

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

MEREVOLUSI POLA PIKIR DAN MENGINISIASI MITRA PEMBANGUNAN KONTEMPORER

PENULIS:
Hery Wibowo
Soni A. Nulhaqim



UNPAD PRESS 2015

ISBN: 978-602-0810-01-0

Judul Buku

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

MEREVOLUSI POLA PIKIR MENGINISIASI MITRA PEMBANGUNAN

Penulis:

Hery Wibowo
Soni Akhmad Nulhaqim

Jl. Raya Bandung-Sumedang km 21 Lembang

Tlp (022)8438812

Website: lppm.unpad.ac.id

Email: lppm.unpad.ac.id

Bandung 45363

1 jil, 112 halaman, Ukuran: A5

ISBN: 978-602-0810-01-0



DAFTAR ISI

Kata Pengantar:

Asa Baru Bangsa: Kewirausahaan Sosial

Bab 1	Pendahuluan.....	1
Bab 2	Kewirausahaan sosial: Telaah Lebih Dalam.....	17
Bab 3	Aspek yang Membangun Kewirausahaan Sosial.....	43
Bab 4	<i>Social Enterprise</i>	62
Bab 5	Praktik Kewirausahaan Sosial: Telaah Lebih Luas.....	73
5.1	Mendorong Gerakan Kewirausahaan Sosial.....	74
5.2	Globalisasi, Budaya Lokal dan Kewirausahaan Sosial.....	80
5.3	Urgensi Pendidikan Kewirausahaan.....	89
5.4	Membasmi Korupsi dengan Kewirausahaan.....	96
5.5	Kecerdasan Apresiatif sebagai Pola Pikir Dasar Kewirausahaan Sosial.....	103
5.5	Potensi Kewirausahaan Sosial.....	110
	Daftar Pustaka.....	117

Kata pengantar

Asa Baru Bangsa: Kewirausahaan Sosial

Buku **Kewirausahaan Sosial: Merevolusi Pola Pikir dan Menginisiasi Mitra Pembangunan** ini merupakan sebuah upaya untuk menyosialisasikan pemikiran dan pemahaman terkait praktik kewirausahaan sosial. Upaya ini dilakukan karena hingga saat ini belum banyak buku yang secara khusus membahas isu kewirausahaan sosial secara konseptual. Padahal praktik kewirausahaan sosial itu sendiri, telah semakin diakui manfaatnya bagi masyarakat banyak. Buku ini diharapkan dapat menjadi oase di tengah kekeringan tersebut.

Secara umum, praktik kewirausahaan sosial, telah semakin dirasakan manfaatnya oleh berbagai anggota masyarakat, dan juga dijadikan bahan kajian oleh beragam bidang ilmu seperti kesejahteraan sosial, ekonomi, psikologi, maupun sosiologi. Namun demikian, inisiatif praktiknya masih jarang yang dimulai dari ranah pendidikan. Kebanyakan praktik dimulai dari masyarakat karena keprihatinan ataupun kegelisahan yang mereka alami. Terkait dengan hal tersebut, buku ini juga sekaligus bertujuan untuk mendorong kaum terpelajar untuk

secara lebih sistematis memulai serta menginisiasi praktik ini dengan panduan konseptual yang lebih jelas.

Satu hal, semangat yang muncul ketika sedang membahas kewirausahaan adalah semangat pemberian manfaat yang sebesar-besarnya untuk masyarakat, dengan cara yang inovatif dan pendekatan yang sistemik. Oleh karena itu, semangat yang sangat positif ini perlu selalu dijaga, ditumbuhkembangkan dan disebarluaskan.

Akhir kata, semua buku ini dapat menambah kaya khazanah keilmuan pada ranah kewirausahaan sosial. Terima kasih

Bandung, Februari 2015

Atas nama penulis

Hery Wibowo
Soni A. Nulhaqim

Mukadimah

Saat buku ini ditulis, masyarakat sedang menantikan datangnya Era Masyarakat Ekonomi Asean akan segera menjelang, yaitu Desember 2015. Namun demikian, banyak anggota masyarakat Indonesia yang merasa bahwa pemerintah belum cukup melakukan hal yang signifikan terkait penyiapan tersebut. Pembangunan yang sedang berjalan, juga masih sering dikritik karena terlalu fokus pada pembangunan fisik dan kurang membangun 'manusia'. Sehingga banyak anggota masyarakat yang merasa belum tersentuh oleh pembangunan itu sendiri.

Pada hakekatnya, berbicara tentang isu pembangunan adalah ibarat memasuki labirin yang sangat luas dan berkelok-kelok. Hal ini disebabkan karena dimensi dari pembangunan yang begitu luas dan dalam. Secara umum, upaya memahami praktik pembangunan secara lebih 'ilmiah' telah dimulai sejak bergulirnya teori modernisasi, seperti dijelaskan oleh Suwarsono dan Y.So (1991) berikut ini:

Pada akhir tahun 1950-an, teori modernisasi merupakan paradigma utama. Pada akhir tahun 1960-an, aliran ini mendapat tantangan dari paradigma yang lebih radikal yaitu teori ketergantungan dan keterbelakangan (teori dependensi). Pada pertengahan tahun 1970-an, paradigma baru, teori sistem ekonomi dunia muncul ke permukaan untuk menguji isu-isu pembangunan.

Ulasan dimuka memberikan pernyataan bahwa sangat tidak mudah untuk membahas isu pembangunan hanya dari satu sudut pandang saja. Beragam kajian, sintesa maupun antitesa muncul silih berganti untuk memberikan penjelasan yang paling akurat. Selanjutnya, jika dicoba ditarik ke hulu, maka beragam penjelasan yang telah terpublikasi tersebut sebenarnya berusaha menjelaskan faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kesuksesan pembangunan. Kajian yang lebih mikro, ataupun menaruh perhatian pada sisi internal, selanjutnya hadir untuk menyajikan kajian yang lebih detail tentang hal apa yang paling berpengaruh dalam proses pembangunan

McClelland (dalam Fakhri, 2008) adalah salah satu tokoh yang secara tegas berpendapat bahwa faktor penentu pembangunan ekonomi bukanlah faktor eksternal, melainkan faktor internal. Internal yang dimaksud di sini adalah nilai-nilai dan motivasi yang mendorong untuk mengeksploitasi peluang, untuk meraih kesempatan. Artinya ada unsur mikro, yang menjadi fokus perhatian, alih-alih sekedar mewacanakan faktor makro dan global. Ada unsur praktik yang dilakukan individu sebagai warga masyarakat secara *bottom-up* (gerakan dari masyarakat), alih-alih *top down*.

Pembangunan adalah suatu konsep yang normatif; ia menyiratkan pilihan-pilihan tujuan untuk mencapai apa yang disebut Gandhi sebagai “realisasi potensi manusia” (Gandhi 1968 dalam Bryant & White 1987).

Penolong Masyarakat

Salah satu bentuk praktik yang semakin mengemuka dan terasa manfaatnya sebagai partner pembangunan adalah kewirausahaan sosial. Praktik

kewirausahaan sosial merupakan sebuah alternatif berbasis masyarakat yang berpotensi menyempurnakan proses pembangunan. Germak & Singh (2010:80) menyatakan bahwa kewirausahaan sosial memkombinasikan ide-ide inovatif untuk perubahan sosial, yang dilakukan dengan mengaplikasikan strategi dan keterampilan bisnis. Lebih dalam dari pemahaman tersebut, Dhewanto (2013:47) menjelaskan bahwa kewirausahaan sosial bekerja dengan mendefinisikan masalah sosial tertentu dan kemudian mengatur, membuat dan mengelola usaha sosial untuk mencapai perubahan yang diinginkan. Senada dengan pemahaman tersebut, Alvord (2004) menjelaskan bahwa kewirausahaan sosial, sebagai sebuah konsep, dikembangkan dengan sedikit 'keluar' keluar dari keumuman, yaitu usaha penemuan solusi yang efektif dan berkelanjutan untuk penyelesaian masalah sosial, dimana solusi tersebut membutuhkan banyak elemen-elemen yang terkait dengan inovasi bisnis yang sukses. Beberapa dari sejumlah besar pelaku praktik ini antara lain Bapak Ana di terminal St-Hall Bandung yang melalui

gerakannya telah menolong ratusan anak jalanan/terlantar untuk kembali ke sekolah, Ibu Tri Mumpuni dengan pembangkit listrik mikro hidranya yang telah menerangi puluhan desa terpencil, Onte dengan organisasi Telapak yang telah meningkatkan kesejahteraan ratusan petani Jati di Sulawesi dan lain-lain.

Pemahaman dimuka, membuka pikiran bahwa negara memiliki satu 'unit/kelompok' warga negara yang dapat diandalkan untuk menolong anggota masyarakat lainnya, yaitu para pelaku wirausaha sosial. Pertanyaannya, sudahkan negara secara khusus menciptakannya? Sudahkah pemerintah secara sadar membangun sektor ini? Pertanyaan ini menjadi penting mengingat sejauh ini pertumbuhan praktik kewirausahaan sosial lebih berasal dari individu-individu yang merasa prihatin, memiliki kemampuan khusus ataupun sumber daya yang berlebih. Praktik ini, belum lahir dari gerakan yang diciptakan khusus secara sistemik dan komprehensif.

Upaya Penciptaan

Ciputra (2010) menyatakan bahwa selain karena faktor keturunan dan lingkungan, calon wirausaha dapat diciptakan melalui proses pendidikan. Tentunya, untuk menciptakan generasi yang kelak dapat menjadi partner pembangunan tersebut tidak mudah, walaupun juga bukan tidak mungkin. Meskipun demikian, sebagai sebuah langkah investasi, upaya ini berpotensi menghasilkan *Return on Investment* yang berkali lipat, mengingat generasi yang ada sekarang masih banyak yang sekedar menjadi penonton atau pengkritik saja. Ibarat mengasuh dan membesarkan anak, upaya ini membutuhkan konsistensi yang luar biasa stabil serta berkelanjutan.

Jika semua sesuai yang dibayangkan, di mana proses penciptaan praktik kewirausahaan sosial berjalan sesuai dengan harapan, maka di berbagai belahan Indonesia akan muncul aksi-aksi yang membantu penyelesaian masalah sosial. Ketika praktik ini semakin sehat dan stabil, maka akan banyak keuntungan yang

bisa didapatkan. Praktik kewirausahaan sosial yang sehat, seyogianya akan mampu: (1) Menambal lubang-lubang permasalahan sosial yang belum mampu diselesaikan oleh pemerintah, (2) Mengakselerasi program pembangunan sehingga berjalan lebih cepat, (3) Menambah level kebahagiaan warga kota, karena melalui praktik ini, mereka berkesempatan untuk menyalurkan gairah altruismenya untuk membahagiakan orang lain, (4) Melambungkan beragam potensi kota yang belum sempat digarap oleh pemerintah (5) Mendorong dan menginspirasi warga kota lainnya yang belum bergerak dan cenderung hanya bisa mengoreksi dan mencari kambing hitam.

Momen penting

Momen berkuasanya pemerintahan JOKOWI dengan slogan Revolusi Mental dapat dijadikan suatu momen penting bagi perubahan paradigma pembangunan. Sudah saatnya derap langkah pembangunan juga diarahkan untuk membangun pola pikir masyarakat agar lebih mandiri, kreatif dan solutif. Inilah era di mana

software pembangunan lebih diperhatikan daripada hanya *hardware*-nya. Tujuannya adalah menghasilkan penduduk yang siap menjadi agen pendorong pembangunan alih-alih perusakannya. Targetnya adalah membangun generasi yang siap masuk ke dalam denyut pembangunan, bukan kelompok yang jago mengkritik dan pencari kambing hitam. Atau meminjam istilah Bygrave, ini adalah generasi yang Memiliki visi positif (*dreamers*), banyak aksi sedikit mengeluh (*doers*), mengusahakan sekuat hati apa yang ditargetkan (*dedication*), tidak alergi terhadap komponen-komponen kecil yang menentukan keberhasilan usaha (*detail*), berusaha menentukan nasib kehidupannya sendiri (*destiny*) dan lebih banyak berpikir tentang ‘apa yang bisa saya kontribusikan, alih-alih apa yang bisa negara berikan kepadaku’ (*distribution*).

Ketika kita hidup di jaman di mana manusia semakin pintar (*smart generation*) dan semakin terhubung (*connected generation*), maka wajar kiranya ketika harapan pembangunan juga dibagi tanggung jawabnya dengan generasi potensial ini. Tepat kiranya

analisa dari Florida (2005) dalam bukunya *the rise of creative class*, yaitu bangkitnya generasi kreatif yang semakin mampu menghasilkan beragam inovasi bagi peningkatan kualitas hidup manusia. Syaratnya, derap langkah dan kebijakan pembangunan, tidak malah menciptakan generasi loyo, mudah mengkritik, malas dan banyak menuntut. Namun sebaliknya, justru membangun generasi dengan nasionalisme tinggi, rasa ingin tahu yang tidak terbatas, inovatif dan terbiasa berpikir solutif. Maka lahirnya generasi wirausaha sosial yang memiliki karakter positif sebagai pahlawan pembangunan, bukan lagi sekedar mimpi belaka. Setidaknya hal ini akan mendukung program Nawacita Jokowi yang kedelapan yaitu ‘melakukan revolusi karakter bangsa melalui penataan kembali kurikulum pendidikan nasional’.

BAB 1

PENDAHULUAN

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 bertingka-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.

Ragam gerakan ini, kemudian dikenal dengan nama kewirausahaan sosial. Salah satu pelopor aktivitas ini, yang kemudian membuat istilah kewirausahaan sosial menjadi semakin populer adalah M. Yunus. Yunus (2011) menjelaskan bahwa penghargaan Nobel Perdamaian sebagai seorang wirausaha sosial, didapatkan karena keberhasilannya menciptakan bank untuk kaum miskin atau sering disebut sebagai *Grameen Bank*. Sistem yang dibangun oleh bank ini, ternyata berhasil menurunkan tingkat kemiskinan warga negara Bangladesh.

Seiring dengan itu, penamaan “wirausaha sosial” semakin menjadi populer dalam beberapa tahun terakhir ini (Bornstein, 2006:1). 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 (2009:3) 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 (2009:3) 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 6/3/2011) 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 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. Elkinton dan Hartigan (2009) menyebut para wirausaha sosial ini sebagai '*unreasonable people*', karena mereka adalah orang yang aneh dan berpikir serta bekerja diluar keumuman. Para wirausaha sosial ini dianggap 'menyimpang' karena bersedia dan sanggup bekerja keras bukan hanya untuk dirinya, namun untuk lingkungan yang lebih luas. Mereka dianggap tidak umum karena bersedia mengerjakan pekerjaan yang sulit dan menantang, yang tidak semata

ditujukan untuk kepentingan pribadi. Elkinton & Hartigan (2009:2) lebih lanjut menjelaskan bahwa wirausaha sosial menyerang masalah-masalah yang sulit, mengambil resiko dan mengajak semua pihak untuk melihat beragam kemungkinan yang terlihat tidak mungkin.

Aktivitas kewirausahaan sosial, juga bukan sebuah aktivitas yang mudah dikelani dan diterjuni, melainkan perlu didefinisikan, dialami dan dikembangkan (Guclu, 2001:1). Diperlukan usaha keras untuk membuat aktivitas kewirausahaan sosial berjalan dan membawa manfaat. Seorang wirausaha sosial, agar dapat menyukkseskan aktivitas kewirausahaan sosial, perlu menginvestasikan waktu, energi dan bahkan uangnya (Guclu, 2001:1).. Senada dengan hal ini, Light (2008:26) menyatakan bahwa kesempatan untuk membangun aktivitas kewirausahaan (*socially entrepreneurial opportunities*) memiliki tingkat kesulitan tertentu, yang harus dihadapi oleh pegiatnya. Komisi Eropa melalui laporannya dalam *Policy Brief on Social Entrepreneurship* (2013) menyatakan

bahwa menciptakan usaha sosial lebih menyulitkan dibanding bisnis tradisional, bukan hanya karena dibutuhkan keterampilan mumpuni untuk memulai dan mengelola usaha tersebut, namun karena sulitnya mengakses dana dan modal yang dibutuhkan, -terutama terkait dengan minimnya pemahaman masyarakat umum tentang gerakan ini dan potensi nilai sosial yang dapat dibangun. Berbasis uraian di muka, dikatakan bahwa tantangan untuk membangun praktik kewirausahaan ini sangat besar.

Sebuah kajian dari Santos (2009) yang berjudul *A Positive Theory of Social Entrepreneurship* menguatkan pendapat bahwa kewirausahaan sosial adalah sebuah anomali, yang menantang pemahaman umum tentang manusia dengan segala pemikiran dan perilakunya. Aktivitas kewirausahaan sosial dipertimbangkan sebagai sebuah kegiatan yang ‘aneh’ karena menabrak kelaziman; yaitu melakukan berbagai kegiatan ekonomi, namun hasilnya untuk kesejahteraan orang lain. Kelaziman pemikiran bahwa aktivitas ekonomi adalah

untuk sebesar-besarnya kemakmuran pribadi, seakan ditabrak oleh hadirnya aktivitas ini

The phenomenon of social entrepreneurship challenges our assumption about human behaviour and economic action. Its also challenges our beliefs about the role of entrepreneurship in socieity. Social entrepreneurship is a complementary economic approach that is based on value creation and operates by its own rules and logic (Santos, 2009:44)

Kewirausahaan sosial, adalah sebuah aktivitas dengan memiliki logikanya sendiri. Logikanya yang dibangun, berbeda dengan logika kewirausahaan ‘tradisional’, yang cenderung mencari keuntungan untuk diri sendiri. Alih-alih untuk kesejahteraan pribadi, para pelaku kewirausahaan sosial mendedikasikan waktu dan tenaga untuk peningkatan kesejahteraan pihak-pihak lain. Maka, muncul sebuah pertanyaan, yaitu apa yang membuat individu/kelompok –khususnya yang hidup di perkotaan- bersedia melakukan aktivitas kewirausahaan sosial, dan bagaimanakah mereka melakukannya,

mengingat pekerjaan ini bukanlah sebuah pekerjaan yang mudah.

Pada sisi lain, maraknya gerakan kewirausahaan sosial, ternyata belum diimbangi dengan jumlah kajian yang membahas hal ini. Anderson (2008:144) menyatakan bahwa praktik kewirausahaan sosial mungkin sudah sangat tua, namun sebagai sebuah kajian akademik ilmiah, topik ini terhitung masih bayi. Senada dengan pernyataan di muka, Hoogendoorn (2010) menyatakan bahwa studi mengenai kewirausahaan sosial lebih sedikit jumlahnya, dibandingkan dengan praktiknya. Artinya, ini adalah tantangan tersendiri bagi kalangan akademisi untuk dapat memperkaya kajian ini, apalagi mengingat bahwa kebermanfaatan dari kewirausahaan sosial sudah semakin diakui. Artikel yang ditulis oleh Skoll (2009:216) menganjurkan bahwa sebaiknya kewirausahaan sosial di kaji melalui keilmuan sosiologi, untuk mendalami isu-siu seperti hubungan kekuasaan dalam aksi kewirausahaan sosial, relasi pendanaan

ataupun akuntabilitas pemegang kepentingan. Maka, terdapat sebuah tantangan bagi para peneliti untuk mengkaji fenomena kewirausahaan sosial, sehingga dapat memberikan kontribusi berupa terbangunnya model-model praktik kewirausahaan sosial, baik sebagai pengayaan teori maupun landasan praktik kewirausahaan sosial itu sendiri, terutama pada konteks masyarakat perkotaan.

Terkait usaha untuk menambah pemahaman tentang kewirausahaan sosial, maka berikut ini akan diuraikan beberapa kajian/penelitian terkait praktik kewirausahaan sosial. Hal ini dimaksudkan untuk dapat memberikan penjelasan yang lebih beragam serta multi sudut pandang terkait praktik keewirausahaan sosial ini.

Pertama adalah penelitian dari Oghojafor dkk (2011) yang berjudul *Social Entrepreneurship as an instrumen for curbing youth gangsterism: Study of the Nigerian Urban Communities*. Penelitian kuantitatif *eksploratory* ini menggunakan kuesioner untuk menjanging

data. Pertanyaan penelitian yang diungkapkan terkait dengan kesadaran responden tentang peran yang diemban oleh para wirausaha sosial dalam masyarakat. Adapun responnya adalah kalangan pebisnis, ataupun golongan yang telah memiliki usaha. Temuan dari penelitian ini adalah bahwa tidak semua masalah sosial dapat ditangani oleh mekanisme pasar dan sektor pemerintah. Beberapa diantara permasalahan tersebut, ditangani oleh wirausaha sosial. Kajian ini menguatkan wacana yang telah ada, yaitu bahwa gerakan kewirausahaan sosial memegang peranan dalam menangani beberapa permasalahan sosial di masyarakat

Kedua adalah penelitian dari Leeuw (1999), berjudul *Healthy Cities: Urban Social Entrepreneurship for Health*, mengangkat isu penelitian terkait kota-kota yang melaksanakan program Kota Sehat yang di desain oleh WHO. Teori sosiologi yang digunakan adalah teori atribusi kausalitas dan kepemilikan masalah publik dari Gusfield (1981). Temuan dari penelitian ini adalah bahwa

perubahan kebijakan ditentukan oleh kehadiran dan aksi dari kewirausahaan sosial, di mana kota-kota yang paling efektif menjalankan program Kota Sehat adalah yang telah memformalkan kapasitas kewirausahaan mereka. Artinya, bahwa praktik kewirausahaan sosial dapat memiliki pengaruh pada program-program perkotaan.

Penelitian ketiga adalah yang dilakukan oleh Thompson dan Doherty (2006) dengan judul *The Diverse of Social Enterprise Stories: A collection of social Enterprises stories*. Metode yang digunakan adalah perbandingan, yaitu mendeskripsikan dan membandingkan profil dari sebelas *social enterprises* yang berbeda. Temuan yang dihasilkan dari penelitian ini adalah bahwa secara umum, praktik dari masing-masing *social enterprise* tidak dapat disamakan, karena masing-masing memiliki cara dan strategi tersendiri.

Penelitian keempat Spears (2006) yang berjudul *Social Entreperneurship: a different model?* Dilakukan dengan maksud untuk mengembangkan sebuah

kerangka kerja yang memungkinkan untuk mengupas sisi ekonomis dan sosial dari kewirausahaan sosial. Desain penelitiannya adalah eksploratori dengan studi kasus pada sejumlah pelaku sektor bisnis di Inggris. Temuan penelitiannya adalah bahwa terdapat aspek-aspek yang berbeda antara kewirausahaan sosial dengan usaha kecil menengah (*Small Medium Enterprise*) pada umumnya, seperti aspek motivasi, inovasi, dukungan serta kepemimpinan.

Kelima, Gibb and Nielsen (2010) melalui penelitiannya yang berjudul *Entrepreneurship within Urban and Rural Areas Individual Creativity and Social Network* mengupas praktik kewirausahaan di desa dan di kota dengan asumsi bahwa terdapat perbedaan dinamika kewirausahaan di dua wilayah tersebut. Dengan menggunakan survey kuesioner dari sekitar 1108 responden (wirausaha pemula) didapatkan kesimpulan bahwa individu yang kreatif memiliki peluang yang lebih besar untuk mengembangkan bisnis jika bermukim di

perkotaan. Lebih jauh, dikatakan jaringan sosial merupakan aspek yang penting bagi pengembangan kewirausahaan baik di kota maupun di desa, namun jika dikaitkan dengan kesinambungan bisnis, maka pelaku wirausaha di desa lebih dapat merasakan manfaatnya.

Keenam, kajian berjudul *The Embeddedness of Social Entrepreneurship: Understanding Variation Across Local Communities*, oleh Seelos dkk (2010) mengembangkan kerangka pemahaman tentang hubungan antara kewirausahaan sosial dan keterikatannya dengan lingkungan masyarakat di mana praktik dilakukan. Kajian dilakukan dengan mengupas beberapa ilustrasi kasus di beberapa area masyarakat. Hasilnya menunjukkan bahwa keterikatan dengan masyarakat setempat menjadi syarat untuk mengakses dan membangun sumber daya lokal, termasuk membangun kepercayaan dengan anggota masyarakat. Artinya, keterikatan dengan masyarakat lokal akan membantu membangun relasi yang kuat dan stabil

dengan pemangku kepentingan luar (*eksternal stakeholders*).

Berbasis penuturan dimuka, tampak bahwa fenomena kewirausahaan sosial semakin banyak mendapatkan perhatian dari kaum ilmuwan. Upaya ini patut diapresiasi mengingat praktik ini telah semakin mendapat tempat di hati masyarakat. Maka, buku ini secara umum akan mencoba membeberkan pemahaman tentang kewirausahaan sosial, yang dikaji melalui beberapa pendekatan dari beberapa sudut pandang. Harapannya, buku ini dapat bermanfaat bagi pembaca yang ingin mendalami kewirausahaan sosial.

BAB 2

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: TELAAH LEBIH DALAM

Konsep Kewirausahaan Sosial

Pada konteks kewirausahaan sosial, paling tidak akan ditemukan tiga istilah yang saling berkaitan yaitu *social entrepreneurship* (kewirausahaan sosial), *social entrepreneur* (wirausaha sosial atau orang yang melakukannya) dan *social enterprise* (lembaga/institusi atau perusahaan sosial yang menaungi aktivitas kewirausahaan sosial). Berikut ini masing-masing terminologi akan dijelaskan lebih lanjut

Menurut kelompok peneliti EMES (Spear & Binet 2003 dalam Alex Nicholls. 2008: 15) definisi/makna dari elemen sosial pada kewirausahaan sosial adalah:

- (a) An activity launched by a group of citizen*
- (b) Decision making power not based on capital ownership*
- (c) A participatory nature involving those affected by nature*
- (d) Limited profit distribution*
- (e) An explicit aim to benefit the community*

Berdasarkan paparan diatas, elemen sosial dalam kewirausahaan sosial mengacu pada sebuah aktivitas yang diinisiasi dan dilakukan oleh warga, tingkat pengambilan keputusan yang tidak didasarkan pada kepemilikan modal, serta tujuan dan target yang jelas untuk menjadi bermanfaat bagi masyarakat.

Gerakan kewirausahaan sosial sebenarnya sudah lama berlangsung. Namun demikian, tidak ada pihak yang mengetahui secara persis kapan mulai digunakannya istilah ini, seperti diungkap oleh Ridley & Bull (2011:57) berikut ini

The terms social enterprise and social entrepreneurship have various historical point of reference. Banks (1972) applied the term “social entrepreneur’ to Robert Owen, widely credited as

the philanthropist who pioneered cooperatives communities in the 1820s. In the US, Etzioni (1973) describe the space for social entrepreneurship as a 'third alternative' between state and marketplace with the power to reform society

Artinya, sebelum dunia mengenal istilah ini, aktivitasnya sendiri sudah berlangsung puluhan tahun lamanya. Sepuluh tahun kebelakang, istilah ini mulai muncul dan digunakan secara luas, terutama sejak dianugerahinya Mohamad Yunus sebagai pemenang hadiah nobel. Ia muncul dengan gagasan bahwa pemberian bantuan langsung kepada kaum miskin hanya akan mengkerdikan mereka. Sebagai solusinya, dosen ekonomi di salah satu perguruan tinggi Bangladesh ini mengeluarkan program kredit mikro tanpa agunan untuk menolong masyarakat miskin –kebanyakan kaum ibu- yang hidup di lingkungannya. Inilah spirit yang disebut sebagai kewirausahaan sosial, yaitu sebuah upaya untuk memanfaatkan mental *entrepreneur* (yaitu mental inovatif, kerja keras, berani ambil resiko dll) untuk sebesar-besarnya kebermanfaatan bagi masyarakat.

Inilah antusiasme bisnis yang tidak menghubungkan indikator kesuksesannya dengan kinerja keuangan, melainkan lebih kepada seberapa besar manfaat yang dirasakan oleh masyarakat.

Selanjutnya, secara internasional, gerakan kewirausahaan sosial disosialisasikan dan didukung penuh oleh lembaga ASHOKA pimpinan Bill Drayton yang memiliki misi bahwa setiap orang adalah agen perubahan, dalam menciptakan dunia yang responsif terhadap tantangan sosial, dimana setiap orang memiliki kebebasan, kepercayaan diri dan dukungan sosial untuk mengatasi masalah sosial dan mendorong perubahan (Ashoka.org diunduh tanggal 2 Maret 2012). Berdasarkan uraian dimuka, maka dapat dikatakan bahwa semangat dari kewirausahaan sosial adalah usaha untuk merespon tantangan-tantangan sosial, dimana setiap orang diharapkan mampu menjadi agen perubahan yang percaya diri dalam mengatasi masalah sosial dan

mendorong perubahan sosial dengan dukungan penuh dari lingkungan sosialnya.

Menurut Dees (2002: xxxi) cara terbaik mengukur kesuksesan kewirausahaan sosial adalah bukan dengan menghitung jumlah profit yang dihasilkan, melainkan pada tingkat dimana mereka telah menghasilkan nilai-nilai sosial (*social value*). Para wirausaha sosial bertindak sebagai agen perubahan dalam sektor sosial dengan:

1. Mengadopsi sebuah misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai-nilai sosial.
2. Mengenali dan mengusahakan peluang-peluang baru untuk menjamin keberlangsungan misi tersebut.
3. Melibatkan diri dalam sebuah proses inovasi, adaptasi dan belajar yang berkelanjutan.
4. Bertindak penuh semangat walaupun dengan keterbatasan sumber.
5. Penuh intensitas dalam semangat akuntabilitas kepada konstituen dan pada usaha-usaha untuk menghasilkan target yang telah ditetapkan. (Dees dkk, 2002:xxxii)

Jelas sekali tergambar dalam definisi tersebut bahwa kewirausahaan sosial merupakan sebuah gerakan dengan

misi sosial, yang diusahakan dengan upaya-upaya menemukan peluang dan mengolahnya dengan inovasi dan proses belajar yang tiada henti serta kesiapan untuk bertindak tanpa dukungan sumber daya yang memadai. Namun demikian, gerakan tersebut tidak menggantungkan diri pada sumber donasi tertentu namun, senantiasa mendorong proses inovasi, adaptasi dan belajar yang berkelanjutan dan kekuatan untuk bertindak penuh semangat walaupun dengan kemungkinan keterbatasan sumber.

Luasnya lingkup kewirausahaan sosial mendorong lahirnya banyak kajian

....kewirausahaan
sosial merupakan
....kewirausahaan
sebuah gerakan
sosial merupakan
sosial dengan misi
sosial yang
dengan misi
diusahakan
sosial, yang
dengan upaya-
diusahakan
upaya
dengan upaya-
menemukan
upaya
peluang dan
menemukan
mengolahnya
peluang dan
mengolahnya
dengan inovasi,
dan proses belajar
dengan inovasi,
yang tiada henti,
dan proses belajar
serta didukung
yang tiada henti,
serta didukung
oleh kesiapan
untuk bertindak,
walaupun dengan
sumber daya yang
terbatas
sumber daya yang
terbatas

**KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: MEREVOLUSI POLA PIKIR DAN MENGINISIASI
MITRA PEMBANGUNAN KONTEMPORER**

yang mencoba menggambarkan secara lebih jelas peta ataupun karaktersitik kewirausahaan sosial seperti tergambar dalam tabel berikut ini

Tabel 2.1
Konteks Kewirausahaan Sosial

Karakteristik yang menjelaskan	Contoh	Isu kontekstual
Kontek dari Usaha Sosial	Kesejahteraan publik, hal-hal terkait penyelamatan lingkungan, pembangunan dan sumbangan/bantuan sosial	Bertindak sebagai agen privatisasi dari barang-barang publik, tidak membawa isu-isu politik, fokus yang sempit dapat mendorong ketergantungan
Proses dari usaha sosial	Ikatan yang kuat dengan stakeholders; memperkerjakan dan melatih disenfranchised; bertindak sebagai penengah/penjembatan perdagangan	Stakeholder selection criteria/terpisah dari proses; pemberdayaan stakeholder
Capaian dan implikasi	Peningkatan kesejahteraan publik; individu yang lebih berdaya; pengurangan krisis	Kadang kali dampak sosial tidak terukur, dan program sering kali jangka pendek

Sumber: Nicholls (2008:14)

Tabel di atas, sedikit banyak menjelaskan tentang konteks dari terminologi sosial dalam kewirausahaan sosial, yaitu meliputi hal-hal yang terkait dengan

kesejahteraan publik, pembangunan, penyelamatan lingkungan dan lain-lain. Tergambarkan bahwa gerakan

Satu hal, semangat yang muncul ketika sedang membahas kewirausahaan adalah semangat pemberian manfaat yang sebesar-besarnya untuk masyarakat, dengan cara yang inovatif dan pendekatan yang sistemik

kewirausahaan sosial menjangkau mulai dari kesejahteraan publik seperti penyelamatan lingkungan sampai dengan pengurangan krisis. Satu hal yang dapat dikatakan adalah bahwa kewirausahaan sosial itu sendiri tidak terbatas hanya pada kegiatan ‘sederhana’ seperti berusaha mengumpulkan uang donasi untuk disalurkan kepada yang membutuhkan (seperti yang selama ini dicitrakan oleh LSM), namun lebih jauh dari itu, ia bahkan dapat menjadi usaha masif dalam upaya peningkatan kesejahteraan publik pada umumnya.

Arah dan jalur pengembangan kewirausahaan sosial yang semakin berkembang, kemudian coba

dipetakan oleh Bornstein (2004, dalam Nicholls, 2008:14) seperti tergambar sebagai berikut:

- Pengurangan kemiskinan melalui pemberdayaan, sebagai contoh gerakan keuangan mikro
- Penyediaan layanan kesehatan, mulai dari dukungan skala kecil untuk mereka yang sakit mental sampai pada skala komunitas
- Pendidikan dan pelatihan, seperti usaha melebarkan partisipasi dan demokratisasi transfer pengetahuan
- Preservasi lingkungan dan kesinambungan pembangunan, seperti projek energi hijau
- Regenerasi komunitas, seperti asosiasi perumahan
- Projek kesejahteraan, seperti pembukaan lapangan kerja bagi pengangguran atau gelandangan serta proyek-proyek penanganan alkohol dan obat terlarang

- Kampanye dan advokasi, seperti promosi perdagangan yang adil dan promosi hak asasi manusia

Satu hal, semangat yang muncul ketika sedang membahas kewirausahaan sosial adalah semangat pemberian manfaat yang sebesar-besarnya untuk masyarakat, dengan cara yang inovatif dan pendekatan yang sistemik (bukan dengan jalan yang tanpa perencanaan dan pemikiran matang sebelumnya). Dibalik itu semua, sebenarnya hal ini menunjukkan usaha-usaha untuk memberikan penghargaan kepada mereka yang memang telah melakukan hal-hal yang luar biasa tersebut. sekali lagi, usaha untuk menyosialisasikan istilah kewirausahaan sosial adalah usaha untuk memberikan penghormatan terhadap pihak-pihak yang memang layak menyandang gelar tersebut. Yaitu mereka yang telah memberikan waktunya, pemikirannya, tenaganya, modalnya untuk sebesar-besarnya manfaat bagi masyarakat.

Definisi yang lebih kompleks mengenai kewirausahaan sosial diungkapkan oleh Martin & Osberg (2007: 35):

....social entrepreneurship as having the following three components: (1) identifying a stable but inherently unjust equilibrium that causes the exclusion, marginalization, or suffering of a segment of humanity that lacks the financial means or political clout to achieve any transformative benefit on its own; (2) identifying an opportunity in this unjust equilibrium, developing a social value proposition, and bringing to bear inspiration, creativity, direct action, courage, and fortitude, thereby challenging the stable state's hegemony (3) forging a new, stable equilibrium that release trapped potential or alleviates the suffering of the targeted group, and through imitation and the creation of a stable ecosystem around the



Satu hal yang dapat diungkapkan adalah bahwa kewirausahaan sosial identik dengan usaha-usaha peningkatan nilai kemanusiaan manusia, yang biasanya dimulai dengan identifikasi peluang-peluang yang dapat dikerjakan.



new equilibrium ensuring a better future for the targeted group and even society at large.

Satu hal yang dapat diungkapkan adalah bahwa kewirausahaan sosial identik dengan usaha-usaha peningkatan nilai kemanusiaan manusia, yang biasanya dimulai dengan identifikasi peluang-peluang yang dapat dikerjakan. Tentu saja, untuk dapat memulainya diperlukan sebuah inspirasi yang besar dan kuat, serta didukung oleh kreativitas dan keberanian untuk bertindak. Akhirnya kegiatan ini dapat benar-benar bermanfaat sosial.

Satu pernyataan dari Nicholls (2008:23) tentang definisi dari kewirausahaan yang menjadi pegangan peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut; Aktivitas yang efektif dan inovatif yang secara strategis berfokus pada usaha mengatasi kegagalan pasar sosial dan penciptaan peluang-peluang baru untuk meningkatkan nilai sosial secara sistematis dengan

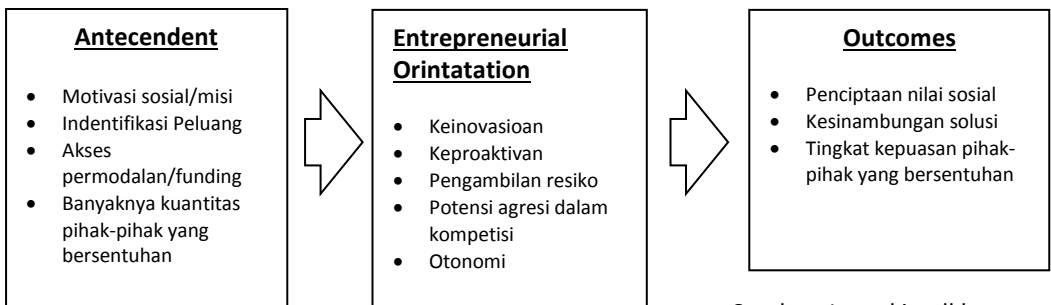
menggunakan sejumlah sumber daya dan beragam format organisasi untuk memaksimalkan dampak sosial serta membawa perubahan

Proses Kewirausahaan Sosial

Proses kewirausahaan sosial, secara umum tidak banyak berbeda dengan kewirausahaan biasa, namun demikian, terdapat beberapa perbedaan yang membuat proses ini menjadi khas dan unik. Berikut ini adalah penjelasannya

Diagram 2.1

Kerangka Kerja Proses Kewirausahaan Sosial



Sumber: Lumpkin, dkk

Berdasarkan tabel di muka tampak sebuah kerangka kerja dari kewirausahaan sosial. Salah satu pembeda utama dengan kewirausahaan biasa (bisnis) adalah penyebab/penggerakannya. Pada diagram di muka, terlihat bahwa kewirausahaan sosial antara lain digerakkan oleh misi sosial, identifikasi peluang, adanya usaha ekstra untuk memperjelas kemungkinan akses kapital dan pihak-pihak bersentuhan yang berpotensi saling mempengaruhi.

..dimana kewirausahaan sosial cenderung untuk mulai dari fokus pihak lain atau aspirasi kolektif seperti peningkatan kesejahteraan bersama atau pengembangan masyarakat

Berikut ini adalah penjelasannya:

(1) Motivasi sosial/misi

Ini adalah pembeda utama, dimana pada umumnya, sebuah gerakan kewirausahaan

dilakukan untuk hal-hal yang ditujukan pada diri sendiri, seperti upaya untuk mensejahterakan pribadi maupun aktualisasi diri. Hal ini diperkuat oleh pendapat Lumpkin, dkk (2010:4) yang menyatakan bahwa pertama, dan mungkin sebagai hal yang paling signifikan, kewirausahaan komersial digerakkan oleh dorongan fokus pribadi untuk peningkatan kesejahteraan diri atau usaha mempekerjakan diri sendiri, dimana kewirausahaan sosial cenderung untuk mulai dari fokus pihak lain atau aspirasi kolektif seperti peningkatan kesejahteraan bersama, berbagi bersama atau pengembangan masyarakat

Selanjutnya, perbedaan terletak pada usaha untuk mengidentifikasi 'masalah' yang memiliki potensi untuk 'diselesaikan'. Pada kewirausahaan biasa, identifikasi biasanya lebih ditujukan pada apa keinginan dari pasar, seperti produk yang bergensi, barang-barang yang memudahkan

dalam menjalankan kehidupan dll. Namun, di kewirausahaan sosial, identifikasi ‘sesuatu dalam masyarakat yang dapat ditindaklanjuti’ menjadi sesuatu yang penting. Artinya, inilah sesuatu yang unik, dimana suatu aktivitas dimulai tidak dari jumlah profit yang ingin dikejar, melainkan identifikasi masalah yang dapat dipecahkan, ataupun potensi yang dapat dikembangkan. Austin (2006, dalam Lumpkin, 2010:5) menyatakan bahwa kebanyakan misi sosial berfokus pada masalah sosial dasar dan bertahan lama serta berbagai kebutuhan umum seperti kemiskinan, kelaparan, air yang tidak bersih, pengangguran, transportasi, pendidikan, hak asasi manusia dan lain-lain. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dikatakan bahwa salah satu keunikan dari kewirausahaan sosial adalah kemampuannya untuk melihat ‘masalah’ sebagai ‘peluang’. Mereka melihat hal-hal yang menurut kebanyakan pihak harus dihindari justru sebagai sesuatu yang

mampu digerakkan, dioptimalkan dan didayagunakan untuk manfaat sosial yang besar.

Ini seperti gerakan yang menantang arus umum,

dimana biasanya sebuah kewirausahaan

digerakkan oleh aspek-

aspek seperti

profitabilitas dan

peningkatan

perekonomian.

Swedberg (2006:1)

menyatakan

One of the most

interesting advances in

recent entrepreneurial thought is the idea

that the notion of innovative or

entrepreneurial behaviour, which was

originally invented to deal exclusively with

economic phenomena, is today also used to

.....keunikan dari kewirausahaan sosial adalah kemampuannya untuk melihat 'masalah' sebagai 'peluang'. Mereka melihat hal-hal yang menurut kebanyakan pihak harus di jauhi justru sebagai sesuatu yang mampu digerakkan, dioptimalkan dan didayagunakan untuk manfaat sosial yang besar..

*explain
what
happens
in social
or non-
economic
areas of
society.*

Salah satu langkah
krusial dalam
kewirausahaan sosial
adalah identifikasi
peluang

Berdasarkan uraian di muka, semakin jelas bahwa penggerak utama kewirausahaan sosial, salah satunya adalah untuk mengatasi permasalahan sosial.

(2) Identifikasi peluang

Salah satu langkah yang krusial dalam kewirausahaan sosial adalah identifikasi peluang. Brook (2009, dalam Lumpkin, 2010:5) menyatakan bahwa agar sebuah kesempatan dapat diidentifikasi dalam sebuah konteks

sosial, maka perlu ada dua hal yang diperhatikan (a) Pemecahan masalah harus dianggap sebagai domain yang resmi/legal untuk aktivitas kewirausahaan dan (b) Usaha yang ditujukan pada masalah dan penyakit sosial harus dipertimbangkan sebagai sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat. Artinya, bahwa usaha atau aktivitas kewirausahaan sosial tidak dapat dilakukan secara serampangan dan tanpa perencanaan yang baik. Adalah menjadi sebuah kebutuhan bersama, dimana identifikasi masalah yang bertujuan untuk manfaat sosial diselenggarakan dengan baik.

(3) Akses permodalan/funding

Akses permodalan adalah sebuah masalah klasik bagi konteks kegiatan atau keorganisasian, karena sangat sulit sekali bagi sebuah aktivitas atau organisasi dapat menjalankan misinya tanpa didukung oleh kapital finansial. Oleh sebab itu, aspek ini dijadikan antesenden yang ketiga, dimana sebagaimana layaknya

kewirausahaan bisnis, kewirausahaan sosial juga membutuhkan kapital finansial. Salah satu perbedaan utama antara praktik kewirausahaan sosial dengan yang dilakukan oleh organisasi filantropi/non profit adalah mereka berusaha mencari, dan mengembangkan akses permodalannya sendiri.

Pada faktanya, dalam tiga dekade terakhir ini, sektor non profit telah semakin bergantung pada aktivitas komersial untuk membiayai operasi mereka, dan juga mereka semakin tergantung pada kontribusi yang bersifat caritas (Salamon, 2002 dalam Lumpkin 2010:6).

**(4) Pihak-pihak yang terkait/berkepentingan
(*multiple stakeholders*)**

Stakeholder (pihak yang berkepentingan/terkait) adalah individu atau organisasi yang dapat dipengaruhi atau mempengaruhi kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya (Freeman, 1984; Jones, 1995 dalam

Lumpkin 2010). Ada perbedaan antara stakeholder kewirausahaan sosial dan kewirausahaan bisnis atau pada konteks komersial dan sosial. Pada konteks komersial, yang dapat dianggap sebagai stakeholder adalah pemasok, pelanggan produk atau jasa yang disediakan, karyawan, investor dan lain-lain. Pada kewirausahaan sosial jumlah stakeholder meliputi seperti yang dimiliki seperti pada kewirausahaan bisnis, ditambah beberapa pihak lain. Anggota masyarakat yang terlibat, perangkat desa yang mendukung, kelompok-kelompok yang menjadi sasaran program dalam hal ini juga berpotensi menjadi stakeholder bagi aktivitas kewirausahaan sosial. Artinya, lingkaran stakeholder kewirausahaan sosial, jauh lebih luas dan bervariasi dibandingkan kewirausahaan bisnis.

Selanjutnya, hal yang akan menjadi pembahasan adalah terkait dengan capaian dari kewirausahaan sosial seperti yang telah diungkap oleh diagram dimuka

(1) Nilai Sosial (*sosial value*)

Nilai sosial dalam hal ini merupakan satu terminologi yang agak sukar untuk didefinisikan. Dewey (1939, dalam Lumpkin 2011:5) menyatakan bahwa secara umum penciptaan nilai sosial adalah hal-hal yang dapat meningkatkan kesejahteraan secara umum. Istilah nilai sosial digunakan untuk membedakannya dengan istilah peningkatan nilai ekonomi (*economic value creation*), yang cenderung membatasi diri pada ukuran pendapatan finansial.

(2) Usaha pemuasan beragam *stakeholder*

Salah satu keunikan dari kewirausahaan sosial adalah bahwa aktivitas ini memiliki banyak *stakeholder*. *Stakeholder*-nya tidak hanya pelanggan, pemasok, karyawan namun jauh lebih luas dari itu, dapat meliputi anggota masyarakat, komunitas tertentu dan lain-lain.

(3) Kestinambungan Solusi

Berdasarkan berbagai uraian dimuka, tampak bahwa salah satu tantangan terbesar bagi

kewirausahaan sosial adalah kesinambungan solusi. Wirausaha sosial (Prasojo dalam Bornstein, 2006) oleh Bill Drayton digambarkan sebagai manusia yang tidak hanya puas memberi ‘ikan’ bagi si miskin, atau puas mengajari mereka ‘cara memancing’, tetapi orang-orang yang terus berjuang, tanpa mengenal lelah, melakukan perubahan sistemik –tidak sekedar memberik ‘ikan’ atau ‘pancing’, tetapi mengubah sistem ‘industri perikanan’ untuk terciptanya keadilan dan kemakmuran lebih luas. Artinya bahwa, semangat dari kewirausahaan sosial adalah solusi yang berkesinambungan. Lumpkin (2011:7) menyatakan bahwa ada dua argumen/penjelasan terkait pentingnya kesinambungan yang perlu diperhatikan, yaitu kesinambungan aktivitas dari perspektif sumber daya (Dees dan Anderson 2003) dan institualisasi dari solusi perubahan sosial (Mair and Marti, 2006). Artinya, berbicara tentang kesinambungan berarti tidak hanya

memberi perhatian pada keberlanjutan solusi, namun juga sumber dayanya. David McClellan (dalam Borstein, 2006:18) menyatakan bahwa mereka lebih menghargai pertimbangan jangka panjang di atas perolehan jangka pendek.

Pernyataan penjelasan dimuka, proses dari aktivitas kewirausahaan sosial, yaitu sebuah proses yang dimulai dari input sampai kemudian menghasilkan output yang berbeda dengan yang lain. Salah satu kekhasan output dari kewirausahaan sosial-seperti telah diungkapkan dimuka- adalah dihasilkan nilai sosial yang merupakan sumber manfaat bagi masyarakat. Berbagai output dari beragam aktivitas kewirausahaan sosial, pada akhirnya dapat dikelompokkan ke dalam beberapa sektor berikut ini, yaitu seperti yang diungkap oleh Smallbone (2001:8, dalam Nicholls 2008:14):

- Menyediakan jasa dan produk dimana pasar atau sektor publik tidak bersedia menyediakan atau tidak mampu menyediakan

- Membangun keterampilan
- Menciptakan lapangan kerja
- Membangun jalan untuk menghubungkan orang-orang yang terpisah secara sosial

Berdasarkan uraian di muka, 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.

BAB 3

ASPEK YANG MEMBANGUN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

Kewirausahaan sosial, pada beberapa kasus, kemunculannya dipelopori oleh seorang tokoh yang memiliki mimpi besar untuk menghasilkan kebermanfaatan 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 Paul C Light (2008) terbangun dari empat aspek yaitu:

(1) Kewirausahaan,

(2) Ide/gagasan,

(3) Peluang/kesempatan dan

(4) Organisasi.

Berikut ini adalah penjelasan masing-masingnya

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, 2008:92) namun masih belum banyak bukti yang menggambarkan tentang prototipe kepribadian dari seorang wirausaha sosial. Ciputra (2009:19) 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 (2000:3) 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. Maka, berdasarkan penjelasan di muka, tampak bahwa beberapa penjelasan mengarah kepada pola pikir atau mindset. Mindset (Thornberry, 2006:46) secara sederhana didefinisikan sebagai

a way of thinking and acting that is entrepreneurial in nature and manifest itself in a number of outwardly observable behaviour. Unlike a trait, a mindset can be learned (modeled) by most people if they have desired to do so-and desires is the key word.

Pada uraian ini, kewirausahaan yang akan banyak dikupas adalah pada aspek pola pikir. Hal ini dilakukan karena

salah satu pembeda individu wirausaha dan non wirausaha adalah pada aspek pola pikirnya.

Ide/gagasan

Drayton (2002, dalam Light 2008:110) 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. Masih terkait isu ide ini, Schwab Foundation for Social Entrepreneurship mendeskripsikan wirausaha sosial sebagai

A practical but innovative stance to a social problem, often using market principles and forces, coupled with dogged determination, that allows them to break away from constraints imposed by ideology or field of discipline, and pushes them to take risks that others would't dare (Light 2008:110)

Berangkat dari definisi di muka dapat dikatakan bahwa kewirausahaan 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 sebagai beriku (Light, 2008:11);

“pionerr innovative, effective, sustainable approaches to meet the needs of the marginalized, the disadvantage and the disenfranchised,” and, in doing so, create “ solution to seemingly intractable social problems, fundamentally improving the lives of countless individuals, as well as forever changing the way social systems operate”

Tampak bahwa 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.

Peluang/Kesempatan

Berikut ini akan diuraikan lebih lanjut, terkait aspek peluang/kesempatan dari kewirausahaan sosial. Light (2008:120) 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 (2007 dalam Light 2008:120) yang menyatakan bahwa

“There have been surprisingly few recent studies that explore the nature of opportunities..Indeed,

scholars have yet to develop an integrated theoretical framework that explains the emergence and developmental of entrepreneurial opportunities. Without such a framework, little can be said about the relationship between opportunity, innovation and performance and the strategies that are needed to discover and exploit new opportunities

Peluang datang dalam berbagai bentuk, ukuran dan lokasi, dan terkadang disebut sebagai relasi antara kesempatan, inovasi dan kinerja (Dees 1998 dalam Light 2008:121). Lebih jauh dikatakan bahwa

Leaders of social benefit organization must understand the full range of available options for generating new funding opportunities; as they evaluate their organization's potential to operate at the commercial end of the spectrum, non profit leaders should begin by identifying all potential commercial sources of revenue. Potential paying customers include the organization's intended beneficiaries, third parties with vested interest in the mission, and others for whom the organization can create value"

Berdasarkan uraian di atas, tampak jelas bahwa para pegiat kewirausahaan sosial harus selalu bergelut

dengan usaha 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 social (*social value*). Jelasnya misi yang pegang oleh organisasi adalah sesuatu yang fundamental untuk meningkatkan terciptanya peluang yang berpotensi mendorong kesuksesan organisasi (Dess, 2001:43).

Pemahaman lebih jauh tentang aspek peluang dalam kewirausahaan sosial, diungkapkan oleh Jeffry Timmons

While at the center of an opportunity is always an idea, not all ideas are opportunities. In understanding the difference between an opportunity and just another idea, you must understand the entrepreneurship is a market driven process. An opportunity is attractive, durable and timely and is anchored in a product or service the creates or adds value for its buyer or end user

Berdasarkan pemikiran di muka, dapat 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/pengelolaan peluang adalah dengan perencanaan strategis. Dess dkk, (2002:49) 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 perencanaan strategis dapat menjadi dokumen pemersatu, sebuah kompas atau roadmap bagi organisasi. Berikut penjelasan detail dari Dees dkk (2002:49) terkait nilai dari

perencanaan strategis sebagai sumber umum bagi upaya pengenalan peluang:

- (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

Selanjutnya untuk melihat sesuai dan layak tidaknya sebuah peluang ditangkap, dapat melihat kepada Model Pengukuran Peluang (*Opportunity Assesment Model*)

**KEWIRUSAHAAN SOSIAL: MEREVOLUSI POLA PIKIR DAN MENGINISIASI
MITRA PEMBANGUNAN KONTEMPORER**

Tabel 3.1
Tabel Model Pengukurkan Peluang
(Opportunity Assesment Model)

Nilai Tambah	Social Value Potential	
	Tinggi	Rendah
Ketersesuaian/ keterhubungan strategis	Jasa/produk menciptakan nilai sosial yang sesuai/sejalan dengan misi	Jasa/produk menciptakan nilai sosial tapi tidak secara langsung sesuai/sejalan dengan misi
Hasil yang mampu dicapai	Jasa/produk akan menciptakan perubahan yang signifikan dalam prilaku, kondisi atau tingkat kepuasan pengguna	Jasa/produk akan menciptakan perubahan minimal dalam prilaku, kondisi atau tingkat kepuasan pengguna, atau tidak berhubungan langsung dengan perubahan
Partnership atau aliansi	Tambahan partnership akan memiliki efek sinergitas dan memperbaiki atau meningkatkan peluang untuk hasil yang diinginkan yaitu nilai sosial	Tambahan partnership memiliki efek minimal dan tidak membawa manfaat dalam upaya perbaikan atau peningkatan peluang untuk hasil yang diinginkan yaitu nilai sosial
Manfaat Organisasi	Jasa/produk yang berhasil akan meningkatkan atau menciptakan persepsi positif masyarakat/komunitas dan atau dukungan politik ke organisasi	Jasa/produk yang kurang berhasil akan meningkatkan atau menciptakan persepsi negatif masyarakat/komunitas dan atau dukungan politik ke organisasi

Sumber: Dees, dkk (2001:53)

Berdasarkan tabel di muka, dapat dinyatakan bahwa tidak semua peluang yang terlihat atau dapat diraih mampu memberikan kontribusi positif bagi perkembangan

aktivitas kewirausahaan sosial. Dess dkk (2001:61) menyatakan bahwa peluang dapat memberikan organisasi arah, dan menolong mencipatkan atau mempertahankan nilai sosial. Selanjutnya, kemampuan untuk mengenali dan menarik peluang adalah keterampilan yang sangat dibutuhkan untuk dapat sukses di dunia organisasi non profit.

Memobilisasi sumber daya

Wirausaha, menurut Dess, dkk (2001:63) adalah mereka yang berusaha meraih peluang tanpa terbatas oleh sumber daya yang berada di tangan. Maka usaha peraihan peluang ini, sudah barang tentu pada satu sisi, akan berkaitan dengan upaya untuk memobilisasi sumber daya yang ada, yaitu upaya untuk memaksimalkan apa yang ada. Berikut ini adalah beberapa tahapan dalam mobilisasi sumber daya (Dess, dkk, 2001:63)

1. Mendefinisikan Kapabilitas yang dibutuhkan untuk sukses
2. Membedahnya dalam struktur operasi
3. Mengembangkan model ekonomi
4. Mengolah sumber-sumber yang dibutuhkan

Agar dapat lebih jelas, berikut ini adalah tabel kontinum pilihan untuk dapat melihat dan memetakan dengan jelas posisi organisasi dan posisi potensi sumber daya yang dapat dimobilisasi

**KEWIRUSAHAAN SOSIAL: MEREVOLUSI POLA PIKIR DAN MENGINISIASI
MITRA PEMBANGUNAN KONTEMPORER**

Tabel 3.2

Kontinum Pilihan Bentuk Kewirausahaan Sosial

	Kontinum Pilihan		
	Murni Philantropi	Campuran	Murni Komersial
Motiv umum, metode dan tujuan	Berupa keinginan baik (goodwill)	Motifnya campuran	Berupa keinginan pribadi
	Di didorong oleh misi	Seimbang antara misi dan pasar	Di dorong oleh pasar
	Penciptaan nilai sosial	Penciptaan nilai sosial dan ekonomi	Penciptaan nilai ekonomi
Stakeholder kunci			
Penerima manfaat	Tidak membayar apapun	Menerima harga subsidi atau campuran antara pembayar penuh dengan mereka tidak membayar	Membayar harga pasaran penuh
Modal	Donasi dan hibah	Dibawah modal pasar atau campuran antara mereka yang membayar penuh dan tidak membayar	Modal rata-rata pasar pada umumnya
Tenaga Kerja	Relawan	Dibawah upah pasar atau campuran antara relawan dan mereka yang dibayar penuh	Kompensasi sesuai harga pasar
Pemasok	Tergantung pada donasi	Potongan harga spesial atau campuran dengan harga penuh	Menggunakan standar harga pasar

Sumber: Dees, dkk (2001:68)

Berdasarkan tabel diatas, pola-pola usaha kewirausahaan sosial terletak diantara aktivitas yang murni philantropi dan yang murni komersial. Kewirausahaan sosial memiliki

motif umum untuk penciptaan nilai sosial dan nilai ekonomi. Hal ini kemudian berimplikasi pada jenis aktivitas mobilisasi sumber daya yang digunakan. Sebagai contoh, pada aktivitas kewirausahaan sosial, dapat digunakan sumber daya manusia dengan variasi, mulai dari relawan, upah pasar maupun upah yang dibayar penuh. Selain itu, bagi penerima manfaat dari aktivitas kewirausahaan, juga dapat menerima dengan harga penuh atau bahkan gratis.

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.

Berikut ini diuraikan unsur-unsur yang melekat pada aspek organisasi. 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, 2001:19). Oleh karena itu misi sangatlah penting bagi sebuah organisasi, termasuk yang bergerak di ranah kewirausahaan sosial. Berikut adalah penjelasan lebih detil tentang misi:

Mission defines a direction, not a destination. It tells the members of an organization why they are working together, how they intend to contribute to the world. Without a sense of mission, there is no foundation for establishing why some intended result are more important than others.. Mission instills both the passion and the patience for the long journey (Peter M. Senge, 1999 dalam Dess, dkk 2001:19).

Berdasarkan pemahaman diatas, misi merupakan otak dari organisasi yang memberikan pemahaman tentang mengapa orang-orang perlu bekerja bersama menuju suatu tujuan bersama. Dess (2001:20) menyatakan bahwa intrumen yang paling berguna bagi seorang wirausaha

sosial adalah misi, karena misi menyuratkan definisi dan komunikasi yang jelas akan arah aktivitas yang dilakukan.

Selanjutnya, dalam kajian keorganisasian, khususnya dalam praktik kewirausahaan sosial akan dibahas mengenai bentuk usaha/badan usaha ataupun legalitas dari praktik organisasi kewirausahaan sosial itu sendiri. Di Indonesia, belum banyak penelitian/kajian yang mencoba menguraikan hal ini. Namun demikian, berikut akan ditampilkan bentuk-bentuk/format legal dari *social enterprise* di Inggris sebagai bahan pembelajaran dan perbandingan:

**KEWIRUSAHAAN SOSIAL: MEREVOLUSI POLA PIKIR DAN MENGINISIASI
MITRA PEMBANGUNAN KONTEMPORER**

Tabel 3.3
**Bentuk/Format badan usaha yang umum/populer dari social
enterprise**

<i>Community benefit society (BENCOM)</i>	<i>Registered as a friendly society: one person, one vote</i>
<i>Community interest company (CIC)</i>	<i>Adapted business form (can be CLG or CLS), limited profit distribution, board dominated, asset locked. Cannot be a charity</i>
<i>Company limited by guarantee (CLG)</i>	<i>Typically a 1 poundsterling gurantee, no devidends, may bo board rather than member controlled. Can register as a charitable company if objectives are charitable and there is an appropriate dissolution cause</i>
<i>Company limited by shares (CLS)</i>	<i>Adapted business form to encourage consumer, charity, community and/or employee ownership. In law a CLS can be a charity, but in practice this form is rarely accepted by the Charity Commission</i>
<i>Industrial and provident society (IPS)</i>	<i>Friendly society form for industrial undertakings ;one person, one vote control</i>
<i>Voluntary organization</i>	<i>Usually constituted, with commitments to one person, one vote control. Can register as a charity if the organization has a written constitution and charitable objectives</i>

Sumber: Rory Ridley-Duff & Mike Bull (2011:141)

Berdasarkan uraian dimuka, tampak bahwa sebuah gerakan kewirausahaan sosial dapat diwadahi oleh berbagai jenis/bentuk organisasi. Artinya, tidak terpatok pada satu bentuk khusus, sepanjang bentuk/badan usaha tersebut mampu mewadahi aktivitas

kewirausahaan sosial yang bertujuan untuk
kebermanfaatan sosial tersebut.

BAB 4

Social Enterprise

Gerakan kewirausahaan sosial, secara umum dimulai terlebih dahulu oleh tindakan atau aktivitas individu. Namun, pada perjalanannya, setelah kegiatan tersebut semakin membesar lingkup maupun dinamikanya, maka akan dibutuhkan sebuah insitusi untuk menjadi payungnya. Payung yang menaungi kegiatan kewirausahaan sosial inilah kemudian yang lazim disebut sebagai *social enteprise*. Hal ini menjadi diperlukan untuk membedakannya dengan perusahaan/organisasi ‘biasa’ yang memang murni bergerak dengan tujuan mendapatkan untung sebesar-besarnya (*business enterprise*). Berikut ini adalah definisi menurut Pepin:

A social enterprise is an organisation which is involved in enterprising activities for social aims, with social ownership and democratic principals at its core (Peppin, 2009: 3)

Sementara itu, Social Enterprise Coalition (dalam Peppin, 2009:4) mendeskripsikan social enterprise sebagai

...distinctive because their social or environmental purpose is central to what they do. Rather than maximising shareholder value their main aim is to generate profit to further their social and environment goals.

Berdasarkan uraian tersebut, *social enterprise* adalah sebuah lembaga yang bergerak dengan tujuan sosial namun dalam operasionalnya menggunakan prinsip dan aplikasi bisnis.

Definisi lain yang mencoba menjelaskan tentang social enterprise adalah dari Kim Alter (2004:11) yang menyatakan bahwa:

..as any business venture created for a social purposes-mitigating/reducing a social problem or a

market failure- and to generate social value while operating with the financial discipline, innovation and determination of a private sector business

Maka, berbasis pemahaman bahwa kewirausahaan sosial menggunakan kewirausahaan, inovasi dan pendekatan pasar untuk menciptakan nilai/manfaat sosial dan perubahan, maka mereka biasanya mengikuti karakteristik sebagai berikut (Alter, 2004:11):

- (1) Tujuan Sosial: diciptakan untuk mencapai/membuat dampak dan perubahan sosial atau mencegah kegagalan pasar
- (2) Pendekatan *enterprise*: menggunakan teknik/mesin bisnis, kewirausahaan, inovasi, pendekatan pasar, orientasi strategi, disiplin dan determinasi dari bisnis profit (yang menghasilkan uang)
- (3) Kepemilikan sosial: dengan fokus pada pelayanan barang dan jasa kepada publik, walaupun tidak harus disertai dengan legalisasi badan hukum

Pandangan terhadap *social enterprise* sendiri, telah mengalami perkembangan selama bertahun-tahun.

Berikut ini akan diuraikan perkembangannya sejak tahun 1979. Pada tahun tersebut, *social enterprise* dimaknai sebagai berikut:

An enterprise that is owned by those who work in it and/or reside in a given locality, is governed by registered social as well as commercial aims and objectives and run cooperatively may be termed social enterprise. Traditionally, ‘capital hires labour’ with the overriding emphasis on making a ‘profit’ over and above any benefit either to the business itself or the workforce. Contrasted to this is the social enterprise where ‘labour hires capital’ with the emphasis on personal, environmental and social benefit (Spreckley 2008:4 dalam Ridlye-Duff and Bull, 2011:62)

Berdasarkan uraian di muka, *social enterprise* merupakan sebuah lembaga/institusi yang sekilas hampir sama dengan perusahaan/organisasi bisnis biasa, namun demikian memiliki titik tekan pada kebermanfaatannya sosial, selain lingkungan dan pribadi. Pada definisi ini, penekanan aktivitas sosial juga sudah tidak mengarah pada aktivitas caritas (pemberian bantuan cuma-cuma). Hal ini menunjukkan bahwa semangat kewirausahaan

sosial sebenarnya telah cukup lama hadir di berbagai belahan dunia. Sementara itu, seiring dengan perkembangan gerakan kewirausahaan itu sendiri, dimensi sosial dari kewirausahaan sosial mulai mendapatkan sorotan yang lebih tajam. Berikut ini adalah uraiannya:

- Memiliki tujuan/target kebermanfaatan sosial yang eksplisit
- Inisiatif dikeluarkan oleh sejumlah atau sekelompok warga masyarakat
- Pengambilan keputusan tidak didasarkan pada kepemilikan saham/kapital
- Terdapat gerakan partisipasi secara alamiah, yang melibatkan orang-orang yang terkena/terlibat dalam aktivitas
- Distribusi keuntungan yang terbatas (Defourny 2001: 16-18 dalam Ridlye-Duff and Bull, 2011:62)

Tampak lebih jelas berbasis uraian dimuka bahwa sebuah *social enterprise* idealnya dirumuskan oleh warga masyarakat setempat yang merasakan adanya ketidaknyaman tertentu, ataupun karena mereka melihat sebuah potensi tertentu yang dapat dikembangkan.

Selanjutnya, satu hal yang membedakan antara *social enterprise* dan *business enterprise* adalah pengambilan keputusan tidak didasarkan pada kepemilikan saham. Hal ini merupakan karakter dari *social enterprise* dimana tujuan utama dari aktivitasnya adalah untuk sebesar-besarnya manfaat sosial.

Jika diibaratkan sebagai sebuah kontinum, maka *social enterprise* berada pada sisi yang berseberangan dengan *business enterprise*. Beberapa ahli menyebut bahwa *social enterprise* memiliki dimensi sosial sedangkan *business enterprise* memiliki dimensi ekonomi. Berikut ini penjelasan lebih lanjut terkait dimensi ekonomi tersebut:

- Aktivitas yang berkelanjutan dalam memproduksi barang dan atau jasa
- Memiliki tingkat otonomi yang tinggi
- Memiliki level resiko ekonomi yang cukup tinggi
- Jumlah minimal untuk pembayaran tenaga kerja (Defourny, 2001:16-18 Ridlye-Duff and Bull, 2011:62)

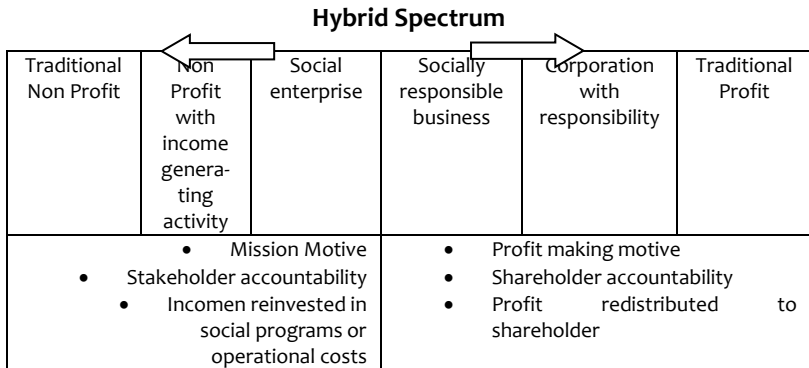
Kewirausahaan sosial bergerak dengan cara yang khas dan berbeda dengan pola konvensional lainnya. Menurut John Peppin (2009:2) Terdapat beberapa cara bagaimana aktivitas kewirausahaan sosial bergerak di masyarakat:

- a. Aktivitas bisnis dengan tujuan sosial sebagai hal yang utama, dimana surplus keuntungan diinvestasikan kepada tujuan utama yang telah ditentukan sebelumnya
- b. Aktivitas yang dilakukan oleh sektor voluntari, dimana honor dibayarkan sebagai imbalan dari dikerjakannya sebuah produk atau layanan.

Artinya aktivitas kewirausahaan sosial dapat bergerak di wilayah bisnis yang tujuan sosial yang jelas, ataupun di sektor *voluntary* dengan distribusi profit yang jelas. Lembaga yang menjadi payung dari gerakan kewirausahaan sosial sering dikenal sebagai *social enterprise*.

Berikut ini adalah spektrum perbedaan yang menjelaskan tentang posisi *social enterprise* diantara organisasi non profit dan organisasi laba

Tabel 4.1
Spektrum Organisasi Kombinasi/campuran



Sumber: (Kim Alter, 2004: 16)

Berdasarkan tabel di atas, terdapat enam jenis bentuk usaha/organisasi, dimulai dari kolom terkiri, yaitu organisasi yang murni bergerak dengan nilai dan tujuan sosial (sama sekali tidak menghasilkan laba), dan kolom terkanan yaitu usaha yang murni berorientasi laba. Didalamnya secara berturut-turut terdapat (1) usaha non

profit yang sudah mulai bergerak mencari pendapatan, (2) usaha bertujuan sosial yang mendanai dirinya dengan usaha-usaha mencari pendapatan, (3) usaha profit yang memiliki rasa/nilai sosial yang tinggi dan (4) usaha profit yang menyisihkan sebagian dananya untuk manfaat sosial. Berbasis informasi diatas, maka tampak jelas bahwa posisi *social enterprise* ada spektrum sosial namun berada di kolom terkanan, artinya bahwa mereka memiliki tujuan sosial namun menggunakan aplikasi bisnis untuk memenuhi kebutuhan operasionalnya. Selanjutnya berbasis tabel diatas, dapat dijelaskan pula bahwa pada sisi kiri, bagi setiap bentuk usaha yang berada di sana, mereka memiliki tiga kesamaan yaitu: (1) memiliki misi sosial, (2) akuntabilitas operasional usaha dipertanggungjawabkan pada stakeholder atau seluruh pihak yang terlibat dengan lembaga tersebut, dan (3) pendapatan yang dihasilkan diinvestasikan kembali pada program-program sosial atau biaya operasional. Sebaliknya tiga bentuk usaha yang berada di kanan, memiliki tiga kesamaan yaitu: (1) motif utama usaha

adalah keuntungan, (2) akuntabilitas hanya dipertanggungjawabkan pada tingkat pemegang saham (shareholder), dan (3) pendapatan didistribusikan kepada pemegang saham.

Berbagai penelitian yang dilakukan dalam sepuluh tahun terakhir, telah menambah kaya dan tajam definisi serta perbedaan perusahaan sosial (*social enterprise*) dengan perusahaan pada umumnya (*mainstream enterprise*). Berikut ini adalah :

- Mereka memiliki tujuan/target sosial
- Aset dan kekayaan digunakan untuk menciptakan manfaat bagi masyarakat (*community benefit*)
- Mereka melakukan hal-hal dimuka (paling tidak) dengan menjadi bagian dari pemain pasar di pasar industri
- Keuntungan dan surplus tidak didistribusikan kepada pemegang saham, seperti layaknya bisnis pada umumnya
- Anggota atau karyawan memiliki peran dalam pengambilan keputusan
- 'enterprise' memiliki akuntabilitas terhadap anggota dan komunitas yang lebih luas

- Terdapat dua atau tiga garis paradigma (*double-or triple bottom line paradigm*). Asumsinya adalah bahwa perusahaan sosial (*social enterprise*) yang paling efektif memiliki keuangan yang sehat (*healthy financial*) dan pengembalian sosial (*social return*) – daripada keuntungan yang tinggi di satu sisi dan rendah disisi yang lain. (Thompson & Doherty, 2006:2)

Uraian di muka, dengan sangat gamblang telah menjelaskan perbedaan antara perusahaan sosial (*social enterprise*) dengan perusahaan bisnis biasa (*mainstream enterprise*).

BAB 5

PENGALAMAN PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

Bab lima ini akan beberapa beberapa tulisan lepas tentang kewirausahaan sosial. Adapun tujuan dari Bab Lima ini adalah untuk menambah pemahaman pembaca tentang kewirausahaan sosial dari berbagai dimensi/sudut pandang.

5.1 Mendorong Gerakan Kewirausahaan Sosial

“Di stasiun Bandung ini, masyarakat mengenalnya sebagai daerah dengan tingkat kerawanan sosial cukup tinggi. Disini ada anak yang sekolah, putus sekolah, yatim piatu. Kalau ditinggalkan, bagaimana kondisi mereka? Saya ingin membenahi kondisi kerawanan ini menjadi lebih indah” (Inilah Koran, Jumat 7 September 2012). Selanjutnya, masih dalam artikel tersebut, dinyatakan bahwa secara filosofis, Ana ingin anak-anak mengetahui jalan pulang di jalan Allah. Karena itu, lanjut Ana, mereka mendapat fasilitas rumah baca, komputer dan pembimbingan budi pekerti. Pun kewirausahaan berbasis sosial, agar mampu mencari peluang ekonomi dan budi daya ikan hias.

Ucapan tersebut tentunya menggetarkan nurani kita. Disela hiruk pikuk krisruh politik dan perebutan uang serta kekuasaan di media masa, seakan kita menemukan kesejukan melalui ucapan Abah Ana tersebut. Beliau adalah sosok yang mencoba melindungi anak-anak yang

tinggal di kawasan stasiun Bandung agar tidak menjadi korban maupun pelaku kekerasan sosial yang lazim terjadi di perumahan pada penduduk maupun terminal angkutan kota. Ya, artinya ditengah semakin tingginya individualisme di era globalisasi ini, dan semakin jamaknya jiwa keserakahan berbalut korupsi, kita masih menemukan sosok mulia yang memiliki karakter optimis, sekaligus altruis. Karakter seperti ini, yang selalu memiliki antusiasme dalam mengatasi masalah sosial dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang ada, belakangan ini dikenal dengan karakter wirausaha sosial atau aktivis kewirausahaan sosial.

Istilah kewirausahaan sosial dimaknai sebagai aktivitas inovatif dan efektif yang secara fokus berusaha memperbaiki kegagalan pasar, menciptakan peluang-peluang baru secara untuk menambah nilai sosial (*social value*) secara sistematis dengan menggunakan sejumlah sumber daya dan format organisasi untuk memaksimalkan dampak sosial dan mendorong

perubahan (Nicholls, 2008). Artinya ini adalah sebuah spirit dan paradigma baru, dimana sebuah kegiatan bertujuan sosial (*activity with social end*) dapat melebur dan melekat dengan aktivitas bisnis tanpa saling mengganggu.

Bagi penulis, ini adalah peningkatan satu level dari kewirausahaan biasa (*mainstream*) yang pada umumnya, hanya bertujuan profit dan kesejahteraan bagi pemegang saham. Pada kewirausahaan sosial, manfaat sosial adalah tujuan utama yang tertera jelas dalam visi dan misi organisasi. Sementara itu menurut Dees (2001) seorang wirausaha sosial bertindak sebagai agen perubahan di sektor sosial dengan bertingkah laku seperti berikut ini:

- (1) Memegang teguh visi untuk menciptakan nilai sosial,
- (2) mengenali dan selalu mencari alternatif dan peluang baru untuk mencapai misi tersebut,
- (3) Meleburkan diri dalam proses inovasi berkelanjutan, adaptasi dan belajar,
- (4) Bertindak aktif, tanpa terbelenggu dengan kepemilikan sumber daya dan
- (5) Memiliki akuntabilitas

tinggi pada konstituen dan terhadap target yang ingin diraih.

Melihat karakter dimuka, mungkin hati kecil kita akan bertanya, “mungkinkah sosok seperti itu ada?” Apalagi mengingat di era yang katanya modern ini semakin banyak orang yang menyikut kiri dan kanan demi pemenuhan kepentingan dan kebutuhan pribadi. Jawabannya ternyata ada dan bahkan semakin banyak. Di negara Inggris, tercatat saat ini sudah memiliki lebih dari 40 ribu wirausaha sosial, belum di negara-negara lain. Indonesia sendiri, juga sudah memiliki beberapa sosok wirausaha sosial yang kiprahnya mulai dipertimbangkan di kancah internasional, seperti Tri Mumpuni dengan listrik mikro hidro, dan Silverius Oscar Unggul dengan pemberdayaan petani jatinya. Artinya, kewirausahaan social dapat menjadi sebuah karir yang tidak hanya menjamin kehidupan pribadi, namun juga lingkungan sosial sekitar.

Kembali ke sosok kita dimuka, yaitu Abah Ana, kita seolah diingatkan kembali bahwa negara sesungguhnya membutuhkan sosok-sosok seperti beliau, yaitu yang tidak tahan melihat kondisi

Maka, tidakkah kita mulai berpikir untuk menciptakan banyak wirausaha baru di Indonesia?

masalah sosial disekitarnya, lalu bersedia berbuat sesuatu untuk menanganinya. Tidak hanya selesai pada penyelesaian masalah sosialnya, namun juga membangun model bisnis untuk dapat menunjang kesinambungannya.

Maka, tidakkah kita mulai perlu berpikir untuk menciptakan banyak wirausaha baru di Indonesia? Mengingat golongan ini sudah terbukti dapat memberikan kontribusi dan manfaat besar, namun masih sedikit kuantitasnya dibanding jumlah masalah sosial yang harus dihadapi.

Berbagai penelitian terakhir telah menemukan bahwa jiwa dan keterampilan wirausaha dapat ditularkan dan

diajarkan secara sistematis. Artinya, hanya dengan sedikit *political will*, maka pendidikan kewirausahaan sosial ini dapat masuk kedalam dunia pendidikan Indonesia. Dengan demikian, proses penciptaan wirausaha sosial baru, dapat secara perlahan ditumbuhkembangkan untuk menunjang langkah pembangunan Indonesia. Maka beberapa tahun kedepan, kita dapat berharap lahirnya Bapak Ana-Bapak Ana baru di berbagai pelosok Nusantara, yang dengan antusiasnya berusaha memecahkan masalah sosial disekitarnya dengan tanpa mengemis donasi ataupun bansos dari pemerintah setempat.

5.2 Globalisasi, Budaya lokal dan Kewirausahaan Sosial¹

Globalisasi (seperti dikupas di Aspirasi Inilah 6/12/12) telah mengubah wajah dunia. Itulah hal pertama yang penulis ingin sampaikan. Sudah barang tentu, bukti-buktinya tidak perlu lagi diuraikan satu demi satu disini, karena hampir setiap kita mampu melihatnya dengan mata telanjang. Pakar ekonomi Bapak Rhenald Kasali, dalam salah satu bukunya mengatakan bahwa keanggotaan suku/komunitas manusia bahkan sudah tidak lagi ditandai oleh aspek regional atau kewilayahan, namun justru oleh *group* atau kelompok-kelompok di jejaring digital seperti *facebook*, *twitter* dan semacamnya. Hal itu tentu bukan tanpa alasan. Seperti kita bisa saksikan sehari-hari, generasi masa kini, jauh lebih sering dan intens berhubungan dengan rekan-rekan di dunia maya-nya dibandingkan dengan lingkungan sosial

Satu hal yang tidak dapat dipungkiri dari globalisasi adalah semain tipisnya batas antar negara dan antar budaya

¹ Tulisan ini pernah dimuat di INILAH KORAN dan dipublikasi di akademia.edu

di sekitar rumahnya. Seakan-akan suku atau anggota keluarga mereka adalah kelompok dalam jejaring sosial tersebut, yang dapat terdiri dari individu-individu yang terpisah ratusan kilometer. Tentu ini bukan sesuatu yang ideal ataupun hal yang diidam-idamkan, memiliki generasi yang kurang peduli lingkungan sosial terdekat, namun ternyata fakta berkata lain.

Satu hal yang tidak dapat dipungkiri dari globalisasi adalah semakin tipisnya batas antar negara dan antar budaya. Kemajuan teknologi telah membuat hal-hal yang belum pernah terpikirkan sebelumnya menjadi mungkin. Sebagai contoh, hal-hal yang terjadi di belahan dunia yang lain, dapat kita saksikan *real time* and *on time* dari tempat kita berada. Belum lagi kecanggihan media telekomunikasi yang memungkinkan kita berbicara dengan orang di berbagai belahan dunia dalam waktu yang sama.

Dampak terbesar dari sekelumit fenomena dimuka adalah potensi semakin redupnya budaya bangsa dan

budaya daerah kita sendiri. Atau dengan kata lain, generasi muda Indonesia terancam menjadi tamu bagi budayanya sendiri, karena mereka mungkin jauh lebih hafal dan fasih budaya dan gaya hidup dari negeri seberang. Jangankan budaya ibu atau budaya daerah, lima sila dalam Pancasila saja belum tentu dihafal dengan baik oleh para pemuda dan pemudi bangsa ini.

Figur Wirausaha Sosial : Perjuangan Ibu Irawati Durban

Menarik memperhatikan perjuangan dari Irawati Durban (Inilah, 6/12/11) yang berjuang untuk memperkenalkan budaya sunda kepada generasi muda Jawa Barat umumnya dan Indonesia khususnya. Ia, melalui tiga bukunya, berusaha untuk mengajarkan dan membumikan makna dan hikmah dari budaya sunda kepada generasi muda. Dengan semangat yang pantang menyerah, ia berusaha mengupas makna yang terserat dari kesenian sunda. Muliakah langkah beliau? Sudah tentu sangat mulia dan sangat nasionalis. Berhasilkah perjuangannya? Tentu terlalu dini untuk menjawabnya. Namun demikian,

melihat dan mempertimbangkan ketertarikan generasi muda pada gadget dan teknologi informasi tercanggih, maka nasehat/anjuran/himbauan yang disampaikan melalui media buku, berpotensi akan kalah bersaing.

Artinya, dibutuhkan sebuah inovasi yang segar dan kreatif untuk mampu menarik perhatian generasi muda. Dibutuhkan sebuah terobosan yang bukan hanya sekedar gerakan namun lebih kepada gebrakan, untuk dapat memalingkan wajah mereka dari kegemarannya selama ini.

Kewirausahaan

Kreativitas, inovasi, pandai melihat peluang adalah kata-kata yang dekat dengan terminologi kewirausahaan. Dr (HC) Ciputra, legenda hidup properti Indonesia, mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan untuk mengubah kotoran dan rongsokan menjadi emas. Artinya, kewirausahaan bukan sekedar kemampuan, kreativitas dan langkah aksi yang biasa-

biasa. Ini adalah sebuah kemampuan yang diatas rata-rata, atau ini adalah kreativitas yang memiliki nilai guna, dan ini adalah langkah aksi yang terencana dan terukur. Terminologi kewirausahaan, saat ini telah mengalami perluasan makna dari yang dipahami secara awam dari tahun ke tahun. Pengertian dari kewirausahaan, bukan lagi identik dengan berdagang, buka toko, pinjam modal dan lain-lain. Kewirausahaan saat ini sudah diyakini sebagai sebuah (keadaan pikiran dan mental) dan juga metode (teknik, cara dan strategi). Ciputra, membagi kewirausahaan menjadi 4 ranah, yaitu *professional entrepreneur*, *government entrepreneur*, *academic entrepreneur* dan *social entrepreneur*. Nah, yang disebutkan terakhirlah yang akan dikupas lebih dalam pada tulisan ini

Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan Sosial secara sederhana dapat diartikan sebagai upaya yang bermisi sosial namun memanfaatkan praktik bisnis sebagai kendaraannya. Atau dengan kata

lain, dapat dikatakan bahwa kewirausahaan sosial adalah sebuah praktik kewirausahaan (bisnis) yang bertujuan untuk sebesar-besarnya kebermanfaatan sosial. Praktik ini sebenarnya telah lama dilakukan di seluruh dunia, namun demikian baru mulai mendapat perhatian yang luas dari akademisi, pemerintah maupun praktisi, setelah kemenangan M. Yunus dari Bangladesh atas Nobel Perdamaian sebagai tokoh kewirausahaan sosial yang mengembangkan Bank untuk kaum miskin (grameen bank). Kewirausahaan sosial, adalah sebuah gerakan yang menjungkirbalikkan pemikiran bahwa aktivitas sosial tidak dapat digabung dengan aktivitas bisnis. Ini adalah perubahan paradigma bahwa dimungkinkan sebuah lembaga mengemban misi sosial dengan bantuan aktivitas bisnis (*dual value*). Di Indonesia, gerakan ini juga sudah semakin berkembang, misalnya oleh Ote di Sulawesi yang memperjuangkan nasib petani jati, atau Wangsa Jelita di Bandung yang memperjuangkan pendidikan anak-anak petani mawar, ataupun komunitas My Darling (masyarakat sadar lingkungan) di Bandung

yang mendorong produksi olahan sampah anorganik. Selain tiga dimuka, masih banyak contoh-contoh lain yang membuktikan bahwa gerakan ini sudah mulai banyak ditekuni di Indonesia

Kewirausahaan Sosial berbasis budaya

Kembali pada perjuangan Irawati Durban dimuka, maka penulis beranggapan bahwa kewirausahaan sosial dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif jalan keluar. Kewirausahaan, yang mewakili semangat pantang menyerah, kreatifis dan inovasi tinggi serta kesediaan untuk menanggung resiko, dapat disinergikan dengan kegiatan yang bertujuan untuk melestarikan budaya. Pada Saresehan Nasional Kewirausahaan Sosial yang diselenggarakan oleh Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial FISIP UNPAD, yang diselenggarakan di Bale Santika Kampus Unpad Jatinangor hari Kamis, 8 Desember 2011, terungkap dari para nara sumber bahwa sangat mungkin gerakan kewirausahaan sosial membantu pelestarian budaya. AKSI (Asosiasi Kewirausahaan Sosial Indonesia)

misalnya, tengah memelopori pengembangan produksi kayu putih di Pulau Buru berbasis tradisi masyarakat dan kearifan lokal. Contoh lain yang lebih jelas antara lain adalah terungkap pada aktivitas yang dilakukan oleh Saung Udjo dengan inovasi dan modifikasi pertunjukan angklungnya. Saung Udjo, tidak hanya terus berupaya mengembangkan budaya sunda melalui terobosan-terobosan dalam musikalitas angklung, namun juga memberdayakan pengrajin bambo untuk memastikan pasokan angklung. Selain itu, mereka juga membantu masyarakat sekitar lokasi pertunjukan untuk masalah air bersih, pengembangan keterampilan dan lain-lain. Maka jelaslah bahwa sentuhan kewirausahaan sosial (pola pikir positif yang dikombinasikan dengan strategi bisnis yang penuh inovasi untuk tujuan sosial) dapat menjadi instrument utama dalam upaya pelestarian budaya lokal/daerah untuk menangkal budaya asing yang tidak sesuai dengan nilai dan norma yang dianut. Pola pikir dan strategi kewirausahaan sosial dibutuhkan, agar upaya pelestarian menjadi jauh lebih inovatif dan sesuai dengan

tuntutan jaman dan terutama gaya hidup generasi mudah saat ini.

5.3 Urgensi Pendidikan Kewirausahaan

Nowaday, Entrepreneurship education is one of the most important think to be considered as a subject in student education. Many scholars have realized that, the most important factor that influence the acceleration of development of a nation is not the natural resources, but the entrepreneurial mindset. India and China has implemented this paradigm. How about Indonesia?

Fenomena Esemka telah membuka harapan baru masyarakat Indonesia, ditengah hiruk pikuk Wisma Atlit, Narkoba, Pemilihan gubernur BI, kisruh PSSI dll. Pencapaian yang luar biasa tersebut seakan menyadarkan kita akan sebuah asa baru untuk Indonesia yang lebih baik. Artinya, ada kabar positif ditengah awan hitam kabar negatif yang menguasai media informasi dan membombardir pikiran masyarakat Indonesia. Ya, inilah bentuk konkrit dari semangat dan pola pendidikan berbasis kewirausahaan. Inilah metafora yang mengiaskan bahwa keunggulan dan peluang finansial

bisa diraih melalui campuran antara keringat (*muscle*) dan daya kognitif (*brain*), bukan hanya melalui interaksi suap menyuap dan *mark up*. Inilah bukti bahwa peluang pekerjaan dan kesinambungan kehidupan bisa diciptakan, bahkan sejak di level pendidikan menengah, bukan hanya bisa didapat dari berebut kursi pekerjaan dan kekuasaan.

Antrian Pelamar

Tentu sudah menjadi rahasia umum bahwa setiap ada pembukaan formasi PNS, maka ribuan lulusan berebut mendaftar, seakan-akan mereka tidak punya pilihan lain. Nah, disinilah urgensi pendidikan kewirausahaan, yaitu memberikan pilihan yang lebih luas bagi lulusan setelah mereka menyelesaikan program pendidikannya (tidak hanya pasrah memenuhi antrian lowongan pekerjaan). Pendidikan kewirausahaan akan membuka mata dan wawasan mereka akan luasnya peluang yang mereka miliki setelah mereka lulus. Ketiadaan pendidikan kewirausahaan, akan membuat generasi penerus seperti

katak dalam tempurung, dan menganggap dunia begitu sempit dan kecil. Maka jangan sampai para pendidik kemudian mengurangi hak mereka akan wawasan tentang besarnya jendela peluang (*window of opportunity*) yang dapat mereka raih, dengan tidak memperkenalkan kewirausahaan.

Intrapreneur

Pola pendidikan kewirausahaan yang dianjurkan, adalah yang mendorong siswa tidak sekedar mengenal (*to know*) atau mempelajari konsep-konsep (*to learn*) tentang kewirausahaan, namun yang mendorong mereka untuk menjadi wirausaha (*to be entrepreneur*). Artinya, titik tekan kurikulum didorong untuk lebih berat kepada praktik (*practices*) daripada sekedar berkulat di ranah kognitif. Selain itu pendidikan berbasis praktik dan pengalaman (*experiential based learning*) akan lebih mendorong terciptanya *softskill* peserta didik, karena mereka akan selalu ditantang untuk mengambil keputusan, mengarungi ketidakpastian resiko,

memimpin, bekerja sama dalam tim dan lain-lain.

Model pendidikan kewirausahaan berbasis praktik ini juga akan mendorong peserta didik untuk memahami bahwa kegagalan adalah bukan akhir segalanya melainkan sebagai batu loncatan untuk keberhasilan yang lebih besar. Satu hal bahwa,

Berbagai penelitian, salah satunya yang dipelopori oleh McClelland, telah membuktikan bahwa maju tidaknya suatu bangsa tidak ditentukan oleh banyaknya sumber daya alam yang dimiliki, melainkan pada seberapa tinggi dorongan berkarya dan berprestasi (*need of achievement*) warga negaranya.

praktik kewirausahaan yang mereka lakukan di jenjang pendidikan, juga akan menambah employabilitas mereka. Jikapun mereka menjadi pegawai, semangat kerja mereka akan diliputi rasa inovatif, inisiatif dan keberanian untuk menjelajah ke ranah kebaruan (*out of the box*), sehingga berpotensi menghasilkan produktifitas yang optimal. Inilah yang dikenal sebagai intrapreneur, yaitu

spirit *entrepreneur* yang diimplementasikan di domain pegawai (*employee domain*).

Pendidikan kewirausahaan, juga memungkinkan individu bekerja dan berkarya di bidang yang diminati, karena mereka berusaha menciptakan pekerjaan mereka sendiri. Implikasinya, tentu akan meningkatkan etos dan durabilitas kinerja. Hal ini, disisi lain, akan menghindari jumlah karyawan yang bekerja dengan perasaan terpaksa dan cenderung berprinsip ABS (asal bapak senang), sehingga membuat perahu perusahaan berat untuk berlayar karena banyak pekerjaan tambalan yang harus dilakukan.

Sadar Kewirausahaan

Berbagai penelitian, salah satunya yang dipelopori oleh McClelland, telah membuktikan bahwa maju tidaknya suatu bangsa tidak ditentukan oleh banyaknya sumber daya alam yang dimiliki, melainkan pada seberapa tinggi dorongan berkarya dan berprestasi (*need of*

achievement) warga negaranya. Namun demikian – terutama di Indonesia- hasil penelitian biasanya hanya menjadi menara gading saja yang kemudian berdebu dan dilupakan. Padahal seyogianya temuan tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan untuk merumuskan kebijakan yang berbasis kondisi dan kebutuhan. *Leader comes first*, begitu kata pepatah. Artinya, rakyat tergantung pada pemimpinnya, apakah akan memprioritaskan pembangunan pada ranah fisik atau manusia.

Padahal, hari ini bangsa yang kaya bukanlah bangsa yang hidup dari warisan atau memiliki *tangible asset* seperti minyak bumi, batu bara, emas, intan/berlian, kayu dan sebagainya, melainkan bangsa yang membangun kekuatan *intangibles* (Kasali, 2010). Secara awam, kita dapat melihat sejauh mana suatu negara memprioritaskan pembangunannya dari arah neraca APBN-nya, yaitu berapa persen yang dialokasikan untuk membangun aset *tangibles* atau *intangibles*.

Sejarah telah membuktikan bahwa Cina dan India, telah menggeliat menjadi raksasa ekonomi karena fokus dan pilihan sadar mereka membangun *intangibles*, yang antara lain melalui pendidikan kewirausahaan yang sistematis, terencana dan berkesinambungan. Satu hal bahwa, fokus pembangunan fisik, cenderung hanya akan menghasilkan kemajuan fisik (*tangibles outcomes*). Namun, fokus pembangunan non fisik, berpotensi akan menghasilkan kemajuan fisik dan non fisik. Pilihan selalu terbuka.

5.4 Membasmi Korupsi dengan Kewirausahaan

Isu korupsi masih menjadi isu utama di Republik ini. Wajah media masa, baik cetak maupun elektronik, seakan tidak pernah jenuh untuk menyiarkan berita-berita terkait kasus korupsi yang terjadi di negara tercinta kita. Sebenarnya, upaya penegakannya pun tidak pernah berkurang untuk dilakukan, mulai dari tingkat pusat sampai daerah. Namun demikian, karena sudah berurat dan berakar selama bertahun-tahun, maka usaha untuk menghilangkannya menjadi tidak mudah.

Maka, berangkat dari pemikiran diatas, ide/gagasan/strategi baru dan inovatif terkait upaya pemusnahan korupsi dari tanah ibu Pertiwi ini. Strategi ini dapat dimulai dari usaha menelaah secara singkat (*cause*) mengapa orang melakukan korupsi. Salah satu jawaban sederhananya adalah karena mereka tidak mau bekerja keras

Kewirausahaan adalah sebuah isu yang tidak pernah lekang oleh masa.

untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Mereka tidak terbiasa membanting tulang untuk mengolah sumber daya sehingga menghasilkan sesuatu dan mereka tidak (mau) percaya bahwa ada jalan lain yang memungkinkan mereka mendapatkan hasil besar selain dengan cara korupsi. Tentunya masih banyak penyebab lain yang lebih bersifat kontekstual, kondisional, kultural dan lain-lain. Namun demikian, tulisan ini sedikit banyak akan mencoba menyoroti penyebab pertama yang berkaitan dengan mental pecundang.

Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah sebuah isu yang tidak pernah lekang oleh masa. Sejak kemunculannya yang antara lain didorong oleh revolusi industri di Eropa, kemajuannya hingga saat ini seakan tidak terbendung lagi. Berbagai kajian mulai sampai pada kesimpulan bahwa maju tidaknya sebuah negara, ditentukan oleh jumlah wirausaha di negara tersebut, yang mampu mendorong kemajuan ekonomi dan menampung tenaga kerja.

Pemaknaan terhadap terminologi kewirausahaan itu sendiripun semakin luas. Secara sederhana, Hery Wibowo, (2010) membagi kewirausahaan dalam dua dimensi besar yaitu pola pikir (*mindset*) dan pola tindak (*method*). Pola pikir, berkenaan dengan cara pandang kita terhadap sesuatu, sikap optimis, pantang menyerah, inisiatif, inovatif dan lain-lain. Pola tindak berkenaan dengan cara untuk melaksanakan kegiatan kewirausahaan itu sendiri seperti manajemen produksi, strategi pemasaran, keuangan dll.

Orang dengan *entrepreneurship mindset*, dipercaya mampu memandang masalah sebagai peluang (*problem as opportunity*), bukan sebaliknya melihat peluang sebagai masalah. Mereka juga dicirikan dengan kemampuannya untuk melihat pintu (peluang) disetiap tembok, bukan melihat tembok di setiap pintu (peluang). Oleh karenanya, dengan pola pikir ini, mereka selalu siap untuk menghadapi tantangan demi tantangan untuk mewujudkan asa dan citaunya. Artinya, mereka sadar

seungguhnya bahwa tidak ada kesuksesan (baik uang/jabatan/kedudukan) yang turun dari langit. Mereka tidak percaya proses instan. Alih-alih turun dari langit, segala yang diimpikan harus dikejar melalui perjuangan yang keras, penuh optimisme dan pantang menyerah. Dengan demikian, apa yang didapatkan adalah hasil dari keringat sendiri yang diridhoi oleh Sang Maha Pencipta.

Pola pikir wirausaha setidaknya menanamkan pada diri kita keyakinan bahwa: (1) Siapa yang bekerja keras, maka dialah yang akan menuai hasilnya, (2) Allah SWT telah menganugrahi kekayaan alam yang berlimpah dan hampir tidak terbatas yang dapat diolah oleh manusia, (3) Untuk bisa mengolah kekayaan tersebut Allah telah memberikan bekal kemampuan olah pikir, olah rasa dan olah raga, yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya.

Hal ini tentu bertolak belakang dengan mental koruptor yang berusaha menghalalkan segala secara, berusaha menempuh jalan yang se-instan mungkin, bahkan jika

perlu merugikan/menginjak orang lain, untuk mendapatkan semua yang diinginkan. Mental koruptor, cenderung tidak mau/tidak mau tau tentang alternatif jalan lain yang dapat ditempuh untuk mendapatkan apa yang dicita-citakan.

Ironisnya berbagai acara dan pemberitaan di media masa masih berpotensi mendorong pola pikir instan alih-alih wirausaha. Belum lagi citra kesuksesan yang ditandai dengan kantor, rumah, kendaraan dan pakaian yang mahal seakan menjadi garis batas level penduduk sukses dan tidak sukses. Sedihnya, hal tersebut justru menjadi makanan sehari-hari bagi generasi muda kita.

Peran Kewirausahaan

Oleh sebab itu, langkah terpadu untuk menghasilkan pola pikir wirausaha (*entrepreneurship mindset*) sejak dini bagi generasi muda pertiwi ini. Beberapa hal yang dapat dilakukan antara lain: (1) Memasukkan kewirausahaan sebagai kurikulum resmi setiap level pendidikan mulai

dari pendidikan dasar, menengah sampai pendidikan tinggi. Dengan demikian, maka diharapkan akan terbuka wawasan peserta didik akan betapa luasnya peluang karir masa depan selain hanya berbondong-bondong melamar menjadi PNS atau pegawai BUMN (2) Mempersering pananyangan kisah sukses wirausaha yang berhasil sukses tanpa KKN. Hal ini akan menanamkan potensi keberhasilan wirausaha tanpa embel-embel KKN ke alam bawah sadar generasi muda Indonesia. Dengan kata lain “Bisa kok, sukses menjadi wirausaha tanpa KKN”. (3) Menyesuaikan pola belajar mengajar dengan semangat atau spirit yang sesuai dengan kewirausahaan, yaitu mendorong guru sebagai fasilitator yang meramu pengalaman dan kreativitas peserta didik, mendorong inovasi warga belajar, membolehkan perbedaan pendapat dalam proses belajar, mengapresiasi ide dan gagasan bahkan yang terbilang aneh sekalipun dan lain-lain. Bukan justru mendoktrin peserta didik dengan pengetahuan jadoel (jaman dulu), mengkerangkeng kreativitas dengan wacana ‘jawaban harus sesuai teori’,

mengubur perbedaan pendapat di kelas atau malah mengisolasi warga belajar yang sering ‘beda sendiri’ (4) Pendidikan anti korupsi yang sistematis dan berkelanjutan untuk menyosialisasikan kejahatan dari perbuatan korupsi.

Dengan demikian, muncul generasi muda berjiwa *entrepreneur* (jika berusaha menumbuhkembangkan usaha mandiri) dan *intrapreneur* (menerapkan *entrepreneurship mindset* dalam konteks dunia kerja) sangat diharapkan. Selanjutnya, kita juga dapat berharap bahwa akan muncul angkatan baru yang berpikir bahwa korupsi adalah bukan satu-satunya jalan menjadi kaya raya. Sebaliknya, kewirausahaan adalah salah satu alternatif yang sangat layak untuk dipertimbangkan sebagai anak tangga menuju masa depan gemilang, yang bukan hanya mampu merubah nasib pribadi, namun juga keluarga, komunitas, masyarakat dan bahkan nasib bangsa Indonesia.

5.5 Kecerdasan Apresiatif sebagai Pola Pikir Dasar Kewirausahaan Sosial

Badan Promosi Pariwisata Jabar menargetkan sekitar 1 juta wisatawan mancanegara mengunjungi Jabar pada 2012 ini (INILAHJABAR.COM). Tentu ini sebuah target yang menarik sekaligus menantang. Menarik karena ini merupakan sebuah target optimis yang diharapkan mampu meningkatkan devisa daerah pada khususnya dan devisa Negara pada umumnya. Menantang, karena masih banyak pekerjaan rumah yang harus dibenahi untuk membuat kota Bandung bukan hanya layak dikunjungi wisatawan, namun wajib dikunjungi wisatawan.

Salah satu contoh pekerjaan rumah yang terlihat jelas didepan mata adalah penataan pintu gerbang kota Bandung melalui moda transportasi kereta api, yaitu kawasan terminal angkot yang berada di lokasi parkir Stasiun Bandung. Ada ironi yang menganga di sini, yaitu bahwa kawasan terminal stasiun merupakan kawasan yang diapit oleh pusat pertokoan Internasional, Rumah

Sakit Internasional, Hotel sampai pusat perbelanjaan yang sudah dikenal dan sering dikunjungi wisatawan Asia Pasific. Namun demikian ada beberapa ironi yang muncul: (1) kawasan tersebut terkesan semrawut, kurang apik dan kurang asri, sehingga membuat pengunjung malas untuk masuk ke terminal tersebut dan memilih untuk menunggu angkutan umum diluar. Hal ini tentu membuat angkot ‘ngetem’ di luar terminal dan berpotensi membuat kemacetan di jalan (2) banyak perumahan padat disekitar lokasi yang dihuni oleh ratusan kepala keluarga menengah kebawah yang tidak mendapatkan keuntungan dari lokasi tinggal mereka, (3) anak-anak balita sampai remaja di daerah tersebut ‘terpaksa’ bermain di sekitar lokasi terminal yang luar biasa hiruk pikuk tersebut sehingga berpotensi menerima pengaruh negatif dari kondisi yang ada (*existing*)

Kecerdasan Apresiatif

Bagi kita, sangat mudah untuk menyalahkan pihak lain atas kondisi tersebut, seperti menyalahkan pemerintah karena kurang peduli, menyalahkan badan perencanaan karena tidak membuat *blue-print* yang matang atau bahkan menyalahkan masyarakat yang tidak sadar pentingnya kebersihan dan kenyamanan lingkungan. Namun, seperti kita ketahui bersama, sekedar berkomentar tidak akan berkontribusi apapun dan hanya menyalahkan, tidak akan menghasilkan apa-apa. Oleh karena itu diperlukan sebuah ‘kecerdasan’ yang dapat melihat sebuah kondisi dengan cara yang berbeda. Para ahli menamakan bentuk kecerdasan ini sebagai kecerdasan apresiatif.

Secara ringkas *appreciative intelligence* atau kecerdasan apresiatif diartikan sebagai kemampuan untuk menghargai hal-hal positif yang ada di depan mata saat ini (Risfan Munir 2011). Kecerdasan apresiatif adalah kemampuan untuk melihat jauh ke depan, memberikan

terobosan baru, memberikan solusi dan arahan kegiatan saat ini yang akan bermanfaat pada hari ini dan masa depan, meski belum terlihat jelas atau besar pada saat ini. Karena kapabilitas ini spesifik, maka oleh para ahli digolongkan menjadi suatu bentuk kecerdasan tertentu, selain juga karena tidak semua orang memiliki kecerdasan jenis ini.

Figur wirausaha sosial : Bapak Ana

Bapak Ana adalah seorang kepala keluarga yang telah tinggal puluhan tahun di lokasi tersebut Terminal St-Hall Stasiun Bandung. Dengan kecerdasan apresiatif yang dimilikinya, ia melihat lingkungan terminal angkot stasiun Bandung dengan cara yang berbeda. Ia mampu melihat ‘masa depan’ lokasi tersebut berbasis kondisi kekinian. Melalui kerja sama dengan pemuda pemudi setempat ia mulai mengkoordinasikan gerakan-gerakan untuk ‘memindahkan’ lokasi bermain anak-anak ke tempat yang dapat disebut ‘sekolah alam’ yaitu sekolah yang berlokasi diatas halte terminal tersebut. Dengan memanfaatkan

atap terminal sebagai ruang kosong, ia menyulapnya menjadi tempat yang asri, penuh dengan pot-pot tanaman sekaligus juga kolam ikan koi. Perlahan namun pasti, belasan bahkan puluhan anak mulai bergabung dengan kegiatan-kegiatan positif yang digagas Bapak Ana, seperti kursus bahasa Inggris, mengaji, kesenian dan lain-lain.

Kedepan, ia memiliki visi membuat terminal angkutan kota stasiun, yang dibangun tahun 1870 bertepatan dengan pembukaan perkebunan di kota Bandung dan diresmikan pada tanggal 17 Mei 1884 tersebut menjadi sebuah *meeting point* yang nyaman. Tidak hanya itu, pusat pertemuan tersebut juga akan dilengkapi dengan taman bacaan, ruang terbuka hijau sebagai paru-paru bandung, gudang penitipan barang (*transit box*), wisata taman, kolam budidaya Koi, terapi ikan, wisata seni budaya dan pusat pelatihan industri kreatif.

Visi ini ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat wilayah tersebut pada umumnya, dan pada

khususnya untuk (1) menghindarkan anak-anak dari potensi pengaruh negatif terminal dan lokasi pelacuran, (2) mengurangi praktik prostitusi dan mengajak para pelaku memilih alternatif lain sebagai usaha mencari pendapatan.

Sungguh sebuah usaha dan cita-cita yang mulia, yang didasari oleh kecerdasan apresiatif. Inilah sebuah bentuk kecerdasan yang selayaknya dimiliki oleh seluruh pemegang kebijakan bangsa ini, yaitu kapabilitas untuk melihat berlian di dalam lumpur, kemampuan untuk mengapresiasi yang sudah tercapai bukan mengutuki yang belum tercapai dan kompetensi untuk mendorong perubahan bukan mendiamkan hal yang sebenarnya dapat diubah demi kondisi yang lebih baik.

Satu hal adalah kemampuan ini sebenarnya dapat diajarkan dan ditumbuhkan. Bapak Ana adalah salah satu contoh dari *agent of change* yang dibutuhkan oleh bangsa ini, yaitu individu yang mampu mendorong pembangunan dari bawah (*bottom up*). Gerakannya

berawal dari keprihatinannya dan kecerdasannya dalam melihat potensi dalam sebuah masalah. Ia tidak sendiri, banyak gerakan seperti ini sudah bermunculan di berbagai wilayah tanah air. Artinya, sangat mungkin akan muncul Ana-ana yang lain diberbagai pelosok nusantara. Namun demikian, tentunya kita tidak berharap gerakan yang luar biasa ini muncul dengan sendirinya. Harapan kita adalah gerakan ini muncul secara terencana dan sistematis, mengingat masalah sosial begitu banyak dan merata diseluruh pangkuan ibu pertiwi.

Maka, pola pendidikan yang terarah dan sistematis, yang mampu menumbuhtingkatkan kecerdasan apresiatif diperlukan pada seluruh peserta didik. Ketika mereka dewasa kelak, akan muncul agent of change di berbagai bidang dan sektor kehidupan yang akan membantu mempercepat tercapainya cita-cita pembangunan Indonesia. Semoga.

5.6 Potensi Kewirausahaan Sosial²

Tahun 2015 ini, setelah APBD disahkan, segera hadir program pembangunan kewilayahan berbasis padat karya utk infrastruktur dan sarana persampahan di RW-RW sebesar 200-an milyar, Pengentasan kekumuhan kampung kota (Bedah rumah, sanitasi, MCK dll) sebesar 70 M dan program ekonomi kerakyatan: Pinjaman modal (nyaris tanpa bunga) total 32 M dan Pembangunan 3 pasar utk pedagang-pedagang tradisional dari target 14 pasar : Sarijadi, Cijerah dan Sederhana.

Sekilas tulisan dimuka adalah isi status dari walikota Bandung yang disampaikan melalui akun *facebook* resminya. Memperhatikan isi status tersebut, tentunya akan timbul rasa optimis sekaligus harapan akan terwujudnya kota Bandung seperti yang dicita-citakan. Walaupun, hampir setiap kita juga menyadari bahwa rencana tersebut sungguh bukan sesuatu yang mudah untuk diwujudkan. Tidak ada jaminan bahwa seluruh

² Tulisan ini pernah dimuat di PIKIRAN RAKYAT, 16 Februari 2015

keinginan tersebut dapat tercapai, mengingat hambatan dan rintangan mungkin menghadang di tengah jalan.

Terkait dengan sulitnya menyelesaikan beragam permasalahan sosial, sejumlah kajian menunjukkan bahwa pemerintah belum sepenuhnya mampu memenuhi seluruh kebutuhan masyarakat (sebagai contoh, Leeuw, 1999; Oghojafor, 2011; Zainol, dkk, 2014). Namun demikian, di sisi lain, telah muncul sebuah praktik ataupun gerakan yang memberikan kontribusi terhadap program-program pembangunan. Praktik ini dikenal dengan nama kewirausahaan sosial.

Bornstein & Susan (2010) menyatakan bahwa kewirausahaan sosial adalah sebuah proses yang dilakukan oleh warga negara dengan membangun atau mentransformasikan institusi untuk meningkatkan solusi pada permasalahan sosial, seperti kemiskinan, penyakit, buta huruf, kerusakan lingkungan, pelanggaran hak asasi dan korupsi, dalam rangka membangun kehidupan yang lebih baik bagi semua. Hal ini sesuai dengan yang

dinyatakan oleh Richard Florida (2005) melalui tesisnya yaitu *'the rise of creative class'* yang berarti semakin banyak warga kota yang berpendidikan, memiliki kreativitas tinggi serta siap berpartisipasi untuk membuat kehidupan diri dan lingkungannya menjadi lebih baik.

Skoll (2009:3) 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 (2009:3) menjelaskan gerakan ini merupakan antitesis dari program pembangunan berbasis sosial politik yang cenderung memaksakan model *top down* kepada masyarakat.

Munculnya gerakan kewirausahaan sosial dapat dimaknai sebagai sebuah kondisi di mana masyarakat sudah *ateul* ingin berperan menyelesaikan beragam masalah sosial di sekitarnya melalui apa yang dapat mereka lakukan. Hadirnya praktik ini juga menunjukkan

bahwa masyarakat memiliki potensi untuk dijadikan partner dalam aktivitas pembangunan.

Kota Bandung, adalah salah satu kota dengan jumlah penduduk yang besar. Bukan hanya itu, Bandung juga dikenal sebagai salah satu tujuan dari pelajar seluruh Indonesia untuk melanjutkan pendidikannya. Hal ini, dapat memberikan ‘bonus’ demografi kepada kota Bandung, karena dibanjiri oleh penduduk berusia produktif.

Sejauh ini, di kota Bandung telah banyak kegiatan/komunitas yang sudah mendapat pengakuan sebagai gerakan kewirausahaan sosial, seperti Bandung Creative City Forum, Komunitas Hong, Saung Anklung Udjo, Sanggar Waringin stasiun Bandung, Greeneration, dan lain-lain. Kelompok-kelompok ini telah banyak berkiprah membantu menyelesaikan berbagai permasalahan sosial kota Bandung. Jika, dilakukan perhitungan dan pemetaan yang lebih matang, tentunya bisa didapatkan jumlah yang lebih besar lagi. Sektor yang

telah mereka masuki juga banyak dan beragam, seperti pendidikan, anak jalanan, seni budaya, lingkungan dan sebagainya. Hal ini, tentu merupakan sebuah potensi ataupun sumber daya laten bagi kota Bandung, sebagai partner dalam pembangunan.

Kedermawanan Modern

Praktik kewirausahaan sosial, telah mengubah wajah kedermawanan klasik. Jika dahulu orang berpikir bahwa upaya untuk menyelesaikan masalah sosial adalah dengan meminta sumbangan, kini upaya pemenuhan kebutuhan warga kota dapat dilakukan dengan ceria, menyenangkan, kreatif serta sekaligus sebagai wahana penyaluran minat dan hobi. Artinya, telah hadir wajah baru kedermawanan modern, yang berpotensi menarik lebih banyak warga terlibat.

Potensi pengembangan kewirausahaan sosial kota Bandung, didukung antara lain melalui: (1) Luas kota Bandung yang relatif menengah, memungkinkan

warga kota mudah untuk berpindah dari satu lokasi ke lokasi lain dengan berbagai moda transportasi, (2) Jumlah kaum intelektual yang semakin meningkat seiring kota Bandung sebagai kota tujuan pendidikan, (3) Jumlah ruang publik (seperti taman-taman) yang terus bertambah, sehingga memungkinkan antar warga kota berbagi pemikiran, minat dan gagasan. Hadirnya semakin banyak ruang publik, juga menambah ruang aktivitas dari praktik kewirausahaan sosial itu sendiri, (4) Geliat generasi muda yang sangat kreatif dan tidak tahan untuk hanya berdiam diri (5) Meningkatnya jumlah kelas menengah yang memiliki penghasilan cukup, sehingga memungkinkan untuk membangun aktivitas tersier dan karitas.

Praktik kewirausahaan sosial yang sehat, seyogianya akan mampu: (1) Menambal lubang-lubang permasalahan sosial yang belum mampu diselesaikan oleh pemerintah, (2) Mengakselerasi program pembangunan sehingga berjalan lebih cepat, (3)

Menambah level kebahagiaan warga kota Bandung, karena mereka berkesempatan untuk menyalurkan gairah altruismenya untuk membahagiakan orang lain, (4) Melambungkan beragam potensi kota yang belum sempat digarap oleh pemerintah (5) Mendorong dan menginspirasi warga kota lainnya yang belum bergerak dan cenderung hanya bisa mengoreksi dan mencari kambing hitam.

Slogan Bandung Juara, sebenarnya bukan sekedar slogan belaka. Ini adalah cita dan asa bersama warga Bandung untuk memiliki kota yang nyaman dan menyejahterakan. Potensi meledaknya praktik kewirausahaan sosial sudah di depan mata. Bayangan bahwa praktik ini akan mengisi dan membangun berbagai sektor pembangunan telah sampai di pelupuk mata. Isu ini akan segera menepis isu lama.

Pemerintah kota dalam hal ini, hanya tinggal lebih jeli dan terbuka untuk menangkap denyut kegiatan mereka serta merangkulnya dalam berbagai program

kolaborasi. Visi Bandung sebagai *Smart City*, dapat semakin terdukung dan terakselerasi pencapaiannya melalui optimalisasi praktik kewirausahaan sosial yang tertata, diperhatikan serta terapresiasi.

Tentang Penulis

Soni A. Nulhaqim, lahir di Garut 4 Februari 1968, berkeluarga dengan satu istri dan tiga anak. Pendidikan S1 Kesejahteraan Sosial UNPAD, S2 Sosiologi kekhususan Kesejahteraan Sosial UI dan S3 Ilmu-ilmu Sosial UNPAD. Staf Pengajar di Program Studi Kesejahteraan Sosial UNPAD sejak 1993. Pernah menjadi Pembantu Dekan III FISIP UNPAD tahun 2006-2010 dan Pembantu Dekan I FISIP UNPAD tahun 2010-2014. Saat ini diamanahi sebagai Ketua Ikatan Pekerjaan Sosial/Kesejahteraan Sosial Indonesia sejak tahun 2012. Aktif menjadi pemakalah pada seminar dan pertemuan nasional serta internasional

Hery Wibowo, lahir di Jakarta 9 Desember 1975. Berkeluarga dengan satu istri dan tiga anak. Pendidikan S1 di Psikologi UNPAD, S2 di Magister Manajemen UNPAD dan S3 Sosiologi UNPAD. Aktif menjadi pendamping kemahasiswaan UNPAD, menulis buku, serta menulis artikel lepas di Surat Kabar. Saat ini penulis juga sedang mengembangkan gerakan Indonesia Berpikir Positif untuk membantu menyebarluaskan semangat berpikir positif kepada masyarakat luas.

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: MEREVOLUSI POLA PIKIR DAN MENGINISIASI MITRA PEMBANGUNAN KONTEMPORER

Daftar Pustaka

- Albany. 2005. *The Sociology of Entrepreneurship*. State University of New York Press. Diunduh dari <http://www.sunypress.edu/pdf/60832.pdf>
- Benedicta Prihatin Dwi Riyanti. 2003. *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Grasindo, Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Bornstein, David & Susan. 2011. *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*. Diunduh dari <http://ashokau.org/wp-content/uploads/2010/12/Social-Entrepreneurship-What-Everyone-Needs-to-Know-Teaching-notes-final.pdf>
- Bornstein, David. 2006. *Mengubah Dunia: Kewirausahaan Sosial dan Kekuatan Gagasan Baru*. InsistPress-Nurani Dunia
- Braun, Karen. 2009. *Social Entrepreneurship: Perspectives on an Academic Discipline. Essay.Theory in Action*, Vol 2. No.2 April 2009. Diunduh dari <http://www.transformativestudies.org/wp-content/uploads/103798tia1937-023709006.pdf>
- Bryant Coralie & Louise G. White. 1987. *Manajemen Pembangunan untuk Negara Berkembang*. Bandung. LP3ES
- Ciputra. 2009. *Ciputra Quantum Leap: Entrepreneurship mengubah masa depan Bangsa dan masa depan Anda*, Elx Media Computindo, Jakarta, cetakan keempat
- Dess, J. Gregory, Jed Emerson & Peter Economy. 2001. *Enterprising Non Profit: A tool for Social Entrepreneur*. Wiley Non Profit Series.
- Europe Commision. 2013. *Policy Brief and Social Entrepreneurship. Entrepreneurial Activities in Europe*. Diunduh dari http://www.oecd.org/cfe/leed/Social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf
- Feaster, Monika & Sara Rago. *Social Entrepreneurship or how open is social innovation is possible in establish structure*. Diunduh dari http://www.euricse.eu/sites/default/files/db_uploads/documents/1254842156_n195.pdf pada februari 2014

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: MEREVOLUSI POLA PIKIR DAN MENGINISIASI MITRA PEMBANGUNAN KONTEMPORER

[Gibb, Lucio Carlos Freiere & Kristian Nielsen. 2010. Entrepreneurship within Urban and Rural Areas Individual Creativity and Social Network. Danish Research Unit for Industrial Dynamic. Druid Society. Diunduh dari http://www3.druid.dk/wp/20110001.pdf](http://www3.druid.dk/wp/20110001.pdf)

Hisrich, Robert D, Michael P. Peters & Dean E. Shepherd. 2005. Entrepreneurship:Six Edition. Mc Graw Hill (international Edition)

J.Dwi Narwoko & Bagong Suyanto. 2007. Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan. Kencana Prenada Media Group.

Jayasinghe, Kelum N. 2003. *Structure and agency in entrepreneurship research - An alternative research framework International Conference on Sri Lanka Studies* Full Paper Number 075. Diunduh dari <http://archive.cmb.ac.lk/research/bitstream/70130/2237/1/fullp075.pdf> pada [November 2013](#)

Kim Alter, Sutia. 2008. Social Enterprise Models and Their Mission and Money Relationship dalam Alex Nichols (ed). 2008. Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change. Oxford Press

Koluthungan, Italy. 2009. From Intention Formation to Intentional Action – the Situational Logic of Social Enterprise Formation. Centre for Instutional Studies University of East London United Kingdom, diunduh dari http://www.euricse.eu/sites/default/files/db_uploads/documents/125474756_0_n154.pdf pada [November 2013](#)

Kompas.com (diunduh 23 Juli 2009)

Leeuw, Evelyne De. 1999. Healthy Cities: Urban Social Entrepreneurship for Health. Health Promotion International. Vol 14 No.3. Oxford University Press. Diunduh dari <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd26/promocion/v14n3/261.pdf>

Light, Paul.C. 2008. *The Search for Social Entrepreneurship*. Brooking Institution Press- Washington DC.

Lumpkin, G.T. Todd W. Moss. David M.Gras. Shoko Kato. Alejandro S.M. 2011. Entrepreneurial processes in Social Context: how are they different, if at all? Small Busines Econ. DOI 10.1007/s11187-011-9399-3.

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: MEREVOLUSI POLA PIKIR DAN MENGINISIASI MITRA PEMBANGUNAN KONTEMPORER

Mair, Johanna & Ignasi Marti. 2004. Social Entrepreneurship Research: A source of Explanation, Prediction and Delight: Working Paper. IESE Business School – University of Navarra
http://www.gemconsortium.org/assets/uploads/1325198134SEJ_2009_SE_Past_Research_Future_Opportunities.pdf

Mair, Johanna. 2010. Social Entrepreneurship: Taking Stock and Looking Ahead. Working Paper WP-888 IESE Business School – University of Navarra diunduh dari <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0888-E.pdf>

Majalah SWA melalui web: www.swa.co.id (diunduh 6 Januari 2011)

McGrath, Rita Gunter & Ian MacMillan. 2000. *The Entrepreneurial Mindset: Strategy for continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty*. Harvard Business School Press. Daniel Hjorth. 2006. *Entrepreneurship as Social Change*. Edward Elgar Publishing Limited

Miro, Joseph. 2007. Topics in Social Entrepreneurship: Blending Economic and Social Value, or Doing Well While Also Doing Good. SSRN Working paper series. (E Journal diunduh dari <http://search.proquest.com/docview/1095296682/175C2EF39D9249E2PQ/1?accountid=48290>) pada Februari 2014

Morato, Eduardo A. 2005. Pengembangan dan Daur Hidup Usaha Sosial, dalam *Kewiraswataan Sosial: Strategi Pengembangan Bisnis Berwawasan Sosial bagi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)*

Neal Thornberry. 2006. *Lead Like an Entrepreneur*. Mc Graw Hill Companies. Printed and bound by Quebecor Fairfield.

Neal Thornberry. 2006. *Lead Like an Entrepreneur*. Mc Graw Hill Companies. Printed and bound by Quebecor Fairfield.

Nichols, Alex. 2008. *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford

Oghojafor, B.E.A. S.A Aduloju, F.F. Olowokudejo. 2011. *Social Entrepreneurship as an instrument for curbing youth gangsterism: A Study of Nigerian Urban Communities*. Journal of Economic and International Finance. Vol 3 (11) diunduh dari

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: MEREVOLUSI POLA PIKIR DAN MENGINISIASI MITRA PEMBANGUNAN KONTEMPORER

http://www.academicjournals.org/article/article1379757507_Oghojafor%20et%20al.pdf

Orhei, Loredana. 2011. The Competence of Social Entrepreneurship. A Multidimensional Competence Approach. HAN Business Publications, Number 6, pp 87-106. HAN Press Arnhem Nederland. Diunduh dari www.han.nl/hanbusinesspublications.

Porter, Alejandro. 2010. *Economic Sociology: A Systematic Inquiry*. Princenton University Press. Princenton and Oxford

Ruef, Martin & Michael Lounsbury. 2007. Introduction: The Sociology of Entrepreneurship. *Research in the Sociology of Organization*, volume 25, 1-29. Copyright by Elsevier Ltd.

Seelos, Chirstian, Johanna Mair, Julie Battilana & M. Tina Dacin. 2010. *The Embeddedness of Social Entrepreneurship: Understanding Variation Across Local Communities*. IESE Business Scholl University of Navara

Situs Grameen Bank, melalui web: www.grameen-info.org (diunduh 4 Januari 2010)

Situs Lembaga Kewirausahaan Sosial ASHOKA, melalui web: ashoka.org (diunduh 2 Maret 2012)

Situs Social Entrepreneur, melalui web: www.london.edu (diunduh 4 Januari 2010)

Skoll Jeff. 2009. Social Entrepreneurship: Power to Change, Power to Inspire. Skoll World Forum. Diunduh dari <http://www-tc.pbs.org/now/shows/537/Shifting-Power-Dynamics.pdf>

Soo Gwan Do. 2003. *Impacts of Social Capital on Entrepreneurship, Innovation and Economics Development in the Knowledge Economy*.(Disertation) George Mason University, Fairfax, VA

Swa Sembada. No. ISSN 0215-0050. No. 03/XXVI/4-17 Februari 2010

Thompson, Jhon & Bob Doherty.2006. The Diverse world of Social Enterprise: A collection of social enterprise stories. *International Journal of Social Economic*. Emerald. Volume 33 Number 5/6

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: MEREVOLUSI POLA PIKIR DAN MENGINISIASI MITRA PEMBANGUNAN KONTEMPORER

- Thornton, Patricia. 1999. The Sociology of Entrepreneurship. Annual Review Sociologi. 25: 19-46 Diunduh dari http://www.patriciathornton.com/files/Thornton_ARS_1999.pdf
- Van Putten, Paul II; Green, Robert D. 2011. Does it take an economic recession to advance social entrepreneurship? Reseach in Business and Economics Journal. Diunduh dari <http://search.proquest.com/docview/879503622/175C2EF39D9249E2PQ/2?accountid=48290> pada Februari 2014
- Yadgar. 2003. *SHAS as a struggle to create a new field: A Bourdieuan Perspective of a Israeli Phenomenon*. Sociology of Religion. diunduh dari <http://www.users.drew.edu/omaduro/bourdieu/YadgarIsrael.pdf>
- Zikou, Evangelia, Paraskevi Gatzoufa & Aikaterini. *Social Entrepreneurship in Times of Economic Austerity: A Sparkle of Light for the Economic in Crisis?*. Scientific Buletin – Economic Sciences Volume 11/Issue 1. University of Western Macedonia, Greece.

**KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: MEREVOLUSI POLA PIKIR DAN MENGINISIASI
MITRA PEMBANGUNAN KONTEMPORER**
