

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DI INDONESIA (Apa, Mengapa, Kapan, Siapa Dan Bagaimana)

A. Tenrinippi

STIA Al Gazali Barru, Indonesia
tenrinippi@algazali.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini secara khusus membahas mengenai kewirausahaan sosial di Indonesia (apa, mengapa, kapan, siapa dan bagaimana). Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deksriptif. Menggunakan teknik eksplorasi literatur dengan data yang diperoleh dari buku dan jurnal yang berkaitan dengan teori kewirausahaan sosial, Hasil penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial adalah suatu terobosan baru sebagai sebuah aktivitas bisnis dalam mengatasi masalah sosial yang melibatkan penggunaan semua sumber daya secara inovatif untuk mempercepat perubahan sosial dalam memenuhi kebutuhan sosial masyarakat. Penerapan kewirausahaan sosial dipandang penting, karena memiliki karakteristik yang merupakan terobosan baru dalam memecahkan fenomena sosial melalui pendekatan selain mencari keuntungan, juga menciptakan nilai sosial terutama bagi masyarakat miskin. Secara historis Bill Drayton (1980) yang mendirikan Ashoka Foundation dianggap penggagas lahirnya kewirausahaan sosial. Disusul dari berbagai praktik kewirausahaan sosial, seperti pembiayaan mikro Grameen Bank oleh Muhammad Yunus . Sedangkan dari aspek kajian telah dilakukan oleh beberapa ahli. Di Indonesia telah didirikan (AKSI) tahun 2009 dan Indonesia Setara Indonesia Setara 2010. Telah dilakukan beberapa kajian, seperti : Haryadi dan Waluyo (2006), dan lainnya.. Kemudian pelaku kewirausahaan sosial dapat dilakukan oleh setiap individu yang ada di masyarakat. Dalam perkembangannya cabang social entrepreneurship

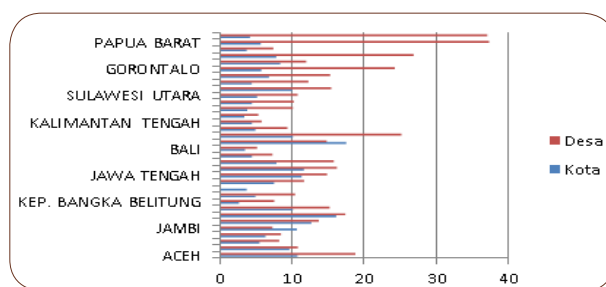
berinduk pada bidang yang lebih luas, yaitu kewirausahaan, dengan menggunakan data empiris dari dunia bisnis. Pelaksanaan kegiatan social entrepreneurship, harus melalui beberapa proses yang dipengaruhi oleh berbagai aspek, yaitu : a. Proses mendefinisikan tujuan atau misi, b. mengenali dan menilai peluang, manajemen resiko, d. mengidentifikasi dan menarik pelanggan, dan proyeksi arus kas. Berbagai desain model bisnis social entrepreneurship yang dapat diterapkan oleh para pengusaha sosial, namun pada umumnya lebih cenderung memilih desain model bisnis Grassl, (2012).

Kata Kunci : Kewirausahaan Sosial, Apa, mengapa, Kapan, Bagaimana

A. PENDAHULUAN

Pembangunan sumberdaya manusia yang dimotori oleh pemerintah, ternyata belum membuahkan hasil sebagaimana mestinya. Kondisi tersebut berdampak pada ketenagakerjaan Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) melansir kondisi tenaga kerja di Indonesia, bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Februari 2015 adalah 5,81 % , kemudian meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu TPT Februari 2014 yaitu 5,70 %. Angka pengangguran yang tinggi sangat dipengaruhi oleh membludaknya calon pekerja, sementara lapangan pekerjaan yang tersedia tidak mampu menampung secara keseluruhan.

Tingginya angka pengangguran tersebut mengakibatkan tingkat kemiskinan juba semakin banyak. Hal ini bisa dilihat dari data statistik tahun 2016 tentang prosentase penduduk miskin berdasarkan provinsi yang disurvei oleh Badan Pusat Statistik (BPS).



Gambar 1. Presentase Penduduk Miskin Menurut Provinsi tahun 2013-2016

Tingginya pengangguran secara tidak langsung dipengaruhi oleh mindset masyarakat bahwa setelah menyelesaikan pendidikan harus bekerja sebagai Aparat Sipil Negara (ASN). Dianggap menjadi ASN adalah suatu pekerjaan yang sangat menjanjikan masa depan. Setelah gagal menjadi ASN alternatif lain adalah menjadi pelaku wirausaha, tetapi pilihan ini pun terhambat oleh adanya anggapan bahwa menjadi wirausahawan bukan pilihan karier yang bisa menjanjikan masa depan. Akibatnya terjadi pengangguran yang akan menimbulkan kemiskinan di tengah – tengah masyarakat

Untuk mengatasi permasalahan sosial tersebut, maka salah satu alternatif yang bisa adalah mengembangkan kewirausahaan sosial. Dengan kewirausahaan sosial diharapkan menjadi salah satu pemicu berkembangnya ekonomi negara secara keseluruhan. Namun demikian karena kewirausahaan sosial adalah bagian dari aspek ekonomi yang masih baru berkembang, maka di dalamnya masih terjadi berbagai perbedaan pendapat.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka pada penelitian ini akan dikaji secara khusus mengenai kewirausahaan sosial di Indonesia, (apa, mengapa, kapan, siapa dan bagaimana).

1. Kewirausahaan (Entrepreneurship)

Pengertian kewirausahaan menurut Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/ KEP/M/XI/1995, adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

2. Kewirausahaan Sosial

Salah satu pilihan dalam penanganan permasalahan sosial yang dilakukan oleh negara - negara berkembang termasuk Indonesia adalah kegiatan kewirausahaan sosial. Kewirausahaan sosial memiliki tujuan untuk menyelesaikan masalah sosial yang ada di masyarakat terutama kemiskinan. Kewirausahaan sosial merupakan salah satu solusi yang bisa diterapkan untuk menyalurkan bantuan secara terus menerus bahkan bisa memperdayakan masyarakat miskin, sehingga bisa terbebas dari kemiskinan tanpa mengandalkan bantuan.

Menurut Scwab, (2010), bahwa wirausahawan sosial memiliki peranan penting untuk berbagi dalam krisis ekonomi saat ini. Melalui kewirausahaan sosial, masalah krisis keuangan dapat dipecahkan bahkan dapat memajukan pembangunan perekonomian khususnya di Asia dengan cara memaksimalkan peran masyarakat dan lingkungan melalui model bisnis yang inovatif dan efektif.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan eksplorasi dan pemaknaan

atas permasalahan atau fenomena sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah eksplorasi literatur dengan data yang diperoleh dari buku dan jurnal, dan lain - lain yang berkaitan dengan teori kewirausahaan sosial.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1 Pendefinisian Kewirausahaan Sosial

Menurut pendapat Cukier (2011). kewirausahaan sosial (*Social entrepreneurship*) adalah merupakan sebuah istilah turunan dari *entrepreneurship*. Gabungan dari dua kata, *social* yang artinya kemasyarakatan, dan *entrepreneurship* yang artinya kewirausahaan. Pengertian sederhana dari *social entrepreneur* adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan *entrepreneurship* untuk melakukan perubahan sosial (*social change*), terutama meliputi bidang kesejahteraan (*welfare*), pendidikan dan kesehatan (*healthcare*).

Selanjutnya Hulgard (2010), merangkum definisi kewirausahaan sosial dengan lebih komprehensif, yaitu sebagai penciptaan nilai sosial yang dibentuk dengan cara bekerja

sama dengan orang lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial yang biasanya menyiratkan suatu kegiatan ekonomi

Palesangi (2013). berpendapat bahwa definisi komprehensif dari Hulgard (2010) tersebut memberikan pemahaman bahwa *social entrepreneurship* terdiri dari empat elemen utama, yaitu :

- a. *Social Value*. Ini merupakan elemen paling khas dari *social entrepreneurship* yakni menciptakan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.
- b. *Civil Society*. *Social entrepreneurship* pada umumnya berasal dari inisiatif dan partisipasi masyarakat sipil dengan mengoptimalkan modal sosial yang ada di masyarakat.
- c. *Innovation*. *Social entrepreneurship* memecahkan masalah sosial dengan cara-cara inovatif antara lain dengan memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial.
- d. *Economic Activity*. *Social entrepreneurship* yang berhasil pada umumnya dengan menyeimbangkan antara aktivitas sosial dan aktivitas bisnis. Aktivitas bisnis/ekonomi dikembangkan untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial organisasi

Berdasarkan beberapa konsep di atas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan sosial adalah suatu terobosan baru sebagai sebuah aktivitas bisnis dalam mengatasi masalah sosial yang melibatkan penggunaan semua sumber daya secara inovatif untuk mempercepat perubahan sosial dalam memenuhi kebutuhan sosial masyarakat.

2. Sifat Kewirausahaan Sosial

Menurut Dees (2001) dalam Akmalur Rijal, dkk. (2018) Wirausaha sosial memiliki sifat :

1. Agen perubahan sosial. Mengadopsi misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai sosial (bukan nilai hanya pribadi); Mengenali dan mengejar peluang baru untuk mewujudkan misi tersebut;
2. Kreatif dan inovatif. Kreativitas merujuk kepada pembentukan ide-ide baru, sementara inovasi adalah upaya untuk menghasilkan mengatasi masalah dengan menggunakan ide-ide baru tersebut.
3. Disiplin dan Bekerja keras. Seorang wirausaha melaksanakan kegiatannya dengan penuh perhatian. Rasa tanggung jawabnya tinggi dan tidak mau menyerah, walaupun dia dihadapkan pada rintangan yang mustahil diatasi.

4. Altruis. Sikap moral yang memegang prinsip bahwa setiap individu memiliki kewajiban membantu, melayani dan menolong orang lain yang membutuhkan.

3. Peran Kewirausahaan Sosial

Peran kewirausahaan sosial menurut Santosa (2007) dalam Irma Paramita Sofia. (2015), yaitu : 1. menciptakan kesempatan kerja, 2. melakukan inovasi dan kreasi baru terhadap produksi barang ataupun jasa yang dibutuhkan masyarakat, 3. menjadi modal sosial, 4. peningkatan kesetaraan.

Selain itu dari beberapa ahli dijelaskan bahwa peran utama kewirausahaan sosial dalam kegiatan ekonomi yaitu:

1. Sektor publik dan reformasi nirlaba mengakibatkan dampak sosial yang signifikan dengan mengatasi masalah sosial yang ada di masyarakat.
2. Komersial perusahaan yang non konvensional menjadi lebih baik, mengutungkan dan menciptakan dampak sosial yang positif. Menghasilkan laba tetap menjadi tujuan, sehingga perusahaan tetap menerima keuntungan.
3. Katalis berbasis masyarakat untuk transformasi sosial. Kewirausahaan

sosial mempercepat terjadinya perubahan terhadap masalah sosial yang terjadi dimasyarakat.

4. Bentuk Wirausaha Sosial

Ada beberapa bentuk wirausaha sosial menurut Tan (2005) dalam Akmalur Rijal, dkk. (2018) adalah :

1. Organisasi berbasis komunitas; Organisasi semacam ini biasanya dibuat untuk mengatasi masalah tertentu dalam komunitas (kelompok masyarakat), misalnya menyediakan fasilitas pendidikan untuk anak-anak miskin, panti sosial untuk anak terlantar dsb.
2. Socially responsible enterprises; Wirausaha sosial ini berbentuk perusahaan yang melakukan usaha komersial untuk mendukung/ membiayai usaha sosialnya. Sebagian keuntungan yang didapatkan dari organisasi profit ditujukan untuk mendukung/ membiayai usaha sosialnya.
3. Social Service Industry Professionals, bentuk usaha ini sedikit berbeda, yaitu pengusaha yang menjadikan jasa sosial sebagai konsumennya. Usaha ini menggandeng organisasi yang bergerak di bidang sosial sebagai konsumennya.
4. Socio-economic atau dualistic enterprises; Wirausaha sosial ini

berbentuk perusahaan komersial yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip sosial. Misalnya perusahaan yang melakukan daur ulang sampah rumah tangga, organisasi yang mempekerjakan orang cacat, kredit mikro untuk masyarakat pedesaan. didedikasikan untuk mendukung layanan sosialnya (Juwaini: 2011).

5. Keunggulan Kewirausahaan Sosial

Kemunculan kewirausahaan sosial menjadi fenomena menarik karena terdapat beberapa perbedaan dengan model wirausaha tradisional sebelumnya. Perbedaan tersebut tercermin dari karakteristik tersendiri yang merupakan ide dan terobosan baru dalam memecahkan masalah sosial. Menurut Bill Drayton (1980), pendiri Ashoka Foundation yang menggagas kewirausahaan sosial bahwa beberapa karakteristik kegiatan wirausaha sosial adalah :

- a. Tugas wirausaha sosial ialah mengenali adanya kemacetan atau kemandegan dalam kehidupan masyarakat dan menyediakan jalan keluar dari kemacetan atau kemandegan itu. Ia menemukan apa yang tidak berfungsi, memecahkan masalah dengan mengubah sistemnya, menyebarluaskan

pemecahannya, dan meyakinkan seluruh masyarakat untuk berani melakukan perubahan.

- b. Wirausaha sosial tidak puas hanya memberi ikan atau mengajarkan cara memancing ikan. Ia tidak akan diam sehingga industri periklanan pun berubah.

Selain itu menurut Gregory Dees (1998) dalam Hardi Utomo (2014). bahwa kewirausahaan sosial adalah kombinasi dari semangat besar dalam misi sosial dengan disiplin, inovasi, dan keteguhan seperti yang lazim berlaku di dunia bisnis. Kegiatan kewirausahaan sosial dapat meliputi : a) Kegiatan yang tidak bertujuan mencari laba, b) Melakukan bisnis untuk tujuan sosial, c) Campuran dari kedua tujuan itu, yakni tidak untuk mencari laba, dan mencari laba, namun untuk tujuan sosial.

Selanjutnya menurut Boschee and Mc Clurg (2003) dalam Hardi Utomo (2014) menjelaskan perbedaan wirausaha bisnis (tradisional) dengan wirausaha sosial sebagai berikut :

- a. Biasanya bisnis wirausaha juga melakukan tindakan tanggungjawab sosial seperti : menyumbangkan uang untuk organisasi nirlaba, menolak untuk terlibat dalam jenis usaha tertentu, menggunakan bahan yang ramah

lingkungan dan praktek, mereka memperlakukan karyawannya baik dan layak. Wirausaha sosial bekerja lebih dari itu, berusaha mengatasi akar masalah sosial, penghasilannya didapatkan dari menjalankan misinya tersebut, misalnya: mempekerjakan orang cacat fisik atau mental, miskin atau penyandang masalah sosial tertentu (PSK, anak jalanan, tuna wisma), menjual produk atau jasa untuk mengatasi masalah sosial (memproduksi alat bantu untuk orang cacat, bank masyarakat miskin, panti sosial, balai latihan kerja, pendidikan untuk kelompok marjinal).

- b. Ukuran keberhasilan wirausaha bisnis adalah kinerja keuangan (nilai perusahaan, keuntungan bagi pemegang saham/pemilik). Ukuran keberhasilan wirausaha sosial adalah hasil keuangan dan sosial. Ukuran keuangannya adalah pendanaan yang terus menerus sehingga menjamin keberlangsungan organisasi. Keuntungan finansial diarahkan untuk meningkatkan skala kegiatan bukan dibagikan pada pemegang saham. Sedangkan hasil sosial yang diharapkan adalah masalah sosial teratasi atau setidaknya berkurang.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan sosial dipandang penting karena memiliki karakteristik yang merupakan terobosan baru dalam memecahkan fenomena sosial melalui pendekatan selain mencari keuntungan, juga menciptakan nilai sosial terutama bagi masyarakat miskin.

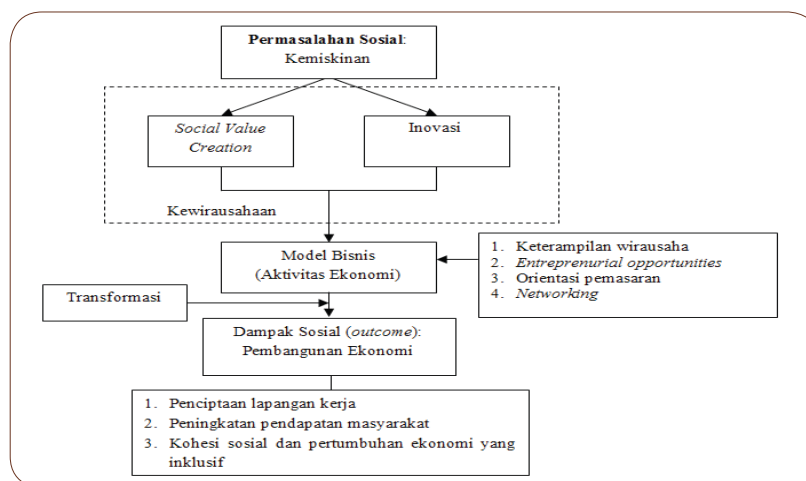
6. Perkembangan Social Entrepreneurship

Secara historis Bill Drayton (1980 yang mendirikan Ashoka Foundation) dianggap penggagas lahirnya inovasi kewirausahaan sosial. Sejumlah organisasi telah berusaha membangun social entrepreneurship dalam skala dunia, misalnya Ashoka Fellows. Kemudian disusul dari berbagai praktik kewirausahaan sosial, seperti pembiayaan mikro Grameen Bank oleh

Muhammad Yunus yang mendapatkan hadiah Nobel perdamaian tahun 2006, jasa keuangan Aavishkaar di Singapura, pembangunan jaringan listrik di Brazil oleh Fabio Rosa, pembangunan ekonomi masyarakat desa di Afrika Selatan oleh Paul Cohen, unit dana pertanian (*Farm Shop*) di Kenya oleh Madison Ayer, dan wirausaha sosial lainnya. Sedangkan dari aspek kajian kewirausahaan sosial dalam menganalisis praktik kewirausahaan sosial telah dilakukan oleh Perrini dan Vurro (2006). Dikutip Nur Firdaus. (2014).

7. Proses Kewirausahaan Sosial

Perrini dan Vurro (2006) dalam Nur Firdaus. (2014), memberikan gambaran kajian kewirausahaan sosial dalam menganalisis praktik kewirausahaan sosial, yaitu seperti dalam gambar berikut.



Gambar 2. Proses Kewirausahaan Sosial

Termotivasi oleh keberhasilan Muhammad Yunus, maka dari berbagai kalangan termasuk di Indonesia, mulai semarak membahas konsep social entrepreneurship dan membentuk komunitas social entrepreneurship. Penyebabnya adalah bahwa apa yang dilakukan oleh Muhammad Yunus dalam prakteknya mirip dengan situasi masalah sosial di Indonesia. Ini terbukti dengan didirikannya Asosiasi Kewirausahaan Sosial Indonesia (AKSI) pada tahun 2009 dan Indonesia Setara Indonesia Setara adalah sebuah Organisasi Non Profit yang dibentuk pada November 2010.

Begitu pula telah dilakukan beberapa kajian analisis kewirausahaan sosial, meskipun belum memfokuskan pada masalah kemiskinan dan pembangunan ekonomi serta praktik kewirausahaan dalam bentuk social business. Namun telah menunjukkan eksistensinya. Beberapa kajian tersebut telah dilakukan oleh : Haryadi dan Waluyo (2006), Rahmawati et al., (2011), Palesangi (2012), Situmorang dan Marzanti (2012), Pratiwi dan Siswoyo (2014), serta Utomo (2014).

8. Pelaku Kewirausahaan Sosial

Menurut Santosa, (2007). Social entrepreneur adalah agen perubahan (change agent) yang mampu untuk melaksanakan cita-cita mengubah dan memperbaiki nilai-nilai sosial dan menjadi penemu berbagai peluang untuk melakukan perbaikan. Karena itu pelaku kewirausahaan sosial dapat dilakukan oleh setiap individu yang ada di masyarakat. Dalam perkembangannya cabang social entrepreneurship berinduk pada bidang yang lebih luas, yaitu kewirausahaan, yang dikembangkan dengan menggunakan data empiris dari dunia bisnis.

. Irma Paramita Sofia (2015). memberi contoh kelompok maupun individu yang berkecimpung dalam *social entrepreneurship* di Indonesia dan telah memperoleh beberapa penghargaan. Kemudian memberi telaah secara lebih rinci terhadap profil pelaku *social entrepreneurship* berdasarkan kajian elemen *social entrepreneurship* (SE) dijelaskan dalam tabel berikut :

Elemen SE	Kelompok Wanita Tani Tunas Mekar Simantri	Srini Maria Buncis dari Merapi	Baban Sarbana Yatim Online	Elang Gumilang Elang Grup	Fajri Mulya Iresha Zero Waste Indonesia
Social Value	Petani dan pengrajin memiliki wadah untuk menciptakan bisnis berbasis komunitas.	Peningkatan nilai ekspor bahan lokal	Layanan pendidikan dan kesehatan bagi anak putus sekolah dan keluarga dhuafa.	Kemudahan kepemilikan rumah untuk masyarakat berpenghasilan rendah.	Mengurangi dampak kerusakan lingkungan akibat sampah
Civil Society	361 KK di Bali	Para wanita di daerah Gunung Merapi	<ul style="list-style-type: none"> • Pemuda yatim dan dhuafa di desa • Pemuda putus sekolah • Orang tua Yatim Dhuafa 	Pendanaan perumahan untuk kalangan menengah ke bawah	<ul style="list-style-type: none"> • 500-700 warga di sekitar TPS • Pemulung dan ex Pengguna narkoba
Innovation	Sistem Pertanian Terintegrasi	Peningkatan kualitas dan harga untuk produk buncis	<ul style="list-style-type: none"> • Yatimpreneur • Rumah Pintar Ciapus • Raudhatul Athfal An-Nahlya (pendidikan anak), • Pustaka Desa 	Rumah Sederhana bersubsidi Model pembiayaan perumahan.	Bank Sampah
Economic Activity	Menghasilkan berbagai produk olahan sampingan berbahan dasar susu kambing dan hasil komoditi pertanian	Ekspor buncis dan budi daya bit	Kelompok usaha sandal jepit spon dan produksi batako yang dikelola oleh pemuda	Pengembang Perumahan	<ul style="list-style-type: none"> • Menambah peghasilan masyarakat dari kegiatan menabung sampah non organik • Menghasilkan kerajinan dan kreasi daur ulang sampah.

Sumber : Irma Paramita Sofia (2015).

Selain itu terdapat beberapa contoh manfaat dengan tumbuhnya semangat kewirausahaan sosial pada sekelompok masyarakat (Hardi Utomo. 2014), seperti :

1. Klinik Asuransi Sampah (KAS)

Dikembangkan Gamal Albinsaid

di Malang Jawa Timur, ini adalah sistem asuransi kesehatan mikro berbasis komunitas dengan semangat gotong royong.

2. Qoriyah Thoyibah

Salah satu kegiatan usaha yang dijalankan oleh Qoriyah Thoyibah

adalah KBQT (Kelompok Bermain Qoriyah Thoyibah), yang didirikan oleh bapak. Bahrudin. KBQT bertujuan untuk menyelesaikan masalah praktis masyarakat Desa Kalibening, yakni kebutuhan akan sekolah yang berkualitas dan murah.

3. Jarimatika, Yayasan lebah putih, dan Komunitas ibu profesional
Jarimatika adalah cara mudah untuk berhitung matematika dengan menggunakan jari-jari tangan. Cara ini telah ditemukan oleh Ibu. Septi Peni Wulandari, yang mampu memberikan sumbangsih terhadap dunia pendidikan.
4. Penangkaran burung hantu
Sutejo, seorang Kades Tlogoweu Kecamatan Guntur Kabupaten Demak, telah mampu mengembangbiakkan burung hantu (Tyto Alba) dan memberikan dorongan kepada masyarakat yang dipimpinnya untuk kemudian bersama-sama (swadaya) mengembangbiakkan burung hantu (tyto alba) sebagai solusi untuk mengatasi hama tikus yang merajarela di desa Tlogoweru.

9. Peraktek Kewirausahaan Sosial

Untuk menekuni dunia social entrepreneurship, membutuhkan

komitmen tinggi dan rela berkorban dalam segala hal, mulai dari finansial (uang), waktu, serta pantang menyerah. Agar dapat berhasil mengembang misi nilai - nilai kemanusiaan dan sekaligus mencari keuntungan, maka dalam melaksanakan kegiatan *social entrepreneurship*, harus melalui beberapa proses yang dipengaruhi oleh berbagai aspek. Menurut Dees (2002) dalam Irma Paramita Sofia (2015), beberapa aspek yang mempengaruhi *social entrepreneurship* adalah:

1. Proses Mendefinisikan Tujuan Atau Misi.

Misi adalah sesuatu yang harus dilaksanakan oleh organisasi agar tujuan organisasi dapat terlaksana dan berhasil dengan baik. Misi sangat diperlukan bagi pegawai dan pihak yang terlibat didalam organisasi tersebut untuk mengenal organisasi dan mengetahui peran dan program-programnya serta hasil yang akan diperoleh dimasa mendatang.

2. Proses Mengenali Dan Menilai Peluang

Dalam *social entrepreneurship*, peluang dianggap sebagai sesuatu yang baru dengan cara yang berbeda dalam membuat dan mempertahankan nilai sosial. Ide yang muncul dan menarik mungkin dapat beragam, akan tetapi tidak

semua ide yang menarik tersebut dapat dikembangkan menjadi sebuah peluang untuk menciptakan dan mempertahankan nilai sosial.

3. Proses Manajemen Resiko (Risk Management)

Dalam merealisasikan misi atau ide-idenya, seorang social entrepreneur dihadapkan pada sebuah resiko dan tantangan. Resiko adalah kemungkinan yang tidak diharapkan. Untuk itu dalam merealisasikan ide atau gagasannya, *social entrepreneur* harus memperhitungkan segala sesuatunya yang akan terjadi. Hambatan-hambatan dalam menjalankan suatu kegiatan *social entrepreneurship* dapat muncul secara tidak terduga.

4. Mengidentifikasi Dan Menarik Pelanggan

Seorang *social entrepreneur* haruslah berupaya untuk mengenali berbagai peluang dalam menciptakan atau mempertahankan nilai sosial. Sedangkan menilai peluang adalah sebuah proses pengumpulan data yang dicampur dengan Konsumen atau pelanggan didalam *social entrepreneurship* sedikit berbeda dengan konsumen dalam sebuah bisnis umumnya.

Dalam definisi social

entrepreneurship, konsumen adalah mereka yang ikut berpartisipasi dengan sukses dalam mendukung misi sosial. Partisipasi ini bisa dalam bentuk penggunaan layanan, berpartisipasi dalam suatu kegiatan, relawan, memberikan dana atau barang untuk sebuah organisasi nirlaba, atau bahkan membeli layanan atau produk yang dihasilkan organisasi tersebut. Fokus *social entrepreneurship* adalah untuk menyalurkan semua hasil sumberdaya sehingga tercipta nilai sosial. Mengidentifikasi pelanggan sangat penting karena pelanggan merupakan pasar untuk menyalurkan barang dan jasa.

5. Proyeksi Arus Kas

Untuk dapat terus menjalankan kegiatannya, *social entrepreneur* harus dapat memproyeksikan kebutuhan uang tunai untuk usaha mereka. Mereka harus memutuskan bagaimana mereka dapat memperoleh kas untuk kelangsungan usahanya. . Tentu saja, tugas ini lebih rumit bagi *social entrepreneur* daripada *business entrepreneurs* pada umumnya. Pada beberapa kesempatan, penyandang dana pihak ketiga (misalnya, instansi pemerintah atau perusahaan) dapat menjadi alternatif untuk menutupi biaya

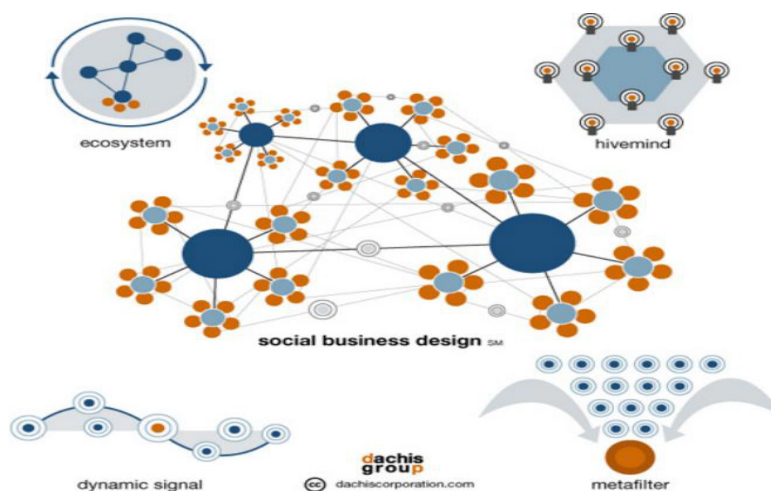
operasional. Namun dalam banyak kasus, pendapatan yang diperoleh dari layanan yang diberikan seringkali lebih kecil dari jumlah biaya operasional yang dibutuhkan. Dalam kasus tersebut, dana relawan dapat digunakan untuk mengisi kesenjangan, sehingga perencanaan penggalangan dana haruslah dibuat dengan matang dan realistis. yang masuk akal. Tantangan bagi pelaku social entrepreneur adalah bahwa mereka harus selektif dalam merencanakan aliran pendapatan tunai (arus kas) agar kegiatannya tetap berfokus pada misi yang telah ditetapkan.

10. Model Bisnis Social Entrepreneurship

Dalam pelaksanaan kegiatan social entrepreneurship harus didukung

oleh model bisnis yang masuk yang baik akal dan realistis. Dalam konteks ini para pengusaha sosial dapat menggunakan ide dalam menciptakan model bisnis baru guna meningkatkan kinerja para pengusaha sosial. Selain itu perusahaan sosial harus dibangun dalam bentuk sebuah jaringan yang terkoneksi dan memiliki keterpaduan dengan pengetahuan mengenai bisnis yang dapat menemukan nilai baik secara individual maupun bersama-sama sebagai sebuah ekosistem.

Dalam perkembangannya, terdapat berbagai desain model bisnis social entrepreneurship yang dapat diterapkan oleh para pengusaha sosial. Namun pada umumnya lebih cenderung memilih desain model bisnis seperti yang digambarkan dalam gambar 3 di bawah ini (Grassl, 2012), dikutip Irma Paramita Sofia (2015).



Sumber : *Business Models of Social Enterprise: A Design Approach to Hybridity* , Grassl, (2012)

Berdasarkan model bisnis tersebut, Social entrepreneurship dianggap telah memiliki “sarang” (*hive*) apabila organisasi tersebut dapat mengandalkan kerjasama di lingkungan mereka berada dan bekerjasama secara intensif dengan para stakeholder. Informasi yang didapatkan dari para pelanggan terkait perubahan yang terjadi di pasar dapat diartikan sebagai sebuah dynamic signal bagi social entrepreneurship, dimana para pelaku atau komunitas social entrepreneurship harus mengambil dan memproses informasi ini secara efisien sehingga dapat mengarah kepada nilai sosial yang ingin diciptakan. Proses ini yang digambarkan sebagai sebuah metafilter. Terkait metode bisnis, wirausaha sosial menciptakan organisasi campuran (*hybrid*) yang menggunakan metode-metode bisnis, namun hasil akhirnya adalah penciptaan nilai sosial (Winarto, 2008) dalam Irma Paramita Sofia (2015).

D. KESIMPULAN

Dari beberapa pembahasan di atas yang berhubungan dengan kewirausahaan sosial; Apa, mengapa, Kapan, Siapa dan Bagaimana, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu sebagai berikut :

1. Apa itu kewirausahaan sosial ;

Kewirausahaan sosial adalah suatu terobosan baru sebagai sebuah aktivitas bisnis dalam mengatasi masalah sosial yang melibatkan penggunaan semua sumber daya secara inovatif untuk mempercepat perubahan sosial dalam memenuhi kebutuhan sosial masyarakat.

2. Mengapa kewirausahaan sosial dinilai penting : Penerapan kewirausahaan sosial dipandang penting, karena memiliki karakteristik yang merupakan terobosan baru dalam memecahkan fenomena sosial melalui pendekatan selain mencari keuntungan, juga menciptakan nilai sosial terutama bagi masyarakat miskin.
3. Kapan lahirnya kewirausahaan sosial : Secara historis Bill Drayton (1980) yang mendirikan Ashoka Foundation) dianggap sebagai penggagas lahirnya inovasi kewirausahaan sosial. Kemudian disusul dari berbagai praktik kewirausahaan sosial, seperti pembiayaan mikro Grameen Bank oleh Muhammad Yunus. Di Indonesia telah didirikan Asosiasi Kewirausahaan Sosial Indonesia (AKSI) pada tahun 2009 dan Indonesia Setara Indonesia Setara dibentuk pada November 2010. Begitu pula telah dilakukan beberapa kajian analisis

- kewirausahaan sosial, seperti : Haryadi dan Waluyo (2006), dan lainnya.
4. Siapa yang dapat melakukan kewirausahaan sosial : Kewirausahaan sosial dapat dilakukan oleh setiap individu yang ada di masyarakat. Dalam perkembangannya cabang social entrepreneurship berinduk pada bidang yang lebih luas, yaitu kewirausahaan, yang dikembangkan dengan menggunakan data empiris dari dunia bisnis
 5. Bagaimana melaksanakan kewirausahaan sosial : Pelaksanaan kegiatan social entrepreneurship, harus melalui beberapa proses yang dipengaruhi oleh berbagai aspek, yaitu : a. Proses Mendefinisikan Tujuan Atau Misi, b. Proses Mengenali Dan Menilai Peluang, Proses Manajemen Resiko (Risk Management), d. Mengidentifikasi Dan Menarik Pelanggan, dan Proyeksi Arus Kas.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmalur Rijal, dkk. 2018. Jurnal. *Kewirausahaan Sosial Pada Lembaga Zakat Nasional*. Human Falah: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Volume 5. No. 1
- Cukier, Wendy, Susan Trenholm, dan Dale Carl, 2011, "Social Entrepreneurship : A Content Analysis", *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*.
- Hardi Utomo 2014. Jurnal. *Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Sosial*. Among Makarti, Vol.7 No.14.
- Hulgard. Lars, 2010, *Discourses of Social Entrepreneurship-Variation of The Same Theme?* EMES European Research Network.
- Irma Paramita Sofia. 2015, Jurnal. *Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian*. Universitas Pembangunan Jaya #2 Volume 2.
- Nur Firdaus 2014 .Jurnal *Ekonomi Dan Pembangunan. Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial*. Peneliti Pusat Penelitian Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Vol 22, No. 1.
- Palesangi, Muliadi, 2013, Jurnal. *Pemuda Indonesia dan Kewirausahaan Sosial*, Universitas Katolik Parahyangan.
- Santosa, Setyanto P., 2007, "Peran Social Entrepreneurship dalam Pembangunan", *Makalah*

dipresentasikan di acara Seminar "Membangun Sinergisitas Bangsa Menuju Indonesia Yang Inovatif, Inventif dan Kompetitif", Universitas Brawijaya.

Schwab, hilde. 2010. *Schwab foundation honours asia social entrepreneurs of the year*. Geneva: the world economic forum.

Sumber Lain :

Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/ KEP/M/XI/1995.

Badan Pusat Statistik, 2015, Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi

Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat, 2017. Persentase Penduduk Miskin Menurut Provinsi Tahun 2013-2016. Semarang.