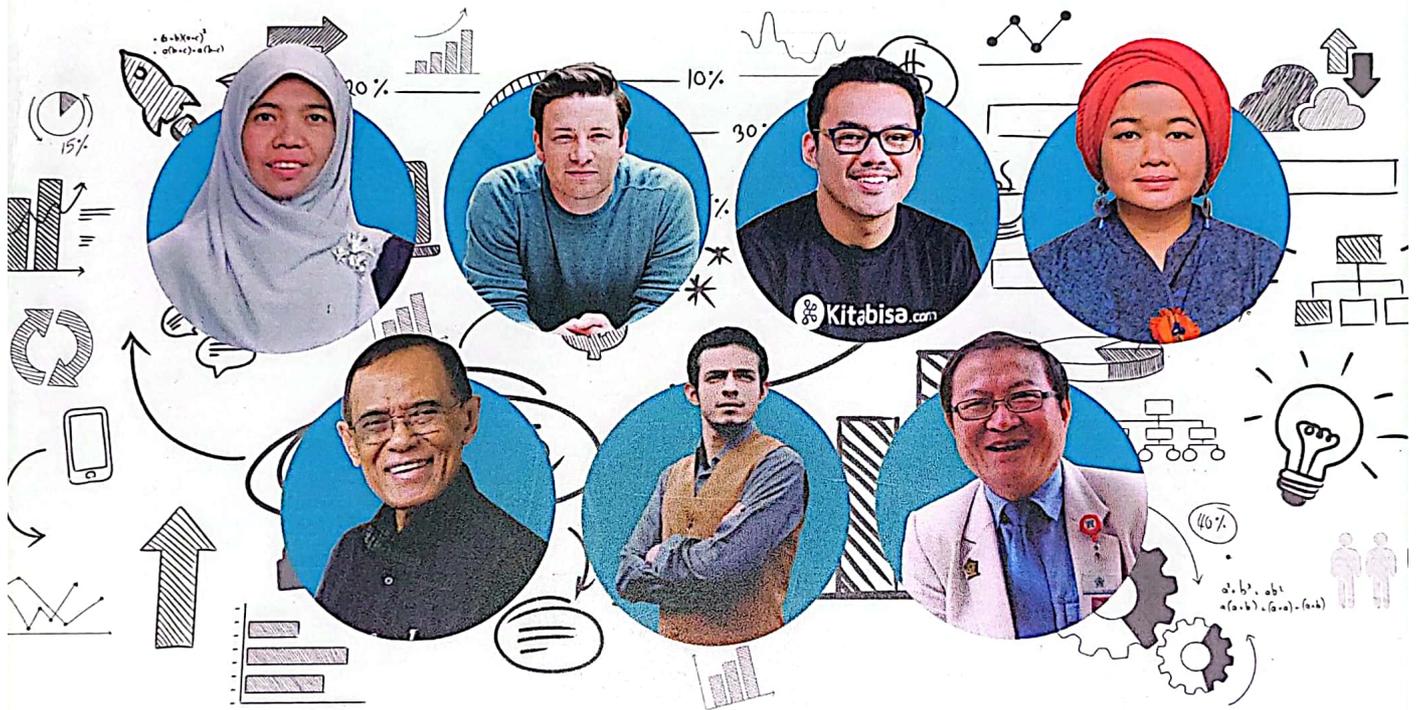


TOKOH KEWIRAUSAHAAN SOSIAL



Ditulis Oleh:

Muhammad Syukur | Muhammad Arhan Rajab | Hairil Akbar | Sumitro |
Imam Mukti | Nur Riswandy Marsuki | Saidang
Masni | Nismawati | Andi Hardianti | Ramlafatma | Syarifuddin |
Syarifah Nur Fajrin | Agustinus Ufie | Suparman | Mario

 **Badan Penerbit UNM**

TOKOH KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

Muhammad Syukur, Muhammad Arhan Rajab, Hairil Akbar
Sumitro, Imam Mukti, Nur Riswandy Marsuki, Saidang
Masni, Nismawati, Andi Hardianti
Ramlafatma, Syarifuddin, Syarifah Nur Fajrin
Agustinus Ufie, Suparman, Mario



Badan Penerbit UNM

TOKOH KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

Hak Cipta @ 2022 oleh Muhammad Syukur, Muhammad Arhan Rajab,
Hairil Akbar, Sumitro, Imam Mukti, Nur Riswandy Marsuki, Saidang, Masni
Nismawati, Andi Hardianti, Ramlafatma, Syarifuddin, Syarifah Nur Fajrin
Agustinus Ufie, Suparman, Mario

Hak cipta dilindungi undang-undang
Cetakan pertama, Januari 2022

Diterbitkan oleh Badan Penerbit UNM
Gedung Perpustakaan Lt. 1 Kampus UNM Gunungsari
Jl. Raya Pendidikan 90222
Tlp./Fax. (0411) 865677 / (0411) 861377

ANGGOTA IKAPI No. 011/SSL/2010
ANGGOTA APPTI No. 006.063.1.10.2018

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk
apapun tanpa izin tertulis dari penerbit

ii, 220 hlm; 29 cm

ISBN 978-623-387-038-2

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga tim penulis dapat menyelesaikan buku dengan judul "**Tokoh Kewirausahaan Sosial**". Buku ini ditulis atas kolaborasi antara dosen dan Mahasiswa Pascasarjana Program Studi Sosiologi (S3) Universitas Negeri Makassar Angkatan 2021.

Buku Tokoh Kewirausahaan Sosial ini berisikan 14 Tokoh Kewirausahaan Sosial yang memberi pengaruh besar dalam masyarakat baik dari segi pemberdayaan, pelayanan kesehatan, hingga kesejahteraan ekonomi dan sosial. Adapun tokoh-tokoh yang termasuk dalam buku Tokoh Kewirausahaan Sosial diantaranya Jamie Oliver, dr. Lie Agustinus Dharmawan, Muhammad Yunus, Bambang Ismawan, Helianti Hilman, Asep Supriadin, Goris Mustaqim, Al Fatih Timur, Ela Bhatt, Mursida Rambe, Dr. Gamal Albinsaid, Govindappa Venkataswamy (dr. V), Bambang Suwerda dan Gavin Amstrong. Masing-masing tokoh yang tercantum dalam buku ini memiliki ciri khas yang berbeda-beda baik dalam bentuk usaha, pelayanan yang diberikan, pemberdayaan, upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan hambatan serta kendala yang terjadi selama membentuk dan menjalankan usahanya.

Penulis menyadari bahwa dalam buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran dari para pembaca sangat diharapkan untuk membangun dan mengarahkan buku ini agar dapat menjadi sempurna. Semoga buku Tokoh Kewirausahaan Sosial ini bisa menjadi bahan rujukan, bahan bacaan, referensi dan sumber literatur bagi kalangan masyarakat maupun akademisi untuk menambah wawasan pengetahuan dan informasi serta menjadi kajian mengenai kewirausahaan sosial. Akhir kata, penulis menyampaikan mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan buku ini. Semoga bermanfaat dan terima kasih.

Makassar, 2 Desember 2021

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR 	i
DAFTAR ISI 	ii
BAB I Kewirausahaan Sosial 	1
BAB II Jamie Oliver: Pemberdaya Muda Marginal Melalui Bisnis Kuliner, Fifteen Restaurant 	19
BAB III dr. Lie Agustinus Dharmawan dan Rumah Sakit Terapungnya 	33
BAB IV Muhammad Yunus: Pejuang Pemberantas Kemiskinan Melalui Keuangan Mikro, Grameen Bank 	41
BAB V Bambang Ismawan: Konsep Kewirausahaan dan Etika Kewirausahaan 	51
BAB VI Helianti Hilman: Spiritualisme Pertanian dan Javara Pemberdayaan Petani 	67
BAB VII Asep Supriadin: Koperasi dan Entrepreneurship Petani 	83
BAB VIII Goris Mustaqim: Mengajak Pemuda Untuk Membangun Bangsa dari Desa melalui Asgar Muda 	107
BAB IX Al Fatih Timur: Penggagas Platform Kitabisa.com 	119
BAB X Ela Bhatt: Penggagas Barisan Langkah Jutaan Perempuan Miskin Menuju Kemandirian dan jaminan Kerja melalui <i>Self Employed Women's Association (SEWA)</i> 	127
BAB XI Mursida Rambe: Memutus Ketergantungan Pedagang Kecil Terhadap Rentenir Melalui BMT Beringharjo 	137
BAB XII Dr. Gamal Albinsaid: Era Baru Kewirausahaan Sosial Manifestasi Ide dan Kepedulian Sosial 	153
BAB XIII Govindappa Venkataswamy (dr. V): Penerang Kehidupan Masyarakat Buta di India 	169
BAB XIV Bambang Suweda: Sosok Dibalik Lahirnya Bank Sampah 	183
BAB XV Gavin Armstrong: Ikan Besi Keberuntungan 	197



BAB I KONSEP KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

Dr. Muhammad Syukur, M.Si

A. PENDAHULUAN

Indonesia saat ini sudah mulai mengembangkan konsep antara pemberdayaan masyarakat dengan kewirausahaan. Walaupun terbilang masih baru, konsep ini merupakan salah satu alternatif yang mampu meminimalisir permasalahan sosial maupun ekonomi masyarakat di Indonesia. Istilah penggabungan konsep antara pemberdayaan masyarakat (konsep sosial) dengan kewirausahaan biasa disebut dengan *social entrepreneurship* (kewirausahaan sosial). *Social entrepreneurship* secara ilmiah berbeda dengan *business entrepreneurship*. Perbedaannya yaitu meskipun kedua konsep antara *social entrepreneurship* (kewirausahaan sosial) dengan *business entrepreneurship* (kewirausahaan bisnis) sama-sama mendorong kegiatan wirausaha namun *social entrepreneurship* (kewirausahaan sosial) lebih menekankan kepada pemberdayaan untuk menolong masyarakat maupun komunitas dari keuntungan yang diperoleh dari aktivitas ekonomi dibandingkan dengan *business entrepreneurship* (kewirausahaan bisnis) yang berfokus kepada keuntungan pribadi. *Social entrepreneurship* juga berbeda

dengan konsep CSR, dimana perusahaan ketika melaksanakan program CSR biasanya bertujuan untuk lebih mengenalkan perusahaan tersebut terhadap masyarakat atau bisa dikatakan bahwa aktifitas yang dilakukan perusahaan bertujuan pada iklan atau branding perusahaan. Sedangkan *social entrepreneurship* merupakan sebuah konsep yang murni bergerak di bidang sosial dan digagas oleh masyarakat sendiri.

Menelaah praktik kegiatan bisnis di Indonesia, pada faktanya kegiatan kewirausahaan umumnya bertujuan untuk meningkatkan finansial pribadi bukan untuk kemaslahatan masyarakat banyak sehingga aspek permasalahan sosial belum bisa teratasi. Masalah sosial dipandang sebagai urusan organisasi-organisasi sosial (charity atau yayasan) yang memang tidak memiliki orientasi laba (not-for-profit organization) dan umumnya bergantung pada donasi untuk mendanai kegiatan mereka. Sementara itu, masalah sosial yang besar sudah sepiantasnya diurus oleh negara melalui kewirausahaan sosial. Kewirausahaan sosial pertama kali diperkenalkan pada sekitar tahun 1970-an, konsep *Social Entrepreneurship* menarik perhatian banyak orang yang ingin melakukan perubahan untuk mewujudkan dunia yang lebih baik. Salah satu pelopor yang telah mengimplementasikan konsep kewirausahaan sosial yaitu Muhammad Yunus dari Bangladesh melalui Grameen Bank (Bank Desa) yang didasari dengan konsep solidaritas sosial. Pada tahun 2006, Muhammad Yunus mendapatkan penghargaan Nobel Perdamaian karena telah mengangkat jutaan orang Bangladesh keluar dari kemiskinan dengan memberikan mereka akses ke pinjaman kecil tanpa agunan.

Kewirausahaan sosial juga akan memiliki dampak dalam kemajuan pembangunan. Namun, perlu diketahui kemajuan pembangunan belum tentu bisa mengatasi permasalahan sosial. Kemajuan pembangunan, ternyata tidak selamanya menghasilkan kesejahteraan bagi seluruh warga negara. Hingga hari ini, belum semua kebutuhan dan kepentingan masyarakat mampu dipenuhi oleh pemerintah. Berikut adalah ungkapan dari Nicholls (2008) ketika kemajuan inovasi industri dan teknologi semakin mengemuka, hal tersebut juga meninggalkan kita dengan ancaman ketidakpastian masa depan. Dengan ancaman serius dari kolapsnya ekonomi dan lingkungan, penyakit yang parah, kelebihan populasi, perang, serta teror, maka penduduk dunia memiliki banyak pekerjaan rumah. Usaha dari pihak pemerintah dan berbagai lembaga lainnya, belum cukup untuk menanggulangi kecenderungan negatif ini. Maka harapan terbaik untuk masa depan terletak pada kekuatan dan efektivitas dari mereka yang termotivasi secara sosial, yang bersedia berjuang demi perubahan cara kita hidup, berpikir, dan bertingkah laku. Maka, diberbagai belahan dunia, lahirnya beragam praktik dan gerakan dengan benah merah yang sama yaitu usaha untuk memenuhi

kebutuhan sendiri dan menyelesaikan beragam permasalahan sosial secara mandiri.

Seiring dengan itu, penamaan "wirausaha sosial" semakin menjadi populer dalam beberapa tahun terakhir ini (Bornstein, 2006). Kewirausahaan sosial, seiring berjalannya waktu, telah menjadi isu yang mendunia (Dees, 2001; Nichols, 2008). Gerakan ini, kemudian semakin menyebar dan berkembang di berbagai wilayah di berbagai negara (Bornstein, 2005, Elkington, 2009). Selanjutnya, tidak hanya sekedar menyebar, gerakan ini juga telah mampu memberikan dampak positif bagi anggota masyarakat. Skoll (2009) menyatakan bahwa kewirausahaan sosial telah membawa dampak bagi masyarakat, seperti meningkatkan akses kesehatan bagi kaum miskin, mendorong perdamaian pada daerah konflik, membantu petani keluar dari kemiskinan dan lain-lain. Lebih jauh Skoll (2009) menjelaskan gerakan ini merupakan antitesis dari program pembangunan berbasis sosial politik yang cenderung memaksakan model top down kepada masyarakat.

Gelombang kewirausahaan sosial, ternyata juga sudah merambah Indonesia. Majalah SWA (swa.co.id diunduh 5/12/2021) menyatakan bahwa kewirausahaan sosial di Indonesia kian terbukti mampu menyembuhkan berbagai penyakit sosial seperti kemiskinan, keterbelakangan, dan kesehatan masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa, kewirausahaan telah dapat memberikan manfaat serta harapan baru bagi masyarakat luas untuk perbaikan taraf kehidupan. Satu hal, praktik kewirausahaan sosial yang sudah mulai marak dilakukan di masyarakat tersebut, ternyata bukan pekerjaan yang mudah. Aktivitas kewirausahaan sosial, bukan sebuah aktivitas yang mudah dikenali dan diterjuni, melainkan perlu didefinisikan, didalami dan dikembangkan. Diperlukan usaha keras untuk membuat aktivitas kewirausahaan sosial berjalan dan membawa manfaat. Seorang wirausaha sosial, agar dapat menyukseskan aktivitas kewirausahaan sosial, perlu menginvestasikan waktu, energi dan bahkan uangnya. Kewirausahaan sosial adalah sebuah aktivitas dimana para pelaku kewirausahaan sosial mendedikasikan waktu dan tenaga untuk peningkatan kesejahteraan pihak-pihak lain demi meningkatnya kesejahteraan sosial.

B. PEMBAHASAN

1. Konsep Kewirausahaan Sosial

Wirausaha adalah orang yang pertama kali melakukan atau mengembangkan suatu usaha. Di Indonesia, wirausaha tidak hanya diasosiasikan dengan pendiri atau pemilik secara sendiri, tetapi pada kenyataannya banyak usaha wirausaha yang berdiri secara keluarga atau meneruskan usaha keluarga yang

sudah ada. Ebert dan Griffin dalam bukunya Business Essentials (2009) memberikan definisi wirausaha:

"Entrepreneur is a businessperson who accepts both the risks and the opportunities involved in creating and operating a new business venture".

Menurut Scarborough dan Zimmerer (2008) mendefinisikan wirausaha sebagai berikut :

"An Entrepreneur is one who creates a new business in the face of risk and uncertainty for the purchase of achieving profit and growth by identifying opportunities and assembling the necessary resources to capitalize on those opportunities".

Wirausaha harus mampu mengambil resiko dengan mengadakan pembaharuan, mampu melihat ke depan dengan mengambil pelajaran berdasarkan pengalaman sebelumnya dan kemampuan menerima, memanfaatkan realitas di sekelilingnya serta mampu mengkoordinasikan kekuatan modal, teknologi dan tenaga kerja untuk mencapai tujuan secara harmonis. Menurut Meredith (2006) pengertian wirausaha adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang diperlukan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses atau dengan kata lain wirausaha adalah individu yang berorientasi kepada tindakan dan termotivasi tinggi dalam mengambil resiko serta dalam mengejar tujuannya. Seorang wirausaha harus jeli dalam melihat peluang yang menguntungkan dan ia harus memahami potensi yang ada didalam dirinya sendiri untuk mengumpulkan sumber-sumber daya yang ada di dalam dirinya dan tergerak mengambil potensi didalam diri orang lain dengan jalan memotivasi dan mengambil resiko-resiko dalam mengejar tujuannya, meskipun didalam proses ini akan banyak hambatan yang datang dari dalam diri sendiri maupun dari pihak luar.

Fungsi pokok yang lazim dipakai wirausaha adalah mencari dan menciptakan cara yang baru, terobosan baru dalam mendapatkan masukan atau input, serta mengolahnya menjadi barang dan jasa yang menarik dan memasarkan barang dan jasa tersebut untuk memuaskan pelanggan dan sekaligus memperoleh keuntungan mengenali lingkungan dalam rangka mencari dan menciptakan peluang usaha serta untuk mengendalikan lingkungan kearah yang menguntungkan bagi perusahaan. Di tinjau dari sudut kepentingan masyarakat, bangsa dan negara, lazimnya wirausaha yang baik di anggap dan di akui sebagai pionir-pionir yang mengembangkan usaha, menciptakan lapangan kerja, penghasilan barang dan jasa yang lebih baik dan lebih

bermanfaat serta menakukan pengembangan dan akumulasi sumber daya manusia, sumber daya modal, dan sarana teknologi. Fungsi dan peran wirausaha dapat di lihat melalui dua pendekatan, yaitu secara mikro dan makro. Secara mikro, wirausaha memiliki dua peran yaitu sebagai penemu (Innovator) dan perencana (planner). Sebagai penemu, wirausaha menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperti produk, teknologi, cara, ide organisasi, dan sebagainya. Sebagai perencana, wirausaha berperan merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam meraih sukses, menciptakan organisasi perusahaan yang baru, dan lain-lain. Secara makro, peran wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan, dan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu Negara. (Kasmir, 2006).

Secara makro wirausaha berperan sebagai penggerak, pengendali, dan pemacu perekonomian suatu bangsa. Di amerika serikat, eropa barat, dan negara-negara di asia, kewirausahaan menjadi kekuatan ekonomi negara tertentu, sehingga negara-negara itu menjadi kekuatan ekonomi dunia yang kaya dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan inovasi. Hasilhasil dari penemuan ilmiah, penelitian, dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi rekayasa telah menghasilkan kreasi-kreasi baru dalam produk barang dan jasa-jasa yang berskala global, yang merupakan hasil dari proses dinamis wirausaha yang dinamis. Bahkan para wirausahalah yang berhasil menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Peranan wirausaha melalui usaha kecilnya tidak diragukan lagi, karena;

- a. Usaha kecil dapat memperkokoh perekonomian nasional melalui berbagai keterkaitan usaha, seperti fungsi pemasok, fungsi produksi, fungsi penyalur, dan pemasar bagi hasil produk-produk industri besar.
- b. Usaha kecil dapat meningkatkan efisiensi ekonomi khususnya dalam menyerap sumber daya yang ada, dapat menyerap tenaga kerja lokal, sumber daya lokal, dan meningkatkan sumber daya manusia menjadi wirausaha-wirausaha yang tangguh.
- c. Usaha kecil dipandang sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemerataan berusaha, dan pemerataan pendapatan, karena jumlahnya tersebar baik di perkotaan maupun di pedesaan.

Secara mikro peran wirausaha adalah penanggung risiko dan ketidakpastian, mengombinasikan sumber-sumber ke dalam cara yang baru dan berbeda untuk menciptakan nilai tambah dan usaha-usaha baru. Dalam melakukan fungsi

mikronya menurut Marzuki (2000) secara umum wirausaha memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu (Innovator) dan sebagai perencana (planner).

a. Innovator

Wirausaha berperan dalam menemukan dan menciptakan ;

- 1) Produk baru (the new product)
- 2) Teknologi baru (the new technology)
- 3) Ide-ide baru (the new image)
- 4) Organisasi usaha baru (the new organization)

b. Planner

Wirausaha berperan dalam merancang ;

- 1) Perencanaan usaha (corporate plan)
- 2) Strategi perusahaan (corporate strategy)
- 3) Ide-ide dalam perusahaan (corporate image)
- 4) Organisasi perusahaan (corporate organization)

Dalam konteks persaingan global yang semakin terbuka sekarang ini, banyak tantangan yang harus dihadapi. Setiap negara dan bangsa harus bersaing dengan menonjolkan keunggulan sumber dayanya, negara-negara yang unggul dalam sumber dayanya akan memenangkan persaingan. Sebaliknya negara-negara yang tidak memiliki keunggulan bersaing dalam sumber dayanya akan kalah dalam persaingan dan tidak akan banyak kemajuan yang dicapainya. Negara-negara yang memiliki keunggulan bersaing adalah negara yang dapat memberdayakan sumber daya ekonominya dan dapat memberdayakan sumber daya manusianya secara nyata. Sumber ekonomi dapat diberdayakan apabila sumber daya manusia memiliki keterampilan kreatif dan inovatif.

Seorang wirausaha harus dapat mencapai dan menemukan peluang-peluang bisnis yang ada, mengevaluasi peluang dimana yang paling menguntungkan dan selalu yakin bahwa sukses pasti dapat diraih. Sebagai seorang pengusaha, wirausaha harus menjadi pribadi yang menjadi pelopor dan pelaksana didalam bisnisnya. Wirausaha memiliki kemampuan untuk melihat dan memanfaatkan peluang untuk memulai usaha atau mengembangkan usahanya, pemikiran atau ide setelah menemukan peluang dapat bersumber dari berbagai hal, yaitu ide yang diperoleh dari pengalaman bekerja sebelumnya, mengubah pekerjaan sementara menjadi sebuah bisnis, ide dari anggota keluarga, serta riset yang sistematis. Wirausaha yang berhasil biasanya memacu pada sebuah mimpi, kemudian memikirkan sebuah rencana yang matang untuk merealisasikan mimpi tersebut, yang merupakan pikiran jauh kedepan dan dipadukan dengan kerja keras,

nilai-nilai yang benar, kemampuan mengelola uang, waktu dan barang-barang dengan baik, kemampuan untuk menilai sifat-sifat seseorang, menghormati orang lain, gaya hidup yang sederhana, terus-menerus mengusahakan perbaikan, bersedia belajar dari orang lain, memperhatikan secara rinci atau tidak ceroboh, bertanggung jawab atas kehidupan seseorang, keseimbangan didalam semua aspek kehidupan dan menikmati pekerjaan.

Menurut Tarmudji (2006), untuk menjadi seorang wirausaha harus melalui proses cara bertahap yaitu dari eksplorasi, konsolidasi, pembaharuan dan individualisasi, walaupun jalur dan lingkungan yang mungkin tidak sama. Peranan wirausaha adalah untuk meresapi aktifitas usaha dengan semangat kewirausahaan dan mengubah semangat itu menjadi energi untuk terjun ke dalam pembaharuan-pembaharuan. Menurut Yuyun Sasmita (dalam Siagian dan Asfahani, 2005), menyatakan bahwa seorang pokok wirausaha ditandai atau didasarkan apabila ia memiliki : (a) *Self knowledge* (pemahaman diri); (b) *Imagination* (kemampuan untuk berkhayal); (c) *Practical knowledge* (kemampuan mengaplikasi); (d) *Analitycal ability* (kemampuan menganalisa); (e) *Search skill* (kemampuan menelaah); (f) *Foresight* (kemampuan memandang kedepan); (g) *Computation skill* (kemampuan berhitung); (h) *Comunication skill* (kemampuan berkomunikasi); (i) *Organizational skill* (kemampuan berorganisasi)

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*). Wirausaha sosial melihat masalah sebagai peluang untuk membentuk sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat sekitar. Hibbert, Hogg, and Quinn (2005) mengungkapkan bahwa kewirausahaan sosial adalah pemanfaatan perilaku kewirausahaan yang lebih berorientasi untuk pencapaian tujuan sosial dan tidak mengutamakan perolehan laba, atau laba yang diperoleh dimanfaatkan untuk kepentingan sosial. Menurut Yayasan Schwab, sebuah yayasan yang bergerak untuk mendorong aktivitas *social entrepreneurship* menyatakan bahwa para *social entrepreneur* menciptakan dan memimpin organisasi, untuk menghasilkan laba ataupun tidak, yang ditujukan sebagai katalisator perubahan sosial dalam tataran sistem melalui gagasan baru, produk, jasa, metodologi, dan perubahan sikap.

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

- a. **Agen perubahan sosial.** Mengadopsi misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai sosial (bukan nilai hanya pribadi); Mengenali dan mengejar peluang baru untuk mewujudkan misi tersebut;
- b. **Kreatif dan inovatif.** Kreativitas merujuk kepada pembentukan ide-ide baru, sementara inovasi adalah upaya untuk menghasilkan mengatasi masalah dengan menggunakan ide-ide baru tersebut.
- c. **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.

Menurut Eduardo Morato, Ketua Asian Institute Management (AIM) pada tahun 1980-an yang memperkenalkan *social entrepreneurship*, wirausaha sosial merupakan orang atau lembaga inovatif yang memajukan penciptaan dan penyelenggaraan usaha yang berhasil bagi mereka yang membutuhkan. Wirausaha sosial berbeda dengan usaha yang lazim atau usaha niaga dengan satu ciri utama, yakni menaruh kepedulian pada upaya membantu kesejahteraan pihak lain dari pada kesejahteraan diri sendiri. Pihak yang dibantu oleh wirausaha sosial ialah golongan yang kurang beruntung atau lebih miskin di kalangan masyarakat (Morato, 1994).

Menurut Hulgard (2010) terkait *Sosial Entrepreneurship* yaitu 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. Bill Drayton (Pendiri Ashoka Foundation) selaku penggagas *social entrepreneurship*, mengatakan terdapat dua hal kunci dalam *social entrepreneurship* :

- a. Adanya inovasi sosial yang mampu mengubah sistem yang ada di masyarakat.
- b. Hadirnya individu bervisi, kreatif, berjiwa wirausaha (*entrepreneurship*), dan beretika di belakang gagasan inovatif tersebut.

2. Karakteristik Seseorang Yang Berjiwa Kewirausahaan Sosial

Karakteristik seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan sosial sedikit berbeda dengan kewirausahaan pada umumnya. Pada kewirausahaan yang biasa ditemukan, seseorang akan memiliki karakteristik berikut ini, diantaranya:

- a. Menyukai pengambilan resiko yang moderat
- b. Energik

- c. Bertanggung jawab
- d. Mengutamakan uang sebagai alat ukur keberhasilan
- e. Mampu mengantisipasi masa yang akan datang dan memiliki organizational skill yang baik.

Justin G. Longenecker, Moore dan Petty dalam bukunya *Small Business Management an Entrepreneurial Emphasis* (2004) mengemukakan karakteristik dari seorang wirausaha yaitu :

- a. Need for achievement (keinginan untuk maju)
- b. Willingness to take risks (berani untuk mengambil resiko)
- c. Self confidence (percaya diri)
- d. A need to seek refuge (kebutuhan akan tempat perlindungan)

Menurut Schumpeter (dalam Mutis, 2005) menyatakan bahwa entrepreneur memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

- a. Selalu memiliki prakarsa otoritas
- b. Melihat kemasa depan
- c. Mempunyai kebebasan mental
- d. Mempunyai intuisi yang kuat
- e. Mempunyai jiwa kepemimpinan
- f. Pemberontak sosial (social deviance)

Meredith mengemukakan secara sistematis ada enam ciri-ciri yang dapat memberikan sebuah profil dari seorang wirausaha, Meredith (2006) yaitu:

Tabel 1. Ciri-Ciri dan Watak Wirausaha

Ciri-Ciri	Watak Wirausaha
Percaya Diri	Keyakinan Optimisme Ketidaktergantungan Individualitas
Orientasi tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi Berorientasi laba Ketekunan dan ketabahan Tekad kerja keras Mempunyai dorongan kuat Energetik dan inisiatif
Pengambil resiko	Kemampuan mengambil resiko Suka pada tantangan

Kepemimpinan	Berlaku seperti pemmpun Dapat bergaul dengan orang lain Menanggapi saran dan kritik
Keorisinilan	Inovatif dan kreatif Fleksibel Punya banyak sumber Serba bisa, mengetahui banyak hal
Orientasi ke masa depan	Pandangan ke depan Perseptif

Berbeda halnya dengan kewirausahaan sosial, seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan sosial dapat diidentifikasi sebagai berikut ini:

- a. Orang-orang yang mempunyai visi untuk memecahkan masalah-masalah kemasyarakatan sebagai pembaharu masyarakat dengan gagasan-gagasan yang sangat kuat untuk memperbaiki taraf hidup masyarakat.
- b. Umumnya bukan orang terkenal, misalnya dokter, pengacara, insinyur, konsultan manajemen, pekerja sosial, guru dan wartawan.
- c. Orang-orang yang memiliki daya transformatif, yakni orang-orang dengan gagasan baru dalam menghadapi masalah besar, yang tak kenal lelah dalam mewujudkan misinya, menyukai tantangan, punya daya tahan tinggi, orang-orang yang sungguh-sungguh tidak mengenal kata menyerah hingga mereka berhasil menyebarkan gagasannya sejauh mereka mampu.
- d. Orang yang mampu mengubah daya kinerja masyarakat dengan cara terus memperbaiki, memperkuat dan memperluas cita-cita.
- e. Orang yang memajukan perubahan sistemik: bagaimana mereka mengubah pola perilaku dan pemahaman.
- f. Pemecah masalah paling kreatif.
- g. Mampu menjangkau jauh lebih banyak orang dengan uang atau sumber daya yang jauh lebih sedikit, dengan keberanian mengambil risiko sehingga mereka harus sangat inovatif dalam mengajukan pemecahan masalah.
- h. Orang-orang yang tidak bisa diam, yang ingin memecahkan masalah-masalah yang telah gagal ditangani oleh pranata (negara dan mekanisme pasar) yang ada.
- i. Mereka melampaui format-format lama (struktur mapan) dan terdorong untuk menemukan bentuk-bentuk baru organisasi.
- j. Lebih bebas dan independen, lebih efektif dan memilih keterlibatan yang lebih produktif.

perencanaan strategis dapat menjadi dokumen pemersatu, sebuah kompas atau roadmap bagi organisasi. Berikut penjelasan detail dari Dees dkk (2001) terkait nilai dari perencanaan strategis sebagai sumber umum bagi upaya pengenalan peluang, yaitu:

- 1) Perencanaan dapat membantu kita untuk melihat peluang yang mungkin menarik namun justru dapat membuat fokus organisasi hilang.
- 2) Perencanaan strategis dapat memfokuskan kembali energi dan waktu yang dialokasikan.
- 3) Perencanaan strategis mengarahkan pandangan kita tetap di horison yang benar untuk mengantisipasi kemungkinan peluang-peluang yang akan datang.

d. Organisasi

Selanjutnya, unsur yang membentuk kewirausahaan sosial adalah organisasi. Organisasi adalah wadah bagi gerakan kewirausahaan sosial dan pengikat bagi pihak-pihak yang terlibat dalam upaya mengembangkan dan membuat kesinambungan dari praktik kewirausahaan sosial itu sendiri. Salah satu aspek utama organisasi adalah misi. Setiap organisasi, memiliki misi. Misi, menyediakan bagi para pemimpin, penyumbang dana, pelanggan dan semua pihak yang terlibat dalam organisasi, pemahaman yang jelas tentang tujuan dan alasan berdirinya (Dees, dkk, 2001). Oleh karena itu misi sangatlah penting bagi sebuah organisasi, termasuk yang bergerak di ranah kewirausahaan sosial. Misi merupakan otak dari organisasi yang memberikan pemahaman tentang mengapa orang-orang perlu bekerja bersama menuju suatu tujuan bersama. Dess (2001) menyatakan bahwa instrumen yang paling berguna bagi seorang wirausaha sosial adalah misi, karena misi menyuratkan definisi dan komunikasi yang jelas akan arah aktivitas yang dilakukan.

C. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dikatakan bahwa lingkup (coverage) dari kewirausahaan sosial adalah sangat luas, dan berpotensi memiliki kontribusi besar dalam sektor pelayanan publik. Tidak berlebihan kiranya, jika dikatakan bahwa gerakan bottom up dari kewirausahaan sosial akan mampu menjadi substitusi bagi pemenuhan kebutuhan dan kepentingan masyarakat. Dalam memahami kewirausahaan sosial sendiri pada dasarnya berorientasi kepada kesejahteraan sosial dibandingkan keuntungan ekonomi. Seseorang yang menjalankan kewirausahaan sosial harus memiliki jiwa wirausaha sosial melalui

Menurut Emerson (dalam Nicholls, 2006) juga mendefinisikan tipe dari pelaku *social entrepreneurship*, yakni :

- a. **Civic innovator**, merupakan inovator dari kalangan sipil.
- b. **Founder of a revenue generating social enterprise**, merupakan pendiri *social enterprise* yang mampu meningkatkan penerimaan.
- c. **Launcher of a related revenue generating activity to create a surplus to support social vision**, merupakan para aktor yang melaksanakan aktivitas yang berhubungan dengan peningkatan penerimaan yang menciptakan surplus untuk mendukung visi sosial.

3. Misi Sosial Kewirausahaan Sosial

Menurut Smallbone et.al (dalam Nicholls, 2006) misi sosial kewirausahaan sosial, yaitu :

- a. Menyediakan barang dan jasa yang ada di pasaran atau di sektor publik yang ketersediaannya terbatas atau tidak tersedia,
- b. Mengembangkan kemampuan,
- c. Menciptakan lapangan pekerjaan,
- d. Membantu membukakan akses bagi orang-orang yang tereklusi secara sosial.

Sedangkan, misi kewirausahaan sosial menurut Borstein, ialah:

- a. Mengurangi kemiskinan melalui pemberdayaan misalnya dengan gerakan kredit mikro,
- b. Pelayanan kesehatan,
- c. Pendidikan dan pelatihan,
- d. Pendidikan dan pelatihan,
- e. Pelestarian lingkungan dan pembangunan berkelanjutan seperti proyek 'green energi'
- f. Regenerasi komunitas seperti *housing associations*,
- g. Proyek kesejahteraan seperti menciptakan pekerjaan bagi pengangguran atau gelandangan,
- h. Advokasi dan kampanye seperti Fair Trade dan hak Asasi Manusia.

4. Aspek Yang Membangun Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan sosial kemunculannya dipelopori oleh seorang tokoh yang memiliki mimpi besar untuk menghasilkan kebermanfaatn bagi masyarakat. Namun demikian, pada perkembangannya, ketika gerakan tersebut sudah tumbuh menjadi besar, maka diperlukan tidak hanya aspek individu untuk menjaga

kesinambungannya, melainkan juga aspek-aspek lain. Kewirausahaan sosial, menurut Light (2008) terbangun dari empat aspek yaitu:

a. Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan aspek pertama dari konsep kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*). Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial tidak akan ada tanpa adanya kewirausahaan. Berbagai penelitian tentang karakteristik dari wirausaha telah sering dilakukan (Light, 2008) namun masih belum banyak bukti yang menggambarkan tentang prototipe kepribadian dari seorang wirausaha sosial. Ciputra (2009) menggambarkan kewirausahaan sebagai semangat untuk (1) Menciptakan peluang, (2) melakukan inovasi produk dan (3) berani mengambil resiko yang terukur. Artinya, kewirausahaan dianggap sebagai sebuah pola pikir atau asumsi yang mendasari tingkah laku.

MacGrath & McMillan (2000) menjelaskan bahwa wirausaha memiliki lima karakteristik umum yaitu: (1) Mereka sangat bersemangat dalam mencari peluang- peluang baru, (2) Mereka berusaha memanfaatkan peluang dengan disiplin yang kuat, (3) Mereka hanya mengejar peluang terbaik dan menghindari berlelah-lelah mengejar setiap alternatif, (4) Fokus pada eksekusi atau tindakan dan (5) membangkitkan dan mengikat energi setiap orang di wilayahnya.

b. Ide/Gagasan

Drayton (Light 2008) menyatakan bahwa tidak akan ada satu wirausaha tanpa sebuah gagasan yang sangat kuat, baru dan berpotensi mengubah sistem. Selanjutnya dikatakan bahwa wirausaha itu ada untuk memperjuangkan visinya agar menjadi pola baru dalam masyarakat. Artinya, gagasan adalah sesuatu yang vital bagi kegiatan kewirausahaan sosial itu sendiri.

Berangkat dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa kewirausahaan sosial selalu ditandai dengan usaha pencarian gagasan, dimana terkadang menggunakan prinsip-prinsip pasar yang berlaku umum, dengan tujuan utama untuk mendobrak disiplin umum yang berlaku. Usaha pencarian gagasan tersebut terkadang juga disertai usaha pengambilan resiko yang tidak semua orang bersedia melakukannya. Sementara itu, masih terkait aspek ide dan gagasan ini, Skoll Foundation memberikan definisi terhadap wirausaha sosial (Light, 2008) ide/gagasan yang dimaksud adalah bukan sekedar gagasan. Namun terkadang didalamnya unsur inovatif dan kejelian dalam melihat peluang perbaikan bagi mereka yang kurang beruntung dan

potensi perbaikan bagi yang terkena masalah sosial. Artinya, perbedaannya dengan kewirausahaan biasa adalah gagasan yang berusaha diciptakan di ranah ini bertujuan untuk kebermanfaatn sosial, seperti pemenuhan kaum marjinal, mereka yang kurang beruntung maupun yang kurang memiliki akses-akses kesejahteraan.

c. Peluang / kesempatan

Light (2008) menyatakan bahwa peluang mungkin merupakan terminologi yang paling membingungkan dalam pembelajaran kewirausahaan sosial, karena peluang sulit untuk dilihat dan juga tidak mudah untuk dieksploitasi. Peluang, kadang hanya terbersit di kepala wirausaha sosial, yang belum tentu dipahami oleh orang lain. Penjelasan selanjutnya dikemukakan oleh Jeffrey McMullen (dalam Light, 2008) yang menyatakan bahwa peluang datang dalam berbagai bentuk, ukuran dan lokasi, dan terkadang disebut sebagai relasi antara kesempatan, inovasi dan kinerja.

Berdasarkan uraian tersebut, tampak jelas bahwa para pegiat kewirausahaan sosial harus menekuni kegiatan usahanya untuk menemukan peluang-peluang baru, untuk dapat bertahan dan mengembangkan aktivitasnya. Secara umum ini merupakan salah satu aspek yang penting dan tidak dapat ditinggalkan. Upaya menemukan atau mengenali peluang adalah tentang cara-cara baru atau berbeda dalam menciptakan atau mempertahankan nilai-nilai sosial (*social value*). Jelasnya misi yang pegang oleh organisasi adalah sesuatu yang fundamental untuk meningkatkan terciptanya peluang yang berpotensi mendorong kesuksesan organisasi (Dess, 2001).

Pemahaman lebih jauh tentang aspek peluang dalam kewirausahaan sosial, diungkapkan oleh Jeffry Timmons (dalam Lambing dan Kuehl, 2000) dikatakan bahwa usaha penemuan dan penciptaan peluang-peluang baru, yang dalam hal ini dilakukan dalam rangka menciptakan dan mempertahankan nilai-nilai sosial, adalah mutlak dilakukan. Bagi kepentingan penelitian tentang kewirausahaan sosial, tentunya hal ini merupakan sesuatu yang penting untuk dikupas, karena penciptaan peluang akan menentukan hidup matinya aktivitas kewirausahaan sosial.

Salah satu faktor yang mampu menunjang usaha penemuan/pengenalan peluang adalah dengan perencanaan strategis. Dess dkk, (2001) mengungkapkan bahwa kejelasan arah dari sektor non profit sama pentingnya dengan kejelasan dari profit sektor. Tanpa ini, fokus dan kejelasan arah dari organisasi akan semakin kabur. Oleh sebab itu, sebuah

REFERENSI

- Akmalur Rijal, dkk. 2018. 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*.
- Hulgard. Lars, 2010, *Discourses of Social Entrepreneurship-Variation of The Same Theme?*. EMES European Research Network.
- Bornstein, David & Susan. 2011. *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*. <http://ashokau.org/wpcontent/uploads/2010/12/SocialEntrepreneurs hip-What-Everyone-Needs-to-Know-Teaching-notes-final.pdf>
- Ciputra. 2009. *Ciputra Quantum Leap: Entrepreneurship mengubah masa depan Bangsa dan masa depan Anda*. Jakarta: Elex Media Computindo
- Daniel Hjorth. 2006. *Entrepreneurship as Social Change*. Edward Elgar Publishing Limited
- Dess, J. Gregory, Jed Emerson & Peter Economy. 2001. *Enterprising Non Profit: A tool for Social Entrepreneur*. Wiley Non Profit Series.
- Ebert, R.J. dan Griffin, R.W. 2009. *Business Essentials. 7th edition*. Singapore: Prentice Hall – Pearson Education International
- Hibbert, Hogg, and Quinn. 2005. Social entrepreneurship: Understanding consumer motives for buying The Big Issue. *Journal of Consumer Behaviour*, 4 (3). pp.159-172.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Lambing, P., Charles R., Kuehl. 2000. *Entrepreneurship. Second Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Light, Paul.C. 2008. *The Search for Social Entrepreneurship*. Washington DC: Brooking Institution Press.
- Longenecker, Justin Gooderl, Carlos W. Moore, Leslie E. Palich, dan J. William Petty. 2006. *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*. 13rd edition. Mason, Ohio: Thomson South-Wetern.
- Marzuki, Usman. 2000. *Konsep Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- McGrath, Rita Gunter & Ian MacMillan. 2000. *The Entrepreneurial Mindset: Strategy for continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty*. Harvard Business School Press.
- Meredith, Geoffrey G, 2006, *Kewirausahaan, Teori dan Praktek, Seri. Manajemen 97*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.

pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Beberapa aspek penting yang perlu diketahui jika kita akan mengembangkan suatu kewirausahaan sosial diantaranya yaitu karakteristik usaha yang akan dijalankan, ide/gagasan tentang tujuan kewirausahaan yang akan dikembangkan, mampu membaca peluang masa depan yang mampu berkontribusi dalam kontinuitas wirausaha dan membentuk organisasi kewirausahaan yang solid, kreatif dan inovatif serta memiliki pandangan yang sama.

REFERENSI

- Akmalur Rijal, dkk. 2018. 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*.
- Hulgard. Lars, 2010, *Discourses of Social Entrepreneurship-Variation of The Same Theme?*. EMES European Research Network.
- Bornstein, David & Susan. 2011. *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*. <http://ashokau.org/wpcontent/uploads/2010/12/SocialEntrepreneurs hip-What-Everyone-Needs-to-Know-Teaching-notes-final.pdf>
- Ciputra. 2009. *Ciputra Quantum Leap: Entrepreneurship mengubah masa depan Bangsa dan masa depan Anda*. Jakarta: Elex Media Computindo
- Daniel Hjorth. 2006. *Entrepreneurship as Social Change*. Edward Elgar Publishing Limited
- Dess, J. Gregory, Jed Emerson & Peter Economy. 2001. *Enterprising Non Profit: A tool for Social Entrepreneur*. Wiley Non Profit Series.
- Ebert, R.J. dan Griffin, R.W. 2009. *Business Essentials. 7th edition*. Singapore: Prentice Hall – Pearson Education International
- Hibbert, Hogg, and Quinn. 2005. Social entrepreneurship: Understanding consumer motives for buying The Big Issue. *Journal of Consumer Behaviour*, 4 (3). pp.159-172.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Lambing, P., Charles R., Kuehl. 2000. *Entrepreneurship. Second Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Light, Paul.C. 2008. *The Search for Social Entrepreneurship*. Washington DC: Brooking Institution Press.
- Longenecker, Justin Gooderl, Carlos W. Moore, Leslie E. Palich, dan J. William Petty. 2006. *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*. 13rd edition. Mason, Ohio: Thomson South-Wetern.
- Marzuki, Usman. 2000. *Konsep Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- McGrath, Rita Gunter & Ian MacMillan. 2000. *The Entrepreneurial Mindset: Strategy for continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty*. Harvard Business School Press.
- Meredith, Geoffrey G, 2006, *Kewirausahaan, Teori dan Praktek, Seri. Manajemen 97*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.

- Morato, Eduardo A. 2005. Pengembangan dan Daur Hidup Usaha Sosial, dalam Kewiraswataan Sosial: Strategi Pengembangan Bisnis Berwawasan Sosial bagi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM).
- Mutis. 2005. *Kewirausahaan yang Berproses*. Jakarta : Grasindo
- Nichols, Alex. 2008. *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford
- Siagian, Salim dan Asfahani. 2005. *Kewirausahaan Indonesia dengan Semangat 17-8-45*. Jakarta: PT. Kolong Klede Jaya Putra Timur
- Skoll, Jeff. 2009. Social Entrepreneurship: Power to Change, Power to Inspire. Skoll World Forum. <http://www.tc.pbs.org/now/shows/537/Shifting-Power-Dynamics.pdf>.
- Swa Sembada. No. ISSN 0215-0050. No. 03/XXVI/4-17 Februari 2010 (diakses pada 5 Desember 2021 pukul 15.00 WITA).
- Tarmuji, Tarsis, 2006. *Prinsip-prinsip Wirausaha*. Yogyakarta: Liberty.
- Zimmerer, Thomas W. dan Scarborough, Norman. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat

