

# Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN

Briefing Notes for Indonesia



Co-funded by the European Union



Guidelines for the  
Promotion of Inclusive Business in ASEAN

Briefing Notes for Indonesia

## Table of Contents

<b>A. Overview of Inclusive Business (IB) and Opportunities to Collaborate in Indonesia .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Inclusive Business Promotion in ASEAN .....</b>	<b>2</b>
<b>C. 12 Policy Instruments to promote IB in ASEAN.....</b>	<b>3</b>
<b>D. Designing and implementing IB promotion policy instruments.....</b>	<b>3</b>
<b>Annex 1: Policy Instruments to promote IB in ASEAN.....</b>	<b>4</b>
<b>1. Strategy and action plan on IB enabling environment .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Institutionalising IB promotion.....</b>	<b>5</b>
<b>3. IB accreditation and registration .....</b>	<b>6</b>
<b>4. IB awareness raising .....</b>	<b>8</b>
<b>5. IB coaching for companies .....</b>	<b>8</b>
<b>6. IB investment incentives .....</b>	<b>9</b>
<b>7. Reducing impact investment risks .....</b>	<b>9</b>
<b>8. Promoting IB in public procurement.....</b>	<b>10</b>
<b>9. Targeting IB in existing private sector and other development programs.....</b>	<b>10</b>
<b>10. Linking IB to the social enterprise and corporate social responsibility agenda.....</b>	<b>11</b>
<b>11. Monitoring and reporting on IB results.....</b>	<b>11</b>
<b>12. Creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond .....</b>	<b>12</b>
<b>A. Gambaran Bisnis Inklusif (IB) dan Peluang Berkolaborasi di Indonesia .....</b>	<b>15</b>
<b>B. Promosi Bisnis Inklusif di ASEAN .....</b>	<b>16</b>
<b>C. 12 Instrumen Kebijakan untuk mempromosikan IB di ASEAN .....</b>	<b>17</b>
<b>D. Merancang dan mengimplementasikan instrumen kebijakan promosi IB.....</b>	<b>17</b>
<b>Lampiran 1: Instrumen Kebijakan untuk mempromosikan IB di ASEAN.....</b>	<b>18</b>
<b>1. Strategi dan rencana aksi penciptaan iklim yang mendukung IB .....</b>	<b>18</b>
<b>2. Kelembagaan dalam promosi IB .....</b>	<b>20</b>
<b>3. Akreditasi dan pendaftaran IB.....</b>	<b>20</b>
<b>4. Peningkatan kesadaran IB.....</b>	<b>22</b>
<b>5. Pembinaan IB bagi perusahaan .....</b>	<b>22</b>
<b>6. Insentif investasi IB.....</b>	<b>23</b>
<b>7. Mengurangi risiko investasi yang berdampak .....</b>	<b>24</b>
<b>8. Mempromosikan IB dalam pengadaan pemerintah.....</b>	<b>25</b>
<b>9. Menargetkan IB di sektor swasta dan program pembangunan lainnya .....</b>	<b>25</b>
<b>10. Menghubungkan IB ke perusahaan sosial (Social Enterprise/SE) dan agenda Corporate Social Responsibility (CSR) .....</b>	<b>26</b>

- 11. Pemantauan dan pelaporan hasil IB ..... 26**
- 12. Menciptakan sinergi untuk mempromosikan IB di wilayah ASEAN dan sekitarnya .. 27**



# Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN

## A. Overview of Inclusive Business (IB) and Opportunities to Collaborate in Indonesia

1. IB in Indonesia: In 2013 the first IB landscape study was prepared for Indonesia with support from the Asian Development Bank. The report comprises an analysis of 30 Inclusive Business cases especially in the agrobusiness sector and makes recommendations on promoting a better enabling environment for IB in the country. In a follow up, ADB organized a series of workshops to discuss how to best anchoring IB support in Indonesia.

2. In April 2016, the government set-up the IB and Innovation Task Force under the Coordinating Ministry for Economic Affairs (CMEA) to promote IB in the country.

3. In 2019, CMEA together with the Ministry of Cooperatives and SMEs, the Ministry of Health and the Ministry of National Development Planning/National Development Planning Agency (Bappenas) collaborated to develop a roadmap for IB in the wellness tourism sector in view of becoming the role model for Indonesia to further promote IB in other sectors. The proposed roadmap for IB in wellness tourism in Indonesia suggests promoting IB through four strategic intervention areas:

- Strategic commitment and coordination: Nominate and assign key government champions to lead on the promotion of IB in Indonesia
- Information and awareness: Raise awareness around the opportunities and positive financial, social and environmental impact of IB models in wellness tourism among government stakeholders and industry players and investors.
- Capacity building and market linkages: Provide technical assistance and capacity building support to increase the quality of IB models and capacity of low-income people to engage with the private sector.
- Incentives: Identify incentives that encourage the replication and scale of existing IB models in wellness tourism and facilitate traditional wellness companies to become more inclusive

## Contact

Mr. Totok Hari Wibowo, Senior Policy Analyst, Coordinating Ministry of Economic Affairs, Indonesia. [thw311210@gmail.com](mailto:thw311210@gmail.com)

Ms. Destry Anna Sari, Director of Business Consulting and Mentoring, Ministry of Cooperatives and SMEs, Indonesia. [dannasari@yahoo.com](mailto:dannasari@yahoo.com)

## Further information on IB in Indonesia

- Asian Development Bank (March 2013): Inclusive Business Landscape Study for Indonesia. <https://www.adb.org/sites/default/files/related/32751/INO%20-%20IB.pdf>
- ESCAP / iBAN (November 2019): Inclusive Business in Wellness Tourism in Indonesia. <https://artnet.unescap.org/sti/events/inclusive-business-wellness-tourism-in-indonesia>

## B. Inclusive Business Promotion in ASEAN

4. IB definition and overview in ASEAN: ASEAN defines Inclusive Businesses as businesses that provide goods, services, and livelihoods on a commercially viable basis, either at scale or scalable, to people at the Base of the economic Pyramid (BOP), making them part of the value chain of companies' core business as suppliers, distributors, retailers, or customers<sup>1</sup>. IB is implemented along three approaches, namely IB models, IB activities, and Social Enterprise initiatives.<sup>2</sup>

5. In 2017, the ASEAN leaders called for greater emphasis on creating an enabling environment for Inclusive Businesses and endorsed the ASEAN IB Framework. In 2018, the ASEAN Coordinating Committee on Micro, Small and Medium Enterprises (ACCMSME) took the lead to promote IB in the region. Since then, ASEAN and its member states have made significant progress in advancing the promotion of IB at both national and regional level through capacity building programmes, publication of reports and guidelines and development of national-level IB landscape studies. The regional Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN document was endorsed by the ASEAN Economic Ministers (AEM) at the 52<sup>nd</sup> ASEAN AEM Meeting in August 2020, providing a common non-binding reference document for ASEAN policymakers to further promote the IB agenda in the region. It provides an outline on how IB can be supported at the national level, and what institutional setup is required to do so, as well as provides recommendations on how to promote IB at the regional level.

6. The Inclusive Business (IB) agenda is a triple win for governments, businesses and people at the base of the economic pyramid, blending economic, commercial and social objectives and benefits. IB is a cross-cutting topic – its promotion and integration into national and regional policies require close collaboration with all relevant stakeholders from both the public and private sectors. It is thus pertinent that all stakeholders have the same understanding on the IB model, its potential avenues for applications as well as benefits to achieve a common objective in the promotion and integration of IB in national and regional policies.

7. IB as part of the post-COVID 19 re-building: IB can support efforts to rebound from the COVID-19 crisis and to build back better. Companies with IB models are innovative and their social impact is local. Many have established last-mile distribution and supplier outreach systems and understand the markets of the poor and low-income population. Governments providing financial support to the private sector in times of economic crisis are increasingly interested in linking their support to creating impact for the economy and building back a better future through encouraging changes towards inclusive business practices. Providing detailed information about the state of the IB sector generally would help lay the case for investors to re-engage with investments. Governments can also approach investors to discuss potential risk reduction strategies that could stimulate post-pandemic investments leveraging public sector spending.

---

<sup>1</sup> As per definition adopted in the ASEAN Inclusive Business Framework, which referred to the IB definition developed by the G20. <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/ASEAN-inclusive-Business-Framework.pdf>

<sup>2</sup> IB models integrate the poor into their core business, expect to realize market returns, and rely mainly on commercial funding. IB activities, on the other hand, integrate the poor into their value chain but only ancillary, such that the business may survive even without the IB activity. CSR activities often fall under this category. Finally, SE initiatives have explicit social impact objectives, but are not necessarily structured to maximize profit for investors.



## C. 12 Policy Instruments to promote IB in ASEAN

8. The Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN introduces 11 policy instruments to promote IB at the national level<sup>3</sup> and one (1) policy instrument on “creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond” to promote IB at the regional level. Description of each policy instrument appears in ANNEX 1.

## D. Designing and implementing IB promotion policy instruments

9. The process of formulating an IB promotion strategy: The development of IB policy instruments, which has emerged in ASEAN, follows a three-step process consisting of (i) scoping, landscaping and strategy recommendation development in public-private engagement; (ii) consultation, awareness-building and promotion through public-private dialogues; and (iii) steering, technical assistance and strategy implementation. The aim of the collaborative and participatory multi-stakeholder approach is to build a convincing case for IB and to create ownership and commitment which supports the transformation of the strategy recommendations into official government and private sector approved policy instruments according to the country’s specific processes.

10. Initial insights to implementing IB promotion policy instruments: IB is a private sector activity therefore policymakers need to involve private sector representative in the development and implementation of IB strategies. Although there is so far only limited experience in the implementation of IB policies, coordination mechanisms for public and private sector focal points in form of, for example Steering Groups, have been initiated. The level of institutionalization, from establishing a government programme to promote IB to adopting specific legislation to promote IB, will be an indicator of the future sustainability and impact of the IB strategy. The promotion of IB requires a core government budget to support the IB unit and coordination efforts. Government funding can leverage private funding from companies and investors. In addition, development partners may be interested to fund some elements of the IB strategy. Some promotion activities could be part of existing programmes.

## Important documents

- Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN (September 2020) <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/6.-ASEAN-IB-Promotion-Guidelines-Endorsed-at-the-52nd-AEM.pdf>
- The ASEAN IB Framework (August 2017) <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/ASEAN-Inclusive-Business-Framework.pdf>
- Advancing Enabling Policy Environment for Inclusive Businesses in Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) (September 2019) <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/Advancing-Enabling-Policy-Environments-for-Inclusive-Businesses-in-ASEAN-1.pdf>

---

<sup>3</sup> (i) strategy and action plan on IB enabling environment; (ii) institutionalisation IB promotion; (iii) IB accreditation and registration; (iv) IB awareness raising; (v) IB business coaching for companies; (vi) IB investment incentives; (vii) reducing impact investing risks; (viii) promoting IB in public procurement; (ix) targeting IB in existing private sector and other development programs; (x) linking IB to the social enterprise and corporate social responsibility agenda; (xi) monitoring and reporting on IB results

## Annex 1: Policy Instruments to promote IB in ASEAN

The Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN introduces eleven policy instruments for AMS, followed by one for ASEAN (creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond), to encourage the widespread adoption of IB in the ASEAN region with the details are as follows.

### 1. Strategy and action plan on IB enabling environment

Strategy for an IB enabling environment (IBee<sup>4</sup>). Inclusive Business as a new and cross-cutting topic is distinguished from sector or MSME policies. Therefore, a specific strategic framework is required which rationalizes policy options, draws in commitment of various stakeholders, and includes an action plan with budget and institutional structure for implementing IB promotion. While no ASEAN Member State (AMS) has an approved IB strategy so far, six countries have recently prepared either full-fledged IB strategy proposals (Cambodia, Malaysia, Myanmar, Philippines, Viet Nam), sector specific IB recommendations (Indonesia), or an IB bill and roadmap (Philippines). IBee strategies typically describe directions and cohesive programs to be implemented by government in partnership with other organizations to create a better enabling environment for IB. In some countries IB strategies are also referenced in broader medium-term socio-economic development plans or industrial or SME development strategies.<sup>5</sup>

IB strategies aligned with MSME development strategies. The ASEAN SME Policy Index 2018 identified that industrial clusters create an environment conducive to productivity gains, which are a factor of growth, and so form a structure that helps enterprises meet the challenges of international competition. Without SMEs as subcontractors and suppliers of intermediate inputs to multinational corporations (MNCs) and domestic large enterprises, industrial growth may not be able to sustain increasing domestic value, employment, productivity and industrial linkages.

The point of convergence between MSME and IB development objectives, and responsible agencies' success indicators, is the linkage. As MSME look for access to market through large companies (bottom-up approach), IB companies look to engage with MSMEs throughout their value chain (top-down approach). To foster alignment of IB and MSME promotion strategies the following steps can be undertaken by the IB and the SME focal agencies<sup>6</sup>:

- a. A review of the current state of MSME development plans and programs relevant to IB promotion can reveal concrete opportunities of alignment, such as support programmes for SME financing and support services.

---

<sup>4</sup> In Cambodia, the proposed strategy is named IBeeC (Inclusive Business enabling environment in Cambodia). This innovative naming refers to an active bee going around (enabling environment) collecting pollen (inputs) from different flowers (stakeholders) and transferring this into honey (IB support programs).

<sup>5</sup> For example, in Malaysia IB is a strategy in the National Entrepreneurship Policy 2030 (NEP 2030) and being considered as a strategy under the 12th Malaysia Plan; in Cambodia in the National Development Plan 2019-2023; and in the Philippines in the National Socio-Economic Development Plan. In all three countries, IB is also a topic in the SME development strategies.

<sup>6</sup> The Philippines' Department of Trade and Industry together with the Board of Investment developed in 2019/20 the Inclusive Business Roadmap with representative from the private, public and civil sector, which outlines alignment strategies of IB and MSME development.

- b. Such review can further identify national, provincial and local agencies-and their objectives -involved in MSME development, which could incorporate and implement IB strategy elements connected to MSME development.
- c. The following key strategic objectives have emerged to further promote inclusive business through convergence with MSME development programmes:
  - i. Encourage more provincial and local businesses to develop inclusive business models engaging with MSMEs.
  - ii. Coordinate the provision of support to build financial and technical capacities of IBs and MSMEs, for example by collaborating on MSME capacity development programmes.
  - iii. Build viable community partnerships that enable the emergence and growth of IB models and that provide access to markets for MSMEs.
  - iv. Facilitate the set-up of a central database/repository and a readily-accessible online portal for information and knowledge sharing as well as matching of IBs and MSME value chain partners.
  - v. Develop metrics or standards and a system to measure, monitor, and evaluate IB/MSME performance and impact.

Developing an IB strategy needs a committed champion: Because of the multi-sectoral character of IB, endorsing such strategies will require multi-agency support and engagement at high-level, both in the government's cabinet and in business associations. To this end, it is particularly important to find a strong and active champion in the government. At government level the development of an IB strategy could involve ministries of economy and finance, industry and trade, investment boards, and a key sector ministry being responsible for agrobusiness (as most IB models address income poverty and are related to agrobusiness and crafts).

IB strategies aim at encouraging the transformation of mainstream business models into inclusive business models: To this end, the recommended incentives focus first on creating a clear understanding of IB (information dissemination, awards, accreditation, systemic impact monitoring, etc.), enhancing business readiness, and reducing business investment risks. In addition, they may call for smart and targeted incentives and for mainstreaming IB promotion through existing SME development, sectoral and poverty reduction programs. The strategies also emphasize partnership between multiple implementation actors, especially in government (economic and finance as well as industry and trade ministries and their investment promotion bodies), business associations and impact investors.

A multi-year IB action plan is developed from the IB strategy: It describes the activities and inputs for implementing the objectives and targeted results of the IB strategy. The action plan includes a budget and explains the roles of the various stakeholders involved. It is linked to monitoring IB implementation and following up on commitments from government agencies, business associations, impact investors, business facilitators, development partners, and others.

## **2. Institutionalising IB promotion**

Dedicated IB strategy implementation bodies: Alongside the strategy development and identifying the leading champion for IB promotion in the government, it is important to establish the right coordinating and initiating bodies for IB promotion. Three important bodies emerged in AMS to institutionalize IB:

- Most importantly a central IB coordinating unit under the IB champion in a ministry is needed to arrange the implementation of the strategy. This IB unit could be located in the respective strategy department of the ministry, and comprise 2-3 persons working part-time on IB. The IB unit could have a small budget for hosting workshops, establishing and then populating a country-wide IB website, conducting IB studies, and preparing and coordinating the implementation of the action plan.
- The IB coordination unit should work with officially nominated IB focal points in selected government agencies and business associations. The IB focal points (usually 6 to 12) should meet regularly to discuss IB implementation in their specific constituency.
- A broader IB steering group could be responsible for monitoring the implementation of the IB action plan. It could meet quarterly to guide the direction of IB implementation. Such steering group would comprise of the IB focal points plus other key stakeholders active in IB promotion. Representatives from impact investors, business facilitators and development partners could be selected on a rotating basis. To build wide ownership of IB promotion, the steering group would be responsible for endorsing the IB action plan.

Keeping the momentum: As part of the IB policy formulation process, various AMS have already or are in the process of establishing a steering group (e.g. Myanmar), coordination unit (e.g. Cambodia, Malaysia, Philippines, Viet Nam) and a focal point (Cambodia, Myanmar). For those countries that are finalizing their policies, the next step would be to formally endorse and communicate the institutional structure, and to establish regular meetings and working realities. The IB coordinating unit could serve as the secretariat to the steering group.

### **3. IB accreditation and registration**

IB accreditation as core policy instrument: IB is a thematic concept that emphasizes impact and not company size or sector priorities as in other industry promotion policies. To endorse financial support to the private sector, the government needs a good rationale and targeting system. IB accreditation allows both by emphasizing that companies need to be viable (and hence government support is limited), achieve large scale social impact, and provide systemic and innovative contributions to development. IB is a new concept and terminologies of combining economic activities with social impact are often confusing, therefore a transparent and independent accreditation system is required to clearly identify such companies. Some AMS (like Cambodia, Malaysia, Myanmar, and Viet Nam) are currently exploring an IB accreditation scheme. Some (like Malaysia, Thailand, Singapore, Viet Nam) also have a social enterprise accreditation or registration system, which could be broadened to include also IB or linked to a separate IB accreditation (discussion in Malaysia and Viet Nam).

Principles of IB accreditation: Eleven basic principles to IB accreditation are outlined below:

- 1) Companies can apply voluntarily and IB accreditation shall be different from eventual IB registration for incentives.
- 2) The IB accreditation system assesses IB business lines (not the whole company) based on 40 more detailed criteria—see Annex 5 and Annex 6 of the guidelines document—and against sector benchmarks for small (offering the opportunity to integrate Social Enterprise (SE), and medium and larger companies).
- 3) The assessment is based on both past performance and the realistic application of a forward looking (3 years) business plan.
- 4) Furthermore, the IB accreditation is not given once for all, but needs to be confirmed every 3 years.

- 5) A composite rating tool<sup>7</sup> with a set of transparent criteria, sector benchmarks reflecting different company sizes and country realities, and a common weighting<sup>8</sup> and scoring<sup>9</sup> principle is used to assess all business lines on their IB potential.
- 6) A company needs to pass some minimum score to be qualified as IB.<sup>10</sup> Companies with environmental, social and governance (ESG) safeguard and responsible business standards below a certain threshold will be disqualified.
- 7) Companies with good IB strategic intent and ratings close to the minimum thresholds can be classified as potential IB, while others exceeding the minimum scores are classified as IB. Potential IB could have access to incentives (e.g. business coaching) but would qualify for financial incentives only, if the IB line's projected impact is achieved.
- 8) Small, medium and large companies are rated on the same criteria, but rating benchmarks consider the three company sizes.
- 9) The accreditation is based on a detailed assessment of the IB line through independent advisory firms. To enhance ownership among the business community, the final rating is jointly performed by representatives from government and business associations.
- 10) The results of IB accreditation are transparently publicized and IB awards being given to enhance branding of such companies.
- 11) IB rating is linked to receiving IB incentives. Recognition and awards are the minimum incentives a government can give. Other financial, technical, market, and input access incentives are further outlined below; AMS may decide which of these incentives they wish to open for IB.

Encouraging the transformation of potential IB: To this end, (a) applying a dynamic understanding and theory of change for reporting scale, depth and transformative character of the social impact, and (b) encouraging companies with potential IB models to make the transition towards IB are important. The accreditation system allows for identifying potential IB models, and such companies could receive specific support like business coaching. For the government and other actors in the ecosystem, transforming potential IB into fully matured IB models is the key for widespread adoption of IB

IB registration as an enhanced policy instrument: In case a government decides to also provide financial incentives, companies with an inclusive business model need to undergo a registration process. Such a registration process can be a stand-alone process, or one that is integrated in registration processes for other investment promotion incentives (as in the Philippines).

---

<sup>7</sup> The advantage of a composite rating tool against principles of assessment by exclusion, is that companies can be eligible for IB even if they are weak in some criteria. Another advantage is that all company sizes can be assessed under the same methodology, with different benchmarks used for small, medium or large companies.

<sup>8</sup> Commercial and social ratings have similar weights with social rating slightly higher, while BoP innovation has a much smaller weight. While criteria are uniform for all AMS, the weights can be adjusted to the specific country conditions.

<sup>9</sup> The assessment would rate each of the 39 criteria in high-medium-and low results which are transferred into numbers 1-6. These rates are then multiplied by the weights for each criterion to achieve a specific score.

<sup>10</sup> A company's business line would qualify as IB, if it achieves minimum overall and section scores. An indicative overall score for IB could be 3.2, a minimum financial score 1.2 (sum of commercial score, business innovation and technology innovations), a minimum social score 1.5 (sum of social impact and social innovation), an innovation score 0.4, and an IB strategic intent score could be a minimum of 3.

#### 4. IB awareness raising

Need to raise awareness of IB: Apart from an increasing number of IB thought leaders and public and private sector pioneers, IB is still not well known in most AMS among policy makers, businesses, or the public. Therefore, it is important to generate awareness at different levels, mostly among business leaders (so that they see the potential of IB markets) and among government agencies (so that they understand the role IBs can play in achieving their mandates, and how they may promote IB). Knowledge sharing and advocacy is therefore a critical component of IB promotion.

Business associations are best suited to undertake this towards the private sector. However, some government agencies are also well-placed to prepare and disseminate knowledge on IB through numerous activities, such as preparation and dissemination of information material – among others – multimedia, printed information and promotion materials, films and radio features as well as newspaper articles. Organisation and participation in workshops and seminars, capacity building programs, and international events could also be considered. Having a country-wide IB website, to which key stakeholders contribute and is linked to global IB platforms<sup>11</sup> could be a simple and highly effective way of awareness raising. Finally, recognising the achievement and societal contribution of IB companies through national IB Awards may also increase the understanding and awareness among the public and private sectors on the IB model. Proposed nomination and selection criteria appear in the Annex 7 of the guidelines document.

#### 5. IB coaching for companies

Rationale for IB coaching: Impact investors suggest that the lack of investment readiness is the main bottleneck for investing in companies with IB models. This readiness is related to both commercial viability as well as social impact. At the same time, there are companies without IB models or already with potential IB models which would like to transition into IB but have not yet fully develop such business lines. A program of IB coaching is a tool to support such companies making the transition to IB, while helping to improve investment readiness, commercial viability and enhance social impact. The government could set up a business coaching facility, which helps companies through focused and practical technical assistance improving the IB model.

Content of IB coaching: IB coaching would comprise an overall strategic business discussion resulting in a general orientation for an IB focused business plan of the company. The target audience would typically be high-level decision makers in a company. Other forms of business coaching can comprise matchmaking with impact investors. Yet another component of business coaching could be marketing to the BoP, managing environmental and social risks through supply chain due diligence<sup>12</sup>, or business processes advice, for which sector experts would be needed. These different coaching activities would require between 1 to 30 person-days of intermittent input with longer time support commitment. To meet the diverse requirements of expertise, a network of IB trained national and international experts could be established.

Delivering IB coaching and its costs: As one-on-one coaching is expensive, innovative cost-reducing approaches are required to make the coaching feasible. IBs coaching can be given to the company on

---

<sup>11</sup> such as [www.inclusivebusiness.net](http://www.inclusivebusiness.net).

<sup>12</sup> Such training could be based on internationally recognized instruments such as the [OECD Due Diligence Guidelines for Responsible Business Conductor](#) relevant sectoral OECD due diligence instrument.

a grant basis with a mechanism for the company to cost-share a certain percentage in case of successful IB business. That would create a revolving fund for making the IB coaching facility more sustainable. Given that business associations are very close to company clients, IB coaching could best be coordinated by one business association working in cooperation with other stakeholders, notably impact investors and development partners.

## **6. IB investment incentives**

Include IB as a separate category in the existing investment incentives: Many countries have specific investment incentives for industries of high national priority. Such incentives typically include favorable tax regimes, import and export incentives, technology and foreign workers incentives, profit transfer regulations, benefits through industrial zones etc. Such financial incentives may be an important consideration for mainstream companies to begin the development of IB models. Including IB as a category in existing incentive packages is therefore a possible policy option if cost benefit or social benefit analysis confirms it. Eligibility schemes could be aligned with IB accreditation principles and adjusted to the specific incentives scheme in terms of context specific considerations. The Philippines' Board of Investments included the IB model as one of the preferred activities in its Investments Priority Plan 2017-2019, in which IB projects may qualify for income tax holiday. From its piloted IB assessment criteria, three impact targets and three innovation features were included in the registration requirements.<sup>13</sup>

IB can be used to rationalize incentives: In most AMS incentives are being given for investing in sectors identified by the government as priority for growth. IB is undertaken in many of those sectors but goes beyond the sector focus by being a societal priority for growth and development, and for creating greater inclusion. Including IB as a cross-cutting topic can so help AMS investment boards to further rationalize existing incentives and prioritize those companies that bring high social impact. IB accreditation would be a precondition for accessing such incentives.

## **7. Reducing impact investment risks**

The rationale for investment support. MSMEs face challenges of obtaining financing due to the preference of the banks not to take the risk and the administrative preference to deal with larger companies. Most SME financing programmes address this challenge and establish separate credit lines for the SMEs. Companies with IB models, however, have potential access to financing for example from impact investors, provided they can present a strong business and social impact plan, and the potential investors finds ways of reducing its perceived investment risks. While IB support will address investment readiness through IB coaching, readiness of investors can be encouraged by establishing a risk reduction financing facility.

Investment risks of IB: There are two reasons, why financial institutions perceive the investment risks in IB companies as high: First, it is assumed that working with the BoP (having less capital and hence less purchasing power and less repayment capacity) may incline higher risks for doing business with or through them. Another reason is that risk mitigation measures IB companies put in place are not fully understood due to the unfamiliarity of IB among mainstream financial institutions. Hence, not a separate credit line for IB financing is recommended, but a facility that can help in reducing the risks of

---

<sup>13</sup> The targets encompass relevancy (% value of total cost of goods sold sourced from MSEs), reach (number of BoP engaged, of which at least 30% are women) and depth (% increase in average income). The innovation features comprise the provision of technical assistance, facilitation or provision of access to finance and provision of inputs and/or technology.

impact investors in IB. Such risk reduction facility would be welcomed by impact investor, development banks and even some commercial banks. Such facility would also reduce the costs for the government to stimulate IB financing while at the same time actively encourage investments in IB.

Design as a pay-for-success blended finance facility: An innovative blended finance facility is different from a traditional guarantee instrument as it creates a modality where the public sector can co-invest equity or debt in a business of societal value without subsidizing that investment. The government – through the risk reduction facility – would co-invest with the investor. The financing will be used to reduce the investment risk and unleash financing from impact investors in accredited IB companies. In case the investment achieves the planned social outcomes but does not meet the agreed financial returns, the government investment will be converted into a grant. If the investment is commercially and socially successful, it will be paid back. Such risk reducing financing tools based on payment for outcome are used for example in Latin America by the Inter-American Development Bank in IB and are getting more common in Asia. Development partners and banks could be approached to initially finance the facility with long term (15-25 years) government repayment.<sup>14</sup>

## **8. Promoting IB in public procurement**

Promoting procurement from companies with IB models and social enterprise (SE) initiatives: Public procurement is internationally an often-used, but controversial, policy instruments to benefit those delivering social or environmental benefits and passing minimum quality criteria. Typically, procurement rules emphasize cost effectiveness, quality and adequacy of delivery, as well as good governance and adhering to social and environmental safeguard standards by the firms. In result, many of those goods are imported instead of sourced locally. Alternatively, the government could also develop mechanisms giving preference to inclusive business and social enterprises, through targets or impact related selection criteria, while ensuring business integrity<sup>15</sup> in the procurement process. Since procurement is often undertaken in a decentralized way, it would require a committed central agency to establish a general rule of IB targeting and then agree it with line agencies. So far, no AMS has such specific rules for IB or SE targeting in public procurement.

Public procurement in COVID-19 recovery program: If implemented, IB targeting in public procurement could create a major demand for products produced by the BoP, and hence generate big impact on new income generation opportunities for the poor. Especially in post COVID-19 recovery times, such IB targeting could create quick effects for the poor most seriously affected by the pandemic.

## **9. Targeting IB in existing private sector and other development programs**

SME development programs: Many AMS have active and well-funded MSME development programs and effective administration to implement. As ACCMSME is the focal point for IB in ASEAN, several countries decided to bring the IB agenda under this MSME administration (for example, Cambodia,

---

<sup>14</sup> In preliminary discussions in Cambodia, Myanmar and Viet Nam for example, multilateral development banks like ADB and development partners like Agence Française de Développement (Afd), Department for International Development (DFID), Japan International Cooperation Agency (JICA), and Korea International Cooperation Agency (KOICA) showed initial interest in engaging in such risk reduction facility. However, this would require more active initial involvement by the AMS governments.

<sup>15</sup> The Business Integrity Hub at the OECD provides specific guidance on integrity in procurement (see <https://www.oecd.org/corruption-integrity/Explore/Topics/business-integrity.htm>).



Malaysia, Philippines, Viet Nam). They are conscious that promoting IB is an effective way to reach MSMEs indirectly. To fully capitalize on the potential of IB in terms of inclusive growth, IB promotion is a task that needs to go beyond SME promotion objectives and institutional structure. AMS where IB promotion is under SME agencies could immediately start with IB promotion if they would target IB in their own financed existing SME support programs.<sup>16</sup>

Poverty reduction programs: A similar assessment can be done for poverty reduction programs. As part of the landscape study for Malaysia, it was found that a 5-10% of the existing funding for SME and B40 inclusion programs could meaningfully be targeted for IB companies. Setting specific quota for IB in existing SME programs might also be an option, because the same agency would then promote IB and SME development. In general, AMS can review, which SME development and poverty reduction programs may be best suited to promote IB and how IB could be best targeted in such programs.

## **10. Linking IB to the social enterprise and corporate social responsibility agenda**

Linking the social enterprises (SE) and corporate social responsibility (CSR) agendas to IB provides opportunities to scale-up impact: Since early 2010s various AMS engaged in discussions on how to promote SE, CSR, and more responsible business action, notably the middle-and higher-income countries. These developments are reflected in several ASEAN documents such as the ASEAN SME Policy Index 2018<sup>17</sup> and the ASEAN Socio-Cultural, Economic, and Political-Security Community Blueprints 2025<sup>18</sup>. Some AMS have established specific SE regulations<sup>19</sup>, such as Thailand and Malaysia. Several AMS have integrated CSR into their national policies, strategies or laws, as well as into economic instruments<sup>20</sup>. Developing a clear linkage between IB, SE and CSR policy instruments can guide companies towards higher economic growth and scaled up impact. For example, the IB accreditation system could be adjusted for use also for SEs. SE and CSR promotion agencies could be made aware of IB and synergies be explored. They could actively engage in providing information on IB and guidance on opportunities of transformation from non-profit SE into SE initiatives and from traditional CSR into IB activities and subsequently IB models.

## **11. Monitoring and reporting on IB results**

What gets measured will be achieved: While IB is a rapidly emerging agenda all over Asia and globally, there is very little reporting on systemic results of IB beyond case studies of companies. On the other side, the success of IB solutions can be measured, since such results are related to business revenue, beneficiary reach, and structural changes such companies make to the quality of life of the poor and low-income people.

---

<sup>16</sup> For example, Malaysia has discussed such approach, and some initial suggestions were made in the landscape study which programs would best suit including IB and how much funding (or companies) could be targeted.

<sup>17</sup> [ASEAN SME Policy Index 2018](#) includes a chapter on Social Enterprises and Inclusive Entrepreneurship, which tracks the progress made by all 10 AMS, OECD

<sup>18</sup> All ASEAN Socio-Cultural, Economic, and Political-Security Community Blueprints 2025 include references to CSR.

<sup>19</sup> More on regulation for SE in [Compendium of good practices for SE, OECD](#)

<sup>20</sup> For example, Thailand has developed a National Action Plan on Business and Human Rights; Myanmar 2016 Investment Law includes explicit objectives to responsible investment; the EU-Vietnam Free Trade Agreement includes a sustainability chapter.

Regular reporting on national and ASEAN level: To further monitor the economic and social impact of IB and encourage transition to IB, regular reporting can be instrumental. This could be done by the IB unit based on inputs from various government agencies and business associations. It can also be linked to the reporting on the private sector's contribution to achieve the Sustainable Development Goals (SDGs). The landscape studies could be used as a benchmark against which developments can be compared. Regional exchange at ASEAN level on the results of such studies would further enhance learning from each other.

## **12. Creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond**

ASEAN's role to promoting IB to date: Since 2017, ASEAN and the ASEAN-BAC have been active in promoting knowledge exchange and IB examples through supporting ASEAN IB summits (2017 and 2019), and IB awards (2017). ASEAN has also supported work on the IB policy agenda by endorsing the ASEAN IB Framework (2017), conducting a capacity building initiative (2018-2019) and preparing the Guidelines for the Promotion of IB in ASEAN (2020). Some AMS actively used their role as chair of ASEAN to promote IB. Some countries also introduced the IB topic to the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) body when they chaired APEC.<sup>21</sup> ASEAN is perhaps the most active regional body globally engaging in and promoting the IB agenda.

Connecting IB promotion to the ASEAN social development agenda: In ASEAN, IB is institutionally anchored under ACCMSME, the Coordinating Committee for Micro, Small, and Medium Enterprise, as part of the ASEAN Economic Community (AEC). So far, there is no link to the work of the ASEAN Socio-Cultural Community (ASCC), which is committed to "... lift the quality of life of the ASEAN people, ... reduce vulnerability and improve the opportunities and welfare of the socially less favorable and excluded...". The ASCC Blueprint 2025 makes specific reference to the inclusive growth agenda under the AEC and the promotion of "... more equitable access to opportunities for all ASEAN people, including the vulnerable and marginalized groups...". In addition to increasing income for the poor where most of the IB examples are active, IB also focus on delivering affordable and accessible goods and services with high relevance for the poor and low-income people. This second dimension is very much linked to the work of ASCC. There are many good examples, where the private sector supplements or even provides services for the poor and vulnerable people in an efficient, innovative, cost effective, valuable and inclusive ways. Programs implemented by AMS members of the ASCC especially for poverty reduction can make use of such innovations of the private sector delivered by IB companies. Hence there exists an opportunity to work closer with the various chapters under ASCC such as for sector policies (health, education, and social welfare and development) and for cross sectoral themes (rural development and poverty reduction, women empowerment, and labor). ACCMSME could reach out to ASCC institutions to start such dialog.

Connecting IB promotion to the SDG agenda: IB is one of the contributions of the private sector to achieving the SDGs. Due to its core feature of engagement with the BoP, IB contribute in the first instance to SDG 1 – No poverty. In addition and depending on the sector and the business, one or several other SDGs are also supported.

A new phase of ASEAN IB involvement: Going forward, at regional level, the following potential activities have been identified through which ASEAN could further support the promotion of IB:

---

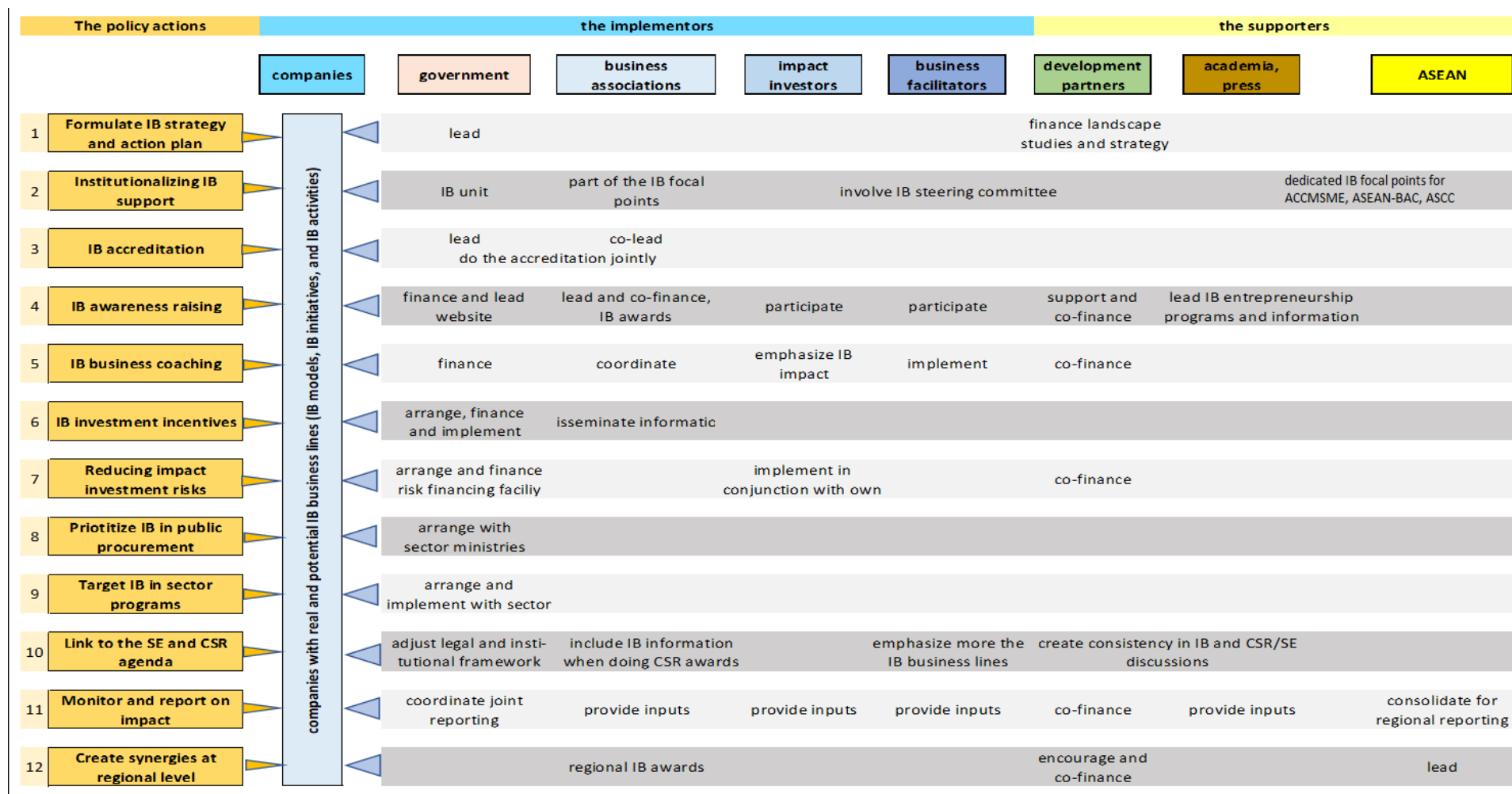
<sup>21</sup> For example, a regional IB study on APEC was done in 2016 and discussed during the 2017 APEC meetings.

- identifying a dedicated IB focal point in ACCMSME;
- continuing to host IB summits and IB awards. The nomination and selection criteria of ASEAN IB Award, which may be used to recognize IBs at both the national and regional level, appear as Annex 7 of the guidelines document;
- bringing together national IB focal points beyond the IB summits to exchange more deeply on IB policy implementation;
- facilitating the exchange of knowledge and approaches on IB, including on IB accreditation and on monitoring IB impact;
- continuing the collaboration with the private sector through ASEAN-BAC and its Joint Business Councils;
- committing to report on a biannual basis on advances made on the promotion of IB and the impact generated;
- establishing an ASEAN-wide IB website, linked to the national IB websites of AMS and global digital platforms;
- highlighting ASEAN achievements of IB promotion at regional and global level and actively participating in international discussions, representing Southeast Asia;
- engaging with development partners to secure technical and financial commitment for supporting AMS to implement IB policy development and promotion; and
- Furthermore, ASEAN and the AMS could share their good progress in IB promotion and achieving socio-economic results for the BoP through private sector solutions, with other regions through establishing South-South dialogues.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> For example, back-to-back to the 2019 IB summit, such south-south dialogue was organized by iBAN together with Cambodia, Malaysia, Viet Nam and Nigeria. The government of Nigeria and its business associations very much welcomed that learning and are now in the process of doing a similar landscape studies with policy recommendations for IB promotion.

## Overview of IB policy instrument and the potential roles of key stakeholders



# Pedoman Promosi Bisnis Inklusif di ASEAN

## A. Gambaran Bisnis Inklusif (IB) dan Peluang Berkolaborasi di Indonesia

1. IB di Indonesia: Pada tahun 2013, penyusunan studi lanskap Bisnis Inklusif (IB landscape study) telah dilakukan di Indonesia dengan dukungan dari Asian Development Bank (ADB). Laporan ini berisi analisis dari 30 kasus Bisnis Inklusif terutama di sektor agrobisnis, yang memuat sejumlah rekomendasi untuk meningkatkan iklim pendukung bagi IB di Indonesia. Sebagai tindak lanjut, ADB menyelenggarakan serangkaian lokakarya (workshop) dalam rangka memberikan dukungan terhadap pengembangan IB di Indonesia.

2. Pada April 2016, pemerintah membentuk Gugus Tugas IB dan Inovasi di bawah Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (Kemenko Perekonomian) untuk mempromosikan IB di Indonesia.

3. Pada tahun 2019, Kemenko Perekonomian bersama Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Kesehatan, dan Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) telah berkolaborasi untuk menyusun peta jalan (*roadmap*) IB di sektor wisata kebugaran (*wellness tourism*) sebagai acuan bagi Indonesia untuk lebih mempromosikan IB di sektor lain. Peta jalan yang diusulkan untuk pengembangan IB di sektor wisata kebugaran di Indonesia ini memberikan sejumlah rekomendasi untuk mempromosikan IB melalui empat bidang intervensi strategis:

- Peningkatan komitmen dan koordinasi strategis: Menunjuk dan menugaskan lembaga pemerintah terkait untuk memimpin promosi IB di Indonesia
- Peningkatan informasi dan kesadaran: Meningkatkan kesadaran terkait peluang dan dampak finansial, sosial, dan lingkungan yang positif dari model IB dalam wisata kebugaran di kalangan pemerintah, pelaku industri, dan investor.
- Peningkatan kapasitas dan akses pasar: Memberikan pendampingan teknis dan dukungan peningkatan kapasitas untuk meningkatkan kualitas model IB dan kapasitas masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalin kemitraan dengan sektor swasta.
- Pemberian insentif: Mengidentifikasi insentif yang dapat mendorong replikasi dan perluasan cakupan model IB di sektor wisata kebugaran serta memfasilitasi perusahaan di sektor kebugaran tradisional agar menjadi lebih inklusif.

## Kontak

Bapak Totok Hari Wibowo, Analis Kebijakan Senior, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Indonesia. [thw311210@gmail.com](mailto:thw311210@gmail.com)

Ibu Destry Anna Sari, Asisten Deputi Konsultasi Bisnis dan Pendampingan, Kementerian Koperasi dan UKM, Indonesia. [dannasari@yahoo.com](mailto:dannasari@yahoo.com)

## Informasi lebih lanjut tentang IB di Indonesia

- Asian Development Bank (Maret 2013): Studi Lanskap Bisnis Inklusif untuk Indonesia <https://www.inclusivebusiness.net/sites/default/files/2022-05/143129604-Vega-Apr-2013-INO-IB-Final-5%20%28Indonesia%29.pdf>
- ESCAP / iBAN (November 2019): Bisnis Inklusif dalam Wisata Kebugaran di Indonesia <https://artnet.unescap.org/sti/events/inclusive-business-wellness-tourism-indonesia>

## B. Promosi Bisnis Inklusif di ASEAN

4. Definisi dan gambaran IB di ASEAN: ASEAN mendefinisikan Bisnis Inklusif sebagai model bisnis yang dapat menghasilkan barang, jasa, dan berperan sebagai mata pencaharian yang layak secara komersial, dalam skala usaha tertentu, bagi masyarakat yang hidup di dasar piramida (*Base of Pyramid/BoP*) ekonomi, dan menjadikannya sebagai bagian dari rantai nilai bisnis perusahaan, baik sebagai pemasok, distributor, pengecer, atau pelanggan<sup>23</sup>. Implementasi IB dilakukan melalui tiga pendekatan, yaitu model IB, aktivitas IB, dan inisiatif Perusahaan Sosial (*Social Enterprise*).<sup>24</sup>

5. Pada tahun 2017, para pemimpin ASEAN telah bersepakat untuk mendorong terciptanya iklim yang mendukung pengembangan Bisnis Inklusif melalui penyusunan Kerangka Kerja IB ASEAN (ASEAN IB Framework). Pada tahun 2018, *ASEAN Coordinating Committee on Micro, Small and Medium Enterprises (ACCMSME)* telah menginisiasi pelaksanaan promosi IB di ASEAN dan membuat kemajuan yang signifikan dalam memajukan promosi IB di tingkat nasional dan regional melalui program peningkatan kapasitas, penyusunan, serta publikasi laporan dan pedoman (*guidelines*), sekaligus pengembangan *landscape study* IB tingkat nasional. Dokumen *Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN* telah disahkan oleh para Menteri Ekonomi ASEAN (AEM) dalam Pertemuan AEM ASEAN ke-52 bulan Agustus 2020, sebagai dokumen referensi umum yang tidak mengikat bagi pembuat kebijakan ASEAN untuk lebih mempromosikan agenda IB di wilayah tersebut. Dokumen ini memuat garis besar terkait upaya dukungan yang dapat dilakukan bagi pengembangan IB di tingkat nasional dan pengaturan kelembagaan yang diperlukan, serta sejumlah rekomendasi dalam mempromosikan IB di tingkat regional.

6. Agenda Bisnis Inklusif (IB) memberikan peluang bagi pemerintah dalam mendorong usaha dan masyarakat di dasar piramida ekonomi, mendukung pengembangan ekonomi terpadu yang memberikan dampak ekonomi dan sosial yang positif. Karakteristik IB yang bersifat lintas sektoral memerlukan kerja sama yang baik antar pemerintah maupun swasta dalam hal integrasinya ke dalam kebijakan nasional dan regional. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang seragam antar pemangku kebijakan dalam hal model IB, penerapan IB, maupun manfaatnya dalam promosi serta integrasi IB ke dalam kebijakan nasional dan regional.

7. IB sebagai bagian dari pemulihan ekonomi pasca-COVID-19: Penerapan IB dapat mendukung pemerintah dalam upaya pemulihan ekonomi pasca-COVID-19. Perusahaan dengan model IB tidak hanya bersifat inovatif tetapi memiliki dampak sosial yang bersifat lokal. Banyak dari perusahaan tersebut memiliki sistem distribusi jarak jauh dan pemasokan bahan yang berasal dari masyarakat kurang mampu dan berpenghasilan rendah. Pemberian dukungan finansial ke sektor swasta di masa krisis ekonomi akan menjadi peluang bagi pemerintah untuk menjalin kemitraan dengan sektor swasta dalam mengembangkan bisnis inklusif guna mendorong perekonomian. Penyediaan informasi mengenai potensi sektor IB diharapkan akan mendorong investor untuk memberikan investasi. Selain itu, pemerintah juga dapat berkolaborasi dengan investor untuk membahas strategi pengurangan

---

<sup>23</sup> Sesuai definisi yang diadopsi dalam ASEAN Inclusive Business Framework yang mengacu pada definisi IB yang dikembangkan oleh G20. <https://asean.org/wp-content/uploads/2012/05/ASEAN-InclusiveBusiness-Framework.pdf>

<sup>24</sup> Model IB mengintegrasikan masyarakat kurang mampu ke dalam bisnis inti suatu perusahaan, berharap untuk mewujudkan pengembalian pasar dan mengandalkan terutama pada pendanaan komersial. Di sisi lain, aktivitas IB mengintegrasikan masyarakat kurang mampu ke dalam rantai nilai mereka tetapi hanya sebagai tambahan, sehingga bisnis dapat bertahan bahkan tanpa aktivitas IB. Aktivitas CSR sering termasuk dalam kategori ini. Terakhir, inisiatif Perusahaan Sosial memiliki tujuan dampak sosial yang eksplisit, tetapi tidak harus terstruktur untuk memaksimalkan keuntungan bagi investor.

potensi risiko yang diharapkan mampu menciptakan investasi pasca-pandemi yang mendorong pembelanjaan di sektor publik.

### C. 12 Instrumen Kebijakan untuk mempromosikan IB di ASEAN

8. Pedoman Promosi Bisnis Inklusif di ASEAN memuat sebelas (11) instrumen kebijakan untuk mempromosikan IB di tingkat nasional<sup>25</sup> dan satu (1) instrumen kebijakan tentang “membangun sinergi untuk mempromosikan IB di kawasan ASEAN dan sekitarnya” dalam rangka mempromosikan IB di tingkat regional. Penjelasan dari setiap instrumen kebijakan tercantum dalam LAMPIRAN 1.

### D. Merancang dan mengimplementasikan instrumen kebijakan promosi IB

9. Proses perumusan strategi promosi IB: Pengembangan instrumen kebijakan IB dilakukan melalui tiga langkah, antara lain (i) identifikasi ruang lingkup (*scoping*), penyusunan lanskap, dan pengembangan rekomendasi dalam hal keterlibatan pemerintah dengan swasta; (ii) konsultasi, peningkatan kesadaran, dan *public-private dialogue*; dan (iii) pendampingan teknis, dan implementasi strategi. Tujuan dari pendekatan multi *stakeholder* yang kolaboratif dan partisipatif adalah untuk membangun komitmen yang erat antar *stakeholder* dalam menjalankan rekomendasi strategi/kebijakan dan menuangkannya ke dalam instrumen kebijakan pemerintah.

10. Landasan awal untuk mengimplementasikan instrumen kebijakan promosi IB: IB adalah aktivitas sektor swasta. Oleh karena itu pembuat kebijakan perlu melibatkan perwakilan dari sektor swasta dalam pengembangan dan penerapan strategi IB. Meskipun penerapan IB belum banyak dilakukan saat ini, mekanisme koordinasi antara pemerintah dan swasta sudah terjalin. Penyusunan program pemerintah untuk mempromosikan IB hingga penyusunan undang-undang khusus untuk mempromosikan IB, akan menjadi indikator keberlanjutan dan dampak strategi IB di masa depan. Dalam implementasinya, promosi IB memerlukan anggaran yang bersumber dari pemerintah, termasuk dalam koordinasinya. Namun, pemerintah juga dapat memanfaatkan sumber pendanaan swasta dan investor, maupun mitra pemerintah lainnya yang dapat dilibatkan untuk memberikan dukungan pendanaan bagi beberapa elemen strategi IB.

### Dokumen penting

- Pedoman Promosi Bisnis Inklusif di ASEAN (September 2020) <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/6.-ASEAN-IB-Promotion-Guidelines-Endorsed-at-the-52nd-AEM.pdf>
- Kerangka Kerja IB ASEAN (Agustus 2017) <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/ASEAN-Inclusive-Business-Framework.pdf>
- Memajukan Lingkungan Kebijakan yang Mendukung untuk Bisnis Inklusif di Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara (ASEAN) (September 2019) <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/Advancing-Enabling-Policy-Environments-for-Inclusive-Businesses-in-ASEAN-1.pdf>

---

<sup>25</sup> (i) strategi dan rencana aksi pada lingkungan yang mendukung IB; (ii) pelembagaan promosi IB; (iii) akreditasi dan pendaftaran IB; (iv) peningkatan kesadaran IB; (v) pembinaan bisnis IB untuk perusahaan; (vi) insentif investasi IB; (viii) mengurangi dampak risiko investasi; (viii) mempromosikan IB dalam pengadaan publik; (ix) menargetkan IB di sektor swasta yang ada dan program pengembangan lainnya; (x) menghubungkan IB dengan perusahaan sosial dan agenda tanggung jawab sosial perusahaan; (xi) pemantauan dan pelaporan hasil IB

## Lampiran 1: Instrumen Kebijakan untuk mempromosikan IB di ASEAN

Pedoman Promosi Bisnis Inklusif di ASEAN berisi sebelas instrumen kebijakan untuk negara anggota ASEAN, dan satu instrumen kebijakan untuk ASEAN (menciptakan sinergi untuk mempromosikan IB di wilayah ASEAN dan sekitarnya), untuk mendorong adopsi IB secara luas di wilayah ASEAN, dengan perincian sebagai berikut.

### 1. Strategi dan rencana aksi penciptaan iklim yang mendukung IB

Strategi penciptaan iklim yang mendukung IB atau IBee<sup>26</sup> (*IB enabling environment*).

Konsep bisnis inklusif memang belum banyak dikenal di kalangan masyarakat maupun pemerintah, terlebih dalam perumusan kebijakan. Namun demikian, kerangka strategis tetap diperlukan sebagai landasan perumusan kebijakan, dan komitmen dari berbagai pemangku kebijakan, termasuk dalam penyusunan rencana aksi, kebutuhan anggaran, dan struktur kelembagaan yang akan berperan dalam melakukan promosi IB. Meskipun sejauh ini belum ada Negara Anggota ASEAN (AMS) yang memiliki strategi IB, enam negara baru-baru ini telah menyiapkan rumusan strategi IB; (Kamboja, Malaysia, Myanmar, Filipina, Vietnam), rekomendasi IB pada sektor tertentu (Indonesia), RUU dan peta jalan (*roadmap*) IB (Filipina). Strategi IBee pada umumnya menggambarkan arah dan program kohesif yang akan diimplementasikan oleh pemerintah melalui kemitraan dengan organisasi lain untuk menciptakan iklim yang mendukung pengembangan IB. Di beberapa negara, strategi IB juga dirujuk dalam rencana pembangunan sosial ekonomi jangka menengah yang lebih luas atau strategi pengembangan industri atau UKM.<sup>27</sup>

Keselarasan strategi IB dengan strategi pengembangan UMKM. Indeks Kebijakan UKM ASEAN (ASEAN SME Policy Index) 2018 menunjukkan bahwa kluster industri telah menciptakan lingkungan yang kondusif untuk peningkatan produktivitas, yang menjadi faktor pendorong bagi perusahaan dalam menghadapi tantangan global. Keberadaan UKM sebagai subkontraktor dan pemasok intermediet bagi perusahaan multinasional (MNC) dan perusahaan besar domestik, telah mendorong pertumbuhan industri yang menopang peningkatan nilai domestik, lapangan kerja, produktivitas, dan keterkaitan industri.

Keterkaitan antara tujuan pengembangan IB dan UMKM serta indikator kesuksesan pemerintah, terletak pada adanya kemitraan yang terjalin, saat UMKM mencari akses pasar melalui perusahaan besar (pendekatan *bottom-up*), sementara perusahaan IB berusaha untuk melibatkan UMKM dalam rantai nilai mereka (pendekatan *top-down*). Untuk mendorong keselarasan strategi promosi IB dan UMKM,

---

<sup>26</sup> Di Kamboja, strategi yang diusulkan diberi nama IBeeC atau Inclusive Business enabling environment in Cambodia (Lingkungan yang mendukung Bisnis Inklusif di Kamboja). Penamaan inovatif ini mengacu pada lebah aktif yang berkeliling (lingkungan yang mendukung) mengumpulkan serbuk sari (input) dari berbagai bunga (pemangku kepentingan) dan mentransfernya ke dalam madu (program dukungan IB).

<sup>27</sup> Misalnya, di Malaysia, IB merupakan strategi dalam Kebijakan Kewirausahaan Nasional 2030 (NEP 2030) dan dianggap sebagai strategi di bawah Rencana Malaysia ke-12; di Kamboja dalam Rencana Pembangunan Nasional 2019-2023; dan di Filipina dalam Rencana Pembangunan Sosial Ekonomi Nasional. Di ketiga negara tersebut, IB juga menjadi topik dalam strategi pengembangan UKM.



langkah-langkah berikut dapat dilakukan oleh IB dan sejumlah instansi yang memiliki fokus dalam pengembangan UKM<sup>28</sup>:

- a. Melakukan tinjauan terhadap rencana aksi dan program pengembangan UMKM yang relevan dengan promosi IB, dalam rangka mengidentifikasi peluang penyelarasan, seperti program dukungan untuk layanan pembiayaan dan dukungan UKM.
- b. Tinjauan yang dilakukan sekaligus dapat mengidentifikasi instansi maupun lembaga pemerintah mana saja, baik di tingkat pusat maupun daerah, yang dapat mendukung pengimplementasian strategi IB yang terkait dengan pengembangan UMKM.
- c. Beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk mempromosikan IB melalui program pengembangan UMKM, antara lain sebagai berikut:
  - i. Mendorong lebih banyak perusahaan daerah untuk mengembangkan model bisnis inklusif yang melibatkan UMKM.
  - ii. Memberikan fasilitasi pendampingan teknis dan keuangan bagi UMKM, melalui kolaborasi dengan program pengembangan kapasitas UMKM.
  - iii. Membangun kemitraan untuk meningkatkan akses pasar bagi UMKM.
  - iv. Penyusunan basis data terpusat dan portal online yang mudah diakses untuk berbagi informasi, yang dapat perusahaan IB dengan UMKM.
  - v. Menyusun sistem untuk pemantauan dan evaluasi dampak IB/UMKM.

Komitmen dalam mengembangkan strategi IB: Pengembangan strategi IB memerlukan dukungan dan keterlibatan berbagai lembaga, baik pemerintah pusat, daerah, swasta, maupun asosiasi bisnis. Hal ini dikarenakan IB bersifat multi-sektoral. Untuk itu, sangat penting untuk menemukan mitra yang kuat dan aktif. Di tingkat pemerintah, pengembangan strategi IB dapat melibatkan kementerian ekonomi dan keuangan, industri dan perdagangan, dewan investasi, dan kementerian sektor utama yang bertanggung jawab atas agribisnis (karena sebagian besar model IB menangani kemiskinan pendapatan dan terkait dengan agribisnis serta kerajinan).

Strategi IB bertujuan untuk mendorong transformasi model bisnis biasa menjadi model bisnis inklusif: Untuk tujuan ini, insentif yang direkomendasikan berfokus pada menciptakan pemahaman yang jelas tentang IB (penyebarluasan informasi, penghargaan, akreditasi, pemantauan dampak sistemik, dll.), meningkatkan kesiapan bisnis, dan mengurangi risiko investasi bisnis. Insentif yang diberikan harus efektif dan tepat sasaran serta diselaraskan ke dalam program-program pengembangan UKM, program sektoral, maupun program pengurangan kemiskinan yang ada. Strategi tersebut juga menekankan kemitraan antara berbagai pelaku implementasi, terutama di pemerintahan (kementerian ekonomi dan keuangan maupun industri dan perdagangan dan badan promosi investasinya), asosiasi bisnis, dan investor.

---

<sup>28</sup> Departemen Perdagangan dan Industri Filipina bersama dengan Dewan Investasi mengembangkan Peta Jalan Bisnis Inklusif pada 2019/20 dengan perwakilan dari sektor swasta, publik, dan sipil yang menguraikan strategi penyelarasan pengembangan IB dan UMKM.

Penyusunan rencana aksi IB tahunan dari strategi IBee: Rencana aksi IB memuat berbagai program/kegiatan untuk mencapai tujuan dari strategi IB. Rencana aksi mencakup anggaran dan menjelaskan peran berbagai stakeholder yang terlibat. Hal ini terkait dengan pemantauan implementasi IB dan tindak lanjut komitmen dari instansi pemerintah, asosiasi bisnis, investor, fasilitator bisnis, mitra pembangunan, dan lain-lain.

## 2. Kelembagaan dalam promosi IB

Badan implementasi strategi IB: Selain melakukan pengembangan strategi IB dan mengidentifikasi lembaga pemerintah yang akan menjadi *lead* dalam promosi IB, pembentukan badan/lembaga koordinasi dan inisiasi yang tepat untuk promosi IB juga penting untuk dilakukan. Terdapat tiga badan yang dapat berperan dalam melembagakan IB:

- Penunjukan kementerian terkait ditunjuk sebagai unit koordinasi IB pusat untuk mengatur implementasi strategi. Unit IB ini dapat ditempatkan di masing-masing departemen kementerian dan terdiri dari 2-3 orang yang bekerja paruh waktu. Unit IB dapat pula menyusun anggaran untuk melaksanakan kegiatan workshop, membuat website IB, melakukan kajian IB, dan menyiapkan serta mengoordinasi implementasi rencana aksi.
- Unit koordinasi IB harus bekerja dengan *focal point* IB yang ditunjuk secara resmi di instansi pemerintah dan asosiasi bisnis yang telah ditentukan. *Focal point* IB (biasanya terdiri dari 6 sampai 12 orang) harus melaksanakan koordinasi secara reguler.
- Pembentukan komite pengarah (*steering committee*) yang bertanggung jawab untuk memantau implementasi rencana aksi IB dan arah implementasi IB. Unsur *steering committee* terdiri dari *focal point* IB dan stakeholder terkait, serta perwakilan investor, fasilitator bisnis, dan mitra pemerintah yang dapat dipilih secara bergilir. Komite tersebut akan bertanggung jawab untuk mendukung rencana aksi IB secara menyeluruh.

Menjaga momentum: Sebagai bagian dari proses perumusan kebijakan IB, beberapa AMS telah membentuk *steering committee* (mis. Myanmar), beberapa negara lainnya telah membentuk unit koordinasi (mis. Kamboja, Malaysia, Filipina, Vietnam), ada pula yang telah menunjuk *focal point* (Kamboja, Myanmar). Bagi negara-negara yang sedang memfinalisasi kebijakannya, langkah selanjutnya adalah mendukung dan mengomunikasikan struktur kelembagaan terlebih dahulu, untuk kemudian mengadakan pertemuan rutin dan realisasi kerja. Unit koordinasi IB dapat berfungsi sebagai sekretariat *steering committee*.

## 3. Akreditasi dan pendaftaran IB

Akreditasi IB sebagai instrumen kebijakan inti: IB merupakan konsep tematik yang menekankan dampak dan bukan pada skala usaha atau prioritas sektor seperti dalam kebijakan promosi industri lainnya. Untuk memberikan dukungan finansial ke sektor swasta, pemerintah membutuhkan landasan dan target yang baik. Oleh karena itu, Akreditasi IB dibutuhkan oleh pemerintah, dengan menekankan bahwa perusahaan harus layak (mengingat keterbatasan dukungan pemerintah) dan mampu memberikan dampak sosial berskala besar, serta memberikan kontribusi sistemik dan inovatif untuk pembangunan. IB merupakan konsep baru yang menggabungkan kegiatan ekonomi dengan dampak sosial, dan sering kali membingungkan. Oleh karena itu diperlukan sistem akreditasi yang transparan dan independen untuk mengidentifikasi perusahaan dengan cermat. Beberapa AMS (seperti Kamboja, Malaysia, Myanmar, dan Vietnam) saat ini sedang menjajaki skema akreditasi IB. Beberapa negara (seperti Malaysia, Thailand, Singapura, Vietnam) juga memiliki akreditasi atau sistem pendaftaran perusahaan sosial yang dapat diperluas untuk juga menyertakan IB atau terkait dengan akreditasi IB yang terpisah (diskusi di Malaysia dan Vietnam).

Prinsip akreditasi IB: Sebelas prinsip dasar untuk akreditasi IB diuraikan di bawah ini:

- 1) Perusahaan dapat mengajukan permohonan secara sukarela dan akreditasi IB akan berbeda dengan pendaftaran IB untuk memperoleh insentif.
- 2) Sistem akreditasi IB hanya menilai aspek IB suatu perusahaan (bukan seluruh elemen perusahaan) berdasarkan 40 kriteria (lihat Lampiran 5 dan Lampiran 6 dari dokumen pedoman) dan sejumlah *benchmark* untuk usaha kecil (menawarkan kesempatan untuk mengintegrasikan Perusahaan Sosial atau SE (*Social Enterprise*), usaha menengah dan usaha besar).
- 3) Penilaian tersebut didasarkan pada kinerja perusahaan sebelumnya dan rencana bisnis yang akan dilaksanakan 3 tahun ke depan.
- 4) Akreditasi IB perlu dilakukan secara berkala setiap 3 tahun sekali.
- 5) Instrumen pemeringkatan<sup>29</sup> terdiri dari sejumlah kriteria dan benchmark yang mencerminkan ukuran perusahaan dan kondisi negara, serta prinsip pembobotan<sup>30</sup> dan penilaian<sup>31</sup> yang digunakan untuk menilai semua aspek usaha dalam kaitannya dengan potensi IB yang dimilikinya.
- 6) Suatu perusahaan perlu mencapai skor minimum tertentu untuk memenuhi syarat sebagai perusahaan IB.<sup>32</sup> Perusahaan dengan nilai standar perlindungan lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) di bawah ambang batas tertentu akan didiskualifikasi.
- 7) Perusahaan dengan tujuan strategis IB yang baik dan peringkat yang mendekati ambang batas nilai minimum dapat diklasifikasikan sebagai IB potensial, sementara perusahaan lain yang memiliki nilai minimum diklasifikasikan sebagai IB. IB potensial dapat diberikan insentif tertentu (mis. pendampingan bisnis), tetapi insentif keuangan baru akan diberikan jika outcome yang ditargetkan dari lini IB tercapai.
- 8) Perusahaan kecil, menengah, dan besar dinilai dengan kriteria yang sama, dengan rating benchmark yang tetap mempertimbangkan perbedaan skala usaha.
- 9) Akreditasi didasarkan pada penilaian yang dilakukan oleh tim konsultan/asesor independen. Untuk meningkatkan partisipasi komunitas/asosiasi bisnis, penilaian akhir dilakukan dengan melibatkan perwakilan pemerintah dan asosiasi bisnis.

---

<sup>29</sup> Keuntungan dari instrumen pemeringkatan terhadap prinsip penilaian dengan pengecualian adalah bahwa perusahaan dapat memenuhi syarat untuk IB meskipun mereka lemah dalam beberapa kriteria. Keuntungan lainnya adalah bahwa semua ukuran perusahaan dapat dinilai dengan metodologi yang sama dengan tolok ukur berbeda yang digunakan untuk perusahaan kecil, menengah, atau besar.

<sup>30</sup> Peringkat komersial dan sosial memiliki bobot yang serupa dengan peringkat sosial yang sedikit lebih tinggi, sedangkan inovasi BoP memiliki bobot yang jauh lebih kecil. Meskipun kriteria sama untuk semua AMS, bobotnya dapat disesuaikan dengan kondisi negara tertentu.

<sup>31</sup> Penilaian akan menilai masing-masing dari 39 kriteria dalam hasil tinggi-menengah-dan rendah yang ditransfer menjadi angka 1-6. Nilai ini kemudian dikalikan dengan bobot untuk setiap kriteria untuk mencapai skor tertentu.

<sup>32</sup> Lini bisnis perusahaan akan memenuhi syarat sebagai IB jika mencapai skor keseluruhan dan bagian minimum. Skor keseluruhan indikatif untuk IB bisa jadi 3,2, skor finansial minimum 1,2 (jumlah skor komersial, inovasi bisnis, dan inovasi teknologi), skor sosial minimum 1,5 (jumlah dampak sosial dan inovasi sosial), skor inovasi 0,4, dan skor tujuan strategis IB bisa jadi minimal 3.

- 10) Hasil akreditasi IB dipublikasikan secara transparan dan penghargaan IB diberikan untuk meningkatkan *branding* perusahaan.
- 11) Peningkatan IB berkaitan dengan insentif yang diberikan. Insentif minimum yang dapat diberikan pemerintah dapat berupa pengakuan maupun penghargaan. Insentif lain yang dapat diberikan, di antaranya berupa insentif dukungan pembiayaan, pendampingan teknis, akses pasar, dsb, yang dijelaskan lebih lanjut di bawah ini; AMS dapat memutuskan insentif mana yang ingin mereka berikan untuk IB.

Mendorong transformasi IB potensial: Untuk mendorong transformasi IB potensial, beberapa hal yang dapat dilakukan pemerintah antara lain, (a) menerapkan pemahaman dinamis dan teori perubahan untuk skala pelaporan, kedalaman, dan karakter transformatif dari dampak sosial, dan (b) mendorong perusahaan dengan model IB potensial untuk melakukan transisi menuju IB. Sistem akreditasi memungkinkan untuk mengidentifikasi model IB potensial dan perusahaan semacam itu dapat menerima dukungan khusus seperti pendampingan bisnis. Bagi pemerintah dan aktor lain dalam ekosistem, mengubah IB potensial menjadi model IB yang matang sepenuhnya adalah kunci untuk adopsi IB secara luas

Pendaftaran IB sebagai instrumen kebijakan yang ditingkatkan: Jika pemerintah memutuskan untuk juga memberikan insentif keuangan, perusahaan dengan model bisnis inklusif perlu menjalani proses pendaftaran. Proses pendaftaran semacam itu dapat menjadi proses yang berdiri sendiri atau yang terintegrasi dalam proses pendaftaran untuk insentif promosi investasi lainnya, seperti yang dilakukan di Filipina.

#### 4. Peningkatan kesadaran IB

Perlunya meningkatkan kesadaran tentang IB: Terlepas dari semakin banyaknya pemimpin negara yang memiliki kesadaran akan konsep IB dan sejumlah sektor publik maupun swasta yang telah menerapkan model IB, pemahaman konsep IB masih belum banyak dipahami oleh para pemangku kebijakan. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran dan pemahaman konsep IB di berbagai tingkat, terutama di antara para pemimpin bisnis perlu dilakukan agar mereka mampu melihat potensi pasar IB dan memahami peran yang dapat dimainkan IB, serta bagaimana mereka dapat mempromosikan IB). Oleh karena itu, program edukasi dan advokasi merupakan komponen penting dari promosi IB.

Peningkatan kesadaran IB dapat dilakukan oleh sektor swasta. Namun, pemerintah juga perlu berkontribusi dalam menyebarluaskan pengetahuan tentang IB melalui berbagai program, dan penyebaran informasi yang dilakukan baik melalui media cetak maupun media elektronik. Penyelenggaraan lokakarya (*workshop*), seminar, program peningkatan kapasitas, dan acara internasional juga dapat dilakukan. Selain itu, pembuatan website IB<sup>33</sup> juga dapat menjadi cara efektif untuk meningkatkan kesadaran terhadap konsep IB. Pemberian penghargaan IB di tingkat nasional juga dapat dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran di kalangan sektor publik dan swasta tentang model IB. Adapun kriteria nominasi dan mekanisme seleksi yang diusulkan tercantum dalam Lampiran 7 dokumen pedoman.

#### 5. Pembinaan IB bagi perusahaan

Perlunya pembinaan IB bagi perusahaan: Kesiapan dalam melakukan investasi menjadi hambatan utama bagi perusahaan dengan model IB untuk mendapatkan dukungan investasi. Kesiapan ini terkait

---

<sup>33</sup> seperti [www.inclusivebusiness.net](http://www.inclusivebusiness.net).

dengan kelayakan bisnis maupun dampak sosial yang diberikan. Di sisi lain, suatu perusahaan yang belum menerapkan model IB atau sudah memiliki potensi IB dan ingin bertransisi menjadi perusahaan IB, tetapi belum sepenuhnya mengembangkan lini bisnis semacam itu. Program pembinaan IB merupakan sarana untuk mendukung perusahaan melakukan transisi menjadi perusahaan IB, yang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kesiapan investasi, kelayakan bisnis, dan dampak sosial. Pemerintah dapat mendirikan fasilitas pembinaan bisnis yang membantu perusahaan melalui pendampingan teknis yang berfokus pada peningkatan model IB.

Substansi pembinaan IB: Pembinaan IB dapat dilakukan melalui diskusi strategi bisnis yang memunculkan orientasi umum untuk rencana bisnis perusahaan yang terfokus pada IB. Peserta diskusi dapat melibatkan para *key stakeholders* maupun pimpinan perusahaan. Bentuk pembinaan bisnis lainnya dapat berupa kegiatan *matchmaking* dengan investor. Di samping itu, kegiatan lain dari pembinaan bisnis dapat pula berupa pembinaan pemasaran ke BoP, tata cara pengelolaan risiko lingkungan dan sosial melalui uji kelayakan rantai pasok<sup>34</sup>, maupun memberikan rekomendasi proses bisnis. Aktivitas pembinaan yang berbeda ini akan membutuhkan antara 1 hingga 30 orang/hari dengan alokasi waktu yang lebih lama. Untuk memenuhi persyaratan tuntutan keahlian yang beragam, pelibatan jejaring expert nasional dan internasional yang memiliki keahlian di bidang IB dapat dibentuk.

Pelaksanaan dan pembiayaan pembinaan IB: Mengingat pembinaan IB yang dilakukan secara individu dirasa cukup mahal, dibutuhkan suatu pendekatan inovatif yang dapat mengurangi biaya pembinaan. Pembinaan IB dapat diberikan kepada perusahaan melalui skema pendanaan hibah dengan tambahan kontribusi pembiayaan dari perusahaan untuk membagi biaya dalam persentase tertentu jika bisnis IB yang dijalankan dinilai berhasil. Hal tersebut memungkinkan skema pembiayaan dilakukan melalui dana bergulir untuk membuat fasilitas pembinaan IB lebih berkelanjutan. Pembinaan IB akan lebih baik apabila dikoordinasi oleh satu asosiasi bisnis yang bekerja sama dengan beberapa stakeholder terkait, terutama investor dan mitra pembangunan.

## 6. Insentif investasi IB

Menambahkan IB sebagai kategori terpisah dalam insentif investasi yang ada: Banyak negara memiliki insentif investasi khusus untuk industri dengan prioritas nasional yang tinggi. Insentif semacam itu biasanya berupa insentif pajak, insentif impor dan ekspor, insentif teknologi dan pekerja asing, transfer profit, insentif dalam zona industri, dll. Insentif keuangan semacam itu dapat menjadi pertimbangan penting bagi perusahaan untuk memulai pengembangan model IB. Oleh karena itu, penambahan IB sebagai sebuah kategori baru dalam paket insentif yang ada, dapat dilakukan selama didukung oleh analisis manfaat biaya dan sosial yang mendukung. Skema kelayakan dapat diselaraskan dengan prinsip akreditasi IB dan disesuaikan dengan skema insentif khusus dalam konteks pertimbangan khusus. Sebagai contoh, *The Philippines' Board of Investments* telah menyertakan model IB sebagai salah satu program dalam Rencana Prioritas Investasi 2017-2019, tempat proyek-proyek IB dapat diberikan insentif pembebasan pajak penghasilan apabila memenuhi syarat. Dari kriteria penilaian IB yang diujicobakan, terdapat tiga sasaran outcome dan tiga aspek inovasi yang menjadi syarat dalam pendaftaran.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Pelatihan semacam itu dapat didasarkan pada instrumen yang diakui secara internasional seperti [Pedoman Uji kelayakan OECD untuk Pelaku Usaha yang Bertanggung Jawab](#), instrumen uji kelayakan OECD sektoral yang relevan.

<sup>35</sup> Target tersebut mencakup relevansi (% nilai total harga pokok penjualan yang bersumber dari UMK), jangkauan (jumlah BoP yang terlibat, setidaknya 30%-nya adalah perempuan), dan kedalaman (% peningkatan pendapatan rata-rata). Fitur inovasi terdiri dari pemberian bantuan teknis, fasilitasi atau pemberian akses ke keuangan, dan pemberian input dan/atau teknologi.

IB dapat digunakan sebagai dasar rasionalisasi pemberian insentif: Di sebagian besar AMS, pemberian insentif dari pemerintah diberikan kepada sejumlah sektor investasi yang potensial. Penerapan IB pada sektor-sektor prioritas tersebut memungkinkan terjadinya pertumbuhan, tidak hanya pada aspek bisnis sektor tersebut, tetapi juga berdampak pada pengembangan sosial melalui penciptaan bisnis yang lebih inklusif bagi masyarakat. Keberadaan IB yang merupakan topik lintas sektor (*cross-cutting sector*) dapat membantu pemerintah untuk lebih merasionalisasi pemberian insentif kepada perusahaan sekaligus memprioritaskan perusahaan yang membawa dampak sosial yang tinggi bagi masyarakat. Oleh karena itu, akreditasi IB akan menjadi prasyarat bagi perusahaan untuk mengakses insentif semacam itu.

#### 7. Mengurangi risiko investasi yang berdampak

Saat ini, UMKM sering kali kesulitan dalam mendapatkan akses pembiayaan karena adanya pertimbangan risiko dari bank yang cenderung memilih untuk memberikan pinjaman kepada perusahaan besar. Tantangan semacam ini, dihadapi oleh sebagian besar UMKM, yang mengakibatkan pemerintah memberikan program kredit tersendiri bagi UKM. Harapannya, melalui penerapan model IB, perusahaan dengan model IB yang telah memiliki akses ke pembiayaan, misalnya dari investor, dapat mengurangi risiko investasi yang dimilikinya, asalkan mereka dapat menunjukkan rencana dampak bisnis dan sosial yang kuat dan calon investor. Sementara dukungan IB akan menangani kesiapan investasi melalui pembinaan IB, kesiapan investor dapat didorong melalui pemberian fasilitas pembiayaan untuk pengurangan risiko.

Risiko investasi IB: Terdapat dua alasan mengapa lembaga keuangan melihat risiko investasi yang tinggi di perusahaan IB: Pertama, lembaga keuangan menganggap bahwa perusahaan IB yang melibatkan BoP, yang cenderung memiliki modal, daya beli dan kemampuan pengembalian lebih kecil, akan menimbulkan risiko yang lebih tinggi untuk melakukan bisnis. Alasan lainnya adalah bahwa langkah-langkah mitigasi risiko yang dilakukan oleh perusahaan IB tidak sepenuhnya dipahami karena ketidaktahuan tentang IB di antara lembaga keuangan. Oleh karena itu, diperlukan fasilitas yang dapat membantu mengurangi risiko bagi investor IB. Fasilitas pengurangan risiko semacam itu akan disambut baik oleh investor, bank pembangunan, dan bahkan beberapa bank komersial. Fasilitas semacam itu juga akan mengurangi biaya bagi pemerintah untuk merangsang pembiayaan IB sekaligus secara aktif mendorong investasi di IB.

Fasilitas keuangan terpadu *pay-for-success*: Fasilitas keuangan terpadu yang inovatif berbeda dari instrumen penjaminan tradisional karena menciptakan modalitas saat sektor publik dapat melakukan investasi ekuitas atau utang bersama dalam bisnis bernilai sosial tanpa memberikan subsidi investasi tersebut. Melalui fasilitas pengurangan risiko, pemerintah dapat melakukan investasi bersama dengan investor. Pembiayaan dimaksud akan digunakan untuk mengurangi risiko investasi dan mendorong pembiayaan dari investor bagi perusahaan IB yang sudah terakreditasi. Jika investasi yang diberikan mampu menghasilkan dampak yang diharapkan, tetapi belum mampu memberikan keuntungan yang telah disepakati, investasi pemerintah akan diubah menjadi hibah. Sementara, apabila investasi berhasil dan memberikan keuntungan komersial dan sosial, investasi akan dibayar kembali. Instrumen pembiayaan pengurangan risiko semacam itu telah digunakan, misalnya di Amerika Latin oleh Inter-American Development Bank in IB, dan saat ini juga sudah banyak dilakukan di Asia. Pemerintah dapat

mengajak mitra pembangunan maupun bank untuk membiayai fasilitas tersebut di awal dengan mekanisme pembayaran jangka panjang (15-25 tahun).<sup>36</sup>

#### 8. Mempromosikan IB dalam pengadaan pemerintah

Mempromosikan pengadaan dari perusahaan dengan model IB dan inisiatif perusahaan sosial (*Social Enterprise/SE*): Di dunia internasional, pengadaan pemerintah merupakan instrumen kebijakan yang sering digunakan, untuk memberikan keuntungan kepada perusahaan yang memberikan manfaat sosial atau lingkungan dan telah melampaui kriteria kualitas minimum. Biasanya, aturan pengadaan menekankan efektivitas biaya, kualitas dan kecukupan pengiriman, maupun tata kelola yang baik dan mematuhi standar perlindungan sosial dan lingkungan oleh perusahaan. Akibatnya, alih-alih bersumber dari produsen lokal, banyak dari barang tersebut yang diimpor. Sebagai alternatif, pemerintah juga dapat mengembangkan mekanisme yang memberikan preferensi kepada bisnis inklusif dan perusahaan sosial melalui target atau kriteria seleksi terkait dampak, sembari memastikan integritas bisnis<sup>37</sup> dalam proses pengadaan. Karena pengadaan sering dilakukan dengan cara yang terdesentralisasi, diperlukan instansi pusat yang berkomitmen untuk menetapkan aturan umum penargetan. Sejauh ini, belum ada AMS yang memiliki aturan khusus untuk penargetan IB atau SE dalam pengadaan publik.

Pengadaan pemerintah dalam program pemulihan COVID-19: Jika diimplementasikan, pelibatan perusahaan IB dalam pengadaan pemerintah dapat menciptakan pasar yang besar untuk produk yang dihasilkan oleh BoP, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan dan ekonomi bagi masyarakat kurang mampu. Pelibatan perusahaan IB semacam itu dapat mengakselerasi pemulihan ekonomi, terutama bagi masyarakat kurang mampu yang paling parah terkena dampak pandemi.

#### 9. Menargetkan IB di sektor swasta dan program pembangunan lainnya

Program pengembangan UKM: Banyak AMS memiliki program pengembangan UKM yang aktif dan didanai dengan baik dengan implementasi program yang efektif. Mengingat ACCMSME merupakan *focal point* IB di ASEAN, beberapa negara telah menerapkan agenda IB bagi UMKM, seperti yang dilakukan di Kamboja, Malaysia, Filipina, dan Vietnam. Mereka sadar bahwa mempromosikan IB merupakan cara yang efektif untuk menjangkau UMKM secara tidak langsung. Dalam rangka pemanfaatan potensi IB dalam hal pertumbuhan inklusif, promosi IB perlu dilakukan lebih masif. Negara AMS yang kewenangan pengembangan IB-nya berada di bawah instansi/lembaga UKM dapat segera memulai promosi IB, apabila ingin mengintegrasikan IB dalam program dukungan UKM yang dimilikinya.<sup>38</sup>

Program penanggulangan kemiskinan: Penilaian serupa dapat dilakukan untuk program penanggulangan kemiskinan. Hasil kajian IB di Malaysia, menunjukkan bahwa alokasi pendanaan pemerintah bagi UKM dan B40 sebesar 5-10% dapat ditargetkan bagi perusahaan IB. Penetapan kuota khusus untuk IB

---

<sup>36</sup> Dalam diskusi pendahuluan di Kamboja, Myanmar dan Vietnam misalnya, bank pembangunan multilateral seperti ADB dan mitra pembangunan seperti Agence Française de Développement (Afd), Department for International Development (DFID), Japan International Cooperation Agency (JICA), dan Korea International Cooperation Agency (KOICA) menunjukkan minat awal untuk terlibat dalam fasilitas pengurangan risiko semacam itu. Namun, ini akan membutuhkan keterlibatan awal yang lebih aktif oleh pemerintah AMS.

<sup>37</sup> Hub Integritas Bisnis di OECD memberikan panduan khusus tentang integritas dalam pengadaan (lihat <https://www.oecd.org/corruption-integrity/Explore/Topics/business-integrity.htm>).

<sup>38</sup> Misalnya, Malaysia telah membahas pendekatan semacam itu dan beberapa saran awal dibuat dalam studi lanskap program mana yang paling sesuai termasuk IB dan berapa banyak pendanaan (atau perusahaan) yang dapat menjadi target.

dalam program UKM yang ada juga bisa menjadi opsi karena instansi yang sama kemudian akan mempromosikan pengembangan IB dan UKM. Secara umum, AMS dapat meninjau program pengembangan UKM dan penanggulangan kemiskinan mana yang paling sesuai untuk mempromosikan IB dan bagaimana IB dapat turut dikembangkan dalam program tersebut.

#### 10. Menghubungkan IB ke perusahaan sosial (Social Enterprise/SE) dan agenda Corporate Social Responsibility (CSR)

Menghubungkan perusahaan sosial (SE) dan CSR ke dalam IB memberikan peluang untuk meningkatkan dampak IB bagi masyarakat: Sejak awal 2010-an, berbagai AMS terlibat dalam diskusi tentang cara mempromosikan SE, CSR, dan strategi bisnis yang lebih berdampak bagi masyarakat, terutama di negara berpenghasilan menengah dan tinggi. Perkembangan ini tercermin dalam beberapa dokumen ASEAN, seperti Indeks Kebijakan UKM ASEAN (*ASEAN SME Policy Index*) 2018<sup>39</sup> dan *ASEAN Socio-Cultural, Economy, and Political Security Blueprint 2025*<sup>40</sup>. Beberapa AMS telah menetapkan peraturan SE khusus<sup>41</sup>, seperti Thailand dan Malaysia. Beberapa AMS lainnya telah mengintegrasikan CSR ke dalam kebijakan, strategi, atau undang-undang nasional mereka maupun ke dalam instrumen ekonomi<sup>42</sup>. Mengembangkan keterkaitan yang jelas antara instrumen kebijakan IB, SE, dan CSR dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dan meningkatkan dampak sosialnya. Sistem akreditasi IB dapat disesuaikan agar dapat digunakan juga untuk melakukan akreditasi bagi SE. Peningkatan kesadaran akan IB bagi perusahaan sosial dan instansi promosi CSR juga perlu dilakukan, melalui pemberian informasi tentang IB dan panduan tentang peluang transformasi dari perusahaan sosial (SE) nirlaba menjadi inisiatif SE dan dari CSR tradisional menjadi aktivitas IB dan selanjutnya model IB.

#### 11. Pemantauan dan pelaporan hasil IB

Apa yang diukur akan tercapai: Meskipun IB merupakan agenda yang berkembang pesat di seluruh Asia dan global, hanya ada sedikit laporan tentang hasil sistemik IB di luar studi kasus perusahaan. Di sisi lain, keberhasilan solusi IB dapat diukur karena hasilnya terkait dengan pendapatan bisnis, jangkauan penerima manfaat, dan perubahan struktural yang dilakukan perusahaan tersebut terhadap kualitas hidup masyarakat kurang mampu dan berpenghasilan rendah.

Pelaporan rutin di tingkat nasional dan ASEAN: Untuk memantau lebih lanjut dampak ekonomi dan sosial dari IB dan mendorong transisi ke IB, pelaporan rutin dapat menjadi instrumen. Hal ini dapat dilakukan oleh unit IB berdasarkan input dari berbagai instansi pemerintah dan asosiasi bisnis. Hal ini juga dapat dikaitkan dengan pelaporan kontribusi sektor swasta untuk mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau *Sustained Development Goal* (SDG). Studi lanskap dapat digunakan sebagai tolok ukur untuk membandingkan statistik pembangunan. Pertukaran hasil studi/kajian IB regional di tingkat ASEAN dapat dilakukan dalam rangka pengembangan studi di kawasan regional.

---

<sup>39</sup> [Indeks Kebijakan UKM ASEAN 2018](#) mencakup bab tentang Perusahaan Sosial dan Kewirausahaan Inklusif yang melacak kemajuan yang dibuat oleh 10 AMS, OECD

<sup>40</sup> Semua Cetak Biru Komunitas Sosial-Budaya, Ekonomi, dan Politik-Keamanan ASEAN 2025 menyertakan referensi ke CSR.

<sup>41</sup> Selengkapnya tentang peraturan untuk SE dalam [Kompodium praktik yang baik untuk SE](#), OECD

<sup>42</sup> Misalnya, Thailand telah mengembangkan Rencana Aksi Nasional tentang Bisnis dan Hak Asasi Manusia; Undang-Undang Investasi Myanmar 2016 mencakup tujuan eksplisit untuk investasi yang bertanggung jawab; Perjanjian Perdagangan Bebas UE-Vietnam mencakup bab keberlanjutan.



## 12. Menciptakan sinergi untuk mempromosikan IB di wilayah ASEAN dan sekitarnya

Peran ASEAN dalam mempromosikan IB hingga saat ini: Sejak tahun 2017, ASEAN dan ASEAN-BAC telah aktif dalam mendorong pertukaran informasi dan wawasan terkait IB, di antaranya melalui penyelenggaraan ASEAN IB Summit (2017 dan 2019), dan penyelenggaraan *IB Awards* (2017). ASEAN juga telah mendukung kerja dalam agenda kebijakan IB dengan mendukung Kerangka Kerja IB ASEAN (*ASEAN IB Framework*) (2017), melakukan inisiatif peningkatan kapasitas (2018-2019), dan menyiapkan Pedoman Promosi IB (*IB Promotion Guidelines*) di ASEAN (2020). Beberapa AMS secara aktif menggunakan perannya sebagai ketua ASEAN untuk mempromosikan IB. Beberapa negara juga memperkenalkan topik IB kepada lembaga lainnya, seperti APEC.<sup>43</sup> Saat ini, ASEAN telah dikenal sebagai organisasi regional yang paling aktif secara global terlibat dan mempromosikan agenda IB.

Menghubungkan promosi IB dengan agenda pembangunan sosial ASEAN: Di ASEAN, IB secara kelembagaan berada di bawah *ASEAN Coordinating Committee on Micro, Small and Medium Enterprises (ACCMSME)*, sebagai bagian dari Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Sejauh ini, IB belum memiliki kaitan dengan *ASEAN Socio Economic Community (ASEC)*, yang berkomitmen untuk "...mengangkat kualitas hidup masyarakat ASEAN,... mengurangi kerentanan serta meningkatkan peluang dan kesejahteraan mereka yang secara sosial kurang beruntung dan dikucilkan...". ASEC Blueprint 2025 membuat referensi khusus untuk agenda pertumbuhan inklusif di bawah MEA dan promosi "... akses yang lebih adil terhadap peluang bagi semua masyarakat ASEAN, termasuk kelompok yang rentan dan terpinggirkan...". Selain meningkatkan pendapatan bagi masyarakat kurang mampu di tempat sebagian besar contoh IB aktif, IB juga fokus pada penyediaan barang dan jasa yang terjangkau dan dapat diakses dengan relevansi tinggi bagi masyarakat kurang mampu dan berpenghasilan rendah. Dimensi kedua ini sangat terkait dengan kerja ASEC. Ada banyak contoh bagus saat sektor swasta melengkapi atau bahkan memberikan layanan bagi masyarakat kurang mampu dan rentan dengan cara yang efisien, inovatif, hemat biaya, bernilai, dan inklusif. Program-program yang diimplementasikan oleh anggota AMS dari ASEC terutama untuk penanggulangan kemiskinan dapat memanfaatkan inovasi-inovasi semacam itu dari sektor swasta yang disediakan oleh perusahaan-perusahaan IB. Oleh karena itu, ada peluang untuk bekerja lebih dekat dengan berbagai cabang di bawah ASEC, seperti untuk kebijakan sektor (kesehatan, pendidikan, serta kesejahteraan dan pembangunan sosial) dan untuk tema lintas sektor (pembangunan pedesaan dan penanggulangan kemiskinan, pemberdayaan perempuan, serta tenaga kerja). ACCMSME dapat menjangkau lembaga ASEC untuk memulai dialog tersebut.

Menghubungkan promosi IB dengan agenda SDG: Keberadaan IB telah membuka peluang kontribusi sektor swasta dalam pencapaian SDG, mengingat adanya pelibatan perusahaan dengan BoP. Dalam kaitannya dengan SDG, IB berkontribusi dalam mendukung pencapaian agenda SDG 1, yaitu Pengurangan Kemiskinan dan mendukung beberapa agenda SDG lainnya.

Fase baru keterlibatan IB ASEAN: Di tingkat regional ASEAN, beberapa rencana aksi telah diidentifikasi dalam rangka mendukung promosi IB ke depannya, antara lain sebagai berikut:

- mengidentifikasi *focal point* IB khusus di bawah ACCMSME;
- melanjutkan penyelenggaraan IB Summit dan IB Awards. Kriteria nominasi dan seleksi Penghargaan IB ASEAN yang dapat digunakan untuk mengakui IB, baik di tingkat nasional maupun regional, tercantum dalam Lampiran 7 dari dokumen pedoman;
- melakukan konsolidasi *focal point* IB nasional di luar IB Summit untuk pertukaran lebih dalam tentang implementasi kebijakan IB;

---

<sup>43</sup> Misalnya, studi IB regional tentang APEC dilakukan pada tahun 2016 dan dibahas selama pertemuan APEC 2017.

- memfasilitasi pertukaran pengetahuan dan pendekatan tentang IB, termasuk tentang akreditasi IB dan pemantauan dampak IB;
- melanjutkan kerja sama dengan sektor swasta melalui ASEAN-BAC dan Joint Business Council-nya;
- berkomitmen untuk melaporkan setiap dua kali setahun tentang kemajuan yang dibuat dalam promosi IB dan dampak yang dihasilkan;
- Membuat situs web IB se-ASEAN, yang ditautkan ke situs web IB nasional AMS dan platform digital global;
- menyoroti pencapaian promosi IB ASEAN di tingkat regional dan global dan berpartisipasi aktif dalam diskusi internasional, mewakili Asia Tenggara;
- terlibat dengan mitra pembangunan untuk mendapatkan dukungan teknis dan finansial untuk mendukung AMS dalam mengimplementasikan pengembangan dan promosi kebijakan IB; dan
- Selanjutnya, ASEAN dan AMS dapat berbagi kemajuan baik mereka dalam promosi IB dan mencapai hasil sosio-ekonomi untuk BoP melalui solusi sektor swasta dengan wilayah lain melalui dialog Selatan-Selatan.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Misalnya, back-to-back ke KTT IB 2019, dialog selatan-selatan tersebut diselenggarakan oleh iBAN bersama dengan Kamboja, Malaysia, Vietnam, dan Nigeria. Pemerintah Nigeria dan asosiasi bisnisnya sangat menyambut baik pembelajaran tersebut dan sekarang sedang dalam proses melakukan studi lanskap serupa dengan rekomendasi kebijakan untuk promosi IB.

Gambaran instrumen kebijakan IB dan peran potensial pemangku kepentingan utama

Instrumen Kebijakan	Pengimplementasi					Pendukung		
	Perusahaan	Pemerintah	Asosiasi bisnis	Investor berdampak	Perantara	Mitra pembangunan	Akademisi, media	ASEAN
2 Pelebagaan promosi IB	Companies with and with potential IB lines (IB models, IB activities and SE initiatives)	Unit IB dan titik fokus	Titik fokus IB		Anggota komite pengarah IB			Titik fokus IB ACCMSME, ASEAN-BAC, ASCC
3 Akreditasi IB		Memimpin bersama Melakukan akreditasi IB bersama	Memimpin bersama					
4 Peningkatan kesadaran IB		Membiayai dan memimpin situs web	Memimpin dan membiayai bersama, penghargaan IB	Berpartisipasi	Berpartisipasi	Mendukung dan membiayai bersama	Memimpin program IB dan informasi	
5 Pembinaan IB		Membiayai	Mengoordinasi	Berkontribusi dlm penilaian dampak	Mengimplementasikan	Membiayai bersama		
6 Insentif investasi IB		Membiayai dan mengimplementasikan	Menyebarkan informasi					
7 Mengurangi risiko investasi yang berdampak		Mengatur dan membiayai fasilitas pembiayaan risiko		Mengimplementasikan dan mengakses		Membiayai bersama		
8 Memprioritaskan IB dalam pengadaan publik		Mengatur dengan kementerian lini						
9 Menargetkan IB dalam program sektor		Mengatur dengan kementerian lini						
10 Menghubungkan IB ke agenda SE dan CSR		Menyesuaikan kerangka hukum dan kelembagaan	Meningkatkan penghargaan CSR		Memperluas pelatihan ke IB	Menciptakan konsistensi dalam diskusi IB dan CSR/SE		
11 Memantau dan melaporkan dampak		Mengoordinasi pelaporan bersama	Memberikan input	Memberikan input	Memberikan input	Membiayai bersama	Memberikan input	Mengonsolidasikan pelaporan regional
12 Menciptakan sinergi di tingkat regional			Penghargaan IB regional			Mendorong dan membiayai bersama		Memimpin



ASEAN: A Community of Opportunities for All

 ASEAN

 @ASEAN

 @asean

 [www.asean.org](http://www.asean.org)



CO FINANCED BY THE EUROPEAN UNION



supported by  
**giz** GIZ GERMANY  
COOPERATION  
INTERNATIONAL  
GmbH

