

KESAN PENGLIBATAN BELIA MALAYSIA DALAM KEUSAHAWANAN SOSIAL

SHAKIRAH NOOR AZLAN & NURSHAFEEQAH MOHD ZIN

ABSTRAK

Mutakhir ini konsep keusahawanan telah diperluaskan skop aplikasinya kepada konteks yang melibatkan pencapaian matlamat sosial dan bukan keuntungan. Konsep ini di label sebagai keusahawanan sosial, yang berfokuskan kepada matlamat sosial berbanding keuntungan. Konsep keusahawanan sosial adalah di dilaksanakan oleh individu yang mempunyai ciri keusahawanan seperti inovatif, proaktif, pengambilan risiko dan utamanya adalah berfokus kepada pencapaian aspirasi sosial. Keusahawanan sosial ini boleh dilaksanakan oleh setiap lapisan masyarakat dan tidak terlepas kepada golongan belia. Penglibatan belia dalam keusahawanan sosial bukan sahaja mampu melahirkan belia yang boleh mengendalikan sebuah perusahaan, juga mempunyai tanggungjawab sosial, mesra persekitaran dan mesra budaya, sekali gus menjadi agen penyelesaian kepada keruncingan masalah masyarakat. Keusahawanan sosial merupakan respon kepada masalah sosial masyarakat seperti pengangguran, kemiskinan, fragmentasi komuniti dan kelaparan yang semakin kronik untuk mencapai keadilan sosial sejagat. Masalah sosial masyarakat ini perlu diatasi terutamanya di kalangan belia. Ini kerana belia merupakan pewaris dalam mencapai kemajuan negara di mata dunia. Oleh yang demikian, kertas kajian ini disediakan bagi menjelaskan konsep keusahawanan sosial serta perlaksanaannya di kalangan belia di Malaysia. Selain dari itu, kertas kajian ini akan menerangkan pengaruh keusahawanan sosial dalam melahirkan belia berwawasan serta mencapai matlamat negara. Ini kerana keterlibatan belia dalam keusahawanan belia ini dapat melahirkan belia yang berpengetahuan, berkemahiran dan mempunyai nilai tambah untuk berdaya saing dan produktiviti yang dihasilkan. Keadaan ini dapat membina belia yang berkepimpinan dan mampu membawa nama Malaysia ke mata dunia. Secara kesimpulannya, kertas kerja ini diharapkan dapat memberikan kefahaman yang lebih jelas mengenai konsep keusahawanan sosial dan kesan penglibatannya di kalangan belia dan negara berdasarkan kajian-kajian lepas. Metodologi yang digunakan adalah kajian yang sistematik yang mana hasil kajian lepas dianalisis dan diteliti bagi menyajikan fakta yang lebih komprehensif dan berimbang.

Kata Kunci: *Keusahawanan Sosial, Masalah Sosial, Belia Berwawasan, Pembangunan Negara.*

ABSTRACT

In recent years, the concept of entrepreneurship has been expanded into social driven instead of profit driven and known as social entrepreneurship. Social Entrepreneurship is a concept that can be optimized by every level of the community

especially the youth. This type of entrepreneurship is usually executed by individuals that possess the Characteristic of an entrepreneur, such as innovative, proactive, risk taker and highly focused in reaching the social objective. The involvement of youth in social entrepreneurship will not only produce youth entrepreneurs that excel in the business management, but also social responsibility, environmentally friendly and culturally-friendly, thus consequently becoming the solution agent to the social problems. Social entrepreneurship is the answer to the society's social problems such as unemployment, poverty, community fragmentation and increasing chronic hunger in achieving social justice. The social problems among youth must not be taken lightly as they are the future leaders. This paper's main aim is to explain the concept of Social entrepreneurship and its effect of execution among the Malaysian Youth. It also discusses the influence of social entrepreneurship on developing youth. Youth engagement in entrepreneurship is vital as it can produce knowledgeable and skilled youth who may add value to competitiveness and productivity. This can equip youth with leadership abilities and uplift Malaysia into the eyes of the world. In conclusion, this paper is expected to provide a clearer understanding of the concept of social entrepreneurship and the impact of its involvement amongst youths and the country based on previous studies. The methodology used is a systematic review and analysis on past research results and present them in a more comprehensive and balanced fact.

Keywords: *Social Entrepreneurship, Social Problem, Youth Vision, Country Development*

PENDAHULUAN

Aspek masalah sosial masyarakat sering kali dikaitkan dengan tanggungjawab sektor kerajaan, sektor swasta dan pertubuhan bukan kerajaan (non-governmental organization (NGO) (Norhayati *et. al.*, 2012) NGO yang dimaksudkan adalah seperti Pertubuhan IKRAM Malaysia (IKRAM). IKRAM telah banyak melaksanakan usaha dalam mengatasi masalah sosial dan kebajikan masyarakat. Kini, masalah sosial ini juga dapat diatasi menerusi keusahawanan sosial. Keusahawanan sosial bukan sahaja memastikan keuntungan di perolehi semata, namun ianya adalah mampu bagi menyelesaikan masalah sosial yang dihadapi oleh masyarakat. Menurut pandangan Jain (2012), keusahawanan sosial merupakan respon kepada masalah sosial masyarakat seperti pengangguran, kemiskinan, fragmentasi komuniti dan kelaparan yang semakin kronik dalam mencapai keadilan sosial sejagat. Ini turut disokong oleh Kostetska dan Berezyak (2014), yang percaya bahawa keusahawanan sosial merupakan aplikasi prinsip keusahawanan traditional dan turut memfokuskan kepada masalah sosial masyarakat yang telah dinyatakan. Justeru, dengan kefahaman mengenai konsep keusahawanan sosial ini dapat menggalakkan penglibatan golongan belia dalam keusahawanan sosial di Malaysia ini.

DEFINISI DAN KONSEP KEUSAHAWANAN SOSIAL

Keusahawanan sosial merupakan satu fenomena baru di negara yang maju (Santos, 2012). Di Amerika Syarikat, mengikut Kajian Suruhanjaya Pemantauan Keusahawanan Global (2005), sebanyak 3.2% peniaga adalah melibatkan diri dalam keusahawanan sosial (Harding 2006). Dapatan kajian ini adalah dijalankan dikalangan belia. Ini menunjukkan bahawa keusahawanan sosial adalah relevan dan dapat dipraktikkan oleh golongan belia. Berbeza di Malaysia, keusahawanan sosial adalah masih baru. Amalan keusahawanan ini tidak begitu meluas di kalangan usahawan belia di Malaysia (Shahrilzaily, 2017). Ini adalah kerana kurangnya pendedahan dan pengetahuan yang jelas dalam bidang ini.

Menurut Nur dan Akmaliah (2013), keusahawanan sosial merupakan suatu aplikasi perniagaan inovatif untuk menyelesaikan masalah sosial. Manakala Suraiya dan Ahmad (2015) menyatakan bahawa keusahawanan sosial adalah pendekatan yang menggabungkan peranan dan tanggungjawab yang dahulunya dilaksanakan secara terasing oleh kerajaan, swasta dan badan kebajikan. Ini kerana konsep keusahawanan sosial adalah di samping mendapat keuntungan, usahawan juga dapat membantu dalam menyelesaikan masalah sosial masyarakat. Keuntungan yang dimiliki daripada hasil perniagaan adalah digunakan untuk kebajikan masyarakat (Mohd *et. al.*, 2014). Keusahawanan sosial ini memberikan impak dalam menyelesaikan masalah sosial masyarakat.

Keusahawanan sosial merupakan evolusi dari cabang keusahawanan komersil (Anis, 2015). Keusahawanan sosial merupakan konsep penciptaan kekayaan melalui pulangan kewangan dan juga pulangan sosial. Konsep ini adalah berbeza dengan keusahawanan komersial yang hanya menumpukan kepada penciptaan kekayaan yang berdasarkan pulangan kewangan semata. Malah, menurut Roberts dan Woods (2005) keusahawanan sosial ialah pembinaan, penilaian dan mengejar peluang untuk perubahan sosial transformatif dijalankan oleh individu yang berdedikasi dan berwawasan.

Ilmu keusahawanan komersial adalah bertumpukan kepada dua (2) aspek utama iaitu perspektif ekonomi dan pengurusan (Anis, 2015). Berdasarkan dua (2) aspek ini, maka lahirlah terma seperti penciptaan nilai, inovasi, peluang dan kepelbagaian sumber bagi menerangkan mengenai ilmu keusahawanan. Bagaimanapun, pelopor dalam ilmu keusahawanan ini seperti Jean-Baptiste Say, Joseph Schumpeter, Peter Drucker, Israel Kirzner dan Stevenson menerangkan mengenai konsep ilmu keusahawanan seperti yang dinyatakan dalam Jadual 1. Ini menunjukkan bahawa peranan usahawan itu sendiri.

Berdasarkan Jadual 1, Jean -Baptiste Say (Steiner, 2002). percaya bahawa keusahawanan adalah bermula dengan penciptaan nilai. Penciptaan nilai ini merupakan penciptaan perusahaan baru yang memberikan manfaat kepada pengguna. Ilmu bagi mencipta perusahaan baharu adalah berdasarkan falsafah ini. Malahan,

menurut Mitra (2011), dengan adanya usahawan yang menerokai perusahaan baru, maka akan menyumbang kepada kemakmuran negara. Maka, keusahawanan sosial adalah mengadaptasi untuk kelestarian sosial masyarakat sejagat. Ini turut disokong oleh Praszkiar dan Nowak (2012) yang percaya bahawa keusahawanan sosial adalah misi yang memenuhi dua objektif utama iaitu objektif komersial dan sosial. Dua (2) objektif utama ini menunjukkan bahawa dalam keusahawanan sosial, selain memperolehi keuntungan dan juga menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh masyarakat setempat.

Selain itu, Schumpeter (1947) menyatakan bahawa ilmu keusahawanan merupakan pengetahuan bagi melakukan inovasi dan juga perubahan. Beliau percaya bahawa ilmu keusahawanan adalah berfokuskan kepada penambahbaikan produk dan perkhidmatan mengikut keadaan semasa. Selain itu, produk dan perkhidmatan yang disediakan akan memberikan kesenangan dan mempunyai permintaan daripada pengguna. Martin dan Osberg (2007) menyatakan bahawa inovasi akan menyebabkan terhasilnya produk yang dapat mengurangkan risiko, perkhidmatan dan produk yang dikeluarkan adalah mengikut aliran semasa dan keuntungan yang akan diperolehi adalah memadai. Konsep inovasi keusahawanan ini telah digunakan dalam keusahawanan sosial. Dalam keusahawanan sosial, inovasi sosial yang diberikan perhatian. Inovasi sosial ialah merujuk kepada usahawan sebagai agen sosial yang merubah landskap masyarakat (Sivathanu dan Bhise, 2013).

Jadual 1: Tradisi Keusahawanan- Perspektif dan Peranan

Pelopor	Fokus	Peranan Keusahawanan Sosial
Jean-Baptiste Say (1971)	Penciptaan nilai	Mengguna pakai misi yang boleh menjuruskan kepada penciptaan dan kelestarian nilai sosial.
Joseph Schumpeter (1947)	Inovasi dan agen perubahan	Pendekatan kepada proses inovasi secara berterusan, mengadaptasi dan pembelajaran. Menjadi agen perubahan untuk inovasi sosial.
Peter Drucker/Israel Kirzner (1935)	Peluang	Mengenal pasti untuk mengambil peluang untuk kecapaian misi.
Stevenson (2006)	Kepelbagaian Sumber	Bertindak tanpa mengambil kira sumber semasa yang terhad.

(Sumber: Martin dan Osberg, 2007; Abu-Saifan, 2012)

Dalam jadual 1, juga menunjukkan bahawa pendapat yang dinyatakan oleh Peter Drucker adalah berbeza dengan Joseph Schumpeter. Ini kerana Peter Drucker merupakan seorang guru dalam bidang pengurusan. Menurut Martin dan Osberg (2007), Peter Drucker mempercayai bahawa usahawan adalah seseorang yang bijak mengambil peluang terhadap perubahan yang berlaku. Ini juga menyerupai pendapat oleh Israel Kirzner. Beliau juga bersetuju bahawa peranan usahawan adalah sentiasa berwaspada kepada perubahan yang berlaku dan sentiasa mengambil peluang pasaran yang sedia ada (Abu-Saifan, 2012). Maka, seorang usahawan haruslah sentiasa berwaspada dan sentiasa bersedia mengikuti perubahan yang sedia ada. Seorang usahawan juga perlu mempunyai strategi dan perancangan yang rapi bagi memastikan setiap perubahan yang dibuat adalah memberikan keuntungan bukan menanggung kerugian. Konsep sebegini juga digunakan dalam keusahawan sosial yang mana usahawan sosial perlu memastikan tercapainya objektif iaitu komersial dan sosial. Usahawan sosial harus memastikan bahawa keuntungan adalah diperolehi dan masalah masyarakat juga dapat ditangani.

Seterusnya adalah falsafah keusahawanan yang dikeluarkan oleh Stevenson yang menyatakan bahawa usahawan adalah tertumpu kepada kebijaksanaan seseorang dalam menggunakan kepelbagaian sumber dengan sepenuhnya. Sumber yang digunakan dapat menghasilkan produk dan perkhidmatan yang memberikan kebaikan kepada pengguna dan dapat dikomersilkan bagi memperolehi keuntungan. Dalam konsep keusahawan sosial, falsafah ini digunakan dengan menyatakan bahawa usahawan sosial perlu sentiasa bertindak bagi memastikan mencapai misi yang dingini dengan menggunakan segala sumber yang ada dengan sepenuhnya (Volkman *et. al.*, 2012). Smith (2015) telah mencadangkan bahawa usahawan sosial boleh menggunakan teknik 'bootstrapping' yang mana usahawan sosial boleh meminjam premis untuk menjalankan aktiviti perniagaan menggunakan jaringan perniagaan. Ini bagi menyelesaikan masalah kewangan dan operasi perniagaan. Disamping itu, jaringan perniagaan yang banyak perlu dibuat bagi memastikan konsep keusahawanan sosial dapat dijalankan dan memperolehi keuntungan dan menyelesaikan masalah setempat. Jaringan perniagaan juga boleh dibuat bersama badan kerajaan dan juga badan bukan kerajaan.

Berdasarkan pernyataan yang telah diterangkan, jelas menunjukkan bahawa ilmu keusahawanan sosial adalah menggunakan ilmu keusahawanan sebagai asas. Keusahawanan komersial menjelaskan terdapat empat aspek utama iaitu, penciptaan nilai, inovasi dan agen perubahan, peluang dan kepelbagaian sumber. Empat (4) aspek ini telah mempengaruhi kepada keusahawanan sosial. Namun, keusahawanan sosial juga telah menekankan kearah konsep bukan sahaja keuntungan semata, namun juga menfokuskan ke arah membantu masyarakat keseluruhannya.

Selain dapat menyelesaikan masalah sosial masyarakat, keusahawanan sosial juga memberikan kesan yang baik kepada sistem ekonomi. Ini kerana menerusi keusahawanan sosial, ianya mampu mewujudkan industri baru, memperkenalkan model perniagaan yang baru dan mampu memanfaatkan kelebihan yang dimiliki

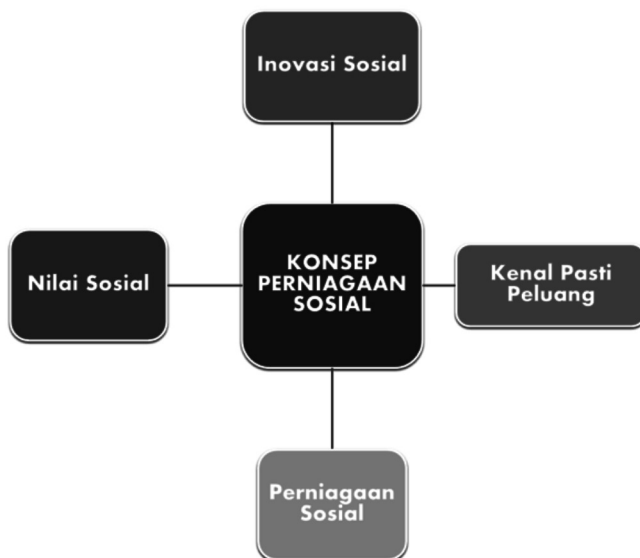
oleh masyarakat yang terabai (Filipe, 2012). Ini turut disokong oleh Vasakaria (2008), yang menyatakan bahawa nilai yang diutamakan oleh keusahawanan sosial tidak boleh diukur berdasarkan nilai keuntungan atau kepuasan pelanggan. Ianya perlu difokuskan kepada apakah masalah sosial yang telah dapat diatasi menerusi keusahawanan sosial yang telah dijalankan.

Keusahawanan sosial juga merupakan satu kaedah yang inovatif dalam transformasi sosial masyarakat (Nur Saadah dan Akmaliah, 2013; Suraiya dan Ahmad, 2015). Ia merupakan model keusahawanan yang tidak hanya mementingkan keuntungan, malah menekankan kepada pewujudan masyarakat yang berimpak positif dan saksama (Shahrilzaily, 2017). Konsep keusahawanan sosial merupakan suatu konsep keusahawanan yang digunakan sebagai satu aplikasi dalam memberikan kesan bagi mengatasi masalah sosial dalam masyarakat, namun konsep asal keusahawanan masih dikekalkan.

Malah, menurut Marwan (2014), konsep utama keusahawanan sosial menekankan empat (4) aspek iaitu, mengenal pasti peluang, inovasi sosial, perniagaan sosial dan nilai sosial. Dalam aspek mengenal pasti peluang ialah apabila seorang yang mempunyai jiwa usahawan melihat permasalahan yang berlaku dalam masyarakat adalah diselesaikan dengan cara yang lebih baik dan memberikan manfaat dalam tempoh masa yang panjang. Konsep yang kedua adalah inovasi sosial. Konsep ini adalah satu tindakan yang berinovatif, yang baharu, berkesan dan efisien. Tindakan ini termasuklah dari segi proses, produk, sistem, idea dan perkhidmatan.

Konsep yang ketiga adalah perniagaan sosial. Perniagaan sosial merupakan suatu keadaan yang mana tidak bermatlamat kepada memiliki sebanyak pendapatan yang paling tinggi dari perniagaan. Sebaliknya, capaian yang paling utama adalah untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan taraf kehidupan. Dua ciri utama perniagaan sosial adalah untuk memberi manfaat kepada golongan yang ingin dibantu dan pendapatan yang diperolehi adalah digunakan bagi memastikan organisasi terus kekal dan dapat berdaya saing. Ini penting bagi memastikan perniagaan ini dapat meneruskan membantu golongan masyarakat yang memerlukan. Konsep yang terakhir adalah nilai sosial. Nilai sosial yang ditumpukan adalah untuk meningkatkan keperluan asas insani. Ini memberi maksud bagi membasmi kemiskinan, menyediakan peluang pendidikan, memberikan rawatan kesihatan, memberikan bekalan air bersih, menyediakan peluang pekerjaan dan memberikan keadilan sosial untuk masyarakat sejagat.

Rajah 1 Konsep Utama Keusahawanan Sosial (Marwan, 2015)



Namun begitu mengikut kajian-kajian lepas menyatakan bahawa dalam melahirkan seorang usahawan sosial, perlu mempunyai ciri-ciri yang tersendiri. Ini termasuklah ciri dari segi psikologi, sosiologi, sosial psikologi dan keagamaan (Anis, 2015). Rogers (2003) menyatakan bahawa dari segi psikologi, seseorang individu akan mempunyai rasa keperhatinan terhadap masyarakat adalah hasil daripada interaksi individu dengan masyarakat (Hewitt, 2007). Ini akan menyebabkan rasa bertanggungjawab dalam diri individu itu bagi membantu masyarakat agar hidup lebih sempurna. Dalam aspek sosiologi, menyatakan bahawa aksi seseorang itu dikonstruksi melalui masyarakat mengikut peradaban masa (Cuff *et. al.*, 1990; Csikszentmihalyi, 1996; Townley dan Middleton, 1989). Keadaan ini akan menimbulkan perasaan ingin membantu masyarakat di samping memperolehi keuntungan tersendiri dalam jangka masa yang panjang.

Selain itu, psikologi sosial menyatakan bahawa hubungan antara individu dan masyarakat yang sentiasa bergantung telah membentuk individu tersebut (Hewitt dan Shulman, 1979; Hollway, 2007). Ini akan melahirkan individu yang boleh berinteraksi, saling bantu membantu dikala susah dan senang dan sentiasa memastikan diri sendiri dan perskitaran dalam keadaan baik dan harmoni. Dari aspek agama dan kepercayaan melahirkan individu yang mempunyai jiwa yang murni, merasakan keperluan untuk membantu orang lain, sabar dan memahami erti kehidupan (Hamid *et. al.*, 2018). Ini kerana individu adalah dicipta untuk saling memberi kebaikan kepada orang lain. Selain itu Jadual 2 dibawah menunjukkan beberapa ciri-ciri usahawan sosial berdasarkan kajian-kajian yang lepas.

Jadual 2: Definisi Usahawan Sosial dan Keusahawanan Sosial

Sumber	Definisi	Karakter Utama
Bornstein (1998)	Usahawan sosial bagi merealisasikan idea baru yang menggabungkan wawasan yang ingin dicapai dan berkeaktiviti dalam penyelesaian masalah, mempunyai etika dan inginkan berlakunya perubahan.	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai misi yang jelas • Konsisten
Thompson <i>et. al.</i> , (2000)	Usahawan sosial adalah individu yang menyedari terdapat peluang bagi memenuhi kepuasan masyarakat yang tidak dapat diselesaikan melalui sistem kebajikan negeri dan sumber yang diberikan (secara amnya adalah kewangan dan premis). Individu ini akan menggunakan peluang ini bagi membuat perubahan untuk membantu masyarakat dan mendapat keuntungan perniagaan.	<ul style="list-style-type: none"> • Emosi yang baik • Mempunyai nilai sosial
Dees (1998)	Usahawan sosial memainkan peranan menukar ejen dalam sektor sosial dengan: <ul style="list-style-type: none"> • Menukar misi bagi mengekalkan nilai sosial • Mengiktiraf dan tidak peluang baru bagi merealisasikan misi • Terlibat dalam proses inovasi yang berterusan, besesuaian dan mempunyai nilai • Bertindak dengan berani tanpa menjadikan sumber yang terhad sebagai penghalang • Mempunyai rasa akauntabiliti terhadap masyarakat di kawasan dan menghasilkan produk dan perkhidmatan yang beroleh manfaat seluruhnya. 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan perubahan • Bertanggungjawab • Berdedikasi • Berpada dalam bersosial
Brinckerhoff (2000)	Usahawan sosial adalah seseorang yang mengambil risiko yang munasabah bagi memastikan kemaslahatan masyarakat dalam negara tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> • Kepimpinan • Berfikiran Terbuka
Leadbeater (1997)	Usahawan sosial adalah seorang yang berinovatif dan bertransformasi yang menjadikan beliau seorang yang boleh memimpin, memberikan pendapat yang baik, pengurus, oprtunis dalam mencapai wawasan dan membina empayar. Beliau memahami masalah sosial, mengatur strategi bagi mengatasinya dan sentiasa berusaha bagi menangani masalah ini.	<ul style="list-style-type: none"> • Tersusun • Berkepimpinan

Zahra <i>et. al.</i> , (2006)	Keusahawanan sosial merangkumi aktiviti dan proses yang dijalankan untuk menemui, mentakrifkan dan mengeksploitasi peluang untuk meningkatkan kekayaan sosial dengan mewujudkan usaha baru atau mengurus organisasi sedia ada di Malaysia dengan cara yang inovatif.	<ul style="list-style-type: none"> • Pengasas • Berinisiatif dalam melakukan sesuatu perkerjaan. • Menyedari peluang yang ada untuk membina empayar perniagaan
Ashoka (2012)	Usahawan sosial adalah individu yang dapat memberikan penyelesaian yang inovatif kepada masyarakat, terutama bagi menangani masalah sosial yang paling mendesak. Individu ini mempunyai misi yang tersendiri dan sentiasa berusaha bagi merealisasikannya. Namun, individu ini mempunyai ciri yang sentiasa perihatin terhadap keadaan sekeliling dalam meralisasikan misi tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai visi dan matlamat yang jelas. • Komited dalam menjalankan pekerjaan.

(Sumber : Abu Saifan, 2012, mukasurat 24)

Jelas disini bahawa untuk menjadi seorang usahawan sosial, perlu ada ciri-ciri keusahawanan yang asas. Malahan dalam menceburi usahawan sosial, individu itu perlulaj sentiasa memastikan bahawa perniagaan yang dibina bukan sahaja boleh membantu masyarakat sekeliling, malahan boleh terus maju. Individu yang menjalankan usahawan sosial perlu juga bersikap positif demi perusahaan yang dijelankannya. Bagi memastikan usahawan akan terus memastikan usahawan sosial terus maju, prinsip sebagai seorang usahawan sosial perlu dijadikan panduan

PRINSIP KEUSAHAWANAN SOSIAL

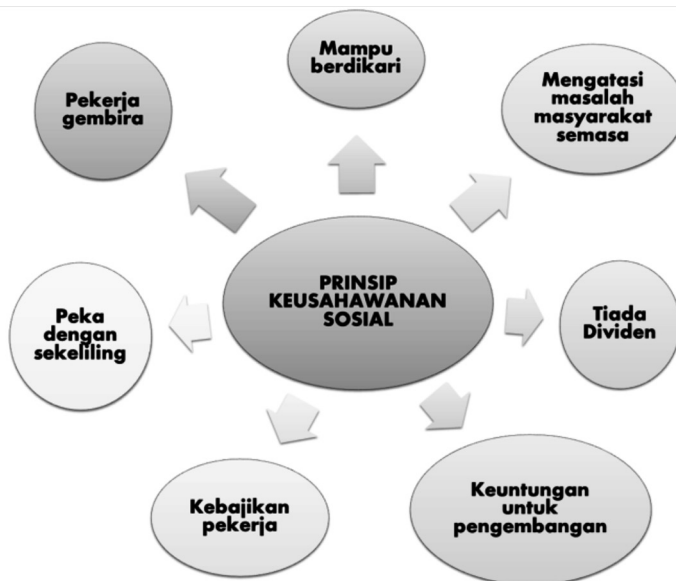
Ismail (2015) telah menggariskan tujuh prinsip (7) keusahawan sosial. Prinsip ini adalah bagi memastikan keusahawanan yang dilakukan adalah benar-benar untuk mengatasi masalah umum masyarakat disamping memperolehi keuntungan. Pertama; keusahawanan yang dijalankan adalah bermatlamatkan mengatasi kemiskinan atau menyelesaikan permasalahan yang berlaku. Ini termasuklah permasalahan pendidikan, kesihatan, alam sekitar, capaian teknologi dan sebagainya. Permasalahan ini adalah yang mengancam kesejahteraan hidup manusia, bukannya bermotifkan bagi memaksimumkan keuntungan kewangan kepada entiti perniagaan tersebut. Keduanya adalah, empayar yang dibina hendklah mampu berdikari dari aspek kewangan dan ekonomi. Ini adalah penting bagi memastikan bahawa empayar ini dapat diteruskan dalam jangka yang panjang. Ketiganya adalah pelabur yang melabur dalam bidang keusahawan ini akan memperolehi wang dilaburkan sahaja. Tiada pulangan dividen. Ini kerana pulangan dividen yang diperolehi akan digunakan semula bagi memastikan modal perniagaan adalah mencukupi.

Prinsip yang keempat dalam keusahawan sosial adalah keuntugan yang dimiliki dalam perniagaan adalah digunakan bagi mengembangkan lagi perniagaan,

bukan diserahkan kepada pelabur yang telah membuat pelaburan. Prinsip kelima adalah pengusaha harus memastikan bahawa pekerja yang bekerja dalam bidang keusahawanan sosial ini adalah bekerja dalam suasana yang baik, selesa dan upah yang diberikan adalah berpatutan. Keselematan juga adalah terjamin. Kebajikan pekerja juga ditekankan. Pekerja juga harus disediakan latihan bagi meningkatkan kemahiran agar perniagaan keusahawanan sosial ini terus maju dan dapat membantu ramai lagi masyarakat yang memerlukan. Prinsip yang keenam adalah perniagaan keusahawanan sosial ini mestilah sentiasa peka dengan alam persekitaran. Ini kerana perniagaan ini juga perlu melakukan perubahan selari dengan arus perkembangan semasa. Terakhirnya adalah keusahawanan sosial ini haruslah dijalankan ini adalah dijalankan oleh individu yang mempunyai perasaan gembira dan sentiasa memahami tujuan asal keusahawanan sosial yang bermatlamatkan dalam membantu masyarakat sekeliling.

Selain dari itu, Gumusay (2015) menyifatkan terdapat tiga (3) mazhab utama dalam memahami konsep keusahawanan sosial. Mazhab pertama adalah Mazhab Austria adalah mengeksplorasi peluang. Mazhab seterusnya adalah Mazhab Chicago yang mana keusahawanan menekankan aspek penerimaan risiko dan menerima ketidak tentuan. Mazhab yang terakhir adalah Mazhab German yang menyifatkan bahawa keusahawanan sosial berfokuskan kepada gabungan aspek baharu dan kreativiti. Gabungan kesemua konsep ini menyatakan bahawa usahawan sosial adalah individu yang mengeksplorasi peluang menerusi gabungan semula sumber-sumber yang wujud dan bersedia menanggung risiko apabila eksplorasi ini gagal (Noor, 2015).

Rajah 2 Prinsip Keusahawanan Sosial (Ismail, 2015)



KESAN KEUSAHAWANAN SOSIAL KEPADA BELIA MALAYSIA

Justeru, keusahawanan sosial merupakan satu (1) bidang yang memberikan kesan yang baik kepada belia yang melibatkan diri dalam bidang ini. Malah, penglibatan dalam keusahawanan sosial ini memberikan kesan yang dapat dirasai oleh persekitaran seluruhnya. Antaranya adalah membentuk belia yang membuat pertimbangan yang terbaik. Ini kerana penglibatan dalam keusahawanan sosial memerlukan seseorang itu dapat menyeimbangkan dua aspek iaitu hasil ekonomi dan impak sosial (Dacin *et. al.*, 2011). Ini dapat membentuk belia bagi melakukan sesuatu perkara yang memberikan impak yang baik dan memberikan impak yang baik dan dirasai oleh masyarakat keseluruhannya.

Selain itu, dengan menceburkan diri dalam keusahawanan sosial juga membentuk peribadi belia yang mempunyai kualiti kepimpinan yang tinggi. Berdasarkan pengkaji yang lepas, dengan melibatkan diri dalam usahawan sosial, dapat membentuk belia yang mempunyai kredibiliti peribadi, integriti dan memikul komitmen (Borins, 2000; Lewis, 1980; Waddock dan Post, 1991; Weerawardena dan Mort, 2006). Ini kerana usahawan sosial adalah dengan menumpukan kepada nilai-nilai sosial masyarakat, bukannya pada keuntungan yang diperoleh semata. Apabila belia melibatkan diri dalam usahawan sosial, ini akan melatih belia untuk menjadi pemimpin yang berkaliber pada masa akan datang.

Menurut Fakhru *et. al.*, (2014), keusahawanan sosial mempunyai tiga (3) ciri utama dalam menjalankan pengusahaan. Ciri tersebut adalah inovasi, proaktif dan pengambilan risiko. Inovasi dalam keusahawanan sosial adalah dengan penggunaan kaedah perniagaan yang inovatif untuk menyelesaikan masalah sosial (Nur dan Khairul, 2013). Proaktif pula ialah dengan pengusahaan yang sentiasa mempunyai kesungguhan yang berterusan bagi mencapai misi. Manakala pengusaha tersebut haruslah bersedia bagi menghadapi risiko dalam perniagaan. Ini kerana kesukaran dalam perniagaan perlu diatasi dan diteruskan, selagi mana masalah sosial tidak dapat diselesaikan. Ketiga-tiga ciri ini dapat membentuk kepada membentuk peribadi belia yang unggul bagi memimpin negara pada masa akan datang.

Penglibatan belia dalam usahawan sosial melahirkan belia yang bertanggungjawab dan sentiasa mengambil berat keadaan sekeliling. Ini kerana menurut Sullivan *et. al.*, (2003), tujuan utama penglibatan dalam usahawan sosial adalah bagi menyelesaikan masalah sosial semata. Ini menunjukkan penghakiman seimbang sumber kepada semua golongan masyarakat dan mewujudkan peluang bagi membasmu masalah nilai sosial di kalangan masyarakat. Objektif ini dapat dicapai dengan penglibatan belia yang berwawasan bagi mencapai kemakmuran pada masa hadapan. Golongan belia yang terlibat dalam keusahawanan sosial ini adalah bagi mencapai ruang dan peluang untuk mendidik diri bagi mentadbir negara pada masa akan datang.

PENUTUP

Dengan menceburi bidang keusahawanan sosial di kalangan belia, maka akan lahir belia berwawasan yang mampu untuk mentadbir ciri-ciri kepimpinan dan kewibawaan yang lengkap serta mantap demi mencapai misi dan visi negara untuk menjadi negara maju. Kajian oleh Mair dan Marti (2006) menggariskan bahawa terdapat beberapa istimewa pada usahawan sosial iaitu kepimpinan yang tinggi dan minat yang mendalam hingga membentuk visi keusahawanan dan pegangan etika yang teguh. Nilai-nilai yang terbentuk dalam diri usahawan-usahawan sosial inilah yang membezakan keusahawanan sosial dari fenomena keusahawanan yang lain

Keusahawanan sosial merupakan salah satu cabang keusahawanan yang mendapat perhatian di kalangan belia. Konsep keusahawanan yang menggabungkan perniagaan dan kesukarelawanan yang bermatlamatkan sosial yang positif juga menjadi salah satu tarikan kepada belia dalam menyumbang kepada negara dan bukan hanya bergantung kepada kerajaan semata-mata. Yang Berhormat Khairy Jamaluddin (2015) berkata, keusahawanan sosial yang mencantumkan elemen perniagaan dan usaha memperbaiki masyarakat serta kesukarelawanan semakin mendapat perhatian di seluruh dunia dan sangat berpotensi menjadi hala tuju kerjaya dalam kalangan belia Malaysia.

Rajah 3: Kesan Penglibatan Belia dalam Keusahawanan Sosial di Malaysia



RUJUKAN

- Abu-Saifan S. (2012). Social entrepreneurship: definition and boundaries. *Technology Innovation Management Review*. February 2012:22-27.
- Anis Amira AB Rahman (2015) Perspektif Keusahawanan Sosial : Satu Input Kepada Pendidikan Keusahawanan Sosial Islam; *Konsep Keusahawanan Sosial Islam : Suatu Pengenalan*. Universiti Malaysia Kelantan, Kota Bharu, pp. 69-86.
- Ashoka. (2012). "What is a social entrepreneur?" http://www.ashoka.org/social_entrepreneur
- Borins, S. (2000). Loose cannons and rule breakers, or enterprising leaders? Some evidence about innovative public managers. *Public Administration Review*, 60: 498–507.
- Bornstein, D. (1998) Changing the world on a shoestring. *Alic Monthly*, 281(1);34-39.
- Brinckerhoff, P. C. (2000). *Social entrepreneurship: The art of mission-based venture development*, New York: John Wiley & Sons.
- Csikszentmihalyi M. (1996). *Creativity : flow and the psychology of discovery and invention*, New York: HarperCollinsPublishers.
- Cuff E.C., Sharrock W.W. and Francis D.W. (1990). *Perspectives in sociology*, New York: Routledge.
- Dacin, Dacin, & Tracey (2011). *Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions Organization Science* 22(5) pp. 1203-1213.
- Dees, J. G. (1998 January–February). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76: 55–67
- Fakhrul Anwar Zainol, Wan Norhayate Wan Daud, Zulhamri Abdullah, Mohd Rafi Yaacob (2014). Enhancing Social Entrepreneurship Model for Social Entrepreneurs: A Case of AL-FALAH Foundation. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Science*,3(5): 107-113.
- Filipe M. Santos (2012). A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*,111 (3):335-351.
- Gumusay, A. A. (2014). Entrepreneurship from Islamic perspective. *Journal of Business Ethics*. January 2015 .<http://www.researchgate.net/publication/262566347>. (23 Mac 2015).
- Hamid, S. S. B. A., Mohamad, A. M., Ahmad, A., & Nahar, N. (2018). Penguasaan Jawi Dalam Kalangan Murid Sekolah Rendah Agama (Mastery of Jawi Writing among the Students in Religious School). *International Journal of Religion Research in Education*, 1(1).

- Harding, R. (2006). *Social entrepreneurship monitor*. London: Global Entrepreneurship Monitor. Institut Penyelidikan Belia Malaysia (IYRES) Profil Keusahawanan Sosial dalam Kalangan Belia <https://www.ippbm.gov.my/index.php/ms/penyelidikan/hasil-penyelidikan-2>
- Hewitt, J. P., & Shulman, D. (1979). *Self and society: A symbolic interactionist social psychology*. Boston: Allyn and Bacon.
- Hollway W. (2007). *Social psychology: Past and present*. In: Hollway W, Lucey H and Phoenix A (eds) *Social psychology matters*. Maidenhead: Open University Press <https://www.bharian.com.my/node/40891> (10 Jun 2018)
- Ismail, M. (2015). *Agenda mendepani cabaran pembangunan abad ke 21: suatu perbincangan mengenai konsep keusahawanan sosial*; Universiti Malaysia Kelantan, Kota Bharu, Kelantan., 47-68.
- Jain M. (2012.) Social Entrepreneurship-Using Business Methods To Solve Social Problems: The Case Of Kotwara. *Decision* 39(3), 168-177.
- Johanna & Marti (2006) Social Entrepreneurship Research: A Source Of explanation, Prediction, And Delight, *Journal of World Business*, 41;36-44.
- Joyce Koe Hwee Nga and Gomathi Shamuganathan (2010), The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up, *Journal of Business Ethics*, 95(2); 259-282.
- Kostetka I, Berezyak I (2014) *Social Entrepreneurship As An Innovative Solution Mechanism Of Social Problems Of Society. Management Theory And Studies For Rural Business And Infrastructure Development* 36(3), 569-577.
- Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur*. London: Demos
- Lewis, E. (1980). *Public entrepreneurship: Toward a theory of bureaucratic power*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight. *Journal of World Business*, 41, 36-44.
- Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition (Vol. 5, No. 2, pp. 28-39). Stanford: *Stanford social innovation review*.
- Marwan Ismail (2014). *Pembangunan komuniti menerusi keusahawanan sosial : kajian kes mengenai organisasi bukan kerajaan di Malaysia*. International Conference on Social Entrepreneurship ICSE 7- 9 Nov 2014
- Mitra, J. (2011). *Entrepreneurship, Innovation and Regional Development an Introduction*. Hoboken, Taylor & Francis.
- Mohd Adib Abd Muin, Azizi Abu Bakar dan Shuhairimi Abdullah (2014) Model Usahawan Berjaya dalam Amalan Nilai-nilai Murni Keusahawanan Sosial Islam; *Journal of Human Development and Communication* ,3, [129-141]

- Noor Hisham Md Nawī (2015) Konsep Keusahawanan Sosial Islam : Suatu Pengamatan Awal; *Konsep Keusahawanan Sosial Islam : Suatu Pengenalan*. Universiti Malaysia Kelantan, Kota Bharu, Kelantan, pp. 123-138. ISBN 9789670955049
- Norhayati Baharin, Ishak Yussof dan Rahmah Ismail (2012). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengangguran di Malaysia*, PROSIDING PERKEM VII, JILID 1 (2012) 209 – 227, ISSN: 2231-962X.
- Nur Sa'adah & Muhamad Khairul Akmaliah Adham(2013). Social Entrepreneurship as Transformative Service for Societal Well-Being (Keusahawanan Sosial sebagai Perkhidmatan Transformatif untuk Kesejahteraan Sosial), *Jurnal Pengurusan*,39111 – 118
- Praszkier, R. and Nowak, A. (2012). *Social Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cambridge University Press, New York.
- Roberts, D., & Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 7(1), 45-51.
- Rogers S.W. (2003). *Social psychology experimental and critical approaches*, Philadelphia: Open University.
- Say, J. B. (1971). *A treatise on political economy*. Transaction Publishers.
- Schumpeter, J. A. (1947). The creative response in economic history. *The journal of economic history*, 7(2), 149-159.
- Shahrilzaily Bin Ab Karim (2017) Amalan Keusahawanan Sosial Di Malaysia : Konsep Dan Definisi (Practice Of Social Entrepreneurship In Malaysia : Concepts And Definitions) *Journal of Humanities, Language, Culture and Business (HLCB)*,1(1);133-142.
- Sivathanu B. and Bhise P. (2013). Challenges for social entrepreneurship. *International Journal of Application or innovation in engineering and management. National Conference On Recent Advances in Technology and Management*
- Smith, D. (2015). *Exploring innovation*. London, McGraw-Hill Higher Education.
- Steiner, P. (2002). Jean-Baptiste say: The entrepreneur, the free. *Studies in the History of French Political Economy: From Bodin to Walras*, 196.
- Sullivan Mort, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: Towards conceptualization. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1):76–88.
- Suraiya Ishak & Ahmad Rafli Che Omar (2015) Keusahawanan Sosial Sebagai Satu Pendekatan Inovatif Ke Arah Transformasi Sosial Masyarakat: Kajian Kes Di Malaysia; *GEOGRAFIA: Malaysian Journal of Society and Space* 11(8):38 – 51.

- Thompson, J. L., Alvy, G., & Lees, A. (2000). Social entrepreneurship: A new look at the people and the potential. *Management Decision*, 38: 328–338.
- Townley C. and Middleton M. (1989). Sociological perspectives. In: McNeil P and Townley C (eds) *Fundamentals of sociology*. London: Century Hutchinson Ltd.
- Vasakaria V (2008) A study on social entrepreneurship and the characteristics of social entrepreneurs. *ICFAI Journal of Management Research*, 7(4), 32-40.
- Volkman, C. K., Tokarski, K. O., & Ernst, K. (2012). *Social entrepreneurship and social business an introduction and discussion with case studies*. Wiesbaden, Springer Gabler.
- Waddock, S. A., & Post, J. E. (1991). Social entrepreneurs and catalytic change. *Public Administration Review*, 51: 393–407.
- Weerawardena, J., & Sullivan Mort, G. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business*, 41: 21-35.

www.ikram.org.my

- Zahra, S. A., Sapienza, H. J., & Davidsson, P. (2006). Entrepreneurship and dynamic capabilities: A review, model and research agenda. *Journal of Management studies*, 43(4), 917-955.

Profil Penulis:

Shakirah Binti Noor Azlan

Universiti Teknologi Malaysia, Skudai
shakirahazlan@gmail.com

Nurshafiqah binti Mohd Zin

Universiti Teknologi Malaysia, Skudai