

RANGKA TINDAKAN KEUSAHAWANAN SOSIAL MALAYSIA 2030



KEMENTERIAN PEMBANGUNAN
USAHAWAN DAN KOPERASI



DKN
2030
Dasar Keusahawan Nasional
"Negara Keusahawan Unggul 2030"



Vibrant Geometry dipilih sebagai konsep reka grafik untuk dokumen SEMy2030 kerana ia mewakili kerancangan komuniti Keusahawanan Sosial. Pelbagai bentuk geometri, saiz dan warna melambangkan keunikan Usahawan Sosial, penerima manfaat dan pemangkin ekosistem yang bergabung tenaga demi kesejahteraan, kelestarian serta keharmonian dan kesepaduan semua.



*Kerajaan akan terus memacu negara
ke arah ekonomi pertumbuhan tinggi yang*

***mampan, holistik
dan inklusif tanpa
meminggirkan sesiapa,***

selaras dengan semangat

“Keluarga Malaysia”



**YAB DATO' SRI ISMAIL SABRI BIN YAAKOB
PERDANA MENTERI**

Prakata

Selari dengan aspirasi Rancangan Malaysia Kedua Belas (RMKe-12), Kerajaan akan terus memacu negara ke arah ekonomi bertumbuh tinggi yang mampan, holistik dan inklusif tanpa meminggirkan sesiapa, selaras dengan semangat ‘Keluarga Malaysia’.

Aspirasi ini akan didokong oleh strategi dan inisiatif di bawah Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN2030) yang meletakkan Malaysia di landasan yang tepat, ke arah Negara Keusahawanan Unggul menjelang 2030.

DKN2030 juga turut mengambil kira program-program keusahawanan yang melibatkan komponen pembangunan masyarakat yang inklusif melalui keusahawanan sosial. Ini adalah sejajar dengan objektif Wawasan Kemakmuran Bersama 2030 (WKB2030)

untuk mencapai pertumbuhan yang mampan, seiring dengan pengagihan kemakmuran yang adil dan saksama merentasi kumpulan pendapatan, etnik, wilayah dan rantai bekalan. Pada masa yang sama, fokus dan bantuan akan terus diberikan kepada golongan yang kurang bernasib baik dan terpinggir, serta pemuliharaan alam sekitar.

Rangka Tindakan Keusahawanan Sosial Malaysia 2030 (SEMy2030) ini merupakan asas kepada usaha Kerajaan dalam mewujudkan ekosistem keusahawanan sosial yang ideal dan menyediakan persekitaran kondusif untuk perusahaan sosial berkembang. Saya berharap rangka tindakan ini akan memacu pertumbuhan dan perkembangan keusahawanan sosial di Malaysia dan menyeru lebih ramai rakyat Malaysia bergelar usahawan sosial.

Akhir kata, dasar keusahawanan sosial ini dihasilkan tepat pada masanya. Kerajaan percaya bahawa keusahawanan sosial bukanlah hanya “sekadar sebuah perniagaan” tetapi merupakan perniagaan yang membawa manfaat kepada masyarakat dan alam sekitar.

Justeru, saya percaya impak sosial yang dihasilkan oleh keusahawanan sosial ini dapat memanfaatkan bukan sahaja ekonomi Malaysia tetapi juga memberi kesan ke atas aspek sosial dan alam sekitar melalui penerapan nilai-nilai murni, seterusnya membawa perubahan yang positif dalam kehidupan Keluarga Malaysia.



**YAB DATO' SRI ISMAIL SABRI
BIN YAAKOB**
PERDANA MENTERI



Kata Aluan

Keusahawanan sosial merupakan satu agenda utama Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi. Walaupun keusahawanan sosial masih merupakan sektor yang baharu mula berkembang di Malaysia, Kementerian ini menyedari potensi perusahaan sosial dalam mewujudkan impak positif yang tinggi kepada pertumbuhan sosioekonomi dan kesejahteraan alam sekitar serta pada masa yang sama masih mampu menjadi perusahaan yang menjana keuntungan.

Justeru itu, sebagai peneraju kepada pembangunan perusahaan sosial di Malaysia, Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi telah membangunkan Rangka Tindakan Keusahawanan Sosial Malaysia 2030 (SEMy2030) bertujuan untuk mewujudkan ekosistem pembangunan keusahawanan sosial negara yang kondusif dan holistik.

Dengan adanya ekosistem yang mantap, usahawan sosial akan mempunyai visi yang lebih jelas untuk mencapai misi perniagaan mereka secara sistematik melalui model perniagaan yang lebih berimpak dan mampan.

SEMy2030 merupakan kesinambungan kepada Wawasan Kemakmuran Bersama 2030 (WKB2030), Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN2030) dan Rancangan Malaysia Kedua Belas (RMKe-12). Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi komited untuk memastikan usaha pembangunan keusahawanan sosial menjadi satu kejayaan di Malaysia.

Melalui lima Teras Strategik, 20 Strategi dan 45 Inisiatif, Rangka Tindakan ini akan menjadi pemangkin kepada kebangkitan lebih ramai usahawan sosial di Malaysia di samping menjadi pemacu kepada

keusahawanan sosial negara melalui penyediaan sistem sokongan yang tepat kepada semua usahawan sosial di setiap peringkat.

Saya yakin dengan adanya dokumen SEMy2030 ini, bersama-sama dengan sokongan berterusan daripada semua pihak berkepentingan, Malaysia akan mampu mencapai tahap kebaikan bersama yang lebih tinggi melalui perusahaannya yang bukan sahaja berorientasikan keuntungan, namun mempunyai matlamat akhir untuk menyumbang semula kepada masyarakat dan alam sekitar.



YB TAN SRI NOH BIN HAJI OMAR
MENTERI PEMBANGUNAN USAHAWAN
DAN KOPERASI



Kandungan

Ringkasan Eksekutif 10

Bab 1 15

Pengenalan

1.1 Kebangkitan Keusahawanan Sosial 21

1.2 Sokongan Kerajaan di Seluruh Dunia 22

1.3 Rumusan 31

Bab 2 33

Keusahawanan Sosial di Malaysia

2.1 Landskap Keusahawanan Sosial 36

2.2 Inisiatif Terdahulu dan Semasa Keusahawanan Sosial di Malaysia 38

2.3 Rumusan 42

Bab 3 45

Isu & Cabaran

3.1 Kurang Pemahaman dan Kesedaran 47

3.2 Keperluan Dasar dan Hala Tuju Jangka Panjang 48

3.3 Ekosistem Keusahawanan Sosial Tidak Bersepadu 50

3.4 Keperluan Berbeza di Peringkat Kitaran Hayat Perniagaan 52

3.5 Kurang Pengetahuan dan Kepakaran 55

3.6 Kurang Pengukuran Keberhasilan dan Impak 56

3.7 Tahap Adaptasi Teknologi dan Inovasi yang Rendah 58

3.8	Pengiktirafan Koperasi sebagai Perusahaan Sosial	59
3.9	Jurang Akreditasi	60
3.10	Perubahan Landskap akibat COVID-19	62
3.11	Rumusan	63

Bab 4

Rangka Tindakan

4.1	Pernyataan Dasar Keusahawanan Sosial	67
4.2	Objektif SEMy2030	68
4.3	Penjajaran SEMy2030 Dengan Dasar-Dasar Nasional	70

65

4.4	Tema SEMy2030	71
4.5	Sasaran SEMy2030	72
4.6	Kerangka Strategik SEMy2030	73

Bab 5

90

Pelan Tindakan & Garis Masa

Bab 6

102

Kesimpulan

Penghargaan

107



**PENYERTAAN SOSIAL YANG INKLUSIF
& PENDIDIKAN UNTUK SEMUA**

Matlamat Keusahawanan Sosial

RINGKASAN EKSEKUTIF



Rangka Tindakan Keusahawanan Sosial 2030 (SEMy2030) dengan tema **“Mengarus Perdana Perusahaan Sosial, Menormalisasi Impak Sosial”** merupakan hala tuju baharu pembangunan keusahawanan sosial di Malaysia. Ia bertujuan untuk mengarusperdanakan perusahaan sosial sebagai penyumbang yang efektif kepada pembangunan sosioekonomi negara yang inklusif, seimbang dan mampan.

Lima objektif SEMy2030 ialah:

- 1 Membina ekosistem pembangunan keusahawanan sosial yang bersepadu dan holistik di Malaysia
- 2 Mewujudkan sejumlah besar (critical mass) usahawan sosial
- 3 Memperkukuh pembangunan kapasiti dan daya saing perusahaan sosial tempatan
- 4 Mengarus perdana perusahaan sosial sebagai penyumbang yang efektif kepada pembangunan negara
- 5 Mempertingkat dan menormalisasi perusahaan sosial untuk memberi impak positif kepada pembangunan sosial dan alam sekitar

Bagi merealisasikan objektif dan sasaran dasarnya, SEMy2030 telah membangunkan 5 Teras Strategik, 20 strategi dan 45 inisiatif.



Melalui Rangka Tindakan ini, perusahaan sosial akan menjadi penyumbang penting kepada pembangunan Malaysia yang makmur, inklusif dan mampan menjelang 2030.



KESAKSAMAAN SOSIAL DAN KESIHATAN
UNTUK SEMUA

Matlamat Keusahawanan Sosial

1

BAB 1

PENGENALAN

PENGENALAN

Pelbagai usaha telah dilaksanakan di peringkat nasional dan global dalam menangani masalah sosial. Namun, perkara ini masih berleluasa dan memberi tekanan yang berterusan kepada pihak kerajaan untuk membantu golongan miskin, terpinggir dan rentan.

Melihat kepada situasi ini, konsep penjanaan impak melalui aktiviti keusahawanan telah mula mendapat perhatian dan muncul sebagai elemen penting untuk menjana pertumbuhan ekonomi dan keterangkuman.



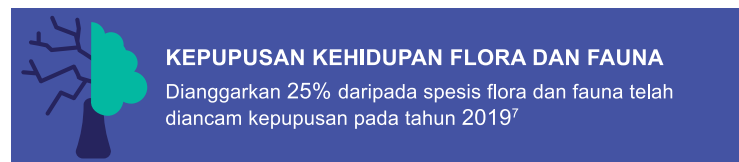
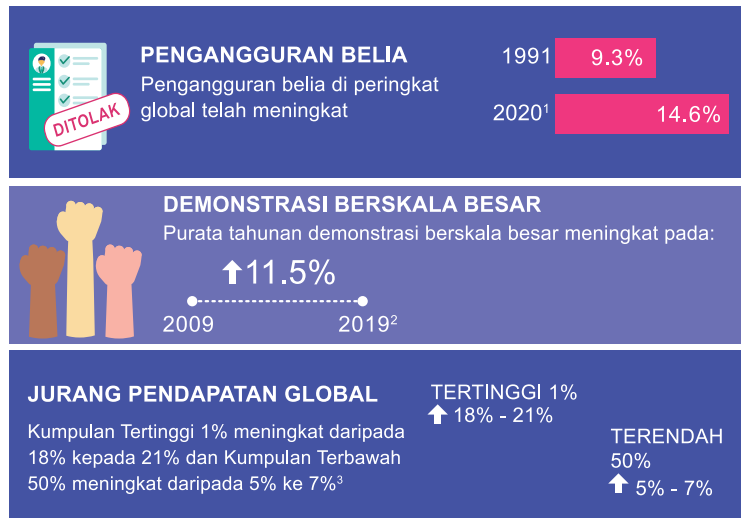


“Masalah sosial ini masih berleluasa dan memberi tekanan yang berterusan kepada pihak kerajaan untuk membantu golongan miskin, terpinggir dan rentan.”

Statistik di seluruh dunia telah menunjukkan kemunculan isu global yang relevan dan berulang di mana ianya telah mempengaruhi

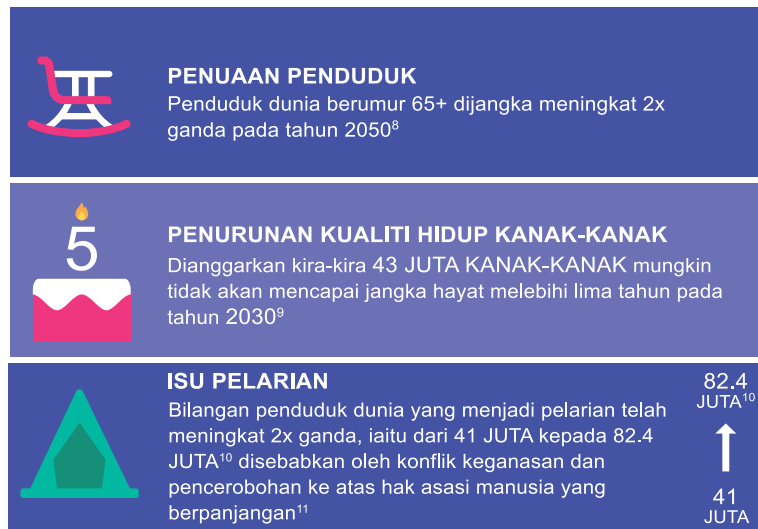
kualiti kehidupan masyarakat secara signifikan dan dalam pada masa yang sama memberi implikasi negatif terhadap operasi sesebuah entiti perniagaan.

Isu Global Yang Mendesak Dan Memberi Impak Buruk Kepada Masyarakat Dan Alam Sekitar



Penyelesaian permasalahan sosial dan alam sekitar selalunya akan diterajui samada oleh pihak kerajaan, agensi pembangunan dan badan-badan kesukarelawan.

Walaupun bagaimanapun, sejak kebelakangan ini terdapat peningkatan kerjasama dan kolaborasi di antara individu, syarikat pemula, usahawan dan pihak Kerajaan dalam menangani isu-isu yang melibatkan masyarakat dan alam sekitar.

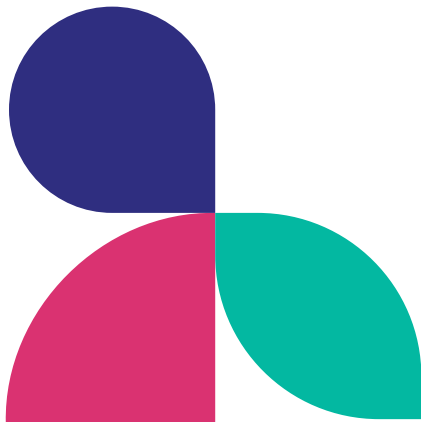


- 1 ILO(2021): World Employment and Social Outlook.
- 2 CSIS (2020): The Age of Mass Protest.
- 3 [wir2022.wid.world/methodology](https://www.wir2022.wid.world/methodology) and Chancel and Piketty (2021). For the period of 1980-2020.
- 4 UN (2020): The Sustainable Development Goals Report.
- 5 FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO (2021): The State of Food Security and Nutrition in the World 2021.
- 6 IPCC (2018): Global Warming of 1.5°C.
- 7 IPBES (2019): Global Assessment Report of the Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services.
- 8 UN (2019): World Population Prospects.
- 9 United Nations Inter-agency Group for Child Mortality Estimation (2021): Levels & Trends in Child Mortality.
- 10 Consist of internally displaced people, refugees and asylum-seekers.
- 11 UNHCR (2020): Global Trends, Forced Displacement in 2020. Meningkat 2x berdasarkan sedekad yang lalu.



1.1 KEBANGKITAN KEUSAHAWANAN SOSIAL

Keusahawanan sosial semakin meningkat popular dan kini diiktiraf sebagai elemen yang signifikan untuk menangani masalah sosial dan alam sekitar. Keterlihatan peranan keusahawanan sosial dalam mengatasi masalah ekonomi juga turut meningkat.



Melalui keusahawanan sosial, kaedah, cara dan strategi keusahawanan akan dikenalpasti dalam menyediakan penyelesaian sistemik kepada permasalahan sosial dan alam sekitar. Aktiviti keusahawanan sosial sememangnya konsisten dengan peranan yang dimainkan oleh sektor awam dan inisiatif tanggungjawab sosial korporat (*Corporate Social Responsibility*).

“Keusahawanan sosial semakin meningkat popular dan kini diiktiraf sebagai elemen yang signifikan untuk menangani masalah sosial dan alam sekitar.”

1.2

SOKONGAN KERAJAAN DI SELURUH DUNIA



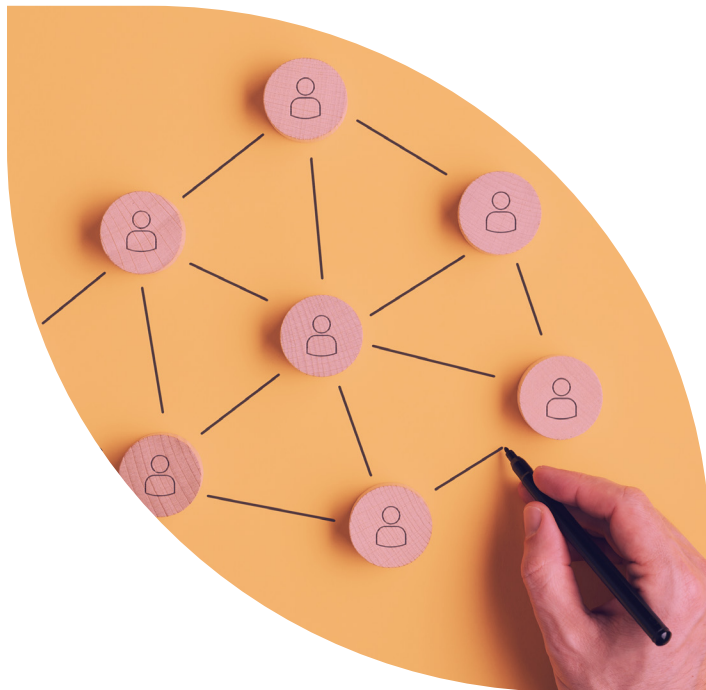
Di peringkat global, perusahaan sosial telah diiktiraf oleh pihak kerajaan sebagai rakan strategik dalam mengenal pasti dan memenuhi keperluan pelbagai lapisan masyarakat. Dalam erti kata lain, perusahaan sosial berperanan secara langsung membantu pihak kerajaan untuk menyantuni mereka yang terpinggir dan sering tercicir daripada program bantuan yang disediakan oleh pihak kerajaan.

Contoh Rasional Kerajaan Dalam Menyokong Perusahaan Sosial



(Sumber: World Bank: Comparative Review of Policy Frameworks and Tools (2017); UK Department for Business Innovation & Skills (2011); Ireland National Social Enterprise Action Plan 2019-2022; Scotland Social Enterprise Action plan 2021-2024; KoSEA: Korea Social Economy)

Dalam menyediakan landskap keusahawanan sosial yang ideal, kebanyakan negara memperakui akan pentingnya kerjasama di antara pihak awam dan swasta untuk membina pemboleh daya keusahawanan sosial yang bersesuaian dan bertepatan bagi sektor ekonomi sosial masing-masing.



Enam faktor yang telah dikenal pasti sebagai signifikan dalam menyokong keusahawanan sosial adalah:

- 1 Agensi Pusat Bagi Infrastruktur Maklumat dan Kawal Selia
- 2 Program Pembangunan Kapasiti
- 3 Pembangunan Pasaran dan Akses Kepada Pasaran
- 4 Perkongsian Risiko Antara Sektor Awam dan Swasta
- 5 Kaedah Penilaian dan Pengukuran Impak
- 6 Kerjasama Serantau dan Antarabangsa

Berikut adalah contoh-contoh inisiatif yang dilaksanakan oleh sektor awam dan swasta dalam membangunkan ekosistem dan landskap keusahawanan sosial.

1 AGENSI PUSAT BAGI INFRASTRUKTUR MAKLUMAT DAN KAWAL SELIA



Republik Korea

Korea Social Enterprise Promotion Agency (KoSEA)

Mempromosikan perusahaandan keusahawanan sosial di bawah Social Enterprise Promotion Act 2007.



United Kingdom

Menyediakan pendaftaran untuk perusahaan sosial sebagai entiti sah di sisi undang-undang melalui Community Interest Company Regulation 2005.



Singapura

Singapore Centre for Social Enterprise (raiSE)

Merupakan agensi yang bertanggungjawab untuk membangunkan ekosistem keusahawanan sosial.



2 PROGRAM PEMBANGUNAN KAPASITI



Republik Korea

KoSEA Retired Seniors Programme

Pesara yang mempunyai kepakaran dan kemahiran dalam pengurusan perniagaan dijadikan sebagai perunding dan mentor kepada perusahaan sosial.



Portugal

Portugal Inovação Social

Menyediakan inisiatif untuk memudah cara perusahaan sosial mendapat akses kepada program khusus dalam bidang seperti:

- Pengurusan kewangan
- Model perniagaan
- Pengukuran impak
- Kepimpinan dan tadbir urus

3 PEMBANGUNAN PASARAN DAN AKSES KEPADA PASARAN



United Kingdom

Social Value Act & Procurement Policy Note 06/20

Menggalakkan elemen nilai sosial dalam perolehan kontrak kerajaan. Peraturan wajar untuk nilai sosial diambil kira dalam pemberian kontrak kerajaan.



Republik Korea

Public Procurement Service (PPS)

Memberi keutamaan kepada perusahaan sosial dengan memberi mata tambahan untuk pembidaan dan pemberian kontrak.



Belanda

Social Impact Factory (SIF)

Menyediakan sokongan perniagaan yang berstruktur untuk perusahaan sosial dan akses kepada pasaran dengan menghubungkan perusahaan sosial kepada masyarakat, sektor swasta dan sektor



Poland

ES Fund Tise

Memudah cara prosedur perolehan awam dan skim pembiayaan untuk perusahaan sosial.



4 PERKONGSIAN RISIKO ANTARA SEKTOR AWAM DAN SWASTA



United Kingdom

Social Impact Bond (SIB)

Menghimpunkan sektor awam dan swasta (pelabur sosial atau impak) untuk bekerjasama menyelesaikan isu sosial tertentu. Sektor swasta melabur dalam projek yang dijalankan oleh perusahaan sosial. Pelabur kemudiannya akan menerima bayaran daripada Kerajaan berdasarkan hasil yang dicapai pada akhir projek tersebut.



Jerman

Financing Agency for Social Entrepreneurship (FASE)

Menggalakkan pewujudan pelaburan impak yang tersedia kepada pelabur dan perusahaan sosial.



Itali

JEREMIE Sicily

Mewujudkan dana Jaminan Khas (*Guarantee Fund*) bagi membantu perusahaan sosial dan Perusahaan Mikro, Kecil Dan Sederhana (PMKS) mengakses kemudahan kredit.



Portugal

Portugal Inovação Social

Membangunkan Dana Inovasi Sosial (*Social Innovation Fund*) sebagai jaminan kepada pelabur bersama yang membantu menambahbaik profil risiko.



Malaysia

**Peraturan-Peraturan Koperasi
(Tabung Bantuan Kecemasan
Koperasi) 2010 dan Peraturan-
Peraturan Suruhanjaya
Koperasi Malaysia (Kumpulan
Wang Likuiditi Pusat) 2010**

Menyediakan dana bantuan
dan kemudahan mudah tunai
kepada koperasi melalui bantuan
pinjaman kecemasan.



5 KAEDAH PENILAIAN DAN PENGUKURAN IMPAK



United Kingdom

Social Value UK

Mempromosikan rangka kerja Social Return on Investment (SROI). Melalui rangka kerja ini, impak sosial serta impak ekonomi dan alam sekitar yang dicapai akan diberikan nilai kewangan (*monetary value*) yang sewajarnya.



Amerika Syarikat

Robert Enterprise Development Fund (REDF)

6 KERJASAMA SERANTAU DAN ANTARABANGSA



Portugal

Portugal Inovação Social

Inisiatif Inovasi Sosial Portugal diwujudkan dengan kerjasama Kesatuan Eropah sebagai sebahagian daripada program Portugal 2020 bagi merangsang pembangunan keusahawanan sosial dan mempromosikan pelaburan sosial di Portugal melalui bantuan pembiayaan dan intervensi bersasar.



Global

Catalyst 2030

Mempromosikan gerakan global usahawan sosial dan inovator sosial ke arah merealisasikan Matlamat Pembangunan Lestari 2030 (SDG2030).

1.3 RUMUSAN

Secara kesimpulannya, terdapat pelbagai bukti yang menunjukkan gerakan global perusahaan sosial telah mula bangkit dan menjadi semakin signifikan dalam menangani cabaran dan isu sosial yang masih membelenggui masyarakat dunia. Gerakan ini disokong oleh pelbagai pihak berkepentingan merangkumi sektor awam dan swasta serta masyarakat umum.

Di Malaysia, peranan perusahaan sosial juga semakin terserlah di mana pengiktirafan yang sewajarnya perlu diberikan oleh pihak Kerajaan dan masyarakat atas sumbangan mereka yang semakin meningkat kepada pembinaan negara bangsa.





MELINDUNGI MANGSA KEGANASAN

Matlamat Keusahawanan Sosial

2

BAB 2

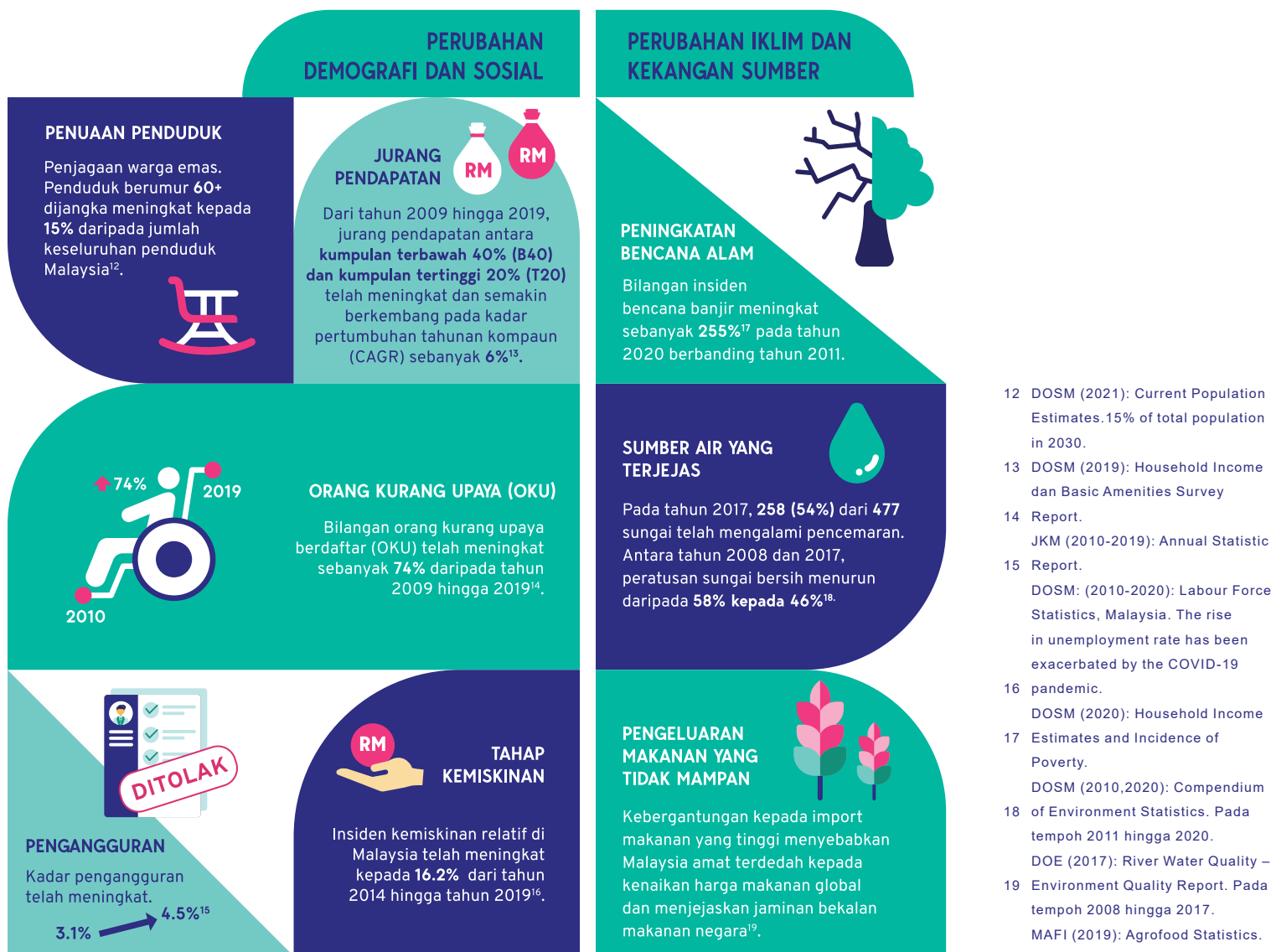
KEUSAHAWANAN SOSIAL DI MALAYSIA

KEUSAHAWANAN SOSIAL DI MALAYSIA

Sejak kebelakangan ini, terdapat beberapa faktor pendorong yang telah menyebabkan peningkatan kepada isu-isu sosial serta alam sekitar. Ianya telah memberi kesan dan impak kepada Kerajaan, perniagaan dan masyarakat sehingga ke akar umbi, disamping turut mempengaruhi perkembangan keusahawanan sosial di Malaysia. Perkembangan ini seterusnya telah memberi dorongan kepada usahawan-usahawan sosial untuk membangunkan model perniagaan yang berteraskan penyelesaian inovatif.



Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Keusahawanan Sosial Di Malaysia



2.1 LANDSKAP KEUSAHAWANAN SOSIAL









Konsep keusahawanan sosial mungkin masih baharu dalam kalangan masyarakat di Malaysia. Namun, hakikatnya, prinsip keusahawanan sosial telah mula wujud di Malaysia sejak tahun 1922 iaitu apabila Enakmen Syarikat Bekerjasama-sama 1922 (The Cooperatives Societies Enactment 1922 [FMS Cap. 97 of 1935]) diwartakan dan menjadi asas kepada pembentukan koperasi.

Kini, konsep keusahawanan sosial telah diaplikasikan melalui pelbagai entiti seperti koperasi, badan amal, organisasi kemasyarakatan dan perusahaan dalam menjalankan aktiviti ekonomi mereka. Malah, keusahawanan sosial semakin menarik minat bukan sahaja dari kalangan usahawan, tetapi juga daripada kalangan sektor awam, swasta dan ahli akademik.

Berdasarkan kajian *The State of Social Enterprise in Malaysia* yang dilaksanakan oleh British Council, jumlah perusahaan sosial di Malaysia pada tahun 2018 dianggarkan sebanyak 20,749 yang merangkumi 0.8% Perusahaan Mikro, Kecil dan Sederhana (PMKS), 79% koperasi dan 3.47% badan bukan kerajaan (NGO).

Ekosistem keusahawanan sosial di Malaysia masih berada pada peringkat awal berbanding ekosistem sedia ada bagi gerakan koperasi dan PMKS, di mana hanya kira-kira 0.2% daripada sembilan juta pertubuhan perniagaan di Malaysia adalah perusahaan sosial.

Rajah 1 menunjukkan perbandingan ekosistem keusahawanan dan pemboleh daya utama untuk perusahaan sosial, koperasi dan PMKS.

	Perusahaan Sosial	Koperasi	PMKS
 Dasar dan Polisi	✗	✓	✓
 Agensi Peneraju	✗	✓	✓
 Kerangka Kawal Selia	✗	✓	✓
 Maklumat Berpusat	⚠	✓	✓
 Akses Pasaran	⚠	✓	✓
 Pembangunan Kapasiti	⚠	✓	✓
 Infrastruktur Kewangan	✗	✓	✓
 Jaringan Keselamatan Kewangan	✗	✓	✓

Petunjuk: ✓ Tersedia ✗ Tidak tersedia ⚠ Tidak sepadu

Rajah 1: Perbandingan ekosistem keusahawanan dan pemboleh daya utama untuk perusahaan sosial, koperasi dan PMKS.

2.2 INISIATIF TERDAHULU DAN SEMASA KEUSAHAWANAN SOSIAL DI MALAYSIA

Agensi Inovasi Malaysia (AIM) merupakan sebuah badan berkanun yang ditubuhkan oleh Kerajaan pada tahun 2010 untuk memacu pembangunan ekosistem inovasi di Malaysia yang turut memberi fokus kepada inisiatif inovasi sosial. Agensi ini kemudiannya telah dibubarkan pada tahun 2020 setelah mandat 10 tahun penubuhannya tamat. Sepanjang tempoh tersebut, beberapa pelan tindakan dan program telah diperkenal dan dilaksanakan.

Pada tahun 2014, Pusat Inovasi dan Kreativiti Global Malaysia (MaGIC) telah ditubuhkan di bawah Kementerian Kewangan untuk membangunkan syarikat permulaan berteknologi yang dipacu impak dan menjadi pemangkin kepada ekosistem keusahawanan sosial yang inklusif. MaGIC

telah membangunkan Rangka Tindakan Perusahaan Sosial Malaysia 2015-2018, dengan matlamat untuk menjadikan keusahawanan sosial sebuah sektor yang mampan, saksama dan berpaksikan rakyat.

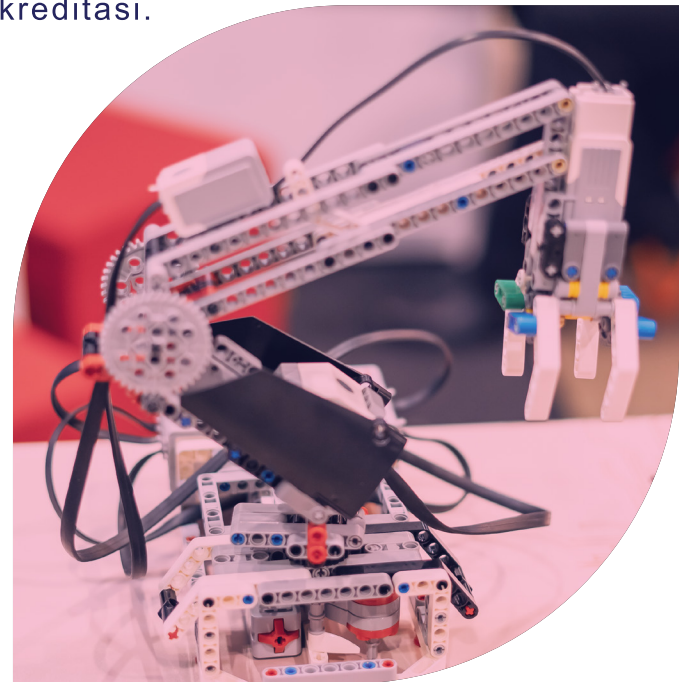
Pada tahun 2018, MaGIC telah diletakkan di bawah naungan Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi. Selaras dengan fokus baharu di bawah Kementerian ini, Garis Panduan Akreditasi Perusahaan Sosial Nasional telah dibangunkan pada tahun 2019 dan dilaksanakan oleh MaGIC untuk mengiktiraf dan mendorong pencapaian prestasi perusahaan sosial yang lebih tinggi.

MaGIC kemudiannya diletakkan di bawah Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi (MOSTI) pada tahun 2020 dan fungsi MaGIC

dijajarkan semula dengan memberi fokus kepada syarikat permulaan berasaskan teknologi dan teknikal.

Kini, Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi merupakan Kementerian yang menetapkan hala tuju dan menerajui pembangunan keusahawanan sosial di Malaysia. Dalam mengiktiraf keusahawanan sosial di Malaysia, Kementerian telah membangunkan Garis Panduan Akreditasi Perusahaan Sosial (SE.A) bagi mengiktiraf dan mengesahkan status perusahaan sosial dalam usaha membantu mereka untuk mendapatkan sokongan dan akses kepada bantuan yang disediakan oleh pelbagai Kementerian dan agensi Kerajaan.

Sehingga Disember 2021, 414 pertubuhan telah didaftarkan sebagai perusahaan sosial di bawah Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi dan daripada jumlah tersebut, 48 pertubuhan telah diberikan akreditasi.



Agensi Inovasi
Malaysia



Fokus kepada
inovasi sosial
Membangunkan
strategi inovasi
nasional.

2010

Inisiatif utama yang dilaksanakan: -

- Rangka Tindakan Inovasi Sosial
- Penilaian Kemajuan Sosial
- Penilaian Impak Sosial
- Dana Keberhasilan Sosial
- Pelan Hala Tuju Kewangan Sosial

Malaysia Global
Innovation and
Creativity Centre



Fokus dalam
pembangunan
syarikat permulaan
berasaskan teknologi
dan inovator sosial.

Membangunkan
Rangka Tindakan
Perusahaan Sosial
Malaysia 2015-2018.

Rajah 2: Inisiatif kerajaan dalam pembangunan keusahawanan sosial

2014 - 2019

Inisiatif utama yang dilaksanakan: -

- Bootcamp Keusahawanan Sosial
- Masterclass Keusahawanan Sosial
- Program Peningkatan Perusahaan Sosial
- Program Pembangunan Kapasiti Perusahaan Sosial
- Akreditasi Perusahaan Sosial Dipacu Impak
- Kempen Belian Untuk Impak
- Pemangkin Usahawan Sosial Hebat (PUSH)

Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi



Menerajui pembangunan keusahawanan sosial di Malaysia.

Pembangunan keusahawanan sosial dijadikan sebahagian daripada agenda pembangunan keusahawanan negara.

KINI

Inisiatif utama yang dilaksanakan: -

1. Dasar dan Polisi
 - Garis Panduan Akreditasi Perusahaan Sosial (2019)
 - Rangka Tindakan Keusahawanan Sosial Malaysia 2030 (SEMy2030)
 - Jawatankuasa Pembangunan Keusahawanan Sosial (SEDCOM)
2. Program
 - Kursus Asas Keusahawanan Sosial (KAKSE)
 - *Recovery Initiative for Social Enterprise* (RISE)
 - Program Peningkatan Perusahaan Sosial Asas
 - Program Keusahawanan Sosial Koperasi

2.3 RUMUSAN

Kerajaan melalui pelbagai Kementerian dan agensi telah melaksanakan pelbagai inisiatif bagi memacu perkembangan perusahaan sosial di Malaysia. Walaubagaimanapun, ekosistem keusahawanan sosial di negara ini masih lagi tidak terselaras jika dibandingkan dengan ekosistem sedia ada bagi PMKS dan Koperasi, yang telah mempunyai dasar serta peraturan yang mantap dalam meningkatkan akses kepada pasaran dan penyediaan infrastruktur kewangan.

Perkara ini merupakan isu dan cabaran yang signifikan dalam ekosistem keusahawanan sosial sedia ada di Malaysia.

Sehubungan itu, penglibatan dan sokongan sektor awam, swasta dan masyarakat amat diperlukan bagi mendorong perkembangan berterusan keusahawanan sosial di negara ini.

Dengan adanya ekosistem yang bersepadu dan holistik, lebih banyak perusahaan sosial dan usahawan sosial dapat dilahirkan yang seterusnya akan membantu pihak Kerajaan dalam menyelesaikan isu dan permasalahan sosial serta alam sekitar yang dihadapi.

“Dengan adanya ekosistem yang bersepadu dan holistik, lebih banyak perusahaan sosial dan usahawan sosial dapat dilahirkan.”





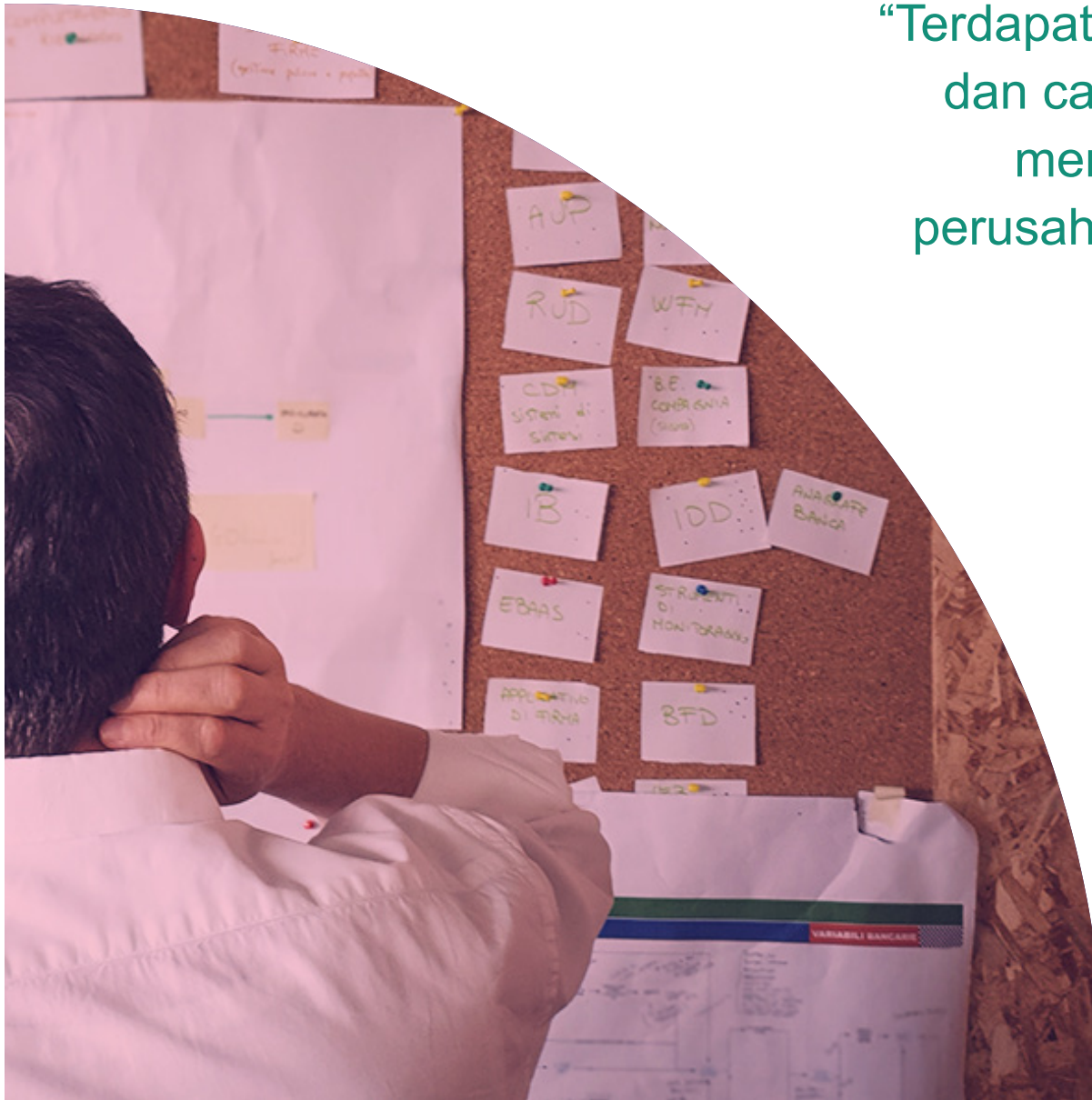
PERUMAHAN MAMPU MILIK
Matlamat Keusahawanan Sosial

3

BAB 3

ISU & CABARAN

“Terdapat pelbagai isu dan cabaran dalam membangunkan perusahaan sosial di Malaysia.”



3.1 KURANG PEMAHAMAN DAN KESEDARAN

Usahawan sosial adalah mereka yang menjalankan operasi perniagaan dengan tujuan untuk menjana keuntungan dan pada masa yang sama memberi fokus kepada impak sosial. Konsep keusahawanan sosial masih lagi belum difahami dengan jelas oleh masyarakat umum termasuk sektor awam dan swasta.

Idea berkaitan keusahawanan sosial masih lagi samar-samar berikutan kurangnya kesedaran, pendedahan dan pemahaman mengenai keusahawanan sosial.

Hal ini amat ketara di Sabah dan Sarawak di mana tahap kesedaran berhubung perusahaan sosial adalah rendah di samping kurangnya program pembangunan kapasiti dan akreditasi yang berkaitan dengan pembangunan keusahawanan sosial. Ini menunjukkan bahawa pendedahan kepada perusahaan sosial masih lagi belum menyeluruh di Malaysia.

Selain itu, tanpa rangka kerja pendaftaran perusahaan sosial yang jelas adalah sukar untuk pihak Kerajaan menentukan jumlah sebenar perusahaan sosial, mengukur sumbangannya kepada ekonomi dan membangunkan dasar, strategi dan intervensi yang dapat menyokong pertumbuhan mereka.

3.2 KEPERLUAN DASAR DAN HALA TUJU JANGKA PANJANG

Pada masa ini, Kerajaan belum mempunyai dasar dan objektif nasional jangka panjang yang jelas dalam menyokong pembangunan keusahawanan sosial di Malaysia. Kurangnya sokongan yang sistematik terhadap perusahaan sosial antaranya berpunca daripada ketiadaan data yang membuktikan impak perusahaan sosial kepada penerima manfaat dan masyarakat.

Sebagai langkah awal, Kerajaan telah memperkenalkan Rangka Tindakan Perusahaan Sosial Malaysia 2015–2018 sebagai landasan untuk membangunkan keusahawanan sosial di negara ini.

Namun, sehingga Disember 2021 hanya 48 perusahaan sosial telah diakreditasi daripada 414 perusahaan yang berdaftar. Walaupun banyak inisiatif yang telah dilaksanakan oleh pelbagai kementerian, ia lebih tertumpu kepada untuk melahirkan usahawan sosial berbanding kepada membangunkan ekosistem yang dapat menyokong pertumbuhan keusahawanan sosial.

Tambahan pula, inisiatif tersebut lebih bersifat jangka pendek dan bergantung kepada peruntukan kementerian yang terlibat.

“Kurangnya sokongan yang sistematik terhadap perusahaan sosial antaranya berpunca daripada ketiadaan data yang membuktikan impak perusahaan sosial kepada penerima manfaat dan masyarakat.”



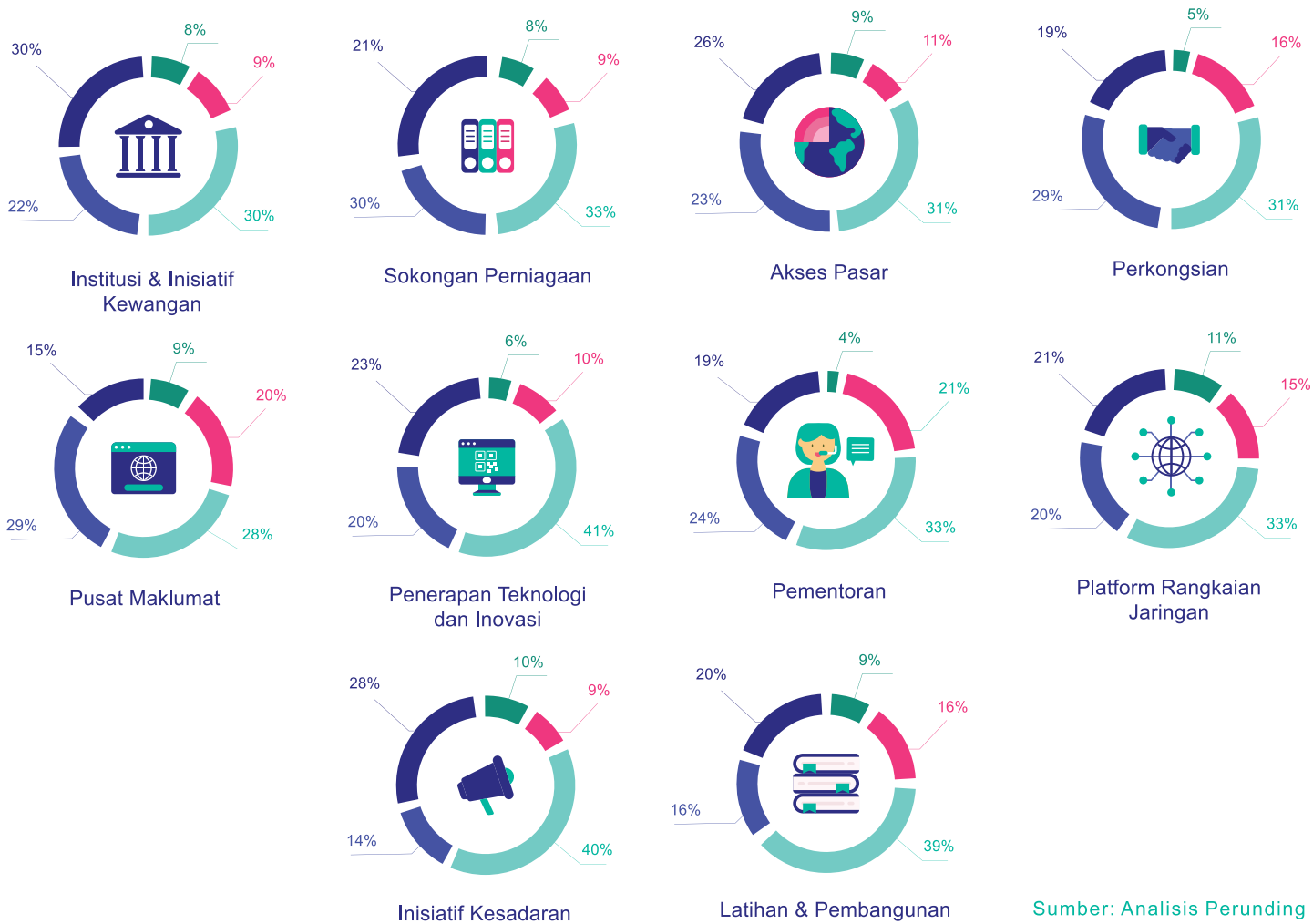
3.3 EKOSISTEM KEUSAHAWANAN SOSIAL TIDAK BERSEPADU



Pada masa ini, ekosistem keusahawanan sosial di Malaysia adalah tidak bersepadu berikutan kurangnya penyelarasan dan perkongsian maklumat antara Kementerian, agensi dan sektor swasta dalam melaksanakan program untuk usahawan dan perusahaan sosial.

Walaupun inisiatif pembangunan keusahawanan sosial giat dilaksanakan, masih terdapat penambahbaikan yang perlu dilaksanakan khususnya bagi inisiatif berkaitan akses kepada pembiayaan, sokongan perniagaan dan pasaran. Tambahan pula, tiada pusat perhubungan khusus yang menyediakan sokongan kepada perusahaan sosial dan pihak berkepentingan yang lain.

“Masih terdapat penambahbaikan yang perlu dilaksanakan khususnya bagi inisiatif berkaitan akses kepada pembiayaan, sokongan perniagaan dan pasaran.”



Tidak Mencukupi
 Agak Tidak Mencukupi
 Neutral
 Mencukupi
 Sangat Mencukupi

Rajah 3: Maklum balas perusahaan sosial terhadap ketersediaan sokongan semasa dalam ekosistem keusahawanan sosial di Malaysia.

3.4 KEPERLUAN BERBEZA DI PERINGKAT KITARAN HAYAT PERNIAGAAN

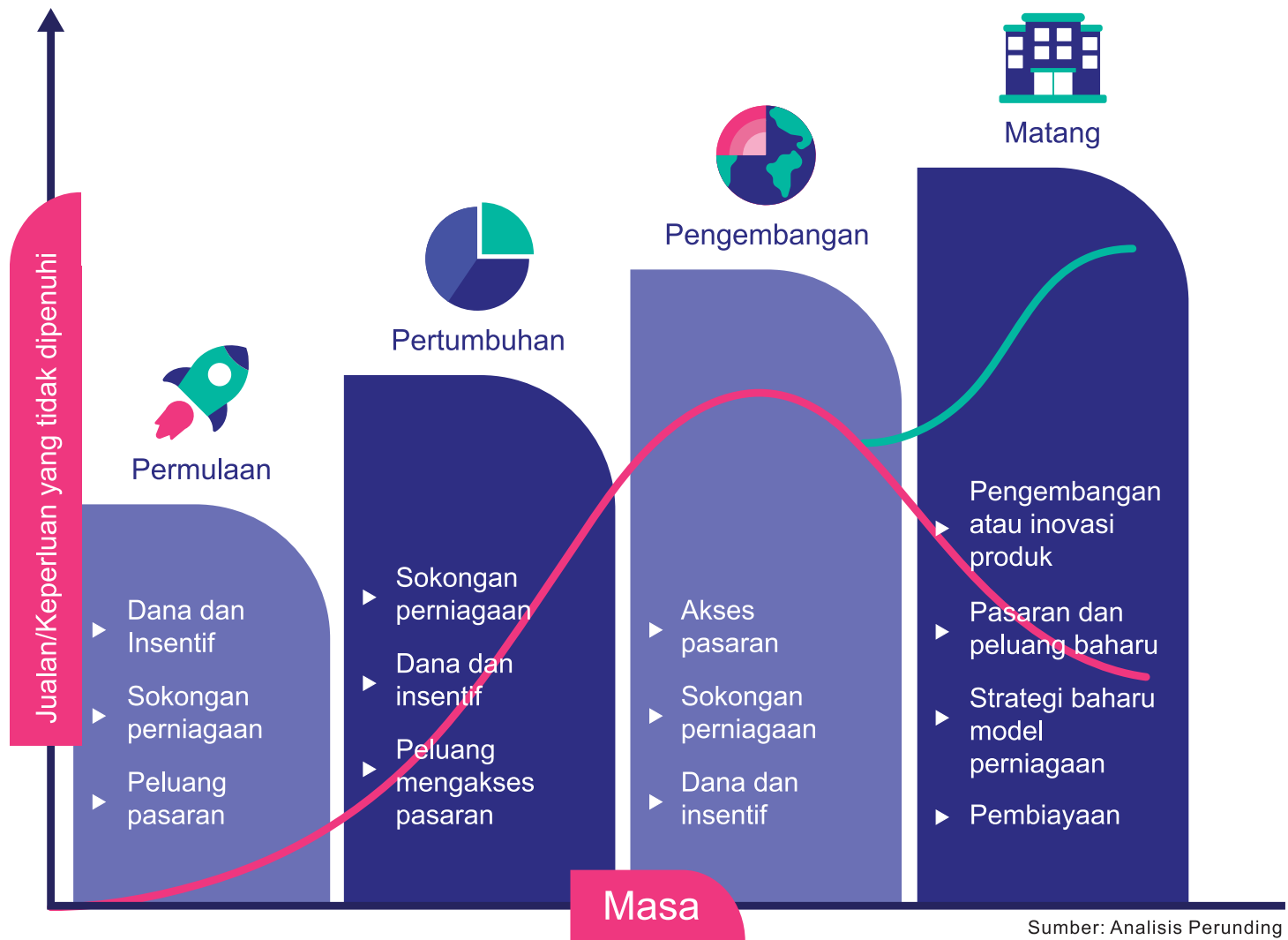
Seperti perniagaan tradisional yang lain, perusahaan sosial turut melalui peringkat kitaran hayat perniagaan bermula dengan peringkat permulaan, pertumbuhan, pengembangan dan matang atau merudum.

Pada masa ini, kebanyakan perusahaan sosial di Malaysia berada pada kitaran peringkat permulaan di mana mereka amat memerlukan sokongan instrumen kewangan yang khusus, pembangunan kapasiti bersasar dan fasilitasi dalam perkongsian strategik. Di samping peringkat permulaan, keperluan perusahaan sosial di peringkat pertumbuhan dan pengembangan juga sering diabaikan.

Seterusnya, di peringkat matang perniagaan atau apabila berlakunya kemerosotan yang signifikan, perusahaan sosial perlu mempertimbangkan semula model perniagaan mereka atau menghentikan

operasi perniagaan. Perusahaan sosial yang telah mencapai peringkat ini, selalunya tidak mempunyai sokongan yang mencukupi untuk mengekalkan model perniagaan semasa atau beralih ke model perniagaan baharu, sebagaimana yang turut dihadapi oleh perusahaan sosial di peringkat pertumbuhan dan pengembangan.





Petunjuk:



Kitaran Hayat Perniagaan daripada permulaan sehingga merudum



Kitaran Hayat Perniagaan di peringkat matang, meneroka pasaran dan produk baharu

Rajah 4: Kitaran Hayat Perniagaan



Di sepanjang kitaran hayat perniagaan, kebolehskalaan atau keupayaan untuk berkembang adalah merupakan faktor penting dalam menjamin kemampanan sesebuah perusahaan sosial.

Model perniagaan yang berupaya untuk meningkatkan prestasi dan pengembangan ini adalah penting dalam memastikan perusahaan sosial mampu meneruskan aktiviti yang memberi impak positif kepada penerima manfaat masing-masing. Antara punca utama ketidakupayaan untuk mengembangkan perniagaan adalah disebabkan oleh kekangan daripada segi kapasiti pasaran, adaptasi teknologi dan pengetahuan untuk meningkatkan skala model perniagaan sedia ada.

“Antara punca utama ketidakupayaan untuk mengembangkan perniagaan adalah disebabkan oleh kekangan daripada segi kapasiti pasaran, adaptasi teknologi dan pengetahuan untuk meningkatkan skala model perniagaan sedia ada.”

3.5 KURANG PENGETAHUAN DAN KEPAKARAN

Pengetahuan dan kepakaran yang khusus adalah asas dalam membina model perniagaan yang mampan. Di peringkat global, perusahaan sosial dikenali sebagai perusahaan yang didorong oleh matlamat untuk menangani isu sosial dan alam sekitar. Namun, untuk berjaya, sesebuah perusahaan sosial perlu mempunyai model perniagaan yang berdaya maju bagi menjalankan aktiviti ekonomi yang dapat menyokong pencapaian matlamat penubuhannya.

Usahawan sosial sentiasa didorong oleh niat untuk melakukan sesuatu kebaikan. Namun, apabila bantuan diperolehi daripada kerajaan atau pihak swasta, sama ada dalam bentuk dana awam atau insentif, usahawan sosial perlu bertanggungjawab dan mempunyai akauntabliti untuk menunjukkan bahawa model perniagaan mereka adalah kukuh dan dinamik.

Model perniagaan tersebut hendaklah menunjukkan dengan jelas sumber pendapatan yang mampan, produk atau perkhidmatan adalah bersesuaian dengan kehendak pasaran serta pengurusan kos operasi adalah berhemat untuk membuktikan bahawa dana bantuan yang diterima digunakan selaras dengan objektif penubuhan perusahaan sosial tersebut.

Kekurangan pengetahuan dan kepakaran dalam membangunkan model perniagaan yang mampan sering menjadi punca utama kebanyakan perusahaan sosial tidak berupaya untuk bertahan.



3.6 KURANGNYA PENGUKURAN KEBERHASILAN DAN IMPAK

Sehingga kini, tiada pengumpulan data yang bersepadu mahupun laporan keberhasilan atau impak yang konsisten bagi aktiviti yang dilakukan oleh pelbagai perusahaan sosial termasuklah koperasi. Justeru, terdapat keperluan untuk membangunkan pengukuran yang standard bagi menilai impak ke atas penerima manfaat sesebuah perusahaan sosial. Data sedia ada yang dikumpul adalah berbentuk kuantitatif yang merangkumi maklumat kewangan (berdasarkan penyata kewangan yang telah diaudit sekiranya ada), bilangan pekerjaan yang telah dicipta atau bilangan penerima manfaat daripada aktiviti perusahaan sosial.

Pengukuran impak merupakan aspek penting dalam proses pemantauan dan pelaporan sesebuah perusahaan sosial. Dengan adanya

pengukuran impak, sesebuah organisasi atau perniagaan akan berupaya untuk membuat perancangan dan menetapkan objektif yang realistik serta memantau operasi perniagaan masing-masing. Melalui proses tersebut juga, perusahaan sosial akan berpeluang untuk belajar menambah baik aktiviti mereka, membuat keputusan berdasarkan keutamaan dan seterusnya akan membantu mereka untuk memperoleh bantuan pembiayaan atau sokongan kewangan.

Pengukuran dan pelaporan impak juga membolehkan pihak berkepentingan seperti penggubal dasar, institusi kewangan, pelabur impak dan yayasan yang berminat untuk melabur sumber membuat keputusan yang berasaskan data dan maklumat yang tersedia.

Di samping itu, kaedah pengukuran impak merupakan asas penting dalam menyokong kebolehskalaan dan kemampunan model perniagaan sesebuah perusahaan sosial. Tanpa pengukuran impak yang bersesuaian, adalah sukar untuk mengenal pasti kemajuan pembangunan keusahawanan sosial serta impaknya kepada masyarakat.



“Pengukuran dan pelaporan impak juga membolehkan pihak berkepentingan yang berminat untuk melabur sumber membuat keputusan yang berasaskan data dan maklumat yang tersedia.”

3.7 TAHAP ADAPTASI TEKNOLOGI DAN INOVASI YANG RENDAH



Perusahaan sosial menggunakan penyelesaian transformatif dalam menangani permasalahan sosial dan alam sekitar untuk memenuhi keperluan ekonomi dan

masyarakat yang tidak dapat dipenuhi oleh pihak yang lain. Sehubungan itu, adaptasi teknologi dan inovasi adalah elemen penting bagi meningkatkan kecekapan operasi dan akses kepada pasaran sesebuah perusahaan sosial. Pada masa ini, tahap adaptasi teknologi dan inovasi dalam kalangan perusahaan sosial untuk mentransformasi perusahaan mereka adalah rendah.

Perusahaan sosial memerlukan sokongan yang merangkumi pemberian geran, subsidi dan latihan serta sokongan teknikal bagi perisian dan aplikasi teknologi. Di samping itu, perusahaan sosial di luar bandar serta Sabah dan Sarawak menghadapi cabaran dalam mengadaptasi teknologi disebabkan oleh kebolehcapaian internet yang lemah serta kurangnya kemahiran dalam aspek teknologi maklumat dan e-dagang.

3.8 PENGIKTIRAFAN KOPERASI SEBAGAI PERUSAHAAN SOSIAL

Terdapat persamaan antara koperasi dengan perusahaan sosial, tetapi tidak semua koperasi menepati kriteria perusahaan sosial. Perbezaan utama ialah dari segi aspek penerima manfaat di mana penerima manfaat bagi perusahaan sosial meliputi golongan miskin, terpinggir dan rentan, serta kebajikan haiwan dan alam sekitar.

Manakala, koperasi pula ditubuhkan berdasarkan prinsip keanggotaan dan kepentingan bersama. Ketiadaan garis panduan yang jelas merupakan cabaran untuk mengiktiraf sesebuah koperasi sebagai perusahaan sosial.



“Ketiadaan garis panduan yang jelas merupakan cabaran untuk mengiktiraf sesebuah koperasi sebagai perusahaan sosial.”

3.9 JURANG AKREDITASI

Kerajaan telah memperkenalkan Akreditasi Perusahaan Sosial (SE.A) pada tahun 2019 yang bertujuan untuk menentusahkan status sesebuah perusahaan sosial bagi membantu mereka mendapatkan akses yang lebih luas terhadap bantuan dan peluang untuk berkembang maju ke hadapan.

Walau bagaimanapun, masih terdapat jurang dalam pelaksanaan akreditasi ini khususnya dari segi garis panduan, objektif dan hala tuju, insentif yang diberikan serta impak dan struktur tadbir urus. Jurang ini seterusnya membawa kepada isu berkaitan seperti proses akreditasi yang mengelirukan, kekurangan insentif dan tiadanya agensi induk untuk menguatkuasakan pematuhan.

Isu-isu utama ini merupakan penghalang kepada usaha untuk menambahkan bilangan perusahaan sosial yang diakreditasi serta usaha untuk meningkatkan pemahaman mengenai keusahawanan sosial dalam kalangan masyarakat serta sektor awam dan swasta.

Pemasalahan ini perlu diatasi dalam memastikan matlamat akreditasi iaitu untuk membantu meningkatkan akses perusahaan sosial kepada pelbagai bantuan sokongan dan peluang untuk berkembang maju akan dapat dicapai.



3.10 PERUBAHAN LANDSKAP AKIBAT COVID-19

Pandemik COVID-19 telah mengakibatkan ekonomi Malaysia terjejas teruk dan memberi kesan yang buruk kepada sektor awam, swasta, masyarakat mahupun individu. Perusahaan sosial terutamanya yang beroperasi dalam sektor peruncitan dan perkhidmatan turut terjejas akibat pandemik ini terutamanya apabila Kerajaan menguatkuasakan pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan di seluruh negara.

Sepertimana yang dihadapi oleh perusahaan mikro dan kecil, aliran tunai merupakan isu utama kepada perusahaan sosial untuk memastikan kelangsungan perniagaan semasa tempoh pandemik. Perusahaan sosial terpaksa berubah dan menyesuaikan perniagaan dengan norma baharu untuk membolehkan ia kekal bertahan.

Ini termasuklah beralih ke platform e-dagang dan mengubah kepada model perniagaan yang baharu, seperti menawarkan produk dan perkhidmatan yang berbeza.



3.11 RUMUSAN

Banyak isu dan cabaran yang masih belum dapat diselesaikan walaupun terdapat pelbagai program dan inisiatif telah dilaksanakan oleh pelbagai kementerian dan agensi dalam menyokong pembangunan keusahawanan sosial di Malaysia. Malah, keadaan menjadi semakin buruk berikutan tercetusnya pandemik COVID-19.

Kebanyakan inisiatif sebelum ini, memberi fokus kepada usaha untuk melahirkan lebih banyak perusahaan sosial baharu. Ianya tertumpu kepada penyediaan sokongan untuk perusahaan sosial yang baharu ditubuhkan dan di peringkat permulaan melalui sokongan pembangunan kapasiti dan pembiayaan.

Justeru, satu hala tuju baharu diperlukan untuk meningkatkan potensi perusahaan sosial ke peringkat yang lebih tinggi. Isu dan cabaran yang dihadapi oleh usahawan sosial juga perlu ditangani segera di samping keperluan mendesak untuk mengenal pasti pendekatan yang lebih strategik bagi membangunkan perusahaan sosial yang inklusif.

Dalam melangkah ke hadapan, strategi dan inisiatif yang diperkenalkan perlu memberi fokus kepada pengukuhan pemboleh daya utama dalam membentuk sebuah ekosistem keusahawanan sosial yang kukuh bagi menyokong perusahaan sosial di setiap peringkat kitaran hayat perniagaan.



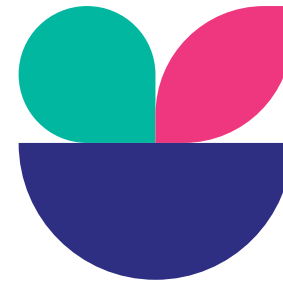
JAMINAN MAKANAN DAN AKSES KEPADA AIR BERSIH DAN SANITASI

Matlamat Keusahawanan Sosial

4

BAB 4

RANGKA TINDAKAN KEUSAHAWANAN SOSIAL MALAYSIA 2030



Bagi menangani cabaran-cabaran yang dihadapi serta memacu pertumbuhan perusahaan sosial, Kerajaan telah membangunkan Rangka Tindakan Keusahawanan Sosial Malaysia 2030 (SEMy2030). Rangka Tindakan ini akan menjadi landasan dalam menetapkan hala tuju nasional bagi menyokong pembangunan keusahawanan sosial di Malaysia.

4.1 PERNYATAAN DASAR KEUSAHAWANAN SOSIAL

SEMy2030 merupakan hala tuju nasional yang baharu bagi pembangunan keusahawanan sosial di Malaysia dengan matlamat untuk mengurus perdana perusahaan sosial sebagai penyumbang efektif kepada pembangunan sosioekonomi negara yang inklusif, seimbang dan mampan.

4.2 OBJEKTIF SEMy2030



SEMy2030 bertujuan untuk mewujudkan ekosistem keusahawanan sosial yang ideal bagi mengurus perdana perusahaan sosial dalam ekonomi dan menormalisasi impak sosial dan alam sekitar yang dihasilkan. Ia akan menjadikan perusahaan sosial sebagai penyumbang yang efektif kepada pembangunan negara dan kemakmuran bersama.

SEMy2030 mempunyai lima objektif seperti berikut:

1

Membina ekosistem pembangunan keusahawanan sosial yang bersepadu dan holistik di Malaysia

2

Mewujudkan sejumlah besar (critical mass) usahawan sosial

3

Memperkuh pembangunan kapasiti dan daya saing perusahaan sosial tempatan

4

Mengarus perdana perusahaan sosial sebagai penyumbang yang efektif kepada pembangunan negara

5

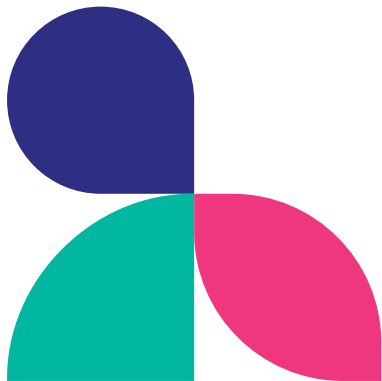
Mempertingkatkan dan menormalisasi perusahaan sosial untuk memberi impak positif kepada pembangunan sosial dan alam sekitar

4.3 PENJAJARAN SEMy2030 DENGAN DASAR-DASAR NASIONAL

SEMy2030 menggariskan lima objektif yang sejajar dengan aspirasi, strategi dan inisiatif WKB2030, DKN2030, MyDigital dan RMKe-12 dalam menyokong pembangunan ekosistem keusahawanan sosial dan mengurus perdana perusahaan sosial.

Melalui usaha mengurus perdana perusahaan sosial dan menormalisasi impak sosial, SEMy2030 akan menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi yang mampan, holistik dan inklusif seiring dengan pengagihan yang adil dan saksama merentasi pelbagai pihak berkepentingan.

“SEMy2030 akan menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi yang mampan, holistik dan inklusif.”





Rajah 5: Penjajaran SEMy2030 dengan Dasar-Dasar Nasional

4.4 TEMA SEMy2030

“Mengarus perdana Perusahaan Sosial,
Menormalisasi Impak Sosial.”

Tema ini merangkumi matlamat SEMy2030 dalam menyatupadukan aspek perniagaan dan masyarakat untuk memastikan keusahawanan sosial bukan sekadar model perniagaan baharu yang diadaptasi atas faktor trend semasa. Mengambil kira aspirasi ini, perusahaan sosial dijangka akan menjadi lebih bersemangat dan diiktiraf sebagai rakan strategik Kerajaan yang signifikan dan dipercayai bagi menangani cabaran sosial dan alam sekitar.



4.5 SASARAN SEMy2030

SEMy2030 telah menetapkan sasaran jangka sederhana dan panjang bagi mengurus perdana perusahaan sosial sebagai penyumbang yang efektif kepada pembangunan sosial ekonomi yang inklusif, seimbang dan mampan.



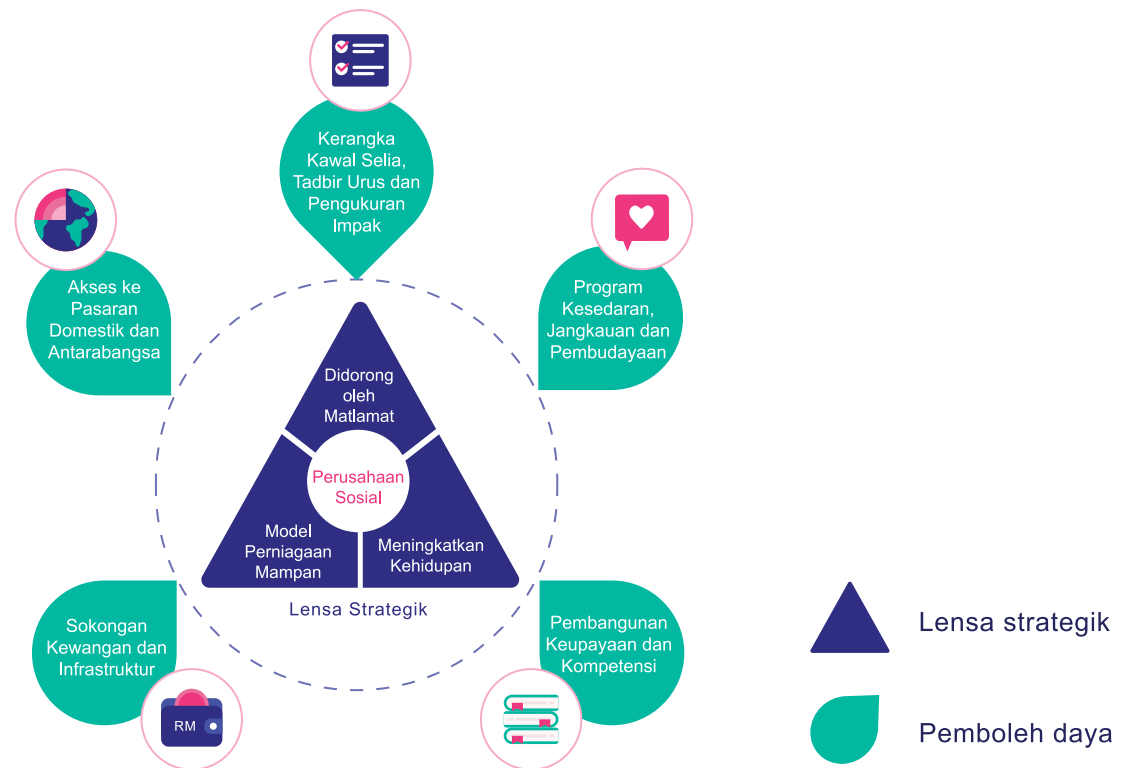
Sasaran tersebut adalah seperti berikut:

5 Sasaran

	SEMASA	2025	2030
1 Bilangan perusahaan sosial yang berdaftar	414	5,000	10,000
2 Peratusan perusahaan sosial yang diakreditasi daripada jumlah perusahaan sosial yang berdaftar	12%	20%	45%
3 Nilai perolehan perusahaan sosial yang berdaftar	100 Juta	1.3 Bilion	2.6 Bilion
4 Bilangan pekerjaan yang diwujudkan oleh perusahaan sosial yang berdaftar	3,900	47,000	95,000
5 Penambahbaikan kedudukan Malaysia dalam indeks tempatan dan antarabangsa			
	SEMASA	2025	2030
• Sumbangan kepada penambahbaikan Indeks Pembangunan Manusia	0.81	0.83	0.85
• Sumbangan kepada Indeks Kemiskinan Pelbagai Dimensi	0.011	0.0026	0.0008
• Sumbangan kepada penambahbaikan Indeks Kesejahteraan Rakyat Malaysia	120	127.5	135

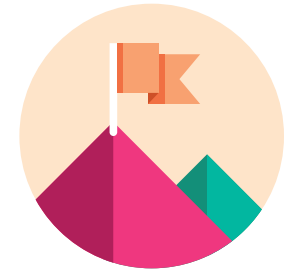
4.6 KERANGKA STRATEGIK SEMy2030

Kerangka Strategik SEMy2030 adalah berdasarkan tiga lensa strategik yang menggambarkan ciri-ciri utama perusahaan sosial di Malaysia dan lima pemboleh daya bagi ekosistem keusahawanan sosial.



Rajah 6: Kerangka Strategik SEMy2030

4.6.1 LENSA STRATEGIK



1

DIDORONG OLEH MATLAMAT

Usahawan sosial tidak hanya mementingkan keuntungan perniagaan semata-mata, tetapi turut memikirkan bagaimana keuntungan tersebut dapat digunakan untuk memberi manfaat kepada masyarakat dan alam sekitar. Aktiviti yang dilaksanakan termasuklah:

mempromosikan keterangkuman dan peluang yang saksama; dan

memulihara alam sekitar.

Melalui aktiviti ini, usahawan sosial akan menjadi pemangkin dalam menyelesaikan masalah sosial dan alam sekitar.

2

MENINGKATKAN KEHIDUPAN



Perusahaan sosial yang ingin dibangun di Malaysia adalah perusahaan yang boleh membawa perubahan transformatif kepada masyarakat dan alam sekitar dengan merapatkan jurang dan menangani keperluan yang masih tidak dipenuhi dalam masyarakat dan ekonomi Malaysia. Melalui perubahan yang dibawa, tahap struktur sosial kumpulan sasar perusahaan sosial akan dapat dipertingkatkan. Dalam mengetengahkan sesuatu penyelesaian, faktor utama yang sering dipertimbangkan adalah kepentingan dan manfaatnya kepada orang ramai dan alam sekitar.

Seterusnya, kaedah penyelesaian yang dibawa oleh perusahaan sosial memberi fokus untuk menangani punca sebenar masalah berbanding simptom gejala sosial tersebut. Ini termasuklah penyelesaian melalui penggunaan teknologi dan penyelesaian berstruktur seperti penawaran produk dan perkhidmatan baharu, pembaharuan dalam penghasilan produk, pasaran baharu atau pembaharuan sistem organisasi.

“Kaedah penyelesaian yang dibawa oleh perusahaan sosial memberi fokus untuk menangani punca sebenar masalah berbanding simptom gejala sosial tersebut.”

3

MODEL PERNIAGAAN MAMPAN



Untuk berjaya, sesebuah perusahaan sosial perlu mempunyai model perniagaan yang mampan dan berdaya maju dari segi kewangan serta memenuhi matlamat dan misi penubuhannya. Model perniagaan ini perlu memperincikan dengan jelas sumber kewangan yang mampan, kumpulan pelanggan yang disasarkan, produk atau perkhidmatan yang ditawarkan serta pembiayaan dan sumber lain yang diperlukan.

Usahawan sosial juga perlu mempunyai minda yang terbuka dalam memenuhi matlamat dan misi mereka secara perkongsian, kolaborasi dan penciptaan bersama melalui kerjasama dengan sektor awam dan swasta merentasi rantai bekalan perniagaan sama ada dari segi perkongsian maklumat dan komunikasi ataupun dalam mendapatkan sokongan kewangan dan bukan kewangan yang diperlukan.

“Sesebuah perusahaan sosial perlu mempunyai model perniagaan yang mampan dan berdaya maju dari segi kewangan serta memenuhi matlamat dan misi penubuhannya.”

4.6.2 MEMPERKUKUH LIMA PEMBOLEH DAYA EKOSISTEM KEUSAHAWANAN SOSIAL

1

KERANGKA KAWAL SELIA DAN TADBIR URUS



Membangunkan kerangka kawal selia dan tadbir urus yang efektif untuk memastikan perusahaan sosial di Malaysia mempunyai akauntabiliti dan dapat membina kepercayaan daripada rakyat dan sektor swasta.

Sehubungan itu, Kerajaan perlu akan menambah baik sistem Akreditasi Perusahaan Sosial Nasional (*National Social Enterprise Accreditation*) supaya menjadi lebih inklusif dan bermanfaat kepada usahawan sosial.

2

KESEDARAN, JANGKAUAN DAN PEMBUDAYAAN



Mempertingkatkan kesedaran, jangkauan dan pembudayaan dalam kalangan masyarakat adalah penting untuk memangkin pembangunan keusahawanan sosial di negara ini. Ia memerlukan infostruktur dan

infrastruktur yang mencukupi bagi meningkatkan kesedaran dan jangkauan mengenai perusahaan sosial.

Program pembudayaan yang kukuh akan memupuk minda dan nilai-nilai



keusahawanan sosial. Program pembudayaan ini perlu bermula dari peringkat bawah merangkumi peringkat sekolah rendah hingga ke pengajian tinggi dan seterusnya kepada masyarakat amnya. Melalui proses

pembudayaan yang holistik, generasi usahawan sosial baharu yang dilahirkan akan memiliki kemahiran dan atribut yang diperlukan untuk mengimbangi di antara keperluan sosial dan/atau alam sekitar dengan keuntungan perniagaan.

3

PEMBANGUNAN KEUPAYAAN AND KOMPETENSI



Meningkatkan keupayaan dan kompetensi usahawan sosial melalui kesinambungan program sedia ada oleh sektor awam dan swasta yang memberi fokus kepada percambahan idea, kemahiran dan penerimgunaan teknologi dalam kitaran hayat perniagaan.

Bagi meningkatkan tahap inovasi dalam keusahawanan sosial, program penyelidikan yang kolaboratif perlu dilaksanakan dalam kalangan usahawan sosial, ahli akademik dan sektor swasta. Program-program ini hendaklah diperkaya dan dibangunkan dengan kerjasama perusahaan sosial.

4

SOKONGAN KEWANGAN DAN INFRASTRUKTUR



Menambahbaik akses kepada sokongan kewangan dan infrastruktur bagi membolehkan perusahaan sosial Malaysia menjadi lebih kompetitif dan berdaya maju seperti entiti perniagaan yang lain.

Ia merangkumi akses kepada pelbagai pihak berkepentingan dalam sistem kewangan, termasuklah pilihan pembiayaan yang baharu muncul dan inovatif.

5

AKSES KEPADA PASARAN DOMESTIK DAN ANTARABANGSA



Seperti entiti perniagaan lain, perusahaan sosial perlu kompetitif dalam menawarkan produk dan perkhidmatan di pasaran untuk terus berkembang dan berdaya maju. Kolaborasi dan jalinan kerjasama antara sektor awam dan swasta perlu dipertingkatkan untuk menggalakkan perolehan sosial.

Dalam aspek ini, sektor awam dan swasta akan bertindak sebagai ejen penyokong kepada perolehan yang dilaksanakan secara bertanggungjawab sosial

yang seterusnya akan mewujudkan kesedaran sosial dalam kalangan masyarakat di seluruh negara. Perusahaan sosial tempatan perlu digalakkan untuk meluaskan pasaran mereka ke peringkat antarabangsa melalui adaptasi teknologi.

Usaha ini akan meningkatkan sumbangan perusahaan sosial kepada ekonomi dan pekerjaan serta membolehkan perusahaan sosial tempatan diiktiraf di peringkat antarabangsa susulan sumbangan signifikan mereka yang selari dengan matlamat penubuhannya.

4.7 DESKRIPSI

KEUSAHAWANAN SOSIAL

Keusahawanan sosial boleh ditakrifkan sebagai “proses di mana usahawan sosial menyediakan penyelesaian kepada cabaran sosial dan alam sekitar yang mendesak”.

USAHAWAN SOSIAL

Usahawan sosial didorong oleh matlamat untuk mencari penyelesaian kepada cabaran sosial, budaya dan alam sekitar yang mendesak. Usahawan sosial akan memikirkan kaedah penyelesaian untuk menangani cabaran tersebut dan sentiasa menawarkan idea baharu bagi melaksanakan perubahan yang sistemik dan signifikan.

Usahawan sosial mempunyai matlamat untuk membawa impak yang positif kepada kumpulan sasaran merangkumi penerima manfaat sosial, komuniti masyarakat atau alam sekitar. Usahawan sosial juga memahami bahawa aktiviti yang dilaksanakan oleh mereka mestilah mampan.

PERUSAHAAN SOSIAL

Di peringkat global, tiada definisi umum yang diguna pakai bagi perusahaan sosial. Frasa biasa yang digunakan termasuklah “perusahaan yang memberi fokus untuk menangani isu sosial dan alam sekitar bagi mewujudkan impak positif” atau “Manusia, Planet, Keuntungan”. Ini bermakna perusahaan sosial menggunakan model komersial untuk aktiviti mereka dalam menyelesaikan isu sosial dan alam sekitar tanpa mengira intervensi daripada pihak kerajaan atau sektor swasta.

Deskripsi perusahaan sosial di Malaysia sebelum ini adalah “entiti perniagaan yang didaftarkan di bawah sebarang undang-undang bertulis di Malaysia yang secara proaktif menghasilkan impak sosial atau alam sekitar yang positif dan pada masa yang sama mempunyai kemampuan kewangan yang mampan”.

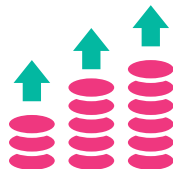
Melangkah ke hadapan, deskripsi perusahaan sosial di Malaysia telah ditambah baik seperti berikut:-

Perusahaan sosial ialah entiti yang berdaftar di bawah undang-undang bertulis di Malaysia, didorong oleh matlamat dan mempunyai model perniagaan yang berdaya maju dari segi kewangan bagi menangani cabaran sosial dan/atau alam sekitar, serta bertujuan untuk menghasilkan impak yang positif kepada penerima manfaat dan ekonomi.

Deskripsi ini adalah selaras dengan ciri-ciri perusahaan sosial di peringkat global iaitu:



Didorong oleh matlamat/didorong oleh tujuan



Perniagaan berdaya maju



Menangani cabaran sosial dan/atau alam sekitar



Mencapai impak positif

4.8 MATLAMAT DAN SASARAN PENERIMA MANFAAT

SEMy2030 memberi fokus kepada perusahaan sosial yang didorong oleh matlamat dan mempunyai penerima manfaat yang jelas dan boleh dikenal pasti. Matlamat dan kumpulan sasar atau penerima manfaat yang ditetapkan adalah selari dengan WKB2030 dan Matlamat Pembangunan Mampan (*Sustainable Development Goals - SDG*).



Senarai matlamat dan sasaran penerima manfaat ini tidak menyeluruh dan akan dikaji dari semasa ke semasa

KUMPULAN SASAR ATAU PENERIMA MANFAAT



Senarai matlamat dan sasaran penerima manfaat ini tidak menyeluruh dan akan dikaji dari semasa ke semasa

4.9 TRANSFORMASI KEUSAHAWANAN SOSIAL DI MALAYSIA

SEMy2030 menggariskan lima teras strategik, 20 strategi dan 45 inisiatif bagi merealisasikan matlamat dan objektif yang telah ditetapkan





4.10 FASA DAN PELAKSANAAN SEMy2030

SEMy2030 akan dilaksanakan dalam tempoh masa 10 tahun melalui dua fasa pelaksanaan. Fasa tersebut saling bergantung di antara satu sama lain dalam memastikan pencapaian matlamat jangka panjang untuk membina ekosistem keusahawanan sosial.



Fasa 1 (2021 – 2025)

“Memperkukuh Ekosistem Keusahawanan Sosial”

Ekosistem dan sistem sokongan yang lengkap perlu dibangunkan untuk membolehkan usahawan sosial dan perniagaan mereka terus berkembang dan maju.

Fasa 2 (2026 – 2030)

“Mengarus Perdana Perusahaan Sosial”

Pertumbuhan dari segi bilangan perusahaan sosial dan perkembangan perniagaannya perlu mencapai suatu tahap yang optimum untuk mewujudkan impak yang signifikan.

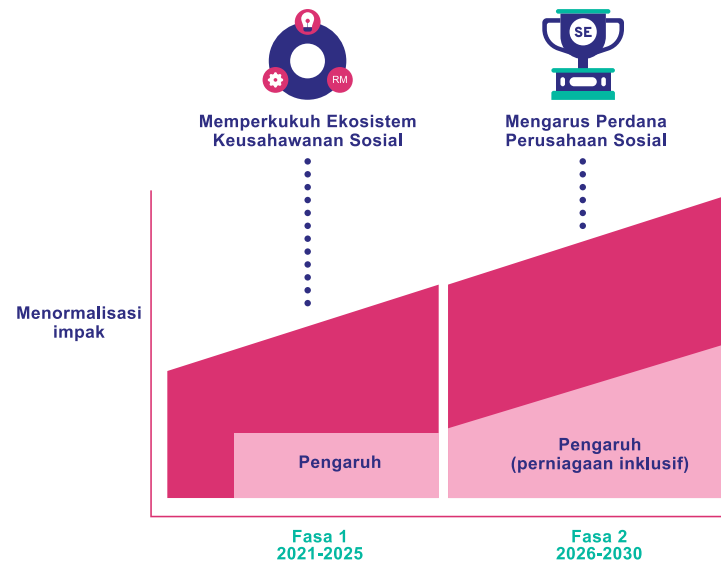
Secara dasarnya, pencapaian keberhasilan bagi Fasa 1 dan Fasa 2 ialah usahawan sosial yang boleh menjadi pendorong kepada kebangkitan perusahaan sosial baharu yang lain dan pengembangan perusahaan sosial sedia ada.



Gerakan perusahaan sosial dianggap telah mencapai tahap matang apabila dampak sosial yang dihasilkan telah menjadi kebiasaan serta tersebar luas, berpengaruh dan pada masa yang sama keberhasilan daripada aktiviti yang dilaksanakan adalah mampan dan beretika.

Pada akhir Fasa 2, dampak sosial dijangka akan menjadi norma baharu merentasi semua pihak berkepentingan dalam ekosistem keusahawanan sosial. Dengan demikian, gerakan perusahaan sosial akan menjadi lebih inklusif dalam menyumbang kepada pembangunan sosioekonomi negara

Mengurus Perdana Perusahaan Sosial, Menormalisasi Dampak Sosial



Rajah 7: Fasa Pelaksanaan SEMy2030



PEMELIHARAAN BUDAYA DAN WARISAN

Matlamat Keusahawanan Sosial

5

BAB 5

PELAN TINDAKAN & GARIS MASA

Pelan tindakan SEMy2030 dirangka berdasarkan lima teras strategik, 20 strategi dan 45 inisiatif untuk mencapai objektif dasar yang telah ditetapkan. Pelan tindakan ini akan memacu pertumbuhan perusahaan sosial selaras dengan matlamat untuk mengarusperdanakan perusahaan sosial di Malaysia dan menjadikan impak sosial sebagai suatu kelaziman.

TERAS STRATEGIK 1	MEMBANGUNKAN KERANGKA KAWAL SELIA, TADBIR URUS DAN PENGUKURAN IMPAK YANG BERKESAN DAN MENYOKONG 		
Strategi	Inisiatif	Petunjuk Prestasi Utama	Fasa
S1 Menambah baik kerangka pendaftaran dan akreditasi perusahaan sosial	1 Melaksanakan semakan semula dan menambah baik kerangka pendaftaran dan akreditasi perusahaan sosial sedia ada.	1 Pembangunan garis panduan baharu bagi pendaftaran dan akreditasi perusahaan sosial.	F1
	2 Membuat semakan dan menambah baik faedah yang boleh diperolehi oleh perusahaan sosial yang berdaftar dan diakreditasi.	2 Peningkatan bilangan perusahaan sosial yang berdaftar. 3 Peningkatan bilangan perusahaan sosial yang diakreditasi.	F1 & F2
S2 Membangunkan kerangka kawal selia perusahaan sosial	3 Membangunkan badan kawal selia dan kerangka perundangan bagi perusahaan sosial.	4 Pembangunan instrumen perundangan yang bersesuaian.	F2
	4 Melaksanakan fungsi badan kawal selia dan kerangka perundangan untuk mempromosi dan menggalakkan pertumbuhan perusahaan sosial.	5 Pelaksanaan fungsi badan kawal selia dan rangka perundangan bagi perusahaan sosial.	

5 STRATEGI **9 INISIATIF** **10 PPU**

Strategi	Inisiatif	Petunjuk Prestasi Utama	Fasa
S3 Menyelaraskan dengan lebih strategik program dan aktiviti yang dilaksanakan oleh pelbagai pihak berkepentingan	5 Menubuhkan unit khas untuk meneraju pembangunan keusahawanan sosial merangkumi peranan untuk menyelaras, memantau dan mengukur prestasi pelaksanaan program dan aktiviti berkaitan keusahawanan sosial.	6 Penubuhan Unit Pembangunan Perusahaan Sosial.	F1
	6 Menubuhkan majlis yang dianggotai oleh Kementerian-kementerian yang berkaitan bagi memantau pelaksanaan program pembangunan keusahawanan sosial merangkumi aspek dasar dan perundangan, mekanisme pembiayaan, kerjasama strategik, pembangunan pasaran serta pengukuran dan pelaporan impak.	7 Penubuhan Majlis Keusahawanan Sosial yang dianggotai oleh Kementerian berkaitan.	
S4 Memperkukuh penggubalan dasar dan proses membuat keputusan berasaskan bukti	7 Membangunkan perpustakaan data inklusif yang mengandungi maklumat mengenai perusahaan sosial dan pihak-pihak berkepentingan.	8 Pembangunan perpustakaan data perusahaan sosial.	F1
S5 Memperkenalkan kaedah pengukuran impak bagi perusahaan sosial	8 Membangunkan kit panduan bagi mengukur impak sosial dan/atau alam sekitar yang dihasilkan oleh perusahaan sosial.	9 Pembangunan kit panduan pengukuran impak.	F1
	9 Melaksanakan pengukuran impak perusahaan sosial.	10 Pelaksanaan pengukuran impak.	F1 & F2

TERAS STRATEGIK 2

MENINGKATKAN KESEDARAN, JANGKAUAN DAN PEMBUDAYAAN



Strategi	Inisiatif	Petunjuk Prestasi Utama	Fasa
S6 Mewujudkan mekanisme yang menggalakkan jaringan hubungan serta perkongsian maklumat dan pengetahuan	10 Menubuhkan hab maklumat perusahaan sosial sebagai pusat sehenti untuk mendapatkan maklumat dan bertindak sebagai platform rangkaian (<i>networking</i>) serta gerbang untuk mengakses sistem sokongan sedia ada.	11 Penubuhan hab maklumat perusahaan sosial.	F1
	11 Memanfaatkan agensi/institusi di peringkat persekutuan dan negeri sebagai titik hubungan (<i>touchpoint</i>) bagi meluaskan bantuan serta sokongan kepada usahawan dan perusahaan sosial di peringkat akar umbi di seluruh negara.	12 Peningkatan bilangan perusahaan sosial yang	F1 & F2
S7 Memupuk semangat dan nilai keusahawanan sosial melalui pendidikan	12 Membangunkan modul keusahawanan sosial sebagai sebahagian daripada kurikulum dan kokurikulum pendidikan di peringkat menengah dan pengajian tinggi.	13 Penerapan elemen keusahawanan sosial dalam kurikulum dan kokurikulum di peringkat menengah dan	F1
	13 Memudah cara pembangunan bahan latihan, kurikulum dan kokurikulum untuk pendidik, pensyarah atau ahli akademik bagi mengajar dan mempromosikan keusahawanan sosial.	14 Peningkatan bilangan perusahaan sosial yang berdaftar.	F1 & F2
	14 Menggalakkan aktiviti dan program keusahawanan sosial di peringkat sekolah rendah, menengah dan pengajian tinggi.		

5

STRATEGI

11

INISIATIF

9

PPU

Strategi	Inisiatif	Petunjuk Prestasi Utama	Fasa
S8 Meningkatkan profil usahawan dan perusahaan sosial serta penerima manfaat	15 Memudah cara dan menyokong kempen peningkatan kesedaran mengenai sumbangan positif perusahaan sosial di seluruh negara.	15 Peningkatan bilangan perusahaan sosial yang berdaftar.	F1 & F2
	16 Memperkenalkan anugerah keusahawanan sosial bagi mengiktiraf usahawan dan perusahaan sosial yang boleh dijadikan sebagai contoh dan inspirasi.	16 Peningkatan bilangan perusahaan sosial yang diakreditasi.	F1 & F2
S9 Mewujudkan minat melalui program bersasar dan pertandingan	17 Mempromosikan perusahaan sosial sebagai model perniagaan yang berdaya maju dan berpotensi untuk berkembang kepada bakal usahawan melalui program keusahawanan belia.	17 Peningkatan bilangan perusahaan sosial yang berdaftar.	F1 & F2
	18 Menganjurkan pertandingan keusahawanan sosial bagi mencetus minat dalam kalangan pelajar, belia dan graduan.		
S10 Mentransformasi koperasi kepada perusahaan sosial ke arah kesepaduan ekonomi sosial	19 Menyemak semula dan menyelaras elemen kesepaduan koperasi dengan konsep keusahawanan sosial dalam membangunkan koperasi sebagai perusahaan sosial.	18 Peningkatan bilangan koperasi yang mendaftar sebagai perusahaan sosial.	F1 & F2
	20 Meningkatkan kesedaran dalam kalangan koperasi mengenai manfaat yang boleh diperolehi sebagai perusahaan sosial berdaftar dan diakreditasi.	19 Peningkatan bilangan koperasi yang diakreditasi sebagai perusahaan sosial	

TERAS STRATEGIK 3

MENINGKATKAN KEUPAYAAN DAN KOMPETENSI PERUSAHAAN SOSIAL



Strategi	Inisiatif	Petunjuk Prestasi Utama	Fasa
S11 Menyokong percambahan idea dan penubuhan perusahaan sosial baharu	21 Memberi sokongan kepada projek keusahawanan sosial yang berdaya maju dan berpotensi untuk berkembang oleh ahli akademik, pelajar, graduan dan masyarakat setempat.	20 Peningkatan bilangan perusahaan sosial yang berdaftar.	F1 & F2
	22 Memudah cara dan mewujudkan peluang kepada usahawan sosial untuk mencipta dan mencari penyelesaian bersama ke atas isu sosial dan/atau alam sekitar.		
	23 Menggalakkan kerjasama penyelidikan antara usahawan sosial, akademik dan industri dalam inovasi sosial dan alam sekitar.		
S12 Menyediakan sokongan pembangunan kapasiti yang disesuaikan dengan keperluan	24 Menyediakan program asas keusahawanan sosial untuk membimbing dan menyokong individu / organisasi yang berhasrat menjadi usahawan/perusahaan sosial.	21 Peningkatan bilangan perusahaan sosial yang berdaftar.	F1 & F2
	25 Membangunkan program pemangkin keusahawanan sosial dalam aspek perancangan perniagaan, pengurusan kewangan, penjenamaan produk, akses pasaran, kepimpinan, tadbir urus serta pengukuran impak.	22 Peningkatan bilangan perusahaan sosial yang diakreditasi.	F1 & F2

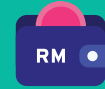


<p>S13</p> <p>Meningkatkan adaptasi teknologi dan digitalisasi</p>	<p>26 Meningkatkan inisiatif dan program latihan adaptasi teknologi dan pendigitalan yang lebih berstruktur kepada perusahaan sosial.</p>	<p>23 Peningkatan jumlah perusahaan sosial yang mengadaptasi teknologi dan pendigitalan.</p>	<p>F1 & F2</p>
---	--	---	---------------------------

<p>S14</p> <p>Memperkuat kompetensi tenaga pengajar, mentor dan pembimbing dalam keusahawanan sosial</p>	<p>27 Memperkenalkan program pensijilan bagi tenaga pengajar, mentor dan pembimbing dalam bidang keusahawanan sosial.</p>	<p>24 Peningkatan bilangan perusahaan sosial yang berdaftar.</p> <p>25 Peningkatan bilangan perusahaan sosial yang diakreditasi.</p>	<p>F1 & F2</p>
	<p>28 Meningkatkan akses dan ketersediaan sumber dan program latihan khususnya bagi tenaga pengajar, mentor dan pembimbing di kawasan luar bandar dan pedalaman.</p>		
	<p>29 Membangunkan program bagi pesara yang mempunyai kepakaran dalam bidang yang berkaitan (Program Pementoran Senior) untuk menyumbang tenaga sebagai mentor dan perunding kepada perusahaan sosial.</p>		

TERAS STRATEGIK 4

MENINGKATKAN AKSES KEPADA SOKONGAN KEWANGAN



Strategi	Inisiatif	Petunjuk Prestasi Utama	Fasa
<p>S15</p> <p>Menggalakkan skim pembiayaan inovatif bagi perusahaan sosial</p>	<p>30 Mewujudkan Platform Pelaburan Perusahaan Sosial berpusat melalui perkongsian awam-swasta yang akan membolehkan pembiayaan alternatif seperti pendanaan ramai (<i>crowd sourcing</i>) dan pembiayaan antara rakan setara (P2P).</p>	<p>26 Penubuhan Platform Pelaburan Perusahaan Sosial berpusat.</p>	<p>F2</p>
	<p>31 Meneroka potensi skim pembiayaan inovatif baharu untuk perusahaan sosial melalui akses kepada sumber pembiayaan sedia ada sektor awam dan swasta.</p>	<p>27 Peningkatan nilai perolehan (total turnover) perusahaan sosial yang berdaftar.</p>	<p>F1 & F2</p>
	<p>32 Menyediakan insentif kepada sektor swasta bagi menggalakkan mereka menyokong sumber kewangan perusahaan sosial melalui pelaburan, kedermawanan, inisiatif tanggungjawab sosial korporat (CSR) dan</p>		<p>F1 & F2</p>
	<p>33 Memperkenalkan insentif cukai khas untuk menggalakkan pertumbuhan perusahaan sosial.</p>		<p>F1 & F2</p>
	<p>34 Meningkatkan program dana pelaburan bersama (<i>co-investment</i>) Kerajaan melalui penyediaan geran padanan yang bersamaan dengan nilai sumbangan oleh badan filantropi.</p>		<p>F1 & F2</p>
	<p>35 Menyediakan skim pembiayaan mikro untuk perusahaan sosial.</p>		<p>F1 & F2</p>

3 STRATEGI 9 INISIATIF 4 PPU

Strategi Inisiatif Petunjuk Prestasi Utama Fasa

<p>S16</p> <p>Meningkatkan akses dan ketersediaan bantuan pembiayaan untuk perusahaan sosial di pelbagai peringkat kitaran hayat perniagaan</p>	<p>36 Menyediakan pembiayaan khusus untuk perusahaan sosial di pelbagai peringkat kitaran hayat perniagaan.</p>	<p>28 Peningkatan nilai perolehan (<i>total turnover</i>) perusahaan sosial yang berdaftar.</p>	<p>F1 & F2</p>
--	--	--	--------------------

<p>S17</p> <p>Membangunkan jaringan keselamatan kewangan yang mampan bagi perusahaan sosial</p>	<p>37 Memperkenalkan skim jaminan kredit untuk perusahaan sosial yang berpotensi tinggi.</p>	<p>29 Pembangunan jaringan keselamatan kewangan bagi perusahaan sosial.</p>	<p>F2</p>
	<p>38 Mewujudkan dana kecemasan yang boleh diakses oleh perusahaan sosial semasa berlakunya krisis.</p>		<p>F2</p>

TERAS STRATEGIK 5

MENINGKATKAN AKSES KE PASARAN DOMESTIK DAN ANTARABANGSA



Strategi	Inisiatif	Petunjuk Prestasi Utama	Fasa
S18 Meningkatkan akses kepada perolehan kerajaan	39 Mewujudkan dasar perolehan Kerajaan untuk perusahaan sosial.	30 Pembangunan Dasar Perolehan Kerajaan untuk perusahaan sosial.	F1
	40 Menyokong pembangunan dan pembelian produk dan perkhidmatan yang ditawarkan oleh perusahaan sosial melalui perolehan sektor awam.	31 Peningkatan nilai perolehan (<i>total turnover</i>) perusahaan sosial yang berdaftar.	F1 & F2
S19 Meningkatkan keterlihatan produk dan perkhidmatan perusahaan sosial	41 Menyediakan akses untuk perusahaan sosial mempromosikan produk dan perkhidmatan mereka melalui pelbagai platform e-Dagang yang dipilih susun supaya bersesuaian dengan pelanggan yang disasarkan.	32 Peningkatan nilai perolehan (<i>total turnover</i>) perusahaan sosial yang berdaftar.	F1 & F2

3

STRATEGI

7

INISIATIF

4

PPU

Strategi

Inisiatif

Petunjuk Prestasi Utama

Fasa

S20

Memudah cara akses ke pasaran antarabangsa

42 Meningkatkan kesedaran mengenai peluang pasaran eksport dalam kalangan perusahaan sosial.

43 Menggalakkan penglibatan perusahaan sosial tempatan di konvensyen dan pameran perdagangan di peringkat serantau dan antarabangsa.

44 Menyediakan program eksport khusus untuk perusahaan sosial.

45 Memudah cara pematuhan standard kualiti serta pensijilan dan perundangan antarabangsa.

33 Peningkatan nilai perolehan (*total turnover*) perusahaan sosial yang berdaftar.

F1 & F2



PEMELIHARAAN ALAM SEKITAR DAN TINDAKAN IKLIM

Matlamat Keusahawanan Sosial

6

BAB 6 KESIMPULAN

KEBERHASILAN SEMy2030

SEMy2030 menetapkan hala tuju baharu pembangunan keusahawanan sosial di Malaysia melalui lima teras strategik, 20 strategi dan 45 inisiatif.

Rangka tindakan ini dibangunkan bagi menangani cabaran yang menghalang pertumbuhan dan perkembangan keusahawanan sosial di Malaysia.



Diakhir tempoh pelaksanaannya, SEMy2030 meletakkan matlamat seperti berikut:



“Menjelang tahun 2030, perusahaan sosial akan diiktiraf sebagai penyumbang penting dalam membangunkan Malaysia yang makmur, inklusif dan mampan.”



PENGHARGAAN

PEMEGANG TARUH

Agitos PLT

AlBukhary International University

Amma On Budget Enterprise

Animal Projects & Environmental Education Sdn. Bhd.

Aramaitica Enterprise

Asia Talent Sdn. Bhd.

Ata Plus Sdn. Bhd.

Austral Media Sdn. Bhd.

Baroka Blessed

Gasstn Sdn. Bhd.

Bernard Business Consulting Sdn. Bhd.

Biji-Biji Initiative

Borneo Specialty Coffee

BTOP Academy

Catalyst 2030

Comfort Aged Care Group PLT

Institut Koperasi Malaysia

Cradle Fund Sdn. Bhd.

Department of Statistics Malaysia

Did My Academy Sdn. Bhd.

Dignity For Children Foundation

Dr. Melissa Foo Suyin

Dumo

Eats, Shoots & Roots

EcoKnights

Edaberan Group Sdn. Bhd.

Everlasting Mus Sdn. Bhd.

FELCRA Berhad

Fuze Ecoteer Outdoor Adventures Sdn. Bhd.

GIATMARA Kudat

Gojob Sdn. Bhd.

Goodkids Sdn. Bhd.

GV Medhini Consultancy & Resources Sdn. Bhd.

Halaman Nurani Sdn. Bhd.

Happy And Lovely Kids Therapy Centre PLT

Havan Clothing

Homecrowd Sdn. Bhd.

Humankind PLT

In Global Venture

InspiraComm Sdn. Bhd.

Instech Global Resources

INTI International University

Jabatan Hal Ehwal Wanita Sabah

Jabatan Kebajikan Malaysia

Janz Technologies Sdn. Bhd.

Joes Barber Shop Langkawi

Jujucare Medic

JV Food Culture Sdn. Bhd.

Kementerian Belia dan Sukan

Kementerian Kewangan Malaysia

Kementerian Pembangunan Luar Bandar Malaysia

Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat

Kementerian Pengajian Tinggi

Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri

Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi

Kementerian Sumber Manusia

Kivatu Nature Farm

Kokoriu

Komuniti Tukang Jahit

Koperasi Tunas Muda Sg. Ara Bhd.

Koperasi Ekonomi Rakyat Selangor Berhad

Koperasi Kariah Masjid Alfalah

Koperasi Kemajuan Perikanan dan Nelayan Sabah

Koperasi Pembangunan Desa

Koperasi Qaryah Masjid Taman Bertam Indah Kepala Batas Berhad

Krayon Social Partnerships PLT

Lang Tengah Turtle Watch

Langit Collective (M) Sdn. Bhd.

LeapEd Services Sdn. Bhd.

Lembaga Hasil Dalam Negeri

Little Happiness Project

Malaysian Global Innovation & Creativity Centre

Malaysian Institute for Debate and Public

Speaking Group Sdn. Bhd.
Malaysian Technology Development Corporation
Majlis Amanah Rakyat
Masala Wheels
Maya Creations Sdn. Bhd.
Mereka Innovative Education Sdn. Bhd.
Mnhero Sdn. Bhd.
Moms Village Venture
Moor Leather and Craft
Mymedikal Healthcare Sdn. Bhd.
My Readers Resources
MyHarapan
NATlarts Global
Nazkids
NENO Malaysia
Neo-Uprise Services
Odd Technologies Sdn. Bhd.
Perbadanan Pembangunan Ekonomi Sabah
Persatuan Ibu Bapa dan Ahli Intervensi
Pertubuhan Kelainan Keupayan Pembelajaran
Philandure Sdn. Bhd.
Pinkcollar Employment Agency
Pitch Platforms Sdn. Bhd.
Pops Up Media
PT Foundation
Qalha Enterprise
Reef Check Malaysia
Riiicycle Tech Sdn. Bhd.
Rubber Industry Smallholders Development Authority
Rustic Borneo Craft
Sabah Creative Economy & Innovation Centre

Sabah Credit Corporation
Sabah Economic Development and Investment Authority
Sabah Ministry of Finance
Sabah Technopreneur Association
Saintis Ulung Sdn. Bhd.
Sama-Sama Spa
Sarawak Digital Economy Corporation
Sarawak Economic Development Corporation
Satu Creative Services Sdn. Bhd.
Saving Graze Sdn. Bhd.
Securities Commission Malaysia
Silent Teddies Bakery
SK Srikandi Sdn. Bhd.
SM Ecofarm
Social Enterprise Academy
Spirit Of 57 Sdn. Bhd.
Sunshine Master Care Sdn. Bhd.
Sunway iLabs
Sunway University
Supa Readers PLT
Superb Innovative Skills Sdn. Bhd.
Suruhanjaya Koperasi Malaysia
Tanoti Sdn. Bhd.
Taylor's Education Group
Temper & Sense Sdn. Bhd.
The Asli Co.
The Chamber of Social Entrepreneur Development Malaysia
Tuyang & Heart Initiative
Unit Pelaksanaan Dan Koordinasi Stimulus Ekonomi Antara Agensi Nasional

Unit Perancang Ekonomi
Universiti Sains Islam Malaysia
Universiti Malaysia Kelantan
Universiti Putra Malaysia
Universiti Teknologi PETRONAS
Yayasan Hasanah
Yayasan Inovasi Malaysia
Yayasan Sabah
Yayasan Waqaf Malaysia

PENERIMA MANFAAT

Adina Noraini Mohamed Affendy
Aminah Binti Jamal
Cyprian Taimin
Eddy Haslan
Ginik Bin Lunsin
Jennifer Tugung Michael
Joe Baxter Bernard
Junaida Lamaruna
Kavitha A/P Muniandy
Kelvin Usat Ibau
Lim Su Chin
Lorena Binsol
Lung Yen Jen
Norsiah Binti Chabo
Ong Kim Fah
Regina Jonnes Soding
Regina Shantini
Siti Latifah Binti Muhammad Shamsuddin
Vernadette Thomas
Viviene Richard

MENGARUS PERDANA PERUSAHAAN SOSIAL

MENORMALISASI IMPAK SOSIAL

KEMENTERIAN PEMBANGUNAN USAHAWAN DAN KOPERASI

Kompleks E,
Persiaran Sultan Sallahuddin Abdul Aziz Shah
Presint 1, 62000 Putrajaya,
Wilayah Persekutuan Putrajaya

@ webmaster@medac.gov.my

f OfficialMEDACMalaysia

📷 officialmedmalaysia

🐦 MEDACMalaysia

🌐 www.medac.gov.my

Hak Cipta Terpelihara.

Tiada mana-mana bahagian jua daripada penerbitan ini boleh diterbitkan semula atau disimpan dalam bentuk yang boleh diperolehi semula atau disiarkan dalam sebarang bentuk dengan apa jua cara elektronik, mekanikal, fotokopi, rakaman dan/atau sebaliknya tanpa mendapat izin daripada Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi Malaysia.

ISBN 978-629-96642-0-8



Rangka Tindakan
Keusahawanan Sosial
Malaysia 2030