

## MODAL SOSIAL DAN KEUSAHAWANAN SOSIAL

<sup>1</sup>Radin Siti Aishah Radin A Rahman, <sup>2</sup>Zaidatul Akmaliah Lope Pihie

<sup>1</sup>Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia

<sup>2</sup>Fakulti Pengajian Pendidikan, Universiti Putra Malaysia

### Abstrak

Terdapat banyak kajian yang menunjukkan bahawa bidang perniagaan dan keusahawanan bukan sahaja menyumbang kepada peningkatan pendapatan, tetapi bertindak sebagai agen perubahan struktur sosial dan masyarakat. Perubahan sosio-ekonomi masyarakat yang lebih baik bukan sahaja menjadi tanggung jawab pihak kerajaan, badan sukarela, organisasi bukan-kerajaan mahupun badan korporat semata-mata, malah kepada individu. Usahawan sosial memainkan peranan sangat penting dalam memastikan kemampunan pembangunan negara dan kelangsungan untuk diwarisi generasi akan datang. Keusahawanan sosial berpotensi besar untuk menjana lebih banyak inovasi dalam amalan ekonomi (Bornstein, 2004). Ironinya, segelintir usahawan di Malaysia yang prihatin, bertindak secara proaktif, inovatif dan mengambil peluang ke atas masalah sosial tertentu oleh golongan berkeperluan khas (seperti gelandangan dan kemiskinan) untuk meningkatkan sosio-ekonomi yang lebih baik. Fenomena ini menggambarkan usaha perlu ditingkatkan bagi meningkatkan nilai sosio-ekonomi secara berterusan menerusi kepercayaan, jaringan dan norma sosial. Usaha perlu digiatkan bukan sahaja ditumpukan dari aspek pembangunan modal fizikal, kewangan dan insan (manusia) semata-mata, malah ditentukan oleh faktor modal sosial yang berperanan penting menyumbang kepada kejayaan sesebuah perusahaan sosial. Rentetan, sesetengah usahawan sosial didapati lebih berjaya daripada yang lain dalam meneroka dan memanfaatkan peluang sedia ada (Basu, 2009). Hal ini dipengaruhi oleh kepercayaan dan norma sosial yang mendorong kepada tekad keusahawanan seseorang (Ajzen, 1991). Namun, skop dalam artikel ini hanya tertumpu kepada pencapaian modal sosial yang berupaya mendorong kejayaan sesebuah perusahaan sosial. Justeru, artikel ini akan membincangkan pencapaian modal sosial dan kepentingannya kepada pembangunan keusahawanan sosial di Malaysia.

Kata kunci: keusahawanan sosial dan modal sosial.

### Pengenalan

Kajian keusahawanan kini sering menumpukan kepada persoalan 'bila', 'mengapa', dan 'bagaimana' sesetengah usahawan dapat meneroka dan mengeksploitasi peluang-peluang sedia ada (Shane & Venkataraman, 2000; Baron & Markman, 2003). Persoalan tersebut mempunyai kaitan dengan keperluan sumber atau pencapaian modal sosial dalam meningkatkan lagi kejayaan atau keuntungan sesebuah perniagaan. Kebanyakan kajian lepas modal sosial keusahawanan dan keusahawanan sosial menumpukan isu mengubah tahap kehidupan golongan miskin yang lebih baik (Oyen, Woolcock & Prakash, 2003; Basu, 2009; Farouk, 2011).

Perkaitan antara modal fizikal, modal kewangan, modal manusia dan modal sosial amat penting dalam menentukan prestasi dan daya saing sesebuah perniagaan. Namun bagi perniagaan baru, modal sosial sangat penting dalam meningkatkan pembangunan perusahaan kecil dan sedarhana (Portes, 1998). Hal yang sama penting dalam membangunkan sebuah perusahaan sosial, yang mana kejayaannya diukur berdasarkan kesan orientasi-sosial iaitu peningkatan tahap sosio-ekonomi golongan berkeperluan khas (seperti ibu tunggal dan kecicirian pendidikan) yang lebih baik dan mampan.

Modal sosial sebenarnya adalah komponen modal manusia tetapi sejak beberapa dekad kebelakangan ini modal ini telah diiktiraf sebagai salah satu bidang pengkhususan baru dan sebagai sumber modal ke empat kepada pertumbuhan ekonomi. Sumber-sumber tersebut termasuk akses kepada maklumat dan peluang, faedah ekonomi, dan sokongan sosial. Modal sosial bukan sahaja memberi manfaat, tetapi juga boleh memerlukan komitmen. Modal sosial merupakan sumber di mana pengusaha memperoleh jaringan personal, rakan kongsi, entiti perniagaan dan lain-lain kumpulan yang menyediakan pelbagai jenis bantuan dan sokongan kepada sesebuah perniagaan. Sumber ini juga semakin diperkatakan sebagai pelengkap kepada keupayaan dan kejayaan sesebuah perniagaan (Lin, Li & Chen, 2006). Usahawan boleh mencari dalam merapatkan modal sosial untuk menjana sumber yang diperlukan untuk berkembang dan terus hidup.

Seterusnya, modal sosial dapat membantu usahawan sosial dalam mendapatkan akses (seperti maklumat dan kewangan) kepada pihak berkepentingan (seperti bank dan koperasi) yang



akan menentukan kejayaan mereka. Sebuah perusahaan sosial yang memiliki tingkat modal sosial yang tinggi selalunya turut memiliki kumpulan pengurusan dan pekerja yang memberi fokus kepada kerjasama dalam meningkatkan hasil dan prestasi perniagaan. Matlamat utama perusahaan sosial adalah menggunakan kemahiran perniagaan untuk mencipta nilai sosial melalui inovasi. Penciptaan nilai ekonomi berfungsi sebagai cara untuk mencapai matlamat tersebut bukannya untuk kepentingan usahawan sendiri (Mair & Martí, 2006). Sekiranya perniagaan beroperasi tanpa elemen modal sosial iaitu kepercayaan, jaringan dan norma sosial adalah tidak berkemampuan untuk mengerakkan sumber yang lain seperti modal insan dan modal kewangan yang dimiliki secara cekap dan produktif (Sims, 2006). Oleh demikian, Markman dan Baron (2003) mendapati tahap modal sosial seperti jaringan yang luas membantu usahawan untuk mendapatkan akses kepada kepentingan golongan sasaran yang dipengaruhi oleh kecekapan mereka.

Modal sosial membentuk keupayaan usahawan sosial untuk memudahkan penyelarasan sumber perniagaan. Kekurangan kewangan untuk pembangunan modal sosial adalah salah satu kekangan utama yang usahawan sosial menghadapi dalam memenuhi misi sosial mereka (Sharir & Lerner, 2006). Menyediakan usahawan dengan latihan dan kemahiran ini akan membantu mereka dalam usaha untuk mengeksploitasi peluang-peluang dan mewujudkan perusahaan yang berjaya. Perbincangan seterusnya merangkumi konsep keusahawanan sosial, modal sosial dan kepentingan modal sosial dalam keusahawanan sosial khususnya kepada usahawan sosial baru.

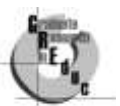
### **Konsep keusahawanan sosial, usahawan sosial dan perusahaan sosial**

Umumnya, kemunculan keusahawanan sosial disebabkan oleh kemunculan dua trend utama iaitu kesedaran terhadap kepentingan a) tanggungjawab awam, kesan daripada penswastaaan sektor kebajikan; dan b) masyarakat sivil, komuniti dan modal sosial telah menyumbang kepada peningkatan pengaruh politik sesebuah negara (Hulgard, 2010). Oleh demikian, pemahaman konsep keusahawanan sosial, usahawan sosial dan perusahaan sosial perlu dikuasai terlebih dahulu sebelum individu memulakan perusahaan sosial.

Keusahawanan sosial merupakan gabungan antara matlamat sosial dengan perniagaan yang beroperasi dalam sebuah organisasi secara bersepadu untuk mencipta nilai ekonomi dan sosial (Mair & Martí, 2006: halaman 36). Keusahawanan sosial juga dilihat sebagai satu proses (Mair dan Martí, 2006) atau aktiviti (Peredo & McLean, 2006) untuk mencipta nilai sosial dengan menggabungkan sumber inovatif yang digunakan untuk meneroka dan memanfaatkan segala peluang untuk mencapai kesan sosial. Proses ini melibatkan penawaran produk atau perkhidmatan dan organisasi yang baru akan diwujudkan (Mair dan Martí, 2006: halaman 37).

Manakala takrifan usahawan sosial difahami sebagai tindakan yang berpotensi untuk mewujudkan model baru perniagaan bagi memenuhi keperluan sosial (Dees, 1998: halaman 1). Usahawan sosial didefinisikan berdasarkan kebolehan istimewa, penetapan tingkah laku dan minda yang luar biasa, yang membezakan antara usahawan sosial dari jenis kepimpinan yang lain. Usahawan sosial juga dilihat sebagai agen perubahan sosial berdasarkan matlamat untuk mewujudkan nilai sosial melalui peluang baru, penciptaan inovasi dan pembelajaran secara berterusan (Dees, 1998: halaman 20). Perubahan sosial melibatkan penciptaan peluang yang diteroka melalui penggunaan sumber modal yang betul. Individu ini bertindak tanpa batasan sumber sedia ada dan mengawal keberkesanan perusahaan sosial. Seorang usahawan sosial perlu memanfaatkan peluang-peluang sedia ada dan memastikan sumber digunakan secara optimum demi mencapai matlamat untuk menangani masalah sosial tertentu kepada golongan berkeperluan khas seperti gelandangan dan kecicirian pendidikan.

Seterusnya konsep perusahaan sosial difahami sebagai perniagaan yang dimiliki oleh organisasi bukan-keuntungan, yang terlibat secara langsung dalam pengeluaran atau menjual barang dan perkhidmatan dengan menggabungkan tujuan untuk menjana pendapatan dan mencapai matlamat sosial, budaya, atau alam sekitar. Perusahaan sosial menjadi satu kelebihan alat untuk digunakan oleh organisasi bukan-keuntungan bertujuan memenuhi matlamat untuk menyumbang kepada pembentukan masyarakat yang sihat (The Social Enterprise Council of Canada, 2013). Manakala Ridley-Duff dan Bull (2011) mentakrifkan perusahaan sosial adalah sebuah organisasi yang mengguna pakai strategi komersial untuk memaksimumkan kesejahteraan manusia dan alam sekitar, bukannya memaksimumkan keuntungan pemegang saham. Perusahaan



sosial boleh distrukturkan sebagai sebuah organisasi bukan-keuntungan (*non-profit*) atau untuk-keuntungan (*for-profit*), dalam berbentuk koperasi, pertubuhan bersama, perniagaan sosial atau badan kebajikan.

**Konsep modal sosial**

Beberapa dekad kebelakangan ini konsep modal sosial telah menarik perhatian penyelidik dalam bidang ekonomi, sosiologi, sains politik dan pengurusan (Woolcock & Narayan, 2000; Mouw, 2006). Konsep modal sosial ini telah diperkenalkan oleh Bourdiu dan Coleman pada sekitar tahun 1980-an dan semakin berkembang penggunaannya pada tahun 1990-an sehingga kini bermula dengan kajian Putnam pada tahun 1993 yang menekankan aspek kepercayaan, norma dan rangkaian (Isham, Kelly & Ramasamy, 2002; Lyons, 2002; Piazza-Georgi, 2002; Woolcock & Narayan, 2000; Paxton, 1999; Coleman, 1998; dan Woolcock, 1998).

Kebanyakan definisi yang dikemukakan mengambil kira elemen kepercayaan, rangkaian dan keahlian dalam persatuan serta norma hidup yang dikongsi bersama sebagai petunjuk untuk mengukur modal sosial. Modal sosial juga berperanan membentuk perusahaan sama ada bermatlamat untuk tujuan komersial mahupun sosial (Myers & Nelson 2011: halaman 3). Pelbagai takrifan modal sosial di peringkat tempatan dan global telah dikemukakan seperti dalam Jadual 1.

**Jadual 1: Takrifan modal sosial**

Bourdieu (1985)	mentakrifkan modal sosial sebagai agregat sumber sebenar atau potensi yang tertentu untuk mendapatkan ketahanan jaringan ke atas hubungan yang lebih atau kurang dikenali (halaman 248).
Putnam (1993)	modal sosial ditakrifkan sebagai kepercayaan, norma dan rangkaian yang memudahkan tindakan diselaraskan dan meningkatkan kecekapan masyarakat.
Baron & Markman (2000)	modal sosial merujuk sumber-sumber sebenar dan potensi individu yang diperolehi daripada mengetahui orang lain, menjadi sebahagian daripada jaringan sosial dengan mereka, dan mempunyai reputasi jaringan yang baik (halaman 107).
OECD (2001)	modal sosial ditakrifkan sebagai kepercayaan, jaringan bersama dengan norma-norma yang dikongsi, nilai-nilai dan persefahaman yang memudahkan kerjasama dalam atau antara kumpulan-kumpulan.
Bank Dunia (2005)	mentakrifkan modal sosial sebagai norma dan rangkaian yang membolehkan tindakan secara kolektif dilakukan.
Noorasiah & Mohd. Nasir, (2007)	modal sosial merujuk kepada hubungan dan rangkaian yang terjalin antara individu dan organisasi atas dasar harapan, kewajiban, kejujuran dan kepercayaan serta nilai dan norma kehidupan bermasyarakat.
Arregle, Hitt, Sirmon & Very (2007)	modal sosial sebagai proses mengenal pasti faktor-faktor struktur dan hubungan kritikal yang menyokong penciptaan dan menambah baik sumber nilai sosial.
Linan & Javier Santos (2007)	modal sosial terdiri daripada hubungan, sama ada formal atau tidak formal, yang dimiliki oleh individu hasil interaksi mereka dengan individu-individu lain yang cuba untuk mendapatkan jangkauan ganjaran dalam pasaran (halaman 446).
Mohd. Nasir et al. (2010)	modal sosial merujuk kepada tingkat kepercayaan, komunikasi, hubungan, kerjasama dan norma hidup baik yang dipupuk, dibentuk, dikekalkan dan dikongsi oleh sekurang-kurangnya dua orang individu atau firma (halaman 256).

Berdasarkan takrifan sebelum ini, modal sosial boleh dirumuskan sebagai sumber yang melibatkan proses kepercayaan, komunikasi, hubungan, kerjasama dan norma hidup yang baik



untuk dipupuk, dibentuk, dikekalkan dan dikongsi oleh sekurang-kurangnya dua orang individu atau firma.

**Modal insan dalam keusahawanan sosial**

Sebahagian besar daripada tinjauan lepas mendapati modal sosial dikaji untuk menentukan konsep, mengenal pasti punca dan faktor-faktor yang menyumbang kepada pembangunan masyarakat (Basu, 2009). Maka, kedudukan modal sosial ditentukan kepada dua kategori iaitu modal sosial bersifat struktural dan modal sosial bersifat kognitif (Uphoff, 2000). Kategori struktural merangkumi pelbagai bentuk organisasi, persatuan, prosedur, peraturan, peranan dan pelbagai jenis jaringan dalam masyarakat. Kategori kognitif pula melibatkan aspek tingkah laku, nilai, norma, kepercayaan dan perkongsian antara satu sama lain. Modal sosial struktural dan kognitif saling diperlukan oleh usahawan sosial dalam mencapai matlamat perusahaannya. Seterusnya, perbincangan artikel ini menumpukan kepentingan pencapaian struktural dan kognitif modal sosial kepada pembangunan keusahawanan sosial di Malaysia.

Bagi usahawan sosial mencapai tahap struktural dan kognitif yang optimum, mereka perlu memerlukan bentuk hubungan yang berkualiti. Kualiti modal sosial boleh ditentukan kepada tiga dimensi asas iaitu ikatan (*bonding*), jalinan (*bridging*) dan pautan (*linking*) dalam persekitaran yang menyumbang kepada aktiviti keusahawanan (Basu, 2009). Pertama, modal sosial berbentuk ikatan hubungan antara ahli keluarga atau kumpulan yang rapat (Putnam, 1993: 1995; Coleman, 1998). Rangkaian jaringan norma (saling membantu) bergantung kepada jaringan sosial, seperti jaringan berbentuk ikatan yang menghubungkan generasi muda dalam kumpulan yang sama serta jaringan berbentuk jalinan yang menghubungkan individu dari kumpulan yang berbeza. Kedua, modal sosial jalinan antara pelbagai kumpulan yang berlainan (Gittel & Vidal, 1998; Woolcocok & Narayan, 2000). Tindakan bersama juga bergantung kepada jaringan sosial misalnya, pertubuhan yang memainkan peranan pergerakan sivik yang betul, tindakan bersama boleh membentuk jaringan yang baru. Manakala ketiga melibatkan modal sosial yang berupa pautan melibatkan hubungan dengan kumpulan sosial yang lebih tinggi (Szereter, 2000 & Woolcock, 2001) seperti majikan dengan pekerja dan kerajaan dengan rakyat. Bukti empirikal menunjukkan kualiti modal sosial daripada elemen ikatan (*bonding*) dan jalinan (*bridging*) telah mempengaruhi kecenderungan pelajar Sepanyol menjadi usahawan (Linan & Santos, 2007). Begitu juga dengan dapatan oleh Ernst (2011) menemui modal sosial dikukuhkan melalui elemen ikatan dan jalinan yang mempengaruhi keinginan keusahawanan sosial pelajar di Jerman.

Manakala Putnam (2000) menganggap jaringan pertubuhan-pertubuhan sukarela atau bukan-keuntungan sebagai salah satu sumber yang paling penting kepada modal sosial. Sumber yang sama, menyatakan indeks modal sosial boleh diukur melalui penyertaan komuniti dalam organisasi atau persatuan; kehadiran masyarakat dalam urusan (aktiviti) awam; penglibatan komuniti dalam aktiviti sukarela; dan aspek kepercayaan antara individu dalam komuniti. Selain itu, modal sosial boleh ditentukan melalui elemen dalam pengukuran Indeks Modal Sosial yang telah mula diperkenalkan oleh United Nation Development Programme (UNDP). Jadual 2 menunjukkan komponen jaringan, kepercayaan dan norma hidup yang berupaya menyumbang kepada pembentukan modal sosial keusahawanan.

Jadual 2: Pengukuran indeks modal sosial

Komponen	Indikator
Jaringan	Organisasi, keluarga, rakan dan jiran.
Kepercayaan	Kewangan dan bukan kewangan.
Norma hidup	Pegangan/ prinsip hidup dan hubungan kemasyarakatan.

Sumber: Indeks Pembangunan Manusia oleh UNDP (2006).

Komponen modal sosial (Jadual 2) juga sering dikaji dalam aspek pembangunan ekonomi (Mohd. Nasir, 2010). Manakala kajian di peringkat tempatan berkaitan “modal sosial” dalam konteks keusahawanan perniagaan kebanyakan lebih bertumpu kepada mengkaji setiap elemen. Begitu juga, masih kurang kajian dalam konteks keusahawanan sosial di Malaysia. Terdapat



beberapa dapatan kajian berkaitan pembentukan modal sosial dalam keusahawanan sosial (Jadual 3) antaranya:

**Jadual 3: Dapatan kajian berkaitan modal sosial dalam konteks keusahawanan sosial**

Maase & Dorst, 2007	perusahaan sosial di peringkat permulaan memerlukan kerjasama berbentuk pertukaran idea-idea dan nasihat untuk meningkatkan jaringan, meningkatkan kualiti penyelesaian sosial tertentu dan kemampuan perniagaan.
Sharir & Lerner (2006)	jaringan sosial sangat mempengaruhi jangka hayat sebuah perusahaan sosial.
Shaw & Carter (2007)	faktor jaringan dapat membezakan antara keusahawanan perniagaan dan keusahawanan sosial.
Basu (2009)	pembangunan modal sosial di pedalaman adalah bergantung kepada gaya kepimpinan seorang usahawan sosial, yang berperanan penting untuk mengubah dan membangunkan keupayaan penduduk berikutan masalah kemiskinan dan keciciran pelajaran di samping memastikan kemampuan organisasi.
Ernst (2011)	modal sosial (sokongan seperti nasihat dan kaunseling) mempunyai pengaruh kuat ke atas pembentukan tekad keusahawanan sosial.
Basu (2012)	hubungan positif antara modal sosial dan keusahawanan sosial dalam organisasi sukarelawan di India.

Berdasarkan dapatan kajian di atas (Jadual 3), dapat dirumuskan bahawa walaupun kedudukan keseluruhan aktiviti keusahawanan sosial di Malaysia masih rendah iaitu 0.22% (GEM 2009, 2011). Namun, kerjasama baik usahawan sosial dari aspek jaringan, kepercayaan dan norma masyarakat sedia ada berpotensi untuk meningkatkan pencapaian modal sosial seiring dengan keperluan modal insan, modal fizikal dan modal kewangan sesebuah perusahaan sosial. Usahawan sosial juga perlu memahami dan menguruskan modal sosial dengan baik untuk memastikan kemampuan perniagaan.

#### **Kepentingan modal sosial kepada perusahaan sosial di Malaysia**

Trend terkini menunjukkan perusahaan sosial merupakan program terbaik untuk membasmi kemiskinan (Farouk, 2011). Usahawan sosial bertindak sebagai pemangkin kepada perubahan sosial (Alvord, Brown & Letts, 2004), tetapi peranan mereka terhad dalam pertumbuhan sukarela untuk membangunkan modal sosial. Elemen yang membentuk modal sosial adalah penting kepada kerjaya mereka sebagai usahawan sosial.

Trend ini dikukuhkan dengan teori dan amalan dalam mengenal pasti peluang memulakan perusahaan sosial. Umumnya, teori modal sosial telah digunakan secara meluas dalam kajian modal sosial dari perspektif ekonomi untuk meningkatkan agihan pendapatan (Basu, 2009). Namun, perbincangan artikel ini lebih cenderung menggunakan pendekatan teoritikal dari aspek pembangunan individu iaitu teori tingkah laku terancang (Ajzen, 1991). Modal sosial adalah difahami mempunyai kaitan dengan elemen kepercayaan (tingkah laku kawalan tertanggung) dan norma sosial (norma subjektif) terhadap masyarakat sekeliling yang mempengaruhi sikap keusahawanan sosial seseorang.

Modal sosial ini penting dalam menerangkan perbezaan pertumbuhan ekonomi antara negara maju dan negara membangun (Abu Sufian & Anizah, 2004). Indeks modal sosial di negara maju lebih tinggi berbanding negara membangun. Sumber yang sama juga mendapati pengukuran modal sosial menggunakan indeks modal insan adalah lemah dan tidak menggambarkan kedudukan modal sosial sebenar di Malaysia. Modal sosial dalam bentuk indeks juga adalah tidak signifikan dari aspek pengaruhnya terhadap agihan pendapatan isi rumah (Mohd. Nasir, Rahmah & Ishak, 2010). Jaringan modal sosial yang kuat adalah hasil daripada individu yang berpengetahuan serta tahap kesihatan yang baik dan menjana pertumbuhan pendapatan (Abu Sufian & Anizah, 2004: halaman 209).



Seterusnya, usahawan sosial mempunyai keupayaan untuk mendorong dan menganjurkan program terutama kepada penduduk kampung untuk mengambil bahagian dalam aktiviti-aktiviti pembangunan. Tinjauan lepas berhubung keusahawanan perniagaan melihat modal insan dan modal sosial sama penting untuk mewujudkan perniagaan baru (Sharir & Lerner, 2006). Kepimpinan masyarakat yang berkesan memerlukan sokongan modal sosial dalaman (iaitu, rangkaian dengan pelbagai kelompok masyarakat) dan luaran (iaitu, rangkaian dengan rakan-rakan dari sektor swasta dan awam).

Modal sosial yang tinggi boleh dicapai melalui sokongan politik dan dasar kerajaan, jaringan formal dan tidak formal (OECD, 2001). Sebuah perusahaan sosial memerlukan jaringan dan sokongan yang kuat untuk mendapatkan modal permulaan dan modal pusingan. Ini disebabkan oleh perkongsian kekayaan dari perusahaan ini bukan untuk kepentingan diri sendiri tetapi kepada masyarakat berkeperluan khas. Usahawan perlu bersikap proaktif dan inovatif dalam mengenal pasti peluang yang disediakan supaya perusahaan sosial dapat bertahan dan berdaya saing.

Kerajaan menyokong dan menggalakkan perusahaan sosial terutama kepada golongan belia dan penglibatan dalam aktiviti sukarelawan. Bagi meneruskan kesinambungan Rancangan Malaysia Kesepuluh (RMKe-10), kerajaan telah menggiatkan pengukuhan modal sosial melalui

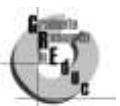
- i. Program kerajaan berbentuk latihan keusahawanan dan bantuan kewangan seperti Majlis Amanah Rakyat (MARA), *Small and Medium Industry Development Corporation* (SMIDEC), Tabung Ekonomi Kumpulan Usahawan Niaga (TEKUN), *Small Medium Enterprise Development Bank Berhad* (SME Bank), jabatan agama setiap negeri, dan koperasi.
- ii. Program bantuan kewangan (mikro-kredit).
- iii. Program bantuan teknikal.
- iv. Program keusahawanan di pelbagai kementerian seperti Institut Pengajian Tinggi (KPT) dan Institut Keusahawanan Negara (INSKEN) di bawah Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri.

Seterusnya, modal sosial dijadikan elemen penting dalam mencipta kesejahteraan hidup rakyat melalui Model Ekonomi Baru (MBE). Aspek ini mempunyai kaitan dengan komponen 'keterangkuman' (*inclusiveness*) yang merupakan salah satu daripada tiga komponen lain iaitu pendapatan tinggi dan kemampan. Nilai penerimaan terutamanya yang membabitkan masyarakat berbilang kaum adalah berkaitan dengan tingkat kepercayaan dan jaringan (hubungan) dalam masyarakat. Sekiranya wujud tingkat kepercayaan dan penerimaan yang tinggi di dalam masyarakat maka lebih mudahlah modal sosial itu dicapai dan menjayakan Program Transformasi Ekonomi (ETP) yang memerlukan penglibatan menyeluruh.

Kerajaan juga telah menubuhkan Dana Perniagaan Sosial di bawah Pusat Inovasi dan Kreatif Global Malaysia (MaGIC) dengan memperuntukan sebanyak RM20 juta untuk membiayai perusahaan bersandarkan model perniagaan sosial khususnya generasi muda (Sidang Kemuncak Perniagaan Sosial Global, 2013). Model ini sebagai pelengkap model perniagaan konvensional sedia ada dan memenuhi hasrat kerajaan ke arah meningkatkan sosio-ekonomi penduduk yang lebih baik dan mampan. Peruntukan ini juga menjadi pengukuhan modal sosial bagi usahawan sosial baru mendapatkan sumber pembiayaan.

Usahawan sosial perlu merebut peluang dengan meningkatkan pengetahuan perniagaan dari aspek institusi yang menawarkan pendidikan, latihan, pembiayaan kewangan dan badan perundangan. Jaringan tidak formal melibatkan hubungan dan mendapatkan sokongan yang baik dengan keluarga, rakan-rakan dan masyarakat sekeliling adalah perlu bagi menjamin kemampan perusahaan. Ini disebabkan elemen ini semakin diterima sebagai modal keempat dan pelengkap kepada semua modal yang penting kepada pertumbuhan ekonomi.

Sebaliknya jaringan tidak formal melibatkan penyertaan masyarakat dalam aktiviti amal (*charity*) mahupun sukarela turut diiktiraf sebagai jaringan sokongan bagi modal sosial. Usahawan digalakkan terlibat secara langsung dalam aktiviti-aktiviti amal dan sukarela supaya jaringan dengan masyarakat dapat dipupuk. Ini disebabkan masyarakat dianggap sebagai komuniti



yang bakal memberi impak positif mahupun negatif terhadap kemajuan perusahaan kecil sederhana.

Modal sosial turut membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh pengusaha sosial berhubung aspek perniagaan. Ini disebabkan terdapat masalah yang boleh diselesaikan menerusi jaringan perhubungan sosial, khususnya dalam memperoleh maklumat berhubung perniagaan. Modal sosial usahawan sosial digunakan dan dikekalkan dalam cara-cara tertentu untuk pengalaman usahawan, matlamat perniagaan sosial beliau, dan melalui syarat-syarat yang dikongsi oleh keusahawanan sosial sebagai satu bidang yang diceburi. Perusahaan sosial memerlukan setiap usahawan sosial menggembelng sumber untuk mencapai matlamat dan merapatkan jurang antara perusahaan, industri, dan masyarakat. Modal sosial membolehkan usahawan sosial memanfaatkan sumber jaringan sosial.

### Rumusan

Pembangunan modal sosial yang tinggi akan dapat menjadikan usahawan sosial lebih berdaya saing, dinamik, proaktif dan memiliki daya tahan yang tinggi ketika berlakunya sebarang krisis sama ada krisis politik ataupun krisis ekonomi. Penekanan terhadap nilai dan norma penting supaya jaringan sosial dapat dikukuhkan dan dibentuk (Noorasiah & Mohd. Nasir, 2007). Modal sosial juga memerlukan masa dan tenaga untuk dibangun, dikekalkan dan ditingkatkan. Indeks pencapaian modal sosial berpotensi untuk ditingkatkan melalui dasar kerajaan dalam menggalakan aktiviti keusahawanan sosial yang berupaya menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi Malaysia seiring negara maju.

Galakan kerajaan penting bagi memupuk dan melahirkan budaya keusahawanan sosial yang akan bersaing di pasaran tempatan. Buktinya, pelbagai agensi yang terlibat dalam membentuk jaringan perniagaan termasuk rakan perniagaan sama ada dalam industri yang sama mahupun berbeza, dan institusi penyelidikan dan pembangunan. Aktiviti dermawan dan tanggung jawab sosial korporat berupaya menjana modal sosial kepada pengusaha sosial. Aktiviti di atas memberi implikasi yang amat besar kepada pengusaha sosial untuk membina prestasi baik dengan masyarakat pada masa hadapan secara mampan. Sekaligus, mempengaruhi hasrat golongan belia terutama pelajar menjadi usahawan sosial berdasarkan elemen ikatan dan jalinan modal sosial. Saranan kepada generasi muda supaya merebut peluang untuk menjadi usahawan sosial dan mempertingkatkan hubungan persekitaran yang baik dari aspek aksesibiliti pengetahuan, jaringan dan sokongan dalam memperkukuh perniagaan.

### Rujukan

- Abu Sufian Abu Bakar & Anizah Md. Ali. (2004). Kepentingan modal sosial dalam pertumbuhan ekonomi. *International Journal of Management Studies* 11 (special issue), 197-212.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50: 179-211.
- Alvord, S. H., Brown, L. D. & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation. *Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282.
- Arregle, J. L., Hitt, M. A., Sirmon, D. G., & Very, P. (2007). The development of organizational social capital: Attributes of family firms. *Journal of Management Studies*, 44, 73-95.
- Ashoka. (2009). *What is a social entrepreneur?* Retrieved November 9, 2011, from [http://www.ashoka.org/social\\_entrepreneur](http://www.ashoka.org/social_entrepreneur).
- Baron, R.A. & Markman, G.D. (2000). Beyond social capital: the role of social skills in entrepreneurs' success. *Acad. Manage. Exec.* 14, 1-15.
- Baron, A. R. & Markman, G. D. (2003). Beyond social capital: the role of entrepreneurs' social competence in their financial success. *Journal of Business Venturing* 18, 41-60.
- Basu, Saswati. (2009). Social capital and social entrepreneurship: analysing links and implications for sustainability in third sector organisations in West Bengal. Ph.D Thesis: University of Technology, Sydney, Australia.
- Basu, Saswati. (2012). Social capital and social entrepreneurship in the third sector: analysing links. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 4 (3), 386-405.



- Bornstein, D. (2004). *How to change the world: social entrepreneurs and the power of new ideas*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Bourdieu, P. (1985). The social space and the genesis of groups. *Social Science Information*, 24, 2, 195-220.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94 (supplement), 95–120.
- Dees, J. G. (1998). *The meaning of "social entrepreneurship"*. Retrieved March 31, 2012, from <http://www.fntc.info/files/documents/The%20meaning%20of%20Social%20entreneurship.pdf>
- Ernst, K. (2011). Heart over mind- an empirical analysis of social entrepreneurial intention formation on the basis of the theory of planned behaviour. Ph.D Dissertation: University of Wuppertal, Berlin.
- Farok Zakaria. (2011). *Social enterprise in Malaysia: the UMK experience*. In: Asian Solidarity Economy Forum KL 2011, 31 Oct - 0 Nov 2011, Seri Cempaka Suites (Menara PGRM): Kuala Lumpur, Malaysia. (Unpublished).
- General Entrepreneurship Monitor, Adult Population Survey, 2009. (2011). Global Report on Entrepreneurship: Babson College.
- Gittel, R. & Avis Vidal. (1998). *Community organizing: building social capital as a development strategy*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hulgard, L. (2010) Discourses of Social Entrepreneurship – Variations of the Same Theme? [http://www.emes.net/fileadmin/emes/PDF\\_files/Working\\_Papers/WP\\_10-01\\_Hulg\\_rd\\_\\_web\\_.pdf](http://www.emes.net/fileadmin/emes/PDF_files/Working_Papers/WP_10-01_Hulg_rd__web_.pdf) (accessed 14/11/2013)
- Isham, J., Kelly, T., & Ramaswamy, S., (2002). Social capital and wellbeing in developing countries: An introduction. In Isham, J., Kelly, T., & Ramaswamy, S. (Eds.), *Social capital and economic development: Well-being in developing countries*. United Kingdom, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Incorporation.
- Lin, Bou-Wen., Li, Po-Chien., & Chen, Ja-Shen., (2006). Social capital, capabilities, and entrepreneurial strategies: A study of Taiwanese high-tech new ventures. *Technological Forecasting and Social Change*, 73(2), 168-181.
- Linan, F., & Javier Santos, F. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443-453.
- Lyons, T. S. (2002). Building social capital for rural enterprise development: three case studies in the United States. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(2): 193-216.
- Maase, S. J. F. M., & Dorst, K. H. (2007). *Exploring the development process of grassroots social entrepreneurship*. Retrieved November 10, 2009, from <http://uk.cbs.dk/content/download/65035/905563/file/Exploring%20the%20development%20process%20of%20grassroots%20social%20entrepreneurship.doc>.
- Mair, J. & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight. *Journal of World Business*, 41, 32-44.
- Myers, P. & Nelson, T. (2011) Considering social capital in the context of social entrepreneurship. In A. Fayolle and H. Matlay (Eds.), *Handbook of Research in Social Entrepreneurship*. (p. 271-285). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Mohd. Nasir Mohd Saukani, Rahmah Ismail & Ishak Yussof (2010). Indeks modal sosial dan agihan pendapatan di Malaysia. *International Journal of Management Studies*, 17(2), 253–274.
- Mouw, T. (2006). Estimating the causal effect of social capital: a review of recent research. *Annual Review of Sociology*. 32(1), 79-102.
- Noorasiah Sulaiman & Mohd. Nasir Mohd Saukani. (2007). Modal sosial dalam mempertingkatkan daya saing firma perusahaan kecil dan sederhana (PKS). *International Journal of Management Studies*. 14 (2), 93-111.
- Uphoff, N. (2000). Ethnic Cooperation in Sri Lanka: through the key hole of a USAID project. In Milton J. Esman and Ronald J. Herring (Eds.), *Development Assistance and Ethnic Conflict*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- OECD, (2001). The well-being of nations: The role of human and social capital, OECD Report: Centre for Educational Research and Innovation, Paris.





- Oyen, Else. (2002). Social Capital Formation as a Poverty Reducing Strategy? In: *Social capital and poverty reduction: which role for the civil society organizations and the state?* Faith Innerarity (Editor). Social and Human Sciences Sector of UNESCO.
- Paxton, P., (1999). Is social capital declining in the United States?: A multiple indicator assessment. *The American Journal of Sociology*, 105 (1): 88-127.
- Peredo, A. M. & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: a critical review of the concept. *Journal of World Business*. 41(1), 56-65.
- Piazza-Georgi, B. (2002). The role of human and social capital in growth: Extending our understanding. *Cambridge Journal of Economics*: 461-479.
- Portes, A., (1998). Social capital: Its origin and applications in contemporary sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1 - 24.
- Prakash, Sanjeev. (2002). Social Capital and the Rural Poor: What Can Civil Actors and Policies Do? In. *Social capital and poverty reduction: which role for the civil society organizations and the state?* Faith Innerarity (Editor). Social and Human Sciences Sector of UNESCO.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: civic institutions in modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *J. Democr.*, 6: 65-78.
- Putnam, R. D. (2000) *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Ridley-Duff, R. J. and Bull, M. (2011). *Understanding social enterprise: theory and practice*. London: Sage Publications.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Sharir, M., & Lerner, M. (2006). Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs. *Journal of World Business*. 41(1), 6-20.
- Shaw, E. & Carter, S. (2007). Social entrepreneurship: theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(3), 418-434.
- Sidang Kemuncak Perniagaan Sosial Global. (2013). Dana perniagaan sosial perkasa generasi muda. 9 November 2013. <http://www.bharian.com.my/bharian/articles/DanaPerniagaanSosialperkasagenerasimuda/Article/>. Akses 15 November 2013.
- Sims, E. (2006). Social capital in firms, alliances & clusters: Why it is important for productivity and competitiveness: And how to build it, in Wee-Liang, T. (Eds.), *Social capital in Asia: An exploratory study*. Asian Productivity Organization (APO).
- Szereter. (2000). Social capital, the economy and education in historical perspective. In Baron, Field, and Schuller eds *Social Capital*.
- The Social Enterprise Council of Canada. <http://www.enterprisingnonprofits.ca/what-social-enterprise>, 2013.03.18
- UNDP. (2006). *Human development report 2006*. New York: Palgrave Macmillan.
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research, and policy. *The World Bank Research Observer*, 15, 225-249.
- Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: towards a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 2, 151-208.
- Woolcock, M. (2001). The place of social capital in understanding social and economic outcomes. *Canadian Journal of Policy Research*. 3, 3-13.
- Woolcock, M. (2002). Social Capital in Theory and Practice: Reducing Poverty by Building Partnerships between States, Markets and Civil Society. In. *Social capital and poverty reduction: which role for the civil society organizations and the state?* Faith Innerarity (Editor). Social and Human Sciences Sector of UNESCO.
- Youssry, A. (2007). Social entrepreneur and enterprise development. Research on YES, Egypt: Alexandria.

