

# AMALAN KEUSAHAWANAN SOSIAL DI MALAYSIA : KONSEP DAN DEFINISI

(PRACTICE OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN MALAYSIA :  
CONCEPTS AND DEFINITIONS)

Shahrilzaily Bin Ab Karim<sup>1</sup>

## Abstrak

*Perkembangan keusahawanan sosial adalah masih baru di Malaysia di mana amalan keusahawanan ini tidak begitu meluas di kalangan usahawan-usahawan di Malaysia. Tidak ramai usahawan yang menceburi dalam bidang keusahawanan sosial ini kerana kurangnya pengetahuan dan pendedahan yang jelas dalam bidang ini. Penglibatan para usahawan dalam keusahawanan sosial ini masih tidak meluas di negara ini. Beberapa contoh organisasi yang terlibat dalam keusahawanan sosial yang dibincangkan dalam kertas konsep ini dapat membantu kefahaman kita tentang keusahawanan sosial. Oleh itu, kertas konsep ini akan membincangkan konsep dan amalan keusahawanan sosial di Malaysia.*

**Keywords:** Amalan, Keusahawanan Sosial, Konsep

## Abstract

*The development of social entrepreneurship is still new in Malaysia where the practice of entrepreneurship is not so widespread among entrepreneurs in Malaysia. Not many entrepreneurs to venture into the field of social entrepreneurship because of the lack of knowledge and clear disclosure in this area. As entrepreneurs in social entrepreneurship is still not widespread in the country. Some examples of organizations involved in social entrepreneurship concepts discussed in this paper may help our understanding of social entrepreneurship. Therefore, this concept paper will discuss the concept and practice of social entrepreneurship in Malaysia.*

**Keywords:** Practice, Social Entrepreneurship, Concept

2017 JHLCB

## Pengenalan

Perkembangan keusahawanan sosial adalah masih baru di Malaysia di mana amalan keusahawanan ini tidak begitu meluas di kalangan usahawan-usahawan di Malaysia. Tidak ramai usahawan yang menceburi dalam bidang keusahawanan sosial ini kerana kurangnya pengetahuan dan pendedahan yang jelas dalam bidang ini. Menurut Susana et al., (2015), keusahawanan sosial adalah satu cara menyediakan jawapan kepada masalah sosial

---

<sup>1</sup> Calon PhD, Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi, Selangor, Tel: +60125235629  
E-mail: [shzaily@yahoo.com](mailto:shzaily@yahoo.com)

berdasarkan mencari penyelesaian inovatif bagi masalah sosial yang terkenal kompleks, yang bertujuan untuk memberi mereka jawapan yang mampan. Manakala menurut Atu Bagus et al., (2015), keusahawanan sosial adalah proses penciptaan nilai yang mempunyai perspektif ekonomi sebagai aspek utama dan perspektif sosial sebagai aspek sokongan; manakala sosio-keusahawanan adalah proses penciptaan nilai yang mempunyai perspektif sosial sebagai aspek utama dan perspektif ekonomi sebagai aspek sokongan.

Keusahawanan sosial ialah model keusahawanan yang tidak hanya mementingkan keuntungan, malah menekankan kepada pewujudan masyarakat yang berimpak positif dan saksama. Walaupun masih baharu, namun ia semakin mendapat perhatian dalam kalangan belia. (Najib Razak, Ucaptama Persidangan Antarabangsa Pertama Pemimpin Muda 2015, Kuala Lumpur), Sumber: The Malaysian Insider. Oleh itu, keusahawanan sosial merupakan satu bidang yang masih baru di Malaysia memerlukan lebih banyak pendedahan di kalangan rakyat Malaysia khususnya. Keusahawanan sosial merupakan satu cara bagi menyelesaikan masalah sosial. Menurut Nur Sa'adah & Khairul Akmaliah (2013), keusahawanan sosial sebagai penggunaan kaedah perniagaan yang inovatif untuk menyelesaikan masalah sosial. Menurut Aidin et al., (2011), keusahawanan sosial sebagai satu proses yang merangkumi dimensi berikut: keusahawanan dan semua komponen dengan pandangan yang berbeza terhadap 'nilai' pada individu peringkat firma; dermawan dan orientasi kemanusiaan, dengan matlamat umumnya sosial dan misi yang mengakibatkan penciptaan nilai sosial, perubahan sosial dan pembangunan mapan. Menurut Dave dan Christine (2005), keusahawanan sosial ialah pembinaan, penilaian dan mengejar peluang untuk perubahan sosial transformatif dijalankan dengan berwawasan, oleh individu yang berdedikasi. Menurut Suraiya et al., (2015), keusahawanan sosial merupakan alternatif tindakan yang terletak di antara kontinum bentuk swasta dan kebajikan tulen. Justeru keusahawanan sosial mampu menjadi alternative bagi menyelesaikan masalah sosial komuniti yang masih belum mampu ditangani sepenuhnya oleh mekanisme yang sedia ada.

## **Konsep dan Definisi**

Menurut Dave dan Christine (2005), keusahawanan sosial ialah pembinaan, penilaian dan merebut peluang untuk perubahan sosial transformatif dijalankan oleh individu berwawasan dan berdedikasi. Menurut Francois et al., (2010), keusahawanan sosial sebagai satu konsep yang mewakili pelbagai aktiviti dan proses untuk mewujudkan dan mengekalkan nilai sosial dengan menggunakan lebih aktiviti keusahawanan dan inovatif dan dikekang oleh persekitaran luaran. Menurut Nur Sa'adah dan Khairul Akmaliah (2013), keusahawanan sosial sebagai penggunaan kaedah perniagaan yang inovatif untuk menyelesaikan masalah sosial. Menurut Susana et al., (2015), keusahawanan sosial adalah satu cara untuk menyediakan jawapan kepada masalah sosial berdasarkan mencari penyelesaian inovatif bagi masalah sosial yang terkenal kompleks, yang bertujuan untuk memberi mereka jawapan yang mampan. Menurut Atu Bagus et al., (2015), keusahawanan sosial adalah proses penciptaan nilai yang mempunyai perspektif ekonomi sebagai aspek utama dan perspektif sosial sebagai menyokong aspek. Menurut Aidin et al., (2011), keusahawanan sosial adalah proses yang termasuk dimensi-dimensi seperti berikut: keusahawanan dan semua komponen-

komponennya dengan gambaran yang berbeza tentang nilai pada peringkat individu dan firma; dan orientasi dermawan dan kemanusiaan, dengan matlamat sosial dan misi yang mana akan menghasilkan penciptaan nilai sosial, perubahan sosial dan pembangunan yang mampan. Menurut Edwin (2014), keusahawanan sosial pada dasarnya adalah aplikasi kepada amalan perniagaan dan prosedur kepada organisasi yang mempunyai misi untuk menyelesaikan beberapa masalah masyarakat mendesak. Menurut Hardy dan Shahimi (2015), keusahawanan sosial perlu ditakrifkan semula seperti mana-mana organisasi yang mempunyai misi sosial, tentang organisasi bukan keuntungan yang semata-mata memberi tumpuan kepada misi sosial atau organisasi hibrid yang mempunyai kedua-dua matlamat kewangan dan sosial. Model Keusahawanan Sosial yang dihasilkan oleh mereka ditunjukkan pada Gambar Rajah 1 di bawah.

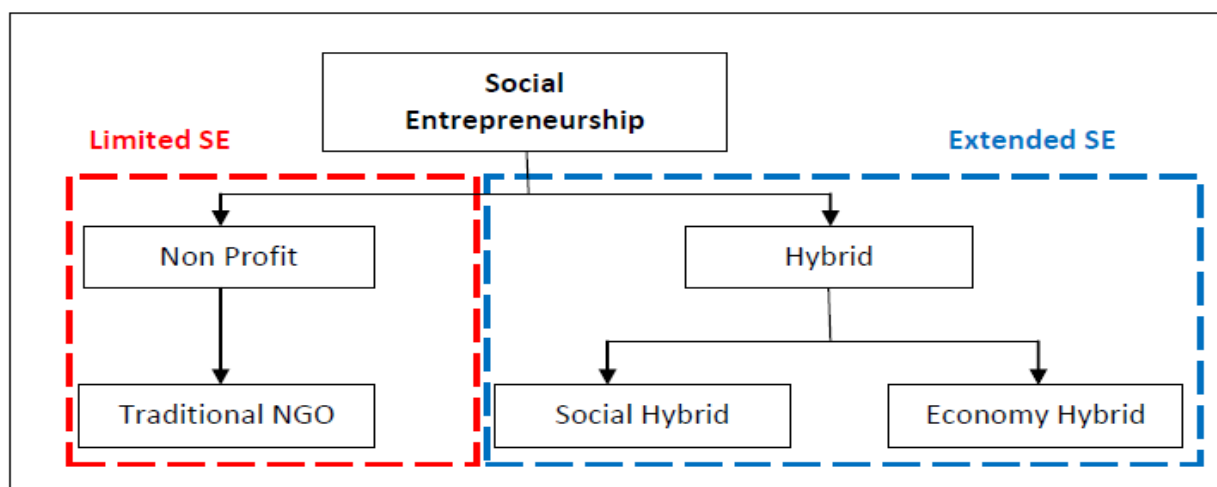


Figure 1 - Social Entrepreneurship Model

Gambarajah 1 – Model Keusahawanan Sosial  
(Sumber : Hardy dan Shahimi, 2015)

Berdasarkan model di atas, keusahawanan sosial dikategorikan kepada dua kategori yang berbeza; organisasi bukan keuntungan dan hibrid (sebuah organisasi dengan matlamat kewangan dan sosial) . Badan bukan kerajaan tradisional dikategorikan di bawah kategori bukan berasaskan keuntungan. Ini adalah jenis organisasi bukan merupakan sebahagian daripada kerajaan mahupun perniagaan konvensional berorientasikan keuntungan. Jenis organisasi ini biasanya ditubuhkan oleh rakyat biasa dan boleh dibiayai oleh kerajaan, yayasan, syarikat perniagaan, atau individu .Sesetengahnya tidak mempunyai pembiayaan sama sekali dan dikendalikan oleh sukarelawan. Bagi kategori kedua seterusnya dibahagikan kepada hibrid sosial dan hibrid ekonomi. Kedua-duanya adalah organisasi yang mempunyai dua matlamat keuntungan yang terdiri daripada objektif kewangan dan sosial. Apa yang membezakan kedua-dua objektif utama ini adalah, sama ada lebih cenderung kepada sosial atau ekonomi. Untuk organisasi hibrid sosial, ia lebih tertumpu kepada misi sosial, manakala penjana pendapatan adalah objektif kedua. Biasanya dana kewangan yang diperolehi digunakan untuk manfaat organisasi. Pada sudut yang lain, matlamat fokus organisasi hibrid ekonomi adalah keuntungan. Walau bagaimanapun, ia terlibat secara aktif dalam aktiviti sosial. Dalam erti kata lain, tanggungjawab sosial organisasi perniagaan diletakkan dalam kategori ini. Menurut Oguzan dan Sebnem (2015), keusahawanan sosial boleh ditakrifkan

sebagai satu proses penyelesaian masalah yang inovatif dan mampan yang dijalankan oleh seorang usahawan yang peka kepada masalah sosial.

### **Amalan Keusahawanan Sosial di Malaysia**

Dapatan kajian Ahmad Fauzi dan Muhammad Yusuf (2016), menyatakan bahawa Masjid As-Salam melalui Biro Ekonomi dan Koperasi serta Koperasi Kariah Masjid As-Salam menjalankan aktiviti-aktiviti seperti Tadika Islam, Kursus Perkahwinan, sewaan tapak perniagaan dan lain-lain berjaya memainkan peranan sebagai wasilah dakwah kontemporari.

Umumnya setiap masjid telah mempunyai aset kekalnya yang tersendiri, antaranya dewan solat, tempat parker kereta, bilik mesyuarat dan sebagainya. Tinggal lagi Ahli Jawatankuasa masjid itu sendiri perlulah bersifat kreatif bagi memanfaatkan aset yang ada untuk menggandakan dana yang ada daripada sumbangan orang ramai. Kemudian dana yang digandakan ini pula seharusnya dikembalikan kepada masyarakat dalam bentuk program-program yang mendidik dan membangunkan masyarakat. Hal inilah yang dilakukan oleh Masjid As-Salam, di mana mereka mulakan aktiviti ekonomi dengan memanfaatkan aset sedia ada seperti tapak parkir yang luas yang kemudiannya diperuntukkan untuk membuat tapak sewaan bagi perniagaan. Tapak parkir tersebut juga dimanfaatkan oleh Masjid As-Salam untuk membangunkan kedai-kedai di bawah kelolaan masjid sendiri iaitu kedai membasuh kereta, perubatan Islam dan lain-lain. Melalui perniagaan inilah, Masjid As-Salam dapat menggandakan dana yang ada dan berjaya menampung program-program yang dijalankan. Setelah KoSalam diasaskan pada tahun 2013, Masjid As-Salam melangkah setapak lagi dengan menubuhkan Tadika As-Salam. Tadika As-Salam mula beroperasi pada tahun 2014 dengan pelajar yang berjumlah 40 orang. Dengan memanfaatkan aset yang ada dengan sebaiknya, Masjid As-Salam memperuntukkan satu ruang di dalam masjid untuk Tadika As-Salam. Strategi ini berjaya dan berhasil meraih kepercayaan masyarakat sekitar, buktinya pada tahun ini Tadika As-Salam menerima pelajar seramai 79 orang melebihi tahun yang sebelumnya.

Masjid As-Salam juga mengadakan sewaan dewan, kursus perkahwinan dan catering. Hal ini memudahkan penduduk sekitar yang berhasrat untuk mengadakan majlis perkahwinan tetapi tidak punya ruang untuk mendirikan khemah dan memerlukan tempat yang lebih selesa. Selain daripada dewan tersebut digunakan untuk majlis perkahwinan, ia juga boleh digunakan bagi menganjurkan program-program yang lain. Seterusnya, Masjid As-Salam juga menyediakan perkhidmatan *homestay*. Di mana Masjid As-Salam terkenal sebagai sebuah masjid yang selalu dikunjungi ramai baik dalam mahupun luar negara. Pengunjung yang datang dari jauh untuk mengadakan lawatan dan kursus pengurusan bolehlah menginap di *homestay* yang disediakan. Masjid As-Salam juga mengadakan perkhidmatan pelancongan melalui As-Salam Travel and Tours, di mana pihak Masjid As-Salam membawa mereka yang berminat untuk melancong ke tempat-tempat menarik dengan pakej Islamik ataupun urusan ibadah Haji dan Umrah.

Dapatan kajian Fakhru Anuar et al.,(2014), menyatakan bahawa Al-Falah Foundation terlibat dalam keusahawanan sosial. Organisasi keusahawanan sosial ini terletak di AL-FALAH Foundation, Kuala Lumpur, Malaysia. Yayasan itu mendapat pembiayaan mereka

sebahagiannya oleh pendapatan pengasasnya Amin Al-Falah. Di samping itu, yayasan itu menerima sumbangan kewangan daripada syarikat-syarikat di mana Amin Al-Falah adalah pemegang saham. Sumbangan-sumbangan dibuat melalui program tanggungjawab sosial korporat syarikat-syarikat, yang juga memberi sumbangan kepada kebajikan masyarakat yang lain dan inisiatif kebajikan. Jumlah pendapatan Amin Al-Falah yang diperuntukkan untuk kebajikan bersama-sama dengan bajet CSR dari Al-Amin Corporation, DB Berhad dan TA Berhad akan digabungkan untuk membiayai semua aktiviti yayasan itu. Yayasan membelanjakan dana mereka untuk program dan pembiayaan setiap bahagian mereka. Setiap bahagian memerlukan peratusan yang berbeza daripada dana kerana setiap bahagian adalah agak lebih mahal daripada yang lain. Seperti yang dinyatakan di atas, AL-FALAH Yayasan tidak mengagihkan perbelanjaan bagi setiap bahagian sama rata. Bidang pendidikan mempunyai peratusan terbesar iaitu 35.8 peratus kerana AL-FALAH Foundation menguruskan universiti sendiri. Kesihatan, kebajikan dan sukan memerlukan perbelanjaan yang tinggi kerana pembiayaan pusat dialisis yang memerlukan kos banyak. Walaupun bahagian utama dalam bidang agama, ia mempunyai peratusan yang paling rendah kerana aktiviti-aktivitinya. Aktiviti-aktiviti seperti menaja jemaah haji hanya berlaku sekali setahun dan dalam pengubahsuaian masjid, bukan semua masjid perlu diubahsuai setiap hari sekaligus menjadikan bidang agama mempunyai peratusan yang paling rendah dalam perbelanjaan. Antara ciri-ciri organisasi ini adalah seperti berikut :

- Inovasi: AL-FALAH telah berjaya menjadi yayasan terbesar di Malaysia. Keupayaan dalam melaksanakan begitu banyak program yang berkesan untuk membantu orang yang memerlukan dalam dan luar negara telah menjadikan ia sebuah organisasi yang sangat inovatif.
- Proaktif: Jumlah program yang aktif mereka ialah sebanyak 36 program . Ini menunjukkan bahawa AL-FALAH Foundation adalah sangat proaktif dalam usaha mereka untuk membantu peserta sasaran mereka. Angka yang mengejutkan dalam belanjawan Yayasan AL-FALAH, yang telah dibelanjakan menunjukkan bahawa mereka adalah khusus kepada Muslim yang memerlukan sama ada di Malaysia atau di seluruh dunia.
- Mengambil risiko: Sebagai yayasan yang sangat stabil dengan jumlah dana yang cukup, Yayasan AL-FALAH tidak mahu mengambil apa-apa risiko untuk bekerjasama dengan mana-mana organisasi sosial luar. Mereka lebih suka untuk melaksanakan aktiviti-aktiviti mereka sendiri dengan kerjasama minimum. Mereka telah melantik individu-individu yang berkemampuan dalam melaksanakan tugas bagi bahagian tertentu tanpa perlu bantuan luar dari organisasi-organisasi asing.

Bagi organisasi ini, tumpuan utama mereka adalah untuk membantu mereka yang memerlukan melalui bahagian tertentu. Mereka percaya untuk membasmi kemiskinan adalah dengan menyediakan pendidikan yang sempurna untuk anak-anak orang miskin supaya anak-anak yang berjaya dalam pendidikan akan membantu untuk membawa keluarga mereka sendiri keluar dari garis kemiskinan. Yayasan Al-Falah merealisasikan usaha ini dengan membina rumah anak yatim, universiti dan juga menyediakan biasiswa. Yayasan AL-FALAH wujud kerana kesanggupan pengasas untuk berkongsi kekayaan dan keuntungan kepada masyarakat. Ia telah menjadi salah satu yayasan mega di Malaysia. Keupayaan mereka untuk

mewujudkan empat bahagian yang mempunyai matlamat yang sama sekali berbeza menyediakan kepelbagaian dalam aktiviti-aktiviti yayasan.

Dapatan kajian Suraiya et al.,(2015), telah membincangkan enam projek keusahawanan sosial seperti berikut:

a. Karung ABC (nama samaran)

Pengusaha : Puan AM

Latar belakang projek: Projek bertujuan membantu menyediakan barangan keperluan di kalangan individu yang memerlukan (seperti orang asli di pedalaman, penduduk Muslim Kemboja dan mualaf di pedalaman Sabah).

Modus operandi:

- Menggunakan facebook sebagai alat mengumpul dana projek kebajikan.
- Menawarkan pelbagai pakej projek kebajikan menerusi *facebook* dan menjemput orang ramai yang berminat membeli (menyertai ) pakej projek kebajikan yang dijalankan.
- Pelbagai pakej projek kebajikan ditawarkan dari masa ke semasa, antaranya seperti projek beras raya orang asli, projek pengislaman saudara baru, projek beras bulan puasa, projek susu pagi raya, projek berkhatan Kemboja, dan projek perigi Kemboja.

b. The XYZ Project (nama samaran)

Pengusaha : Puan NAZ

Latar belakang projek: Projek bertujuan memastikan telekung-telekung wakaf di surau dan tempat awam berkeadaan bersih dan selesa dipakai oleh pengguna.

Modus operandi:

- Telekung di tempat awam dikutip untuk dibersihkan. Pada masa yang sama telekung bersih akan diletakkan sebagai ganti.
- Menerusi medium facebook individu lain yang berminat berpeluang terlibat dalam projek pembersihan telekung wakaf.
- Terkini, The XYZ Project turut menawarkan aktiviti kebajikan yang lain. Penawaran pelbagai “lini produk/pakej kebajikan” membolehkan variasi khidmat kebajikan disampaikan kepada kelompok sasaran yang lebih ramai. Contohnya produk kebajikan Ramadhan Kit ialah projek mengumpul dana untuk pemberian bungkusan makanan (*food parcel*) kepada keluarga miskin.

c. EVY (nama samaran)

Pengasas: DS, MT & SN

Latar belakang projek: Bertujuan membantu meningkatkan taraf kewangan dan hidup komuniti terpinggir (*marginalized*) dengan menyediakan saluran pemasaran produk yang lebih baik dan adil. Selain daripada itu turut melebarkan jangkauan bantuan kepada kelompok lain yang memerlukan menerusi projek *cause*.

Tagline: *Empowering Communities Through Trade.*

Modus operasi:

- Kaedahnya ialah dengan menyediakan gedung atas talian (online store) supaya produk dihasilkan masyarakat terpinggir dapat dipasarkan secara online ke pasaran (tempatan & global) dan berpeluang menikmati hasil jualan produk sepenuhnya. Mekanisme pelaksanaan seperti berikut (<http://www.EVY.com/>):
  1. Kumpulan sasaran yang mahu memasarkan produk yang dihasilkan mereka “membuka ruang kedai” gedung atas talian EVY secara percuma. Setiap penjual yang membuka kedai dalam talian gedung atas talian EVY mesti menyumbang sebahagian kecil hasil jualan (iaitu 5 peratus) ke dalam projek kebajikan tertentu (disebut *cause*) yang dianjurkan oleh EVY bersama badan NGO lain.
  2. Pengurusan EVY juga akan menolak 5 peratus lagi atas item terjual sebagai yuran jualan.
  3. Setelah dana projek kebajikan (*cause*) mencukupi, pengurusan EVY akan menghubungi rakan kongsi mereka di lapangan untuk menguruskan pengagihan *cause* kepada sasaran ditentukan.

d. Purple DNA Malaysia

Pengusaha: Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga & Masyarakat (KPWKM)

Latar belakang projek: Meningkatkan pendapatan dan sosio-ekonomi golongan berkeperluan khas (seperti ibu tunggal, warga emas, OKU) melalui aktiviti perniagaan.

Tagline: Empowering Lives, Engaging Hearts

Modus operasi:

- Projek Purple DNA melakukan usaha meningkatkan taraf sosio-ekonomi golongan berkeperluan khas dengan membantu daripada sudut pembangunan produk, latihan, menyediakan peralatan dan bahan mentah, pembungkusan, penjenamaan dan mendapatkan pasaran bagi produk-produk yang dihasilkan oleh kumpulan sasaran.
- Peserta yang menyertai program akan diberi bimbingan bermula daripada peringkat pembangunan produk sehingga kepada pemasaran.
- Semua hasil jualan produk yang dihasilkan 100% akan diberikan kepada peserta projek.

e. Koperasi Masjid WWW Berhad (nama samaran)

Pengusaha: Koperasi Masjid WWW Berhad (WWW) merupakan entiti yang lahir daripada permuafakatan antara pegawai dan jawatankuasa masjid WWW pada Julai 2011.

Latar belakang projek: WWW telah didaftarkan pada tahun 2012 dengan tujuan meningkatkan kepentingan ekonomi ahli dan mengumpulkan dana untuk tujuan amal jariah (kebajikan). Koperasi ini merupakan sayap khas penjana pendapatan masjid. Di samping itu ia memberi peluang kepada ahli-ahli koperasi untuk memperoleh ganjaran akhirat dan ganjaran dunia secara serentak.

Tagline: *Menjana Saham Akhirat Melalui Perniagaan Bersama Koperasi*

Modus operasi:

- Penyertaan ahli dalam koperasi didorong oleh niat “kerana Allah” dan tidak terlalu mengharapkan keuntungan peribadi.
- Model perniagaan yang dijalankan bagi menjana pendapatan terdiri daripada:
  1. Perniagaan menggunakan lambing koperasi. Dalam model ini individu akan menjual barang niaga atas jenama “WWW” dan koperasi akan menerima 20% daripada jumlah keuntungan jualan
  2. Perniagaan perkhidmatan oleh individu dengan menggunakan kemudahan masjid. Dalam model ini individu atau syarikat akan menempatkan peralatan aset (seperti mesinurut dan mesin air minuman) dalam kawasan masjid dan membayar sewa bulanan.
  3. Penyediaan perkhidmatan seperti cucian dan pembersihan masjid, kawalan keselamatan, penyelenggaraan.
  4. Sewaan tapak perniagaan dan ruang iklan.

f. Society Arm(Nama Samaran)

Pengusaha: Society Arm (sebuah badan bebas, bukan-untung dan NGO) telah ditubuhkan sebagai syarikat berhad dengan jaminan bagi tujuan meningkatkan system pendidikan khususnya perkembangan sekolah-sekolah vernacular dan mubaligh (*mission schools*) di Malaysia.

Tagline: Community in Our Heart, Education at Our Fore.

Modus operasi:

- Society Arm melabur dalam anak syarikat yang dimiliki 100% dikenali PPP Sdn. Bhd. Tugas dan peranan PPP ialah mengenalpasti atau mencadangkan projek dan/atau agihan dana yang selari dengan objektif Society Arm, melaksana dan memantau projek yang diluluskan oleh Lembaga Pemegang Amanah Society Arm.
- Amalan keusahawanan sosial Society Arm melibatkan aktiviti pelaburan strategik dalam subsidiari tertentu. Subsidiari penjana dana iaitu PMP pula terlibat dalam perniagaan perkhidmatan sebagai sumber menjana hasil yang akan disalurkan bagi menyokong Society Arm. Oleh itu Society Arm tidak bergantung kepada derma orang ramai dalam meneruskan aktiviti pemerkasaan pendidikan yang disasarkan.

Merujuk kepada laporan Malaysian Social Enterprise Blueprint 2015-2018, keusahawanan sosial telah diperluaskan lagi di Malaysia melalui MaGIC (Malaysia Global Innovation and Creativity Centre) yang bertanggungjawab untuk memenuhi mandat yang diberikan oleh kerajaan untuk membangunkan sektor perusahaan sosial di Malaysia melalui peruntukan khas dana RM20 juta. Visi pasukan keusahawanan sosial adalah untuk menjadikan Malaysia peneraju serantau bagi ekonomi rakyat. Ini dicapai melalui misinya untuk menjadikan potensi keusahawanan sosial untuk memacu manfaat jangka panjang kepada masyarakat dan alam sekitar. Sektor perusahaan sosial Malaysia kini di peringkat awal yang mana sebahagian besarnya didorong oleh komuniti yang terpinggir dalam kawasan geografi tertentu atau tema



tertentu. Walau bagaimanapun, terdapat satu pengiktirafan biasa di kalangan pihak berkepentingan menyatakan perusahaan sosial mempunyai potensi untuk menyelesaikan banyak cabaran sosial dengan menggunakan input yang terbaik untuk sektor keuntungan dan sektor bukan keuntungan. Menyedari potensi ini, Malaysia menjadi tuan rumah Global Social Business Summit pada tahun 2013, yang kali pertama sidang kemuncak itu diadakan di luar Eropah. Pada sidang kemuncak itu, Perdana Menteri Malaysia, YAB Dato 'Sri Najib Razak memperuntukkan RM 20 juta untuk menubuhkan Unit Keusahawanan Sosial di bawah Malaysia Global Innovation and Creativity Centre (MaGIC) (Malaysian Social Enterprise Blueprint, 2015-2018). Ini menunjukkan bahawa bidang keusahawanan sosial telah diberi perhatian yang serius oleh kerajaan Malaysia.

## **Kesimpulan**

Walaupun bidang keusahawanan sosial merupakan bidang baru di Malaysia, namun melihat kepada contoh-contoh organisasi yang terlibat sebelum ini menunjukkan bahawa bidang keusahawanan sosial mempunyai potensi untuk diperluaskan lagi bagi membantu menyelesaikan masalah masyarakat dalam ekonomi. Sokongan pihak kerajaan di bawah Malaysia Global Innovation and Creativity Centre (MaGIC) mampu merencanakan lagi bidang keusahawanan sosial di Malaysia. Disebabkan amalan keusahawanan sosial masih baru dan masih kurang usahawan yang menceburinya, maka pelbagai perlu dilakukan untuk mengembangkan aktiviti keusahawanan sosial di Malaysia. Ini seiring dengan saranan Suhaimi et al., (2013) yang menyatakan bahawa, keusahawanan sosial di Malaysia adalah di peringkat awal, dengan itu dasar yang betul perlu dilaksanakan di Malaysia. Kerajaan perlu jelas menentukan status, keperluan dan perkara-perkara lain yang perlu untuk menggalakkan keusahawanan sosial di Malaysia. Oleh itu, penulis mencadangkan agar semua pihak samaada bakal usahawan dan pihak kerajaan memainkan peranan dalam memastikan program keusahawanan sosial dapat diperluaskan di seluruh negara kerana ia memberi manfaat kepada golongan yang memerlukan. Antaranya ialah institusi masjid di negara ini boleh menjadikan keusahawanan sosial sebagai satu kaedah yang berpontensi untuk meningkatkan pendapatan.

## **Penghargaan**

Setinggi penghargaan dan ucapan terima kasih kepada Prof. Dr. Nor Aishah Binti Buang, pensyarah Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) Bangi, Selangor atas bimbingan dan tunjuk ajar sebagai Penyelia Utama tesis PhD penulis . Begitu juga ucapan penghargaan kepada pihak majikan penulis, Pengetua SMK YAM Tuan Radin, Lukut, Negeri Sembilan di bawah Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM).

## Rujukan

- Ahmad Fauzi Bin Haji Mohd Shahar, Muhamamad Yusuf Marlon Abdullah (2016). Strategi Pembangunan Ekonomi Masjid As-Salam Sebagai Wasilah Dakwah Kontemporari. *Seminar Antarabangsa Akidah, Dakwah dan Syariah 2016*
- Aidin Salamzadeh, Yashar Salamzadeh, Mehran Nejati (2011). Social Entrepreneurship: Analyzing Literature and Proposing A Comprehensive Model. *The 9<sup>th</sup> Asian Academy of Management International Conference, 14-15 Oktober*
- Atu Bagus Wiguna, Candra Fajri Ananda, Susilo (2015). Model of Social Entrepreneurship and Socio-entrepreneurship: A Replica of Reality . *Procedia-Social Behavioral Sciences*,(211) 27-33
- Dave Roberts, Christine Woods (2005). Changing The World On Shoestring: The Concept of Social Entrepreneurship. *Business Review, AUTUMN*
- Edwin D. Davidson (2014). Social Entrepreneurship. *Research Starters*.
- 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*, Vol.3, No.5, 107-113
- Hardy Loh Rahim, Shahimi Mohtar (2015). Social Entrepreneurship: A Different Perspective. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 1(1), pp 9-15  
<http://atasbe.mymagic.my/multimedia/pdf/MSEB%20FINAL%20-%20web.pdf>
- Malaysian Social Enterprise Blueprint, 2015-2018
- Nur Sa'adah Muhamad, Khairul Akmaliah Adham (2013). Social Entrepreneurship as Transformative Service for Societal Well-Being. *Jurnal Pengurusan*, 39, 111-118
- Oguzhan Irengiin, Sebnem Arikboga (2015). The Effect of Personality Traits On Social Entrepreneurship Intentions: A Field Research. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. (195), 1186-1195
- Suhaimi Mhd Sarif, Abdullah Sarwar, Yusof Ismail. Practice of Social Entrepreneurship among the Muslim Entrepreneurs in Malaysia. *Middle-East Journal of Scientific Research*. 14(11): 1463-1470
- Suraiya Ishak, Ahmad Raflis Che Omar (2015). Keusahawanan sosial sebagai satu pendekatan inovatif ke arah transformasi sosial masyarakat: Kajian kes di Malaysia. *Malaysian Journal of Society and Space*, 11 Issues 8 (38-51)
- Susana Bernardino, J.Freitas Santos, J. Cadima Ribeiro (2015), Social Entrepreneurship: Does Institutional Environment Make a Different?. *55<sup>th</sup> Congress of the European Regional Science Association: "World Renaissance: Changing roles for people and places*, 25-28
- Ucaptive Persidangan Antarabangsa Pertama Pemimpin Muda 2015. Kuala Lumpur.  
*The Malaysian Insider*