



Sumber: Instagram Foodbike

Keusahawanan Sosial Bantu Golongan OKU

Oleh ISMA ADDI JUMBRI (Foto Penulis)

GOLONGAN orang kelainan upaya (OKU) dan isu yang berkaitan dengan peluang pekerjaan dalam kalangan mereka sentiasa mendapat perhatian khusus daripada kerajaan. Namun demikian, isu ini masih belum dapat ditangani sepenuhnya, malah terus menjadi isu sosial dan masalah dalam kalangan OKU. Pelbagai bantuan disediakan oleh kerajaan, seperti latihan, penempatan pekerjaan dan peluang pendidikan yang bertujuan untuk membuka ruang yang luas kepada mereka bagi mendapat pekerjaan.

Namun begitu, semua inisiatif itu masih tidak berupaya untuk mengatasi sepenuhnya masalah kekurangan peluang pekerjaan yang dihadapi oleh golongan OKU. Sehubungan dengan itu, kewujudan dan kehadiran keusahawanan sosial dilihat mampu memberikan impak yang positif bagi mengisi kekosongan peluang pekerjaan dalam kalangan mereka.

Apabila membicarakan perihal keusahawanan sosial, hal ini bukanlah suatu konsep yang baharu. Pada hakikatnya,

berdasarkan jurnal akademik, terma atau definisi yang berkaitan dengan keusahawanan sosial sudah mula diperkenalkan pada pertama kalinya dalam penulisan pada dekad 1960-an hingga dekad 1970-an. Pada era 1980-an hingga 1990-an, konsep ini mula digunakan secara meluas terutamanya oleh Bill Drayton, iaitu pengasas Yayasan Ashoka yang ditubuhkan pada tahun 1980.

Begitu juga dengan kehadiran Yayasan Schwab yang ditubuhkan pada tahun 1998 oleh Klaus Schwab, pengasas Forum Ekonomi Dunia dan isterinya, Hilde, telah melonjakkan keusahawanan sosial dengan lebih tinggi lagi apabila mereka memperkenalkan model inovasi sosial yang mampan dalam aktiviti keusahawanan sosial ini.

Konsep yang pada asalnya bermula daripada peradaban Barat, kemudian turut berkembang ke Timur. Antaranya termasuklah Grameen Bank (Bangladesh) yang terkenal dengan pendekatan mikro kredit dan tidak kurang juga Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM) yang menggunakan pendekatan yang sama seperti Grameen Bank serta Klinik Waqaf An-Nur yang menggabungkan sinergi antara pendekatan wakaf dan keusahawanan sosial.

Oleh itu, secara mudahnya konsep keusahawanan sosial ini mempunyai dua ciri penting yang sama, iaitu memahami isu sosial yang sedang dihadapi dalam masyarakat, dan yang kedua mencari solusi bagi menyelesaikan masalah sosial yang wujud melalui pendekatan keusahawanan atau perniagaan.

Seseorang usahawan sosial bukan sahaja perlu bijak merancang strategi, khususnya bagi mendapatkan bantuan kewangan atau dana, bahkan mereka harus berupaya memperoleh sumber dan sokongan daripada pihak tertentu untuk mencapai objektif keusahawanan sosial yang disasarkan. Sebagai contoh, jenama Foodbike dengan slogannya "*Proudly Served by Deaf Partners*" secara terang-terangan menzahirkan hasrat pemiliknya, iaitu Izat Izwan Idzian, yang telah mengorak langkah untuk mengimplementasikan keusahawanan sosial sejak awal penubuhan perniagaan beliau.

Semasa menyertai program anjuran Malaysian Global Innovation & Creativity Centre



(MaGIC) baru-baru ini, penulis berpeluang bertemu dan berbual dengan pemilik Foodbike ini. Menurut Izat, banyak kesukaran yang dihadapi beliau untuk merealisasikan impian bagi melihat keusahawanan sosial diterapkan dalam perniagaan yang diceburinya. Namun begitu, beliau terus kuat mengharungi suka duka dalam dunia perniagaan hingga kini.

Menurut beliau, ketika pada peringkat prototaip, atas dasar mahu mengisi kekosongan peluang pekerjaan yang dihadapi oleh golongan OKU, beliau mengambil dua orang pekerja; seorang kudung kedua-dua belah tangan akibat kemalangan dan seorang lagi menghadapi masalah pembelajaran (lembam). Dalam tempoh beberapa bulan mencuba prototaip perniagaan yang berpaksikan keusahawanan sosial, barulah Izat menyedari bahawa golongan OKU yang ingin dibantu ini kurang sesuai dengan konsep dan prototaip perniagaannya.

Pada masa itu, Izat dalam dilema, ibaratkan "ditelan mati emak, diluahkan mati bapa" kerana beliau benar-benar ingin membantu

Pekerja dan bakal usahawan yang terdiri daripada OKU bisu dan pekak.

Beliau mengambil pekerja dalam kalangan OKU bisu dan pekak serta melatih mereka menjadi usahawan dengan memiliki perniagaan sendiri.

golongan OKU ini supaya mereka bukan sahaja mempunyai pekerjaan, malah berupaya menjadi usahawan dengan memiliki perniagaan sendiri kelak.

Berdasarkan semangat “alang-alang menyeluk pekasam, biar sampai ke pangkal lengan” dan percaya akan ada pelangi yang indah muncul setelah badai melanda, anak muda ini beriltizam meneruskan misi keusahawanan sosial yang diusahakan beliau dengan mengambil pekerja dalam kalangan OKU bisu dan pekak pula serta melatih mereka untuk menjadi usahawan dengan memiliki perniagaan sendiri melalui konsep perniagaan francais mikro yang diperkenalkan beliau.

Kini beliau memberikan tumpuan pada golongan OKU pekak dan bisu kerana dirasakan bersesuaian dengan konsep perniagaan tersebut. Sebelum menyertai program MaGIC Accelerator Programme (MAP) Social Enterprise Track, pada peringkat awal beliau hanya ingin menghasilkan basikal beroda tiga untuk kafe bergerak bagi golongan OKU berniaga.

Selepas tempoh 15 minggu mengikuti program tersebut, hal ini telah memantapkan dan meluaskan idea perniagaan beliau kepada yang lebih besar dengan menjadi perintis pembekal peralatan, stok, menu untuk francais Foodbike dan latihan bimbingan serta pemasaran bagi golongan OKU yang benar-benar ingin mengubah hidup untuk menjadi usahawan. Untuk tujuan ini, beliau memperkenalkan skim sewa dan miliki perniagaan (*rent-to-own*) tanpa sebarang modal permulaan. Izat menegaskan bahawa konsep perniagaan ini juga tidak akan membebankan penerima bantuan dengan pinjaman terutama ketika permulaan perniagaan.

Menurut Izat, beliau pernah menghadapi saat getir sehingga terpaksa bertahan hampir 21 bulan untuk mendapatkan “gaji” pertama melalui Foodbike ini. Dahulu golongan OKU yang diambil bekerja agak

sukar untuk mendapat pendapatan RM600, kini ada golongan OKU yang mampu memperoleh pendapatan lebih daripada RM2000 sebulan. Ada golongan OKU bahkan kini sudah bergelar usahawan dengan menjalankan perniagaan Foodbike.

Seperti konsep asal perniagaan, pada awalnya beliau hanya menyasarkan matlamat sekadar untuk menghasilkan dan menjual basikal beroda tiga dengan konsep kafe bergerak. Walau bagaimanapun, pendedahan terhadap program MaGIC dan agensi lain berjaya memperluas konsep dan idea perniagaan Izat kepada misi keusahawanan secara komprehensif. Lebih menarik lagi, beliau bukan sahaja membawa agenda keusahawanan sosial dalam perniagaan, bahkan konsep asal basikal beroda tiga telah ditawarkan oleh syarikat My Food Bike Sdn. Bhd.

Pada peringkat permulaan, beliau mengadaptasi inovasi terkini basikal dengan menggunakan teknologi mesra alam, iaitu bateri lithium ion yang mampu bergerak 25 km sejam dan bertahan hingga perjalanan sejauh 50 kilometer. Kini bagi memudahkan operasi perniagaan yang diusahakan oleh golongan OKU, Izat memilih untuk menggunakan motosikal Modenas bagi konsep perniagaan beliau. Idea menggunakan motosikal yang kecil dan mudah alih ini menjadikannya lebih mesra pengguna, di samping mampu menembusi ruang terhad, seperti lobi pejabat, stesen MRT, kawasan trafik padat dan kompleks beli-belah, yang sukar ditembusi oleh perniagaan trak makanan.

Bagi memastikan misi keusahawanan sosial Foodbike dapat dicapai seperti sasaran, Izat turut bekerjasama rapat dengan pelbagai agensi yang lain, seperti OKU Sentral yang diasaskan oleh Ras Adiba Radzi, bagi mengenal pasti calon pekerja yang benar-benar tepat sebelum layak menjadi francais syarikat beliau. Golongan OKU yang berminat dengan pendekatan Foodbike ini akan ditemu duga serta perlu menjalani latihan yang disediakan, serta dinilai oleh pihak pengurusan Foodbike.

Mereka yang berjaya akan memasuki fasa seterusnya, iaitu francais mikro, yakni francaisor bukan sahaja memberikan latihan, bimbingan

Izat Izwan Idzian, pengasas Foodbike yang berteraskan prinsip keusahawanan sosial.



pemasaran, bekalan stok, pengurusan kewangan, motosikal elektrik beroda tiga yang dilengkapi dengan perkakas memasak yang nilai keseluruhan hampir RM20 ribu, bahkan mereka diberi modal bagi memulakan perniagaan.

Pemilihan perlu dibuat dengan teliti bagi memastikan hanya golongan OKU yang benar-benar memerlukannya yang mendapat kemudahan ini, seterusnya pendekatan keusahawanan sosial melalui francais mikro ini berupaya memberikan impak yang positif kepada golongan OKU.

Rentetan perkembangan positif keusahawanan sosial di Malaysia, MaGIC terus bergerak proaktif bagi mempromosikan keusahawanan sosial di Malaysia. Antaranya termasuklah program *Social Entrepreneurship (SE) Masterclass*, *SE Bootcamp*, *Social Entrepreneurship Accreditation (S.E.A)* dan Pemangkin Usahawan Sosial Hebat (PUSH). Berdasarkan pengalaman penulis yang terlibat dengan program bersama-sama MaGIC, program yang dirangka lebih bertenaga dan bersesuaian dengan cita rasa serta aspirasi belia pada masa ini. Atas sebab itu, tidak hairanlah ada dalam kalangan pemuda seperti Izat yang mengorak langkah melalui keusahawanan sosial.

Pada peringkat permulaan, melalui kerjasama dengan Yayasan CIMB, cawangan pertama Foodbike berjaya dilancarkan di bangunan Menara CIMB. Jenama Foodbike semakin dikenali dan kini keseluruhan jumlah cawangan Foodbike ialah empat buah, iaitu di Menara CIMB (Kuala Lumpur), Menara Southern Bank (Bukit Damansara), Universiti Monash dan Universiti Sunway (Bandar Sunway).

Menurut Izat, pada tahun 2020 ini, beliau menyasarkan 10 cawangan baharu akan dibuka. Beliau berkongsi pepatah Cina kuno yang selalu diingatnya, iaitu "beri seseorang ikan, anda hanya akan memberinya makan untuk sehari tetapi ajar dia memancing dan anda akan memberinya makan untuk selamanya". Atas prinsip inilah barangkali, beliau terus berusaha dan berfikiran kreatif untuk mencari penyelesaian inovatif bagi masalah yang dihadapi oleh masyarakat terutamanya yang melibatkan kalangan OKU.



Prototaip asal Foodbike yang menggunakan basikal roda tiga untuk konsep kafe bergerak.

Sebagai kesimpulannya, keusahawanan sosial dilihat mampu mengisi kekurangan peluang pekerjaan yang dihadapi oleh golongan OKU. Penerimaan peluang baharu dari pelbagai aspek keusahawanan sosial mampu memberikan sinar baharu kepada golongan OKU yang memerlukan pekerjaan. Bukan itu sahaja, jika golongan OKU ini diberi peluang, latihan dan bimbingan, tidak mustahil mereka juga berupaya menjadi usahawan kelak.

Berdasarkan pengalaman Izat, usaha murni ke arah keusahawanan sosial ini bukanlah semudah yang disangka memandangkan seseorang usahawan lebih-lebih lagi usahawan OKU perlu lebih tabah untuk menghadapi cabaran berkeusahawanan sosial ini.

Barangkali peribahasa Jepun ini boleh disemat di dalam hati "*nanakorobi yaoki*", iaitu "jatuh tujuh kali tetapi bangun lapan kali" yang bermaksud apabila kita mengalami kegagalan, janganlah berputus asa, terus berusaha sehingga berjaya. Bagi mereka yang berminat untuk menjadi rakan strategik dengan My Food Bike Sdn. Bhd., mereka dialu-alukan menghubungi Izat Izwan Idzian di izat@foodbike.my.

Keusahawanan sosial dilihat mampu mengisi kekurangan peluang pekerjaan yang dihadapi oleh golongan OKU.

Isma Addi Jumbri,
pensyarah di
Fakulti Pengurusan
Teknologi dan
Teknousahawanan,
UteM.