

A close-up photograph of a person wearing a vibrant blue suit jacket, a white dress shirt, and a dark tie. The person's hands are positioned at the front of the jacket, buttoning it. The background is a soft, out-of-focus gradient of blue and purple.

Keusahawanan Sosial dalam Bidang *Seni Kreatif*

di Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) di Malaysia

MAZDAN ALI AMARAN

Keusahawanan Sosial dalam Bidang *Seni Kreatif*

di Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) di Malaysia

**With Compliments
from**

UNIMAS Publisher

**Keusahawanan
Sosial dalam Bidang
*Seni Kreatif***

di Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) di Malaysia

MAZDAN ALI AMARAN

UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

Dedikasi

Alhamdulillah, saya bersyukur ke hadrat Allah SWT kerana dengan limpah kurnia-Nya dapatlah buku ini disempurnakan dengan jayanya. Selawat dan salam ke atas junjungan Nabi Muhammad SAW, kaum keluarga dan para sahabat Baginda serta orang yang mengikuti jalan dan petunjuk-Nya.

Salam sayang untuk baba, Ali Amaran Ahmad dan umi, Pisah Yahya serta yang dicintai lagi dikasihi, adik-beradik dan ipar duai - Hanisah Ali Amaran, Azmin Yap Hong Wai, Hanim Ali Amaran, Hamidah Ali Amaran, Muhammad Harun Tee Abdullah, Halimatun Ali Amaran, Mohd Azizi, Hiddir Ali Amaran. Tidak lupa juga dedikasi ini saya tujukan kepada Udin, Ainin, Adlin, Atiqah, Rayyan, Icha yang menjadi penyeri keluarga serta isteri tercinta, Siti Nadiah Mansor yang menjadi tulang belakang saya selama ini.

Salam kasih dan rindu yang teristimewa untuk arwah mak, Asmah Baba dan abang Muin Ali Amaran. Al-Fatihah.

6292283

Keusahawanan Sosial dalam Bidang Seni Kreatif

di Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) di Malaysia

© UNIMAS Publisher, 2022

Hak cipta terpelihara. Setiap bahagian daripada terbitan ini tidak boleh diterbitkan semula, disimpan untuk pengeluaran atau dipindahkan kepada bentuk lain, sama ada dengan cara elektronik, mekanik, gambar, rakaman dan sebagainya tanpa izin bertulis daripada Penerbit UNIMAS.

Diterbitkan oleh
UNIMAS Publisher,
Universiti Malaysia Sarawak,
94300 Kota Samarahan,
Sarawak, Malaysia.

Dicetak oleh
PPKS Production Sdn. Bhd.,
Jalan Canna, Off Jalan Wan Alwi,
93350 Tabuan Jaya, Kuching,
Sarawak, Malaysia.

Perpustakaan Negara Malaysia

Data Pengkatalogan-dalam-Penerbitan

Mazdan Ali Amaran

Keusahawanan Sosial dalam Bidang Seni Kreatif : di Institut Pengajian Tinggi
Awam (IPTA) di Malaysia / MAZDAN ALI AMARAN.

- ISBN 978-967-2298-99-1
- 1. Social entrepreneurship.
- 2. Entrepreneurship.
- 3. Activity programs in education.
- 4. Government publications--Malaysia.

I. Judul.
338.04

Uni
HB
615
-m475
2022

Kandungan

Senarai Jadual	xi
Senarai Rajah	xii
Prakata	xv
Penghargaan	xvii
Senarai Singkatan	xix
1 Pengenalan kepada Keusahawanan Sosial	1
Pendahuluan	1
Usahawan Sosial dan Keusahawanan Sosial	2
Perbezaan Keusahawanan Sosial dan Keusahawanan Komersial	6
Proses Keusahawanan Sosial	8
Perkembangan Keusahawanan Sosial di Malaysia	11
Sumbangan Keusahawanan Sosial kepada Sosioekonomi	14
Keusahawanan Sosial dalam Industri Seni Kreatif	19
Kesimpulan	25

2	Pemeriksaan Bidang Keusahawanan Komersial dan Sosial di Institusi Pengajian Tinggi	27
	Pendahuluan	27
	Perkembangan bidang keusahawanan dan keusahawanan sosial di Institusi Pengajian Tinggi	28
	Peranan Institusi Pengajian Tinggi dalam Pembangunan Keusahawanan Siswazah	33
	Peranan IPT dalam Pembangunan Keusahawanan Industri Seni Kreatif	44
	Kesimpulan	48
3	Keberkesanan Program Keusahawanan Komersial dan Sosial di IPT	51
	Pendahuluan	51
	Penglibatan Pihak IPT dalam Program Keusahawanan Komersial dan Keusahawanan Sosial	56
	Keberkesanan Program Keusahawanan dan Keusahawanan Sosial di IPT	57
	Kesimpulan	74
4	Program dan Aktiviti Keusahawanan Sosial di Peringkat IPT	75
	Pendahuluan	75
	Program Pembangunan Keusahawanan Sosial dari perspektif Unit Keusahawanan IPT	75
	Aktiviti Pembangunan Keusahawanan Sosial dari perspektif Fakulti Seni Kreatif	85
	Kesimpulan	103

5 Jenis Galakan dalam Membangunkan Keusahawanan Sosial di IPT	105
Pendahuluan	105
Galakan dan Sokongan daripada Unit Keusahawanan IPT	105
Galakan dan Sokongan daripada perspektif Fakulti Seni Kreatif	119
Perbandingan fungsi dan jenis galakan keusahawanan sosial antara Unit Keusahawanan dengan Fakulti Seni Kreatif	122
Kesimpulan	126
Rujukan	127
Indeks	143

Senarai Jadual

1.1 Perbezaan Keusahawanan Sosial dengan Keusahawanan Komersial	7
1.2 Perbezaan Usahawan Komersial dengan Usahawan Sosial Dalam Industri Kraf Tangan	8
1.3 Pelan Tindakan Usahawan Sosial Malaysia	13
1.4 Tenaga Buruh, Guna Tenaga dan Pengangguran, 1995-2016, Malaysia	15
1.5 Contoh Keusahawanan Sosial dalam Industri Seni Kreatif	21
1.6 Senarai Fakulti Seni Kreatif di IPTA di Malaysia	23
2.1 Senarai Unit Keusahawanan di IPTA, Malaysia	30
3.1 Senarai IPTA, Pusat Keusahawanan dan Justifikasi Pemilihan	52
3.2 Pihak Pusat/ Unit Keusahawanan yang Ditemu Bual	53
3.3 Justifikasi Pemilihan Sampel Fakulti Seni	54
3.4 Pihak Fakulti Seni Kreatif yang Ditemu bual	55
3.5 Keberkesanan Program Keusahawanan Komersial dan Sosial dari Perspektif Unit Keusahawanan IPT	58
3.6 Keberkesanan Program Pembangunan Keusahawanan dan Keusahawanan Sosial dari Perspektif Fakulti Seni Kreatif	69
3.7 Isu dan Cabaran yang sama antara Program Keusahawanan dengan Keusahawanan Sosial pada peringkat IPT	74
4.1 Senarai Program Pembangunan Keusahawanan Sosial Anjuran Unit Keusahawanan IPT	76
4.2 Klasifikasi Program Pembangunan Keusahawanan, Program Pembangunan Komuniti dan Program Pembangunan Keusahawanan Sosial pada Peringkat Fakulti Seni Kreatif	101
5.1 Galakan Pembangunan Keusahawanan Sosial oleh Unit Keusahawanan dan Fakulti Seni Kreatif IPTA	125

Senarai Rajah

1.1 Skop Kajian dalam Keusahawan Sosial	18
1.2 Perbandingan Trend Beberapa Industri dalam Sektor Perkhidmatan ('000), Tahun 2010 – 2016	19
1.3 Trend Aktiviti Kesenian, Hiburan dan Rekreasi ('000), Tahun 2010 – 2016	20
1.4 Bilangan Organisasi yang terlibat dalam Aktiviti Keusahawanan Sosial	20
1.5 Bilangan Graduan dalam Subbidang Seni Kreatif (Tahun 2009 – 2017)	22
1.6 Trend Peratusan Penglibatan Graduan Seni Kreatif dalam Bekerja Sendiri (Tahun 2009 – 2017)	22
2.1 Trend Peratusan Lulusan Graduan Bekerja Sendiri Mengikut Peringkat Pengajian (Tahun 2006 – 2017)	28
5.1 Proses Pembangunan Keusahawanan Komersial dan Sosial di Institusi Pengajian Tinggi Awam di Malaysia	116
5.2 Perkembangan Pembangunan Keusahawanan dan Keusahawanan Sosial bagi Perspektif Unit Keusahawanan IPT	117
5.3 Pembangunan Keusahawanan Sosial di Fakulti Seni Kreatif	122
5.4 Fungsi Unit Keusahawanan IPT dan Unit Keusahawanan Fakulti Seni Kreatif dalam Pembangunan Keusahawanan Pelajar	123

Prakata

Peningkatan dalam jumlah siswazah yang terlibat dalam bidang keusahawanan komersial semakin mendapat perhatian daripada pelbagai pihak namun tidak ramai siswazah yang terlibat dalam bidang Keusahawanan Sosial. Menyedari kepentingan sumbangan industri seni kreatif kepada ekonomi negara, maka usahawan siswazah yang mempunyai kemahiran seni kreatif dilihat mempunyai potensi yang tinggi untuk membangunkan aktiviti keusahawanan sosial dalam industri berkenaan.

Atas sebab itu, peranan IPT terutamanya Unit Keusahawanan IPT dilihat perlu memainkan peranan utama membangunkan aktiviti keusahawanan sosial di IPT secara umumnya, manakala pihak Fakulti Seni Kreatif pula memainkan peranan dalam pembangunan aktiviti keusahawanan sosial secara khusus pada peringkat fakulti. Buku ini membincangkan pembangunan bidang keusahawanan sosial pada peringkat IPT, dengan tumpuan kepada Unit Pembangunan Keusahawanan IPT dan Fakulti Seni Kreatif di IPTA terpilih. Temu bual terperinci membabitkan lima orang pegawai tertinggi daripada Unit Keusahawanan dan enam orang pegawai tertinggi daripada Fakulti Seni Kreatif di IPTA terpilih.

Fokus perbincangan merangkumi aspek pemerkasaan bidang keusahawanan sosial di IPT, keberkesanan program keusahawanan sosial di IPT, program dan aktiviti keusahawanan sosial pada peringkat IPT serta jenis galakan dan sumber sokongan lain yang dibangunkan oleh pihak IPT dengan mengkhususkan pembangunan keusahawanan sosial dalam bidang seni kreatif. Ini termasuklah pengetahuan pihak IPT terhadap bidang keusahawanan sosial, keterlibatan pihak IPT secara langsung atau tidak langsung dalam

aktiviti keusahawanan sosial, keberkesanan program keusahawanan dan Keusahawanan Sosial sedia ada.

Kelahiran buku ini adalah tepat pada waktunya apabila masalah kesukaran untuk mendapat pekerjaan yang setara dengan kelayakan serta masalah pengangguran yang menghantui siswazah pada akhir-akhir ini. Tambahan pula, terdapat kepentingan untuk melahirkan lebih ramai lagi usahawan sosial dalam kalangan siswazah sama ada yang belum menceburi bidang keusahawanan mahupun yang telah menceburi bidang keusahawanan. Hal ini bertujuan untuk memupuk semangat siswazah untuk memberi sumbangan kepada komuniti sama ada melalui perkongsian kemahiran mahupun bantuan alatan. Dalam masa yang sama, mereka juga mampu menjana pulangan pendapatan. Selain itu, siswazah juga dapat mengetahui perkembangan serta hala tuju aktiviti keusahawanan sosial pada peringkat IPT.

Pihak Kementerian Pengajian Tinggi (KPT), Institut Pengajian Tinggi Awam (IPTA), Unit Keusahawanan IPT dan Fakulti Seni Kreatif tentu dapat menggunakan buku ini sebagai rujukan bagi mengenal pasti strategi dan pendekatan terbaik untuk menggalakkan dan membudayakan siswazah dalam bidang keusahawanan dan Keusahawanan Sosial sebagai kerjaya pilihan selepas tamat pengajian. Pihak-pihak berkenaan juga dapat menjadikan buku ini sebagai satu penanda aras kepada penambahbaikan program pembangunan keusahawanan dan keusahawanan sosial sedia ada.

Dr Mazdan bin Ali Amaran
Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif
Universiti Malaysia Sarawak

Penghargaan

Alhamdulillah, bersyukur ke hadrat Ilahi kerana atas limpah kurnia-Nya buku Keusahawanan Sosial dalam bidang Seni Kreatif di Institusi Pengajian Tinggi ini dapat dihasilkan dengan jayanya. Jutaan terima kasih diucapkan atas bantuan dan sokongan daripada pelbagai pihak sama ada secara langsung atau tidak langsung. Antara mereka yang jumlahnya tidak mungkin disebut satu per satu, terdapat beberapa individu dan organisasi yang perlu dirakamkan di sini. Antara mereka ialah Profesor Dr. Lim Hock Eam dan Profesor Madya Dr. Hussin Abdullah daripada Universiti Utara Malaysia atas tunjuk ajar yang tidak berbelah bahagi. Selain itu, penulis mengucapkan jutaan terima kasih kepada keluarga yang banyak menyokong dari belakang, dan segala susah payah yang diharungi bersama.

Akhir sekali terima kasih diucapkan kepada pihak unit Keusahawanan dan Fakulti Seni Kreatif daripada IPTA yang terpilih yang telah memberi kerjasama untuk ditemu bual. Tidak lupa juga sekalung penghargaan kepada pihak Universiti Malaysia Sarawak (UNIMAS) dan Kementerian Pengajian Tinggi (KPT) atas ruang dan peluang untuk menjalankan kajian lapangan dalam usaha melengkapkan penulisan buku ini. Sekadar ucapan terima kasih, mungkin tidak dapat membayar jasa dan budi baik yang telah diberikan oleh individu atau organisasi yang disebutkan meskipun hanya itu yang terdaya. Semoga Tuhan sahaja yang membalas budi baik semua.

Namun demikian, segala kelemahan, kecacatan dan kesilapan yang mungkin terdapat dalam buku ini, adalah semata-mata disebabkan kelemahan penulis sebagai insan biasa.

Senarai Singkatan

AIM	Amanah Ikhtiar Malaysia
AKEPT	Akademi Kepimpinan Pendidikan Tinggi
AKPK	Agensi Kaunseling dan Pengurusan Kredit
BMC	<i>Business Model Canvas</i>
CAC	<i>Creative Accelerator Centre</i>
CACE	<i>Creative Art and Commercial Event</i>
CBER	Pusat Perniagaan dan Keusahawanan
CEC	Pusat Keusahawanan dan Kerjaya
CEDI	<i>Co-operative and Entrepreneurship Development Institute</i>
CGPA	<i>Culmulative Grade Point Average</i>
CIA	<i>Creative Innovative Association</i>
CSR	<i>Corporate Social Responsibility</i>
E-CIP	<i>Centre for Entrepreneurship Development, Commercialization and IP Management</i>
EDGE	Pusat Pembangunan Keusahawanan dan Kebolehpasaran Graduan
ENACTUS	<i>Entrepreneurship Act Us</i>
EOTM	<i>Entrepreneurship of The Month</i>
EPIC	Pusat Keusahawanan Universiti

ERDEC	<i>Entrepreneurship Research and Development Centre</i>
FEP	Fakulti Ekonomi dan Pengurusan
FiTA	<i>Faculty of Film, Theater and Animation</i>
FTKW	Fakulti Teknologi Kreatif Dan Warisan
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
HEJIM	Hal Ehwal Jaringan Industri Masyarakat
ICAEN	<i>Industrial, Community, Alumni, Entrepreneurship</i>
INSKEN	Institut Keusahawanan Negara
INSPEK	Institut Penyelidikan dan Pengurusan Kemiskinan
IPT	Institut Pengajian Tinggi
IPTA	Institut Pengajian Tinggi Awam
IPTS	Institut Pengajian Tinggi Swasta
K3G	Program Karnival Kerjaya dan Keusahawanan Graduan
KDNK	Keluaran Dalam Negara Kasar
KPM	Kementerian Pendidikan Malaysia
LOAD	<i>Leader of Arts and Design</i>
MaGIC	<i>Malaysian Global Innovation and Creativity Centre/</i> Pusat Inovasi dan Kreativiti Global Malaysia
MASMED	<i>Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development</i>
MDEC	<i>Malaysia Digital Economy Corporation</i>
MQA	<i>Malaysia Qualifications Agency</i>
MyCIF	<i>Malaysia Co-Investment Fund Scheme</i>
MyPACE	Pusat Keusahawanan UMP
NBOS	<i>National Blue Ocean Strategy</i>
NGO	<i>Non-Government Organization</i>
OKU	Orang Kelainan Upaya
P2KIK	Program Pembangunan Keusahawanan Industri Kreatif

PDRM	Polis Di Raja Malaysia
PPUS	Program Pembangunan Usahawan Siswa
PUNB	Perbadanan Usahawan Nasional Berhad
SCIMPA	<i>School of Creative Industry Management and Performing Arts</i>
SDG	<i>Sustainable Development Goal</i>
SE	<i>Social Entrepreneurship/ Keusahawanan Sosial</i>
SEC	<i>Social Enterprise Centre</i>
SELFY	<i>Social Enterprise Literacy For Youth</i>
SHOWBISS	<i>Show Business</i>
SIFE	<i>Program Student In Free Enterprise</i>
SKP	Skim Khidmat Pelajar
SME-Corp	<i>Small and Medium Enterprise Corporation Malaysia</i>
SNL	<i>Sosial Network Lab</i>
TEKUN	Tabung Ekonomi Kumpulan Usahawan Niaga
TUBE	Program Tunas Usahawan Belia
UCI	<i>Utara Creativetrepreneur Incubator</i>
UIAM	Universiti Islam Antarabangsa Malaysia
UiTM	Universiti Teknologi MARA
UKM	Universiti Kebangsaan Malaysia
UKM- CESMED	<i>Centre for Entrepreneurship & SME's Development</i>
UM	Universiti Malaya
UMK	Universiti Malaysia Kelantan
UMKEI	<i>UMK Entrepreneurship Institute</i>
UMP	Universiti Malaysia Pahang
UMS	Universiti Malaysia Sabah
UMT	Universiti Malaysia Terengganu
UniMAP	Universiti Malaysia Perlis
UNIMAS	Universiti Malaysia Sarawak
UniZA	Universiti Sultan Zainal Abidin

UNSDG	<i>United Nation Sustainable Development Goal</i>
UPM	Universiti Putra Malaysia
UPNM	Universiti Pertahanan Nasional Malaysia
UPSI	Universiti Pendidikan Sultan Idris
USIM	Universiti Sains Islam Malaysia
USM	Universiti Sains Malaysia
UTC	<i>Urban Transformation Centre</i>
UTeM	Universiti Teknikal Malaysia Melaka
UTHM	Universiti Tun Hussein Onn Malaysia
UTM	Universiti Teknologi Malaysia
UTMXCITE	<i>Centre of Student Innovation and Technology Entrepreneurship</i>
UUM	Universiti Utara Malaysia



1

Pengenalan Kepada Keusahawanan Sosial

Pendahuluan

Bab ini membincangkan pengenalan kepada konsep keusahawanan sosial secara umumnya. Pendefinisian usahawan sosial dan keusahawanan sosial didahulukan dalam bab ini agar dapat memberi gambaran awal kepada konsep keusahawanan sosial. Perbezaan antara bidang keusahawanan dengan keusahawanan sosial turut dibincangkan agar pembaca dapat membezakan antara keusahawanan komersial dengan keusahawanan sosial. Bab ini juga menyetengahkan proses dalam pembangunan bidang keusahawanan sosial serta perkembangan bidang keusahawanan sosial di Malaysia. Pada bab akhir, perbincangan berkisar tentang sumbangan keusahawanan sosial kepada sosioekonomi negara.

Keusahawanan sosial telah diperkenalkan sejak tahun 1970-an lagi dan tujuannya adalah untuk mengatasi isu kelestarian masalah sosial. Perkataan *social entrepreneur* mula diperkenalkan pada tahun 1972 oleh Joseph Banks dalam kertas kerja seminar beliau yang bertajuk “*The Sociology of Social Movements*”. Beliau menggunakan perkataan tersebut bagi menjelaskan keperluan dalam menggunakan kemahiran pengurusan bagi mengatasi masalah sosial dan juga cabaran dalam perniagaan (El Ebrashi, 2013). Keusahawanan sosial merupakan satu fenomena penting dalam bidang ilmu keusahawanan dan fenomena ekonomi secara global (Zahra et al., 2008; Mair & Martí, 2006) kerana ilmu ini mampu untuk membantu dan juga satu alternatif penyampaian kepada perkhidmatan awam seperti kesihatan, pendidikan, perumahan dan sistem sokongan masyarakat

(Keitsch & Sigurjonsson, 2013). Mungkin juga perkataan keusahawanan sosial itu masih lagi baharu tetapi secara realitinya bagi sesetengah negara tidaklah baharu (Kim & Dees, 2018).

Terdapat kepelbagaian bidang yang boleh diceburi dalam keusahawanan sosial dan antaranya adalah bidang seni kreatif. Walaupun bidang seni kreatif masih lagi baharu dalam keusahawanan sosial, namun kepentingannya serta sumbangannya dikenal pasti dalam penyampaian produk dan perkhidmatan kepada masyarakat mahupun ekonomi (Abreu & Grinevich, 2014).

Penerapan nilai dan kemahiran keusahawanan melalui pembudayaan keusahawanan dapat meningkatkan lagi keberkesanan setiap program pembangunan keusahawanan di institusi pengajian tinggi. Justeru, menerusi platform pendidikan dan keusahawanan, program keusahawanan sosial perlu diperkenalkan dan dibudayakan dalam kalangan pelajar IPT (Radin A Rahman et al., 2016; Amaran, 2015b; Amaran & Ahmad Khiri, 2014; Zamberi Ahmad, 2013; Mohd Lijan et al., 2012; Murphy & Coombes, 2009; Smith et al., 2008).

Usahawan Sosial dan Keusahawanan Sosial

Bahagian ini menerangkan pula tentang dua takrifan utama yang menjadi elemen penting dalam buku ini iaitu usahawan sosial dan keusahawanan sosial. Secara amnya, istilah sosial merujuk kepada segala yang berkaitan dengan masyarakat, perihal masyarakat dan kemasyarakatan serta dikaitkan dengan ajaran atau fahaman yang dipraktikkan dengan tujuan untuk membangunkan masyarakat secara damai bagi mencapai masyarakat sosialis (Dewan Bahasa dan Pustaka, 2015).

i. Usahawan sosial

Menurut Amorós & Bosma (2014) usahawan sosial merujuk kepada “individu atau organisasi yang terlibat dalam aktiviti keusahawanan dengan matlamat sosial” yang menunjukkan bahawa pendekatan keusahawanan sosial boleh digunakan untuk meningkatkan kecekapan dan kekuatan program keusahawanan sedia ada yang dijalankan oleh organisasi sukarela, sektor kerajaan, perniagaan, dan pertubuhan bukan kerajaan.

Usahawan sosial juga merujuk kepada golongan usahawan yang kejayaan mereka bukan setakat diukur melalui keuntungan tetapi turut diukur melalui manfaat yang dapat dikongsi bersama dengan masyarakat. Mereka merupakan seorang yang bertindak mengaplikasikan prinsip perniagaan mereka dengan menyelesaikan masalah sosial (Dacin et al., 2010). Sebarang aktiviti usahawan sosial didorong oleh visi sosial yang dapat menarik perhatian yang merangkumi kewajipan dalam usaha memenuhi keperluan asas manusia (Barendsen & Gardner, 2004).

Bornstein (2007) mendefinisikan usahawan sosial sebagai manusia yang menyelesaikan masalah sosial masyarakat dalam skala yang besar. Antara usaha yang dilakukan oleh usahawan sosial adalah seperti perubahan sosial yang sistematik melalui inovasi, menggunakan pendekatan yang berbeza, serta mengaplikasikan teknologi dan strategi dengan bersungguh-sungguh (Alvord et al., 2002). Usahawan sosial merupakan seseorang yang mencipta inisiatif yang inovatif dan menyelesaikan masalah sosial yang tidak dapat diselesaikan, menjadikan matlamat mencipta nilai sosial sebagai misi utama dan memberi faedah kepada individu lain, komuniti dan kumpulan masyarakat yang lain (Sekliuckiene & Kisielius, 2015).

ii. Keusahawanan sosial

Dalam usaha untuk memahami konsep keusahawanan sosial dengan lebih jelas, banyak pihak telah cuba untuk memberi takrifan kepada konsep tersebut. Walau bagaimanapun, Aliaga-Isla & Huybrechts (2018) berpendapat bahawa masih terdapat lagi kekeliruan tentang takrifan keusahawanan sosial telah diterjemahkan. Pendapat ini juga disokong oleh Nashchekina et al. (2019) yang menyatakan bahawa terdapat kepelbagaian definisi tentang keusahawanan sosial yang telah diterjemahkan oleh pengamal dan ahli akademik di bidang tersebut. Penelitian yang telah dilakukan tentang pentakrifan konsep keusahawanan sosial mendapati bahawa terdapat beberapa elemen penting yang digunakan oleh ahli akademik dalam takrifan mereka.

Pertama, konsep keusahawanan sosial dihuraikan melalui aktiviti yang dilaksanakan dengan penekanan terhadap unsur inovasi. Keusahawanan sosial didefinisikan sebagai sebuah aktiviti yang inovatif dan berkesan dalam usaha menyelesaikan kegagalan pasaran (Newey, 2018) dan mewujudkan peluang-peluang baharu untuk menambahkan

nilai sosial secara sistematik dengan menggunakan pelbagai sumber dan organisasi untuk memaksimumkan impak perubahan sosial (London, 2008).

Amorós & Bosma (2014) menekankan proses keusahawanan sosial sebagai aktiviti yang melibatkan penemuan, penilaian dan peluang mencipta sesuatu yang baharu serta mencapai matlamat sosial. Menurut Hummels (2018), keusahawanan sosial dilihat oleh kebanyakan pengkaji sebagai pendekatan inovatif, dengan menggunakan konsep dan alat perniagaan bagi mencipta perubahan sosial, ekonomi atau persekitaran bagi memberi manfaat kepada masyarakat.

Menurut Adib et al., (2014) keusahawanan sosial merujuk kepada aktiviti yang dilakukan oleh usahawan berjaya sama ada menerusi penglibatan individu, kumpulan mahupun organisasi dalam usaha memenuhi keperluan sosial ekonomi masyarakat ke tahap yang lebih baik. Keusahawanan sosial meliputi aktiviti atau proses yang menggunakan kemahiran keusahawanan, melibatkan inovasi serta pengambilan risiko dalam usaha melaksanakan perubahan sosial dalam sesuatu tempoh masa, melibatkan seluruh atau sebahagian masyarakat dalam proses melaksanakannya (Tan et al., 2005).

Kedua, terdapat juga pentakrifan keusahawanan sosial yang dilihat daripada sudut sistem yang mendasari keusahawanan sosial itu sendiri. Dalam konteks ini, Newey (2018) pula menyatakan terdapat 'perubahan sistem' yang telah lama menjadi sebahagian daripada keusahawanan sosial. Sistem sosioekonomi secara global telah memainkan peranan dalam keusahawanan sosial.

Ketiga, terdapat juga penggunaan pelbagai dimensi dalam pentakrifan konsep keusahawanan sosial dan ini menjadikan pentakrifannya lebih komprehensif dan menyeluruh sesuai dengan keadaan persekitaran sosial dan perniagaan masa kini yang lebih kompleks. Contohnya, Sengupta et al. (2018) merumuskan bahawa rangka dalam keusahawanan sosial termasuk dengan lima dimensi keusahawanan sosial yang muncul daripada perspektif ekonomi, iaitu kesejahteraan sosial, modal sosial, usahawan sosial, penciptaan nilai ekonomi dan ketahanan. Selain itu juga, keusahawanan sosial dibahagikan kepada dimensi individu yang merujuk kepada usahawan sosial (Dimensi keusahawanan sosial) dan dimensi proses (persepsi sokongan universiti) bersesuaian dengan saranan (Perrini & Vurro, 2010).

Menurut Alvord et al. (2002), keusahawanan sosial merupakan gabungan sesebuah perniagaan dengan impak sosial. Usahawan akan menggunakan kemahiran dan pengetahuan mereka dengan mencipta produk dan perkhidmatan yang dapat menepati matlamat sosial. Organisasi yang bukan berasaskan keuntungan boleh mewujudkan perniagaan dan guna tenaga serta hasil yang boleh dimanfaatkan untuk tujuan sosial. Manakala organisasi yang berasaskan keuntungan pula boleh berkecimpung dalam keusahawanan sosial dengan mendermakan sebahagian daripada keuntungan ataupun menganjurkan aktiviti-aktiviti yang dapat mencapai matlamat sosial. Namun, inisiatif ini melibatkan penggunaan sumber-sumber yang dijana daripada aktiviti perniagaan yang berjaya dalam usaha mengekalkan aktiviti sosial (Verma & Vohra, 2014).

Konsep keusahawanan sosial mempunyai pengertian yang berbeza kepada golongan yang berbeza. Terdapat perbezaan konsep dan definisi keusahawanan sosial antara pengamal keusahawanan sosial dengan ahli akademik (Nashchekina et al., 2019). Keusahawanan sosial juga merupakan inovasi dalam impak sosial (J. Gregory Dees, 1998). Oleh itu, keperluan inovasi dalam penyelesaian masalah sosial yang wujud sering dikaitkan secara relatifnya dengan ekonomi (Lacap et al., 2018; Shahverdi et al., 2018; Bornstein & Davis, 2010; Nicholls, 2006). Austin et al. (2006) menyatakan bahawa sekumpulan pengkaji yang merujuk keusahawanan sosial sebagai inisiatif bukan keuntungan dalam alternatif meraih dana. Terdapat sekumpulan pengkaji pula berpendapat bahawa keusahawanan sosial ialah satu amalan tanggungjawab sosial (CSR) dalam perniagaan komersial. Manakala sekumpulan pengkaji lagi melihat keusahawanan sosial sebagai tindakan menangani masalah sosial (Lacap et al., 2018; Alvord et al., 2002). Dionisio (2019) menggariskan bahawa terdapat empat dimensi utama dalam usaha menjelaskan konsep keusahawanan sosial iaitu individu, organisasi, proses dan juga persekitaran.

Secara ringkasnya, definisi usahawan sosial merujuk kepada orang yang menjadi pengasas kepada inisiatif atau inovasi sosial manakala keusahawanan sosial pula merujuk kepada proses atau tingkah laku dalam melaksanakan inisiatif atau inovasi berkenaan.

Perbezaan Keusahawanan Sosial dan Keusahawanan Komersial

Walaupun terdapat peningkatan dalam penyelidikan berkaitan dengan bidang keusahawanan sosial ini, namun bidang ini masih lagi belum cukup dengan kajian empirikal (Katono, 2011; Perrini & Vurro, 2010; Sommerrock, 2010; J. Gregory Dees, 2007). Malaysia merupakan sebuah negara yang masih lagi baharu dalam bidang keusahawanan sosial dan berada pada tahap yang rendah berbanding dengan negara-negara lain (Shahverdi et al., 2018; Mohd Ali Bahari Abdul & Suhaimi Mhd, 2016; Radin A Rahman et al., 2016; MaGIC, 2015; Said et al., 2015; Othman & Ab Wahid, 2014). Bosma & Levie (2010) menyatakan bahawa Malaysia masih berada pada tahap yang lemah dalam pelaksanaan aktiviti keusahawanan sosial berbanding dengan negara-negara lain, termasuk Amerika Syarikat, Hong Kong dan Uganda. Oleh yang demikian, keusahawanan sosial ialah satu bidang yang masih baharu (Megre et al., 2012; Bornstein & Davis, 2010; Gatchalian, 2010; Mustapha et al., 2008; Heinonen, 2007; Weerawardena & Sullivan Mort, 2006; Alvord et al., 2002) dan sangat signifikan untuk terus dikaji.

Tambahan pula, ramai antara masyarakat kita yang masih kurang jelas tentang perbezaan antara bidang keusahawanan komersial dengan bidang keusahawanan sosial. Hal ini dikatakan demikian kerana terdapat usahawan komersial yang mengiktiraf diri mereka sebagai seorang usahawan sosial. Oleh itu, perbandingan antara bidang keusahawanan komersial dengan bidang keusahawanan sosial perlu diperlihatkan dengan jelas agar tidak lagi timbul kekeliruan dalam kalangan usahawan. Jadual 1.1 menunjukkan beberapa perbezaan antara keusahawanan sosial dengan keusahawanan komersial yang dikenal pasti daripada kajian-kajian lepas.

Jadual 1.1 Perbezaan Keusahawanan Sosial dengan Keusahawanan Komersial

Keusahawanan Sosial	Keusahawanan Komersial	Sumber
Penekanan kepada pulangan sosial	Penekanan kepada pulangan kewangan	(Hwee Nga & Shamuganathan, 2010; Austin et al., 2006; J. L. Thompson, 2002; J. Thompson et al., 2000)
Komited melakukan inovasi bagi memenuhi keperluan asas dan meningkatkan kualiti kehidupan masyarakat serta memenuhi keperluan sosial.	Komited melakukan inovasi dan penciptaan keuntungan yang maksimum.	(Hummels, 2018; Amorós & Bosma, 2014; Hwee Nga & Shamuganathan, 2010; Haughton, 2008; Ridley-Duff, 2008; Austin et al., 2006; Barendsen & Gardner, 2004)
Bermisikn sosial, kebajikan dan sumbangan kepada masyarakat hasil daripada produk dan perkhidmatan yang dihasilkan mengikut keperluan serta permasalahan masyarakat semasa.	Bermisikn pengumpulan harta dan penciptaan harta, bermotifkan keuntungan dan sensitif dengan potensi jumlah keluaran yang dihasilkan.	(Prieto et al., 2012; Nicholls, 2006)
Diperlukan dalam memenuhi jurang kegagalan kerajaan dalam penyediaan barang awam penekanan terhadap nilai sosial.	Diperlukan dalam meningkatkan produktiviti dan hasil negara.	(Newey, 2018; Estrin et al., 2016; Haughton, 2008; London, 2008; Austin et al., 2006)
Bermotifkan memenuhi kehendak serta keperluan sosial dan perniagaan sosial.	Bermotifkan pulangan kewangan, keuntungan dan kepuasan pencapaian diri.	(Saari, 2015; Adib, Muin, Bakar, & Abdullah, 2014; Verma & Vohra, 2014; Marshall, 2011; Hwee Nga & Shamuganathan, 2010; Haughton, 2008; Kurucz et al., 2008; Smith et al., 2008; J. Gregory Dees, 2007; Crant, 1996)