

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL SEBAGAI WUJUD INOVASI SOSIAL

Liesma Maywarni Siregar¹, Nur'Aisyiah Yusri²

¹ Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, ² Universitas Islam Negeri Imam Bonjol

· email: liesmamsiregar@gmail.com ainyoes@yahoo.co.id

Abstract. Social entrepreneurship as something relatively new focuses on community empowerment in an effort to solve various social problems. Broadly speaking, social entrepreneurship carries two principles in its activities, namely creating social innovations that can change the existing system in society, and people who have a vision and are always creative. The purpose of this article is to discuss social entrepreneurship as a form of social innovation. After discussing it, it can be concluded that social entrepreneurship is a form of social innovation with the main objective of providing solutions to social problems, especially poverty.

Keywords: *social entrepreneurship; social innovation; poverty; social problem*

Abstrak. Kewirausahaan sosial sebagai sesuatu yang relatif baru fokus pada pemberdayaan masyarakat dalam upaya memecahkan berbagai persoalan sosial. Secara garis besarnya, kewirausahaan sosial membawa dua prinsip dalam kegiatannya, yaitu menciptakan inovasi sosial yang dapat mengubah sistem yang telah ada di tengah masyarakat, dan orang-orang yang mempunyai visi dan senantiasa kreatif. Tujuan artikel ini adalah untuk membahas kewirausahaan sosial sebagai wujud inovasi sosial. Setelah dilakukan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan sosial merupakan salah satu bentuk inovasi sosial dengan tujuan utama memberikan solusi penyelesaian masalah sosial terutama kemiskinan.

Kata kunci: *kewirausahaan sosial; inovasi sosial; kemiskinan; masalah sosial*

Pendahuluan

Lima dasawarsa ini, penelitian tentang *entrepreneur* (wirausaha) dan *entrepreneurship* (kewirausahaan) banyak menarik perhatian para peneliti secara global serta di Indonesia. Salah satunya adalah wirausaha sosial dan kewirausahaan sosial. Perkembangan

kewirausahaan sosial dalam beberapa dasawarsa ini mengalami perkembangan yang pesat di berbagai belahan dunia, bahkan juga di Indonesia.

Sebagai suatu konsep yang masih tergolong baru dalam dunia usaha, kewirausahaan sosial memfokuskan pada pemberdayaan masyarakat dalam upaya memecahkan berbagai persoalan sosial, misalnya adalah masalah kemiskinan, lingkungan alam yang rusak dan masih banyak lagi. Secara garis besarnya, kewirausahaan sosial mengusung dua prinsip dalam kegiatannya, yaitu (1) Menciptakan inovasi sosial yang dapat mengubah sistem yang telah ada di tengah masyarakat, dan (2) memiliki orang-orang yang mempunyai visi dan senantiasa kreatif.

Kewirausahaan sosial mempunyai perbedaan mendasar jika dibandingkan dengan bisnis, dalam hal ini, pencapaian yang ingin diraih oleh kewirausahaan sosial tidak hanya keuntungan semata, akan tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat yang penerima manfaat.

Kewirausahaan sosial dalam konteksnya, akan dijumpai tiga istilah yang mempunyai keterkaitan yaitu, *social entrepreneurship* (kewirausahaan sosial), *social entrepreneur* (wirausaha sosial/individu yang melakukannya) dan *social enterprise* (lembaga/institusi atau organisasi sosial yang memayungi aktivitas kewirausahaan sosial).

Social entrepreneurship merupakan suatu istilah turunan dari *entrepreneurship*. Gabungan dari dua kata, *social* yang artinya kemasyarakatan, dan *entrepreneurship* yang artinya kewirausahaan. Maka, secara sederhana *social entrepreneur* adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan *entrepreneurship* untuk melakukan perubahan sosial (*social change*), terutama meliputi bidang kesejahteraan (*welfare*), pendidikan dan kesehatan (*healthcare*) (Cukier, Trenholm, Carl, & Gekas, 2011).

Wirausaha sosial melihat masalah sebagai peluang untuk membentuk sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat sekitar. Hibbert, Hogg, and Quinn (2005) dalam (Nurfalah, 2016), mengungkapkan bahwa kewirausahaan sosial adalah pemanfaatan perilaku kewirausahaan yang lebih berorientasi untuk pencapaian tujuan

sosial dan tidak mengutamakan perolehan keuntungan, atau profit yang diperoleh dimanfaatkan untuk kepentingan sosial.

Setiap tahunnya, jumlah angkatan kerja mengalami peningkatan karena banyaknya jumlah lulusan dari perguruan tinggi yang memburu lapangan pekerjaan. Tidak mengherankan, akhirnya angka pengangguran terus meningkat. Sebagaimana dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS, 2021), Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) pada Agustus 2021 mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan Agustus 2020. TPAK pada Agustus 2021 sebesar 67,80 persen, naik 0,03 persen poin dibanding Agustus 2020. TPAK merupakan persentase jumlah angkatan kerja terhadap banyaknya penduduk usia kerja. TPAK memberikan gambaran secara persentase jumlah penduduk usia kerja yang aktif secara ekonomi di suatu negara atau wilayah. Sedangkan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada Agustus 2021 sebesar 6,49 persen.

Berangkat dari angka yang dirilis BPS tersebut, terlihat bahwa jumlah pengangguran yang cukup besar. Tingginya angka pengangguran dipengaruhi oleh banyaknya pencari kerja, namun di satu sisi jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia tidak mampu menampung besarnya jumlah pencari kerja. Akibatnya, angka pengangguran di Indonesia semakin meningkat yang pada akhirnya akan menambah angka kemiskinan.

Sebagai salah satu alternatif yang dapat mengatasi permasalahan sosial tersebut adalah dengan menumbuhkan dan mengembangkan kewirausahaan sosial. Kewirausahaan sosial diharapkan menjadi salah satu sumber yang dapat memacu perkembangan ekonomi masyarakat. Namun, kewirausahaan sosial sebagai bagian dari aspek ekonomi yang relatif masih baru di tengah masyarakat, maka terkadang masih terdapat perbedaan pendapat. Maka, bertolak dari uraian di atas, dapat dirumuskan bahwa tujuan tulisan ini adalah membahas mengenai kewirausahaan sosial sebagai wujud inovasi sosial, apa itu kewirausahaan sosial, tujuan, karakteristik, indikator, inovasi sosial.

Metode Penelitian

Artikel ini merupakan studi literatur yang dengan jenis penelitian *library research*, karena dalam mengumpulkan, menganalisis, dan mengolah data pada artikel ini diambil dari studi literatur yang tertulis dan juga relevan dalam mengumpulkan data yang fokus pada kajian artikel mengenai kewirausahaan sosial sebagai wujud inovasi sosial. Digunakan data sekunder yaitu berupa data-data yang bersumber dari data yang tersedia, berupa dokumen, catatan-catatan, publikasi terbitan pemerintah, dan sumber lainnya. Berbagai data yang diperoleh dirangkum kemudian dipaparkan secara deskriptif dan kemudian dibuat suatu kesimpulan.

Pembahasan

Menurut Wibowo (2010, dalam Nurfalah, 2016) kewirausahaan terbagi dalam dua dimensi besar yaitu pola pikir (*mindset*) dan pola tindak (*method*). Pola pikir berhubungan dengan cara pandang mengenai sesuatu, sikap yang optimis, selalu pantang menyerah, punya inisiatif, adanya inovasi dan lain sebagainya. Sedangkan pola tindak merupakan cara untuk menjalankan kegiatan kewirausahaan tersebut, misalnya mengelola produksi, strategi dalam pemasaran, mengelola keuangan dan lainnya.

Pendapat Germak & Singh (2010 dalam Wibowo & Nulhaqim, 2015) mengatakan bahwa kewirausahaan sosial merupakan kombinasi ide inovatif untuk perubahan sosial, yang dilaksanakan dengan menerapkan strategi dan keterampilan dalam berbisnis. Lebih lanjutnya Dhewanto (2013, dalam Nurfalah, 2016) berpendapat bahwa kewirausahaan sosial dengan merumuskan masalah sosial tertentu dilanjutkan dengan mengatur, menciptakan dan mengelola bisnis sosial dalam upaya mencapai perubahan yang diharapkan.

Pemahaman yang sama dikemukakan oleh Alvord (2004) dalam (Nurfalah, 2016) bahwa kewirausahaan sosial merupakan suatu konsep, dikembangkan dengan 'berjalan keluar' dari yang umum berlaku, dimana usaha penemuan solusi yang dianggap efektif dan ada kelanjutan sebagai bentuk penyelesaian masalah sosial, dan solusi yang ditawarkan

tersebut memerlukan berbagai komponen yang saling berkaitan dengan inovasi bisnis untuk keberhasilan usaha.

Nicholls, (2006) menganggap bahwa istilah kewirausahaan sosial bermakna sebagai aktivitas yang inovatif serta efektif, fokus dalam upaya perbaikan terhadap gagalnya pasar, membuka beragam peluang baru dengan tujuan untuk meningkatkan nilai sosial secara sistematis dengan memanfaatkan sumber daya dan gaya organisasi tertentu untuk mencapai dampak sosial dan mendorong terjadinya perubahan secara maksimal.

Pendapat Nicholls di atas senada dengan yang dikemukakan oleh Schumpeter dalam (Śledzik, 2013) bahwa *entrepreneur* adalah individu yang berani mengambil langkah dalam membuat dobrakan sistem yang ada dengan memunculkan sistem baru. Jelas bahwa *social entrepreneur* juga mempunyai kemampuan untuk upaya menentang berbagai tantangan atau dengan kata lain adalah mereka yang berani keluar dari wilayah kenyamanan yang ada. Namun tidak sama dengan kewirausahaan bisnis, yang mana hasil yang ingin diraih oleh *social entrepreneurship* bukan hanya keuntungan saja, akan tetapi juga munculnya dampak positif di tengah masyarakat.

Kewirausahaan sosial merupakan agen perubahan yang dapat mewujudkan cita-cita mengubah dan memperbaiki apa yang terjadi pada nilai-nilai sosial dan menjadi penggerak berbagai peluang untuk menciptakan perbaikan (Santosa, 2007 dalam (Sofia, 2015). Seorang *social entrepreneur* senantiasa terlibat dalam aktivitas inovasi, beradaptasi, selalu belajar dan berbuat dengan mengesampingkan berbagai halangan atau keterbatasan yang ditemuinya serta mempunyai akuntabilitas untuk bertanggungjawab terhadap hasil yang diraihinya kepada masyarakat.

Menurut (Palesangi, 2012), definisi yang beragam di atas memberikan pemahaman bahwa kewirausahaan sosial terdiri dari empat elemen besar, yaitu *social value*, *civil society*, *innovation*, dan *economic activity*.

Kewirausahaan sosial merupakan bentuk kewirausahaan yang bertujuan untuk kepentingan masyarakat, dan tidak hanya upaya memaksimalkan keuntungan pribadi.

Kewirausahaan sosial biasa disebut 'pengembangan masyarakat' atau 'organisasi bertujuan sosial' atau 'pemberdayaan masyarakat' dalam lingkup kegiatan bisnis (Nurfalah, 2016).

Tujuan Kewirausahaan Sosial

Nurfalah (2016), mengutip Dees (2001) bahwa seorang wirausaha sosial bertindak sebagai agen perubahan di bidang sosial dengan gambaran tingkah laku adalah sebagai berikut:

- 1) Senantiasa berpegang pada visi untuk mewujudkan nilai sosial,
- 2) Upaya untuk mengenali, menemukan alternatif dan peluang-peluang baru dalam mencapai misi itu,
- 3) Terlibat dalam setiap proses inovasi secara berkelanjutan, melakukan adaptasi dan senantiasa belajar,
- 4) Aktif dalam tindakan, tidak terkurung dengan kepemilikan sumberdaya, dan
- 5) Akuntabilitas yang dimiliki tinggi terhadap konstituen dan juga pada target yang ingin diwujudkan.

Skoll (2009) dalam (Nurfalah, 2016) menjelaskan bahwa kewirausahaan sosial telah memberikan dampak positif di tengah masyarakat, misalnya meningkatkan akses kepada kesehatan bagi masyarakat miskin, mendorong terciptanya perdamaian pada wilayah konflik, membantu petani meningkatkan taraf hidupnya dan masih banyak lagi. Beragam keluaran aktivitas kewirausahaan sosial, dapat dibagikan ke dalam beberapa sektor, yaitu sebagai berikut:

1. Adanya layanan dan produk yang mana pasar atau sektor publik lainnya tidak mau atau tidak dapat menyediakan.
2. Menciptakan keterampilan
3. Mewujudkan peluang pekerjaan
4. Mewujudkan akses dalam upaya menghubungkan masyarakat yang secara sosialnya terpisah.

Menurut Tenrinippi, (2019) kewirausahaan sosial memiliki tujuan untuk memberikan solusi dalam penyelesaian masalah sosial yang ada dalam masyarakat terutama berkaitan dengan kemiskinan. Kewirausahaan sosial dipandang sebagai salah satu solusi yang dapat diterapkan untuk memberikan bantuan secara berkelanjutan dan bisa memperdayakan masyarakat miskin, sehingga mereka bisa terbebas dari lingkaran kemiskinan dan tidak lagi mengandalkan bantuan.

Elemen Kewirausahaan Sosial

Mengutip Palesangi (2012) *social entrepreneurship* terdiri dari empat elemen utama yaitu sebagai berikut:

1. Nilai Sosial.

Adalah elemen paling unik dari *social entrepreneurship* yaitu mewujudkan manfaat sosial yang sesungguhnya bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

2. Masyarakat Sipil.

Umumnya *social entrepreneurship* berawal dari inisiatif dan peran aktif masyarakat dengan memaksimalkan modal sosial yang ada pada masyarakat tersebut.

3. Inovasi.

Upaya memecahkan beragam permasalahan sosial dengan cara yang inovatif seperti dengan menggabungkan kearifan lokal dan inovasi sosial di tengah masyarakat.

4. Aktivitas ekonomi.

Keberhasilan *social entrepreneurship* pada umumnya dengan cara menyeimbangkan antara kegiatan sosial dan aktivitas bisnis. Aktivitas ekonomi ini dikembangkan untuk menjaga terwujudnya kemandirian dan keberlangsungan misi sosial suatu lembaga atau organisasi.

Aspek-aspek dalam Social Entrepreneurship

Upaya menjalankan aktivitas *social entrepreneurship* tidak terlepas dari berbagai aspek, menurut Dees (2002) dalam (Sofia, 2015) terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi *social entrepreneurship* di antaranya adalah:

- a. Aktivitas merumuskan tujuan atau misi.

Tujuan atau misi adalah sesuatu yang harus dijalankan oleh organisasi supaya tujuan organisasi dapat tercapai dan berhasil dengan baik. Ini sangat diperlukan bagi semua pihak yang terlibat dalam organisasi tersebut untuk mengenal organisasi dan memahami peran dan kegiatan-kegiatannya maupun hasil yang akan dicapai pada masa akan datang.

- b. Proses mengenali dan menilai peluang.

Mengenali dan menilai peluang adalah salah satu aspek penting dalam upaya menjalankan aktivitas *social entrepreneurship*. Pada *social entrepreneurship*, peluang dipandang sebagai sesuatu yang baru dengan cara yang berbeda dalam menciptakan dan mempertahankan nilai-nilai sosial. Gagasan yang muncul dan menarik bisa saja dapat bervariasi, namun demikian tidak semua ide atau gagasan tersebut dapat dikembangkan menjadi sebuah peluang dalam mewujudkan dan mempertahankan nilai-nilai sosial. *Social entrepreneur* semestinya berusaha untuk memahami beragam peluang dalam mewujudkan atau mempertahankan nilai-nilai sosial tersebut. Sementara itu, aktivitas mengumpulkan data yang dipadukan dengan insting merupakan aktivitas menilai peluang. Dalam hal ini dianggap sebagai ilmu dan seni. Mengumpulkan beragam informasi yang dibutuhkan, sesuai dengan ukuran, cakupan, serta waktu yang tersedia. Sehingga akhirnya, pada setiap proses pengambilan keputusan peran insting sangat diperlukan.

- c. Proses manajemen resiko.

Upaya mewujudkan misi atau ide-ide tersebut, *social entrepreneur* dihadapkan pada kemungkinan resiko dan tantangan. Resiko merupakan sesuatu yang tidak

diharapkan. Dalam resiko terdapat dua komponen yang melekat yaitu; pertama, resiko dapat diartikan sebagai potensi besar yang tidak diharapkan terjadi karena tidak memperhitungkan sisi buruknya, sedangkan komponen resiko yang kedua adalah kemungkinan hasil-hasil yang tidak diharapkan tersebut dapat benar-benar terjadi. Maka dalam upaya merealisasikan ide atau gagasan tersebut, harus mempertimbangkan berbagai kemungkinan akan terjadi. Hambatan dan rintangan dalam menjalankan aktivitas social entrepreneurship dapat muncul secara tidak terduga.

d. Mengidentifikasi dan menarik pelanggan.

Dalam kewirausahaan sosial, konsumen atau pelanggannya sedikit berbeda dengan bisnis pada umumnya. Dalam sudut pandang kewirausahaan sosial, pelanggan merupakan pihak yang ikut berperan untuk keberhasilan mendukung misi sosial. Keikutsertaan ini dapat berupa penggunaan jasa atau layanan, peran serta dalam suatu kegiatan, sukarelawan, menyumbangkan dana atau barang untuk suatu lembaga nirlaba, atau dapat dalam bentuk ikut serta membeli layanan atau produk yang dihasilkan oleh organisasi berkenaan. Karena itu sangat penting mengidentifikasi pelanggan yang menjadi target pasar dalam mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan.

e. Perkiraan arus kas.

Agar dapat terus menjalankan usahanya, *social entrepreneur* harus dapat memperkirakan kebutuhan dana untuk usaha yang dijalankannya. Harus mampu membuat keputusan bagaimana mereka mampu memperoleh dana untuk keberlangsungan usaha. Dalam hal ini, akan terasa lebih sulit bagi *social entrepreneur* bila dibandingkan business entrepreneurs (pengusaha) pada umumnya. Terdapat beberapa peluang mendapatkan dukungan penyandang dana dari pihak ketiga (seperti misalnya, lembaga pemerintah atau perusahaan) yang merupakan alternatif untuk menanggulangi biaya operasional. Akan tetapi, dalam sebagian lembaga, hasil dari usaha yang diperoleh dari layanan atau barang

yang diberikan jumlahnya seringkali lebih kecil untuk menutupi biaya operasional yang diperlukan. Dalam hal ini, dana segar relawan dapat memanfaatkan untuk mengisi kekurangan, untuk itu diperlukan perencanaan penggalangan dana disusun secara matang dan tidak berlebihan. Tantangan besar bagi pelaku *social entrepreneur* adalah bahwa mereka harus selektif ketika menyusun rencana aliran pendapatan tunai (arus kas) agar kegiatannya tidak keluar dari yang sudah menjadi tujuan.

Inovasi Sosial

Menurut Saiman (2011) dalam (Sofia, 2015), inovasi dapat terjadi karena disebabkan oleh perasaan tidak puas terhadap kondisi dan situasi yang ada disertai adanya kesempatan untuk memperbaiki keadaan yang saat ini ada, dimana inovasi diharuskan menjadi suatu alat dan bukan merupakan suatu tujuan, sementara itu tujuan dari inovasi adalah terciptanya perubahan atau perbaikan kondisi agar lebih baik, namun perlu diingat bahwa tidak semua perubahan dapat disebut sebagai suatu inovasi. Karena inovasi sosial berkaitan dengan peningkatan hubungan sosial dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Bagi Moulaert, et al , (2013), inovasi sosial dapat dimulai di mana saja dalam bidang ekonomi, bukan hanya di sektor non-profit, juga bisa di sektor publik maupun swasta. Di sisi lain, inovasi sosial tidak terbatas hanya pada masalah kesejahteraan tetapi juga dapat berkaitan dengan isu-isu perlindungan lingkungan dan pembangunan berkelanjutan. Jika di telusuri, maka inovasi sosial sangat berhubungan dengan *social entrepreneurship*.

Menurut Widiastuti & Margaretha, (2011) inovasi sosial merupakan pondasi bagi seorang social entrepreneur dalam menjalankan usaha atau kegiatannya untuk mencari berbagai peluang, memperbaiki sistem yang ada, menghasilkan pendekatan baru serta menciptakan solusi terhadap perubahan lingkungan menjadi lebih baik. Seorang social entrepreneur harus menemukan cara yang inovatif untuk memastikan bahwa kegiatan usahanya dapat memiliki akses terhadap sumber daya yang diperlukan selama mereka dapat menciptakan nilai-nilai sosial (Sullivan Mort, Weerawardena, & Carnegie, 2003).

Para ahli berpandangan bahwa terdapat dua pandangan tentang inovasi sosial yaitu pendekatan individual dan pendekatan berorientasi proses. Pertama, pendekatan yang menggambarkan bahwa seorang wirausahawan, seperti halnya pada konteks wirausahaan ekonomi, adalah mereka yang memiliki keunggulan pribadi, beruk *bussiness hero*, atau *opinion leader*. Wirausahawan sosial dapat dipahami sebagai individu yang mampu menjadi inovator, berani dalam mengambil resiko, mempunyai jiwa kepemimpinan, atau dapat juga memiliki keunggulan lain. Pendekatan kedua menganggap bahwa seorang wirausahaan sosial yang sukses merupakan mereka yang mampu mewujudkan nilai sosial baru dalam pengelolaan sumber daya untuk menciptakan produktivitas dan efektivitas. Dianggap sebagai individu yang mampu melakukan “*descriptive*” (Drucker, 2006) dalam (Gusti dkk., 2017).

Sedangkan pendapat lain, Dees (1998) dalam (Gusti dkk., 2017) mengungkapkan wirausahawan sosial yang sukses menjalankan peran sebagai agen perubahan dalam sektor sosial dengan cara:

- a. Melakukan adopsi suatu misi dalam upaya mewujudkan dan mempertahankan nilai sosial dan bukan hanya nilai personal.
- b. Mengorganisasi dan mengelola berbagai peluang baru untuk mencapai misi yang ditetapkan.
- c. Melakukan pengembangan suatu proses inovasi, adaptasi, dan belajar yang berkesinambungan.
- d. Bertindak secara tegas tanpa dihalangi oleh sumber daya yang ada.
- e. Punya rasa tanggung jawab yang besar terhadap pihak yang dilayani dan untuk menghasilkan keluaran yang telah ditetapkan.

Target Capaian Kewirausahaan Sosial Sebagai Inovasi Sosial

Menurut Smallbone (2001, dalam Nicholls, 2006) menjelaskan bahwa proses dari kegiatan kewirausahaan sosial merupakan suatu proses yang diawali dari *input* sehingga kemudian menghasilkan *output* yang berbeda dengan yang lainnya. Salah satu keistimewaan *output*

dari kewirausahaan sosial adalah menghasilkan nilai sosial yang merupakan sumber manfaat bagi masyarakat atau orang lain. Secara umum dalam kegiatannya, kewirausahaan sosial memiliki target yang diharapkan dapat diraih, antara lain adalah:

1. Nilai Sosial.

Dalam hal ini, nilai sosial merupakan suatu terminologi yang agak sulit untuk diberikan definisi. Dewey (1939, dalam Lumpkin et al, 2013) 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 kecenderungannya membatasi diri pada ukuran pendapatan finansial.

2. Upaya memuaskan beragam stakeholder.

Salah satu keunikan dari kewirausahaan sosial adalah bahwa kegiatan ini melibatkan banyak stakeholder. *Stakeholder*-nya tidak hanya pelanggan, para pemasok, karyawan akan tetapi jauh lebih luas dari itu, dapat meliputi berbagai lapisan masyarakat, komunitas tertentu dan pihak lainnya.

3. Kestinambungan Solusi.

Karena itu terlihat bahwa salah satu tantangan terberat bagi kewirausahaan sosial adalah bagaimana kestinambungannya.

Indikator Keberhasilan Kewirausahaan Sosial

Menurut Dees (2002) dalam (Wibowo & Nulhaqim, 2015), cara terbaik untuk menentukan keberhasilan kewirausahaan sosial adalah bukan dengan cara menghitung jumlah keuntungan yang diperoleh, akan tetapi melihat pada tingkat dimana mereka telah mewujudkan nilai-nilai sosial (social value). Wirausaha sosial bertindak sebagai agen perubahan dalam bidang sosial dapat dilihat sebagai berikut:

1. Mengadopsi suatu misi untuk menghasilkan dan mempertahankan nilai-nilai sosial.
2. Mengidentifikasi dan mengupayakan peluang-peluang baru untuk menjamin keberlangsungan misi tersebut.
3. Senantiasa melibatkan diri dalam suatu proses inovasi, adaptasi dan belajar yang berkelanjutan.
4. Selalu bertindak penuh semangat walaupun berhadapan dengan berbagai keterbatasan sumber.
5. Senantiasas penuh intensitas dalam semangat akuntabilitas terhadap konstituen dan pada beragam upaya untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

Bill Drayton (pendiri Ashoka Foundation) dalam (Nurfalah, 2016) berpendapat sebagai penggagas kewirausahaan sosial menegaskan bahwa terdapat dua kunci kewirausahaan sosial, yaitu:

1. Wujudnya inovasi sosial yang mampu mengubah sistem yang ada dalam masyarakat.
2. Munculnya individu yang mempunyai visi, kreatif, memiliki jiwa wirausaha (entrepreneurial) dan beretika yang mendorong gagasan inovatif tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan beberapa pembahasan di atas yang berhubungan dengan kewirausahaan sosial dan inovasi sosial maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Kewirausahaan sosial merupakan suatu terobosan yang relatif masih baru sebagai suatu aktivitas bisnis dalam upaya mengatasi masalah sosial yang melibatkan pemanfaatan semua sumber daya secara inovatif untuk mempercepat terjadinya perubahan sosial dalam memenuhi kebutuhan sosial masyarakat.
2. Kewirausahaan sosial dinilai penting karena dianggap memiliki karakteristik yang merupakan terobosan baru dalam memecahkan fenomena sosial melalui

pendekatan yang berbeda, yaitu selain mencari keuntungan, juga mewujudkan nilai sosial terutama bagi masyarakat kelas bawah dan miskin.

3. Inovasi sosial dapat dimulai kapan saja dan di mana saja pada sektor ekonomi, tidak hanya di sektor non-profit, juga dapat di sektor publik dan swasta. Inovasi sosial tidak hanya terbatas pada masalah kesejahteraan tetapi juga dapat berkaitan dengan berbagai isu-isu seperti perlindungan lingkungan dan pembangunan berkelanjutan. Sehingga inovasi sosial dianggap sangat berkaitan dengan *social entrepreneurship*.

Daftar Pustaka

- BPS Indonesia. (2021). Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2021. In *Badan Pusat Statistik*.
- Cukier, W., Trenholm, S., Carl, D., & Gekas, G. (2011). Social entrepreneurship: a content analysis. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7(1), 99–119. Retrieved from http://www.na-businesspress.com/JSIS/cukier_abstract.html
- Gusti, R., Palenti, C. D., & Kusumawardani, E. (2017). Kewirausahaan Sosial dalam Meningkatkan Kemampuan Enterpreneur Pada Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah Untuk Menghadapi Abad 21. *Seminar Nasional Pendidikan Nonformal FKIP Universitas Bengkulu*, 1(Juli), 130–146.
- Lumpkin, G. T., Moss, T. W., Gras, D. M., Kato, S., & Amezcua, A. S. (2013). Entrepreneurial processes in social contexts: How are they different, if at all? *Small Business Economics*, 40(3), 761–783. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9399-3>
- Moulaert, F., MacCallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A. (2013). The International Handbook on Social Innovation. In F. Moulaert, D. MacCallum, A. Mehmood, & A. Hamdouch (Eds.), *The International Handbook on Social Innovation*. <https://doi.org/10.4337/9781849809993>
- Nicholls, A. (2006). Social Entrepreneurship New Models of Sustainable Social Change. In A. Nicholls (Ed.), *Oxford Unieversity Press*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8705.1995.tb01084.x>
- Nurfalah, Y. (2016). Apa itu Kewirausahaan Sosial. In *Kewirausahaan Sosial Berbasis Masalah Lingkungan Bagi Kelompok Usia Produktif*. Bandung: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Pusat Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat Jawa Barat.
- Palesangi, M. (2012). Pemuda Indonesia Dan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 1(2), 1–6. Retrieved from <http://www.journal.unipdu.ac.id/index.php/seminas/article/view/198>
- Śledzik, K. (2013). Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship. *SSRN Electronic Journal*, (October). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2257783>

- Sofia, I. P. (2015). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian. *Jurnal Universitas Pembangunan Jaya*, 2.
- Sullivan Mort, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: towards conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76–88. <https://doi.org/10.1002/nvsm.202>
- Tenrinippi, A. (2019). Kewirausahaan Sosial di Indonesia (Apa , Mengapa , Kapan , Siapa Dan Bagaimana). *Meraja Journal*, 2(3), 25–40.
- Wibowo, H., & Nulhaqim, S. A. (2015). Kewirausahaan Sosial (Merevolusi Pola Pikir Menginisiasi Mitra Pembangunan). In *Program Manager*. Jatinangor: Unpad Press.
- Widiastuti, R., & Margaretha, M. (2011). Socio Entrepreneurship: Tinjauan Teori Dan Perannya Bagi Masyarakat. *Jurnal Manajemen*, 11(1).