktu senggang.	1.8	3.5	71.9	22.8
J	Mengurangkan masalah sosial.	3.5	68.4	28.1	0.0
K	Mengurangkan masalah jenayah.	1.8	66.7	31.6	0.0

RUMUSAN

Seorang usahawan adalah individu yang merangsangkan kemajuan ekonomi dengan mencari cara baru atau cara yang lebih baik untuk melaksanakan sesuatu. Usahawan sosial bertindak sebagai agen perubahan kepada masyarakatnya.

Aspek utama yang boleh dibaiki ialah aspek penyebaran maklumat tentang apa itu usahawan sosial kepada masyarakat. Kesedaran masyarakat tentang wujudnya usahawan sosial ini perlu ditingkatkan melalui pelbagai medium terutamanya medium media sosial yang lebih pantas untuk sampai kepada mereka.







INSTITUTE FOR
YOUTH RESEARCH
MALAYSIA

Hubungi Kami Untuk Maklumat Lanjut

Institut Penyelidikan Pembangunan
Belia Malaysia (IYRES)
Aras 10, Menara KBS, Presint 4
No. 27, Persiaran Perdana
62570 WP Putrajaya

www.iyres.gov.my
info@iyres.gov.my

Tel : 03 - 8871 3790
Fak: 03 - 8871 3342