



PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL BAGI KAUM MUDA



Dr. Lukas Purwoto

PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL
Bagi Kaum Muda

Dr. Lukas Purwoto



Penerbit
Universitas Sanata Dharma

Pengembangan Kewirausahaan Sosial Bagi Kaum Muda

Copyright © 2011

PENERBIT UNIVERSITAS SANATA DHARMA

Jl. STM Pembangunan (Mrican) 1A, Gejayan Yogyakarta 55281

Telp. (0274) 513301, 515253 Ext.1527/1513

Fax (0274) 562383

e-mail: publisher@usd.ac.id

Diterbitkan oleh:

Penerbit Universitas Sanata Dharma
Jl. STM Pembangunan (Mrican) 1A,
Gejayan Yogyakarta 55281
Telp. (0274) 513301, 515253;
Ext.1527/1513
Fax (0274) 562383
e-mail: publisher@usd.ac.id



Penerbit USD

Lukas Purwoto

Ilustrasi sampul:

- Praba Prangripta

Cetakan Pertama

iii, 32. hlm.; 148 x 210 mm.

ISBN: 978-979-1088-.....-...

EAN: 9-789791-088.....

Universitas Sanata Dharma berlambangkan daun teratai coklat bersudut lima dengan sebuah obor hitam yang menyala merah, sebuah buku terbuka dengan tulisan "*Ad Maiorem Dei Gloriam*" dan tulisan "Universitas Sanata Dharma Yogyakarta" berwarna hitam di dalamnya. Adapun artinya sebagai berikut.

Teratai: kemuliaan dan sudut lima:

Pancasila; Obor: hidup dengan semangat

yang menyala-nyala; Buku yang terbuka:
ilmu pengetahuan yang selalu berkembang;

Teratai warna coklat: sikap dewasa yang
matang; "*Ad Maiorem Dei Gloriam*": demi
kemuliaan Allah yang lebih besar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apa pun,
termasuk fotokopi, tanpa izin tertulis dari penerbit.

Daftar Isi

Daftar Isi	iii
Pengantar	1
Bagaimana Kewirausahaan Sosial Bisa Menjadi Sosial?	2
Studi Kasus Kewirausahaan Sosial	7
Peluang Kewirausahaan Sosial bagi Kaum Muda	13
Pendidikan Kewirausahaan Sosial Muda	21
Penutup	26
Biodata Singkat Penulis	32

Pengantar

Dies Natalis Universitas Sanata Dharma pada tahun ini mengambil tema "pengembangan kewirausahaan sosial bagi kaum muda". Dalam waktu beberapa tahun terakhir kewirausahaan sosial telah mulai diperbincangkan di acara seminar dan diskusi panel serta dituliskan dalam artikel di jurnal ilmiah dan surat kabar di Indonesia. Konsep dan perkembangan kewirausahaan sosial semakin banyak menarik perhatian, seperti: akademisi, peneliti, wartawan, birokrat, dan politisi. Sejumlah media masa Indonesia memberitakan peristiwa 26 April 2010 di Washington, yang ketika itu Presiden Amerika Serikat (AS) Barack Obama memuji secara khusus apa yang selama ini telah dilakukan oleh Tri Mumpuni, seorang wirausahawati sosial Indonesia.¹

Sementara itu, sebuah tulisan ringan di Kompas versi internet (<http://bisniskeuangan.kompas.com>) pada 26 Maret 2010 bisa kita baca (masih) berjudul: "Wirausahawan Sosial, Apa Itu?".² Bila kita kemudian mencari informasi mengenai kewirausahaan sosial di Wikipedia bahasa Indonesia, kita temukan tulisan pendek yang masih dikategorikan sebagai: "Belum Diperiksa". Pada kalimat pembukanya tertulis: "Tolong bantu Wikipedia untuk mengembangkannya dengan menulis bagian atau paragraf pembuka yang informatif sehingga pembaca awam mengerti apa yang dimaksud dengan "Kewirausahaan sosial"."³ Untuk itu, pemaparan ini diawali dengan membahas pengertian kewirausahaan sosial serta beberapa studi kasus. Tulisan kemudian membahas sejumlah peluang dalam kewirausahaan sosial bagi kaum muda, dan diakhiri dengan pendidikan kaum muda.

Bagaimana Kewirausahaan Sosial Bisa Menjadi Sosial?

Bagi banyak orang, istilah kewirausahaan digunakan untuk menunjuk pada penciptaan dan pengelolaan bisnis yang berorientasi pada keuntungan. Kita menyebut wirausahawan atau wiraswasta pada tetangga kita yang mendirikan warung makan sederhana bagi para mahasiswa. Beberapa dari kita melihat pada diri pengusaha sukses di bidang properti, yaitu: Ir. Ciputra, yang selama ini juga dikenal sebagai pembicara publik yang mendorong kemajuan kewirausahaan di Indonesia. Berikut ini kerap dikatakan bahwa kemajuan signifikan baru bisa dicapai bila setidaknya 2 persen dari populasi Indonesia adalah wirausahawan.⁴ Sementara jumlah wirausahawan Indonesia terhitung masih di bawah 400.000 atau hanya sekitar 0,18 persen dari 220 juta lebih populasi penduduk. Statistik ditunjukkan bahwa Singapura memiliki wirausahawan 6-7%, Amerika Serikat sekitar 12 persen, dan Malaysia kurang lebih 2 persen dari populasi.

Sebagian dari kita merujuk kewirausahaan berskala dunia seperti Steve Jobs, orang bervisi dan pemimpi jauh hari ke depan. Sebagai salah satu dari dua orang pendiri perusahaan Apple pada 1977, dia pernah dikeluarkan dari posisinya pada 1985 namun berhasil kembali dan menjadi CEO pada 1996. Di bawah kepemimpinannya, Apple kemudian sukses meluncurkan iPod pada 2001, kemudian disusul pada tahun-tahun berikutnya iTunes dan iPhone, dan akhirnya iPad pada 2010.⁵ Produk-produk Apple mengguncang dunia dan mengubah cara hidup banyak orang. Ada memang selalu yang menarik dari wirausahawan mengenai perjalanan dan kisah sukses mereka serta mengapa dan bagaimana mereka melakukan apa.

Selama beberapa ratus tahun waktu lamanya, makna kewirausahaan mengalami perkembangan yang signifikan.⁶ Kata wirausahawan diterjemahkan dari kata *entrepreneur*, yang jika diruntut berasal dari kata Perancis *entreprendre*. Awal mulanya berarti seseorang yang melaksanakan tugas atau proyek penting, yang bukan pelaksana dalam pengertian direktur perusahaan. Pada 1750an, kewirausahaan dipahami Richard Cantillon sebagai pengambilan risiko dari penanaman sumber daya ekonomi. Lima puluh tahun kemudian, makna kewirausahaan ditambahkan oleh Jean-Baptista Say dalam arti pemindahan sumber daya ekonomi ke area yang lebih produktif dan lebih menghasilkan. Arti pentingnya ialah kewirausahaan dimengerti tidak hanya melulu memindahkan lokasi keberadaan sumber daya ekonomi melainkan dalam pemunculan sumber daya yang baru. Jadi, wirausahawan mengusahakan terwujudnya penciptaan nilai. Apabila ini merupakan permainan, maka permainan ini berjumlah positif yang bukan berjumlah nol.

Dalam satu abad terakhir ini, gagasan kewirausahaan mendapatkan beberapa pemahaman penting yang melengkapi. Joseph Schumpeter menekankan arti pentingnya reformasi pola produksi bagi konteks kewirausahaan. Dalam hal ini, wirausahawan dipersyaratkan untuk mempunyai kemampuan berinovasi, yang diwujudkan dengan perubahan struktural yang besar dalam pasar dan industri pada suatu proses "*creative destruction*" yang berguna bagi kelangsungan perekonomian yang dinamis dan jangka panjang. Singkatnya, wirausahawan menciptakan nilai melalui karya inovatif. Pada tahun terkini, Peter Drucker yang dikenal luas sebagai guru manajemen mendeskripsikan bahwa wirausahawan itu selalu mencari perubahan, merespon perubahan, dan kemudian

mengeksploitasi perubahan sebagai kesempatan. Oleh sebab itu, wirausahawan memandang perubahan lebih sebagai suatu peluang daripada sebagai masalah.

Kewirausahaan telah lama populer, sementara fokus perhatian kita disini adalah kewirausahaan sosial. Istilah *social entrepreneurship* dipopulerkan pada awal 1983 oleh Bill Drayton - pendiri Ashoka, sebuah organisasi pendukung tumbuh dan berkembangnya kewirausahaan sosial di banyak negara. Secara intuitif, kewirausahaan sosial dimengerti dari istilah kewirausahaan yang lalu ditambah kata sosial dibelakangnya. Jika begitu, apakah kewirausahaan sosial memang merupakan kewirausahaan yang sesungguhnya? Dan bagaimana kewirausahaan sosial lalu bisa menjadi sosial? Sebagai bidang kajian yang sedang berkembang, sejumlah studi telah menyediakan diskusi khusus mengenai konsep dan definisi kewirausahaan sosial.

Beberapa artikel mengutarakan adanya perbedaan oleh para peneliti dan penulis mengenai pengertian detail kewirausahaan sosial, yaitu: sejak awal mula perkembangan kajian pada Dees (1988)⁷ sampai beberapa tahun kemudian pada Peredo dan McLean (2006)⁸ dan masih dijumpai di waktu terkini pada Hoogendoorn et al. (2010)⁹. Sejumlah peneliti menekankan bahwa kewirausahaan sosial dipahami sebagai cara atau alat untuk menanggulangi masalah sosial dan menjadi katalisator transformasi sosial (misalnya: Mair dan Marti, 2006; Nichols, 2006).¹⁰ Fokusnya ialah pada perubahan sosial. Dalam pengertian ini, aktivitas inovatif yang menciptakan nilai sosial dapat terjadi di dalam atau melintasi sektor nirlaba, bisnis, dan pemerintah (Austin et al., 2006).¹¹ Alternatifnya, pengertian kewirausahaan sosial dimaksudkan untuk menumbuhkan ketrampilan bisnis dan

keahlian yang berbasis pasar bagi sektor nirlaba bukan pemerintah (misalnya: Weerawardena dan Mort, 2006).¹² Perhatian difokuskan pada pencarian strategi pendanaan alternatif agar mengurangi ketergantungan pada subsidi atau donasi yang penerimaannya juga semakin berkurang dari waktu ke waktu; yang kemudian beralih pada penciptaan model bisnis yang baru agar memberikan pemasukan yang mencukupi bagi kelangsungan hidup lembaga nirlaba.

Individu yang menginisiasi serta mengembangkan kewirausahaan sosial disebut sebagai wirausahawan sosial (*social entrepreneur*). Ashoka mendefinisikan wirausahawan sosial sebagai individu yang menyampaikan solusi inovatif terhadap masalah sosial yang paling diderita masyarakat. Profesor Greg Dees menjelaskan bahwa wirausahawan sosial memainkan peran sebagai agen perubahan di dalam sektor sosial dengan cara: (1) mengadopsi misi untuk menciptakan dan melangsungkan nilai sosial, (2) mengenali dan memburu kesempatan baru guna melayani misi, (3) melibatkan proses inovatif, adaptif, dan pembelajaran kontinyu, (4) beraksi hebat tanpa dibatasi sumber daya yang dipunyai, dan (5) menampakkan akuntabilitas kepada konstituen yang dilayani dan hasil yang diciptakannya.¹³ Singkatnya, wirausahawan sosial merupakan wirausahawan yang memiliki misi sosial.

Lebih jauh lagi, kewirausahaan sosial muncul dalam kaburnya peran tradisional yang dilakukan oleh tiga sektor, yaitu: sektor publik (pemerintah), sektor privat (bisnis), dan sektor filantropi (nirlaba murni).¹⁴ Seperti bisnis komersial, wirausahawan sosial menerapkan langkah-langkah inovatif guna mencari peluang yang menciptakan nilai. Mirip dengan pemerintah, kewirausahaan sosial menyediakan layanan dan barang publik terutama pada orang yang kurang mampu

secara ekonomi. Seperti organisasi relawan nirlaba, fitur umum kewirausahaan sosial ialah pada misi sosial. Namun tidak seperti wirausahawan bisnis komersial, kewirausahaan sosial mempunyai tujuan utama pada penciptaan nilai sosial. Tidak mirip dengan pemerintah yang melaksanakan program dari atas ke bawah, wirausahawan sosial melibatkan diri pada masalah dari bawah ke atas. Begitu juga tidak seperti organisasi filantropi murni, wirausahawan sosial menciptakan model inovatif bisnis dalam menghadapi masalah sosial.

Jadi kewirausahaan sosial secara sederhana berarti penerapan prinsip bisnis dan aktivitas kewirausahaan bagi tercapainya tujuan sosial. Kewirausahaan sosial mempunyai beberapa elemen yang perlu mendapat perhatian kita, yaitu: masalah sosial, inovasi sosial, penciptaan nilai sosial, dan perubahan sosial.

- Masalah sosial

Kewirausahaan sosial terlibat di dalam masalah sosial atau kebutuhan sosial yang tidak terpenuhi oleh pasar privat dan pemerintah. Kegagalan pasar ini terjadi ketika pasar tidak tersedia, tak cukup, atau tidak berkembang serta kurangnya peluang dalam menghasilkan keuntungan ekonomi yang memadai.¹⁵

- Inovasi sosial

Kewirausahaan sosial menciptakan model-model baru bagi penyediaan produk dan jasa yang langsung melayani kebutuhan dasar manusia, yang tidak terpenuhi oleh institusi ekonomi ataupun lembaga sosial yang ada.¹⁶

- Penciptaan nilai sosial

Sementara kewirausahaan komersial menaruh perhatian utama pada pencarian imbalan ekonomi, wirausaha sosial

mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengeksploitasi peluang yang memfokuskan pada penciptaan nilai sosial.¹⁷

- Perubahan sosial

Proses penciptaan peluang dimulai ketika wirausahawan sosial memunculkan ide yang menjanjikan, yang kemudian mengembangkan ide itu menjadi peluang yang menarik, dan hasil akhirnya ialah dampak sosial.¹⁸ Kewirausahaan sosial mewujudkan perubahan sosial.

Studi Kasus Kewirausahaan Sosial

Sebagai fenomena, wirausahawan sosial telah lama ada sejak dahulu kala. Kewirausahaan sosial kini merupakan fenomena internasional, yang dapat kita temukan di banyak tempat pada individu maupun organisasi tertentu. Di banyak negara katolik, wirausahawan sosial muncul dari komunitas religious.¹⁹ Di Indonesia, Ambrosius Ruwindrijanto dan Silverius Oscar mengelola organisasi bernama Telapak, yang mendedikasikan pada keadilan ekologi dan pengembangan komunitas. Mereka meraih *Social Entrepreneurship of the Year 2008 in Indonesia*, dan nama mereka berdua masuk dalam daftar *Outstanding Social Entrepreneurs 2011* oleh Schwab Foundation.²⁰ Di Inggris, Bill Strickland mendirikan organisasi Manchester Craftsmen's Guild yang menggunakan seni untuk mengembangkan program-program komunitas.²¹

Selanjutnya empat studi kasus yang disajikan berikut telah mendapatkan pengakuan luas dari para pendukung kewirausahaan sosial. Tiga studi kasus terjadi di negara berkembang, sedangkan satu kasus terjadi di negara maju. Contoh nyata di negara berkembang bisa menonjolkan usaha penyelesaian masalah sosial, namun kewirausahaan sosial juga terjadi dan tumbuh di negara maju.

Fabio Rosa dan IDEAAS (Brazil)²²

Fábio Luiz de Oliveira Rosa berumur 23 tahun telah mengusahakan penyediaan listrik bagi masyarakat bawah di Brazil. Setelah lulus universitas dalam agronomi pada 1982, pekerjaan mengarahkan Fabio Rosa untuk mensurvei orang pedesaan. Pada waktu itu, 70% populasi pedesaan di negara bagian Brazil paling selatan mengalami ketiadaan listrik. Ketika berinteraksi dengan orang desa, Fabio Rosa menjadi sadar pentingnya listrik murah bagi para penduduk desa. Dia lalu teringat adanya teknologi yang memungkinkan biaya penyaluran listrik dapat diturunkan secara drastis. Fabio Rosa kemudian bekerja sama dengan profesor yang mengembangkan teknologi tersebut. Profesor menyarankan sejumlah penyederhanaan proses, contohnya: menggunakan hanya satu bukan tiga kabel dalam pendistribusian listrik ke rumah pedesaan, serta mengganti sebagian material yang menurunkan biaya. Sistem tersebut bertenaga sedikit lebih kecil tapi 10 kali lebih murah. Proyek eksperimen berhasil dilakukan secara sukses, yang mampu menyediakan listrik pada penghematan sampai 90% biaya koneksi yang dibuat pemerintah. Fabio Rosa selanjutnya menyediakan listrik pada 25.000 rumah tangga pedesaan berpendapatan rendah. Pada 1996, pemerintah meluncurkan proyek senilai US\$240 juta untuk mereplikasi pendekatan, yang mendistribusikan listrik kepada 1 juta orang dan menghemat jutaan dolar. Ketika industri listrik diprivatisasi pada akhir 1990an, pemerintah menghentikan inisiatif itu. Akan tetapi Fabio Rosa tidak berhenti. Dia terus bekerja dan mendirikan organisasi IDEAAS untuk menyediakan listrik masal dan pembangunan komunitas pada pedesaan Brazil.

Ibrahim Abouleish dan Sekem (Mesir)²³

Setelah tinggal 21 tahun di luar negeri, Dr. Ibrahim Abouleish mengunjungi Mesir pada 1975 untuk memperlihatkan keindahan negara asalnya kepada istri Austrianya dan kedua anaknya. Akan tetapi gambaran yang didapat ternyata suram dan mengagetkannya, yaitu: kemiskinan tersebar luas dan ketiadaan harapan seakan nasib buruk. Dia kemudian memutuskan untuk meninggalkan kehidupan nyamannya serta posisi senior perusahaan di Austria. Pada 1977, Abouleish mendirikan Sekem, yang berarti kekuatan dari matahari. Dia ingin membuktikan bahwa kemajuan tidak perlu harus bergantung pada donasi dan sumber daya yang berlebihan ataupun penerapan model ekonomi yang canggih. Dia membeli sebidang tanah gurun utara Kairo di lingkungan orang miskin sebagai titik awal inisiatif. Dia menginspirasi orang lain dengan visinya serta membangun dan memperoleh sumber daya yang diperlukan agar sukses, seperti: sumber air, jalan raya, dan bangunan. Dia mengubah tanah gurun menjadi tanah subur dengan bantuan pupuk kandang organik dari donasi sapi yang diterima dari Jerman. Sekem berkembang dari visi individu tunggal menjadi perusahaan dengan banyak bisnis yang tidak hanya menciptakan nilai ekonomi, tapi juga berdampak signifikan pada masyarakat Mesir. Keuntungan bisnis Sekem digunakan untuk mendanai berbagai institusi: sekolah, universitas, pusat pendidikan pemuda, dan pusat medis. Pada 2003, Abouleish menerima Right Livelihood Award, yang dikenal sebagai hadiah nobel alternatif. Sekem menyediakan satu contoh model sukses dari pengembangan ekonomi lokal yang menciptakan pekerjaan, dan mencakup banyak petani

lokal dalam rantai pasokan, serta melindungi lingkungan alam melalui praktek organik.

Mohammad Yunus dan Grameen Bank (Bangladesh)²⁴

Mohammad Yunus lahir di Bangladesh yang kemudian memperoleh beasiswa untuk studi lanjut di AS. Dia berhasil lulus *PhD in economics* dan sempat menjadi asisten profesor di sebuah universitas di AS. Terinspirasi oleh kemerdekaan Bangladesh pada 1971, Yunus kembali ke negara asalnya pada 1972 dan bergabung menjadi dosen di Departemen Ekonomi Universitas Chittagong. Pada tahun itu, populasi penduduk Bangladesh berkisar 130 juta dan memiliki tingkat melek huruf yang rendah, dan terlebih lagi mengalami masa sulit karena kemiskinan, kekeringan, dan kelaparan. Yunus mengkaitkan awal mula visinya pada pertemuannya dengan seorang perempuan muda yang sedang dililit masalah hutang. Yunus meyakini bahwa orang miskin mempunyai ketrampilan yang masih belum diberdayakan terutama karena institusi dan kebijakan gagal memberikan dukungan yang dibutuhkan orang miskin. Pada 1976, dia melakukan eksperimen dengan meminjami total US\$ 27 dari kantong pribadinya kepada 42 orang miskin pedesaan. Hasilnya mengejutkan bahwa semua berhasil melunasi pinjamannya. Usaha Yunus mengarahkan pendirian bank pada 1983 yang dinamai Grameen Bank, yang berarti bank desa. Grameen Bank bertujuan menyediakan kredit mikro pada orang miskin khususnya perempuan agar membantu keluar dari kemiskinan dengan memungkinkan mereka membuat usaha ekonomi sendiri. Pinjaman diberikan tanpa agunan serta pada tingkat bunga yang layak. Grameen kini mengoperasikan lebih dari 2.500 cabang, memberikan pinjaman lebih dari 7,5 juta orang miskin di lebih dari

80.000 desa di Bangladesh dan 97 persen darinya adalah perempuan sedangkan tingkat pelunasan melebihi 98 persen.

Victoria Hale dan OneWorld Health (AS)²⁵

Victoria Hale ialah ilmuan farmasi di AS yang merasa frustrasi dengan kekuatan pasar yang mendominasi industri farmasi. Dia menyadari adanya hambatan ekonomi dan logistik yang menghalangi pada umumnya perusahaan farmasi dalam mengembangkan obat-obatan ke negara-negara dunia ketiga. Pada 2000 dia mendirikan OneWorld Health, sebuah perusahaan farmasi nirlaba yang pertama kali di Amerika Serikat. Misi perusahaan ialah memastikan bahwa obat-obatan, yang ditujukan bagi penyakit-penyakit dari daerah tropis seperti malaria dan penyakit-penyakit menular lainnya di negara berkembang, dapat mencapai orang yang memang membutuhkannya. Sebagai perusahaan nirlaba, OneWorld Health dimungkinkan untuk mendapatkan modal seperti dari organisasi filantropi dan pemerintah dalam penyediaan banyak pendanaan awal. Selain itu, perusahaan ini juga tidak perlu menghasilkan tingkat imbalan hasil yang tinggi seperti pada umumnya perusahaan pencari laba lainnya. Namun, OneWorld Health harus menggunakan modal donor dan sumber daya lainnya secara efisien guna memaksimalkan usaha memproduksi obat yang sukses. OneWorld Health menerapkan model bisnis dalam mengedarkan obat-obatan baru ke orang miskin yang memang membutuhkan di dunia berkembang. Satu fitur model bisnisnya ialah dengan memfokuskan pada aliran tahapan pengembangan produk. Hal ini diarahkan dengan mendesain kembali rantai nilai keseluruhan dari pengantaran obat. OneWorld Health juga menciptakan sejumlah

kemitraan seperti dengan perusahaan bioteknologi guna mencapai penciptaan nilai bagi semua pihak yang terlibat.

Kita memperoleh beberapa pesan penting berikut dari berbagai kisah nyata atau studi kasus:

1. Kewirausahaan sosial mengenali masalah sosial. Sebagai contoh: kemiskinan pada kasus Grameen Bank, sedangkan OneWorld Health melayani kebutuhan dasar manusia dalam penyediaan obat-obatan kepada negara miskin.
2. Masalah sosial memunculkan inovasi sosial. Contoh kasus memperlihatkan para wirausahawan sosial mempunyai kesamaan bahwa mereka tidak terima dengan *status quo* dan pemikiran konvensional kita.
3. Inovasi sosial mengarahkan pendirian dan pengembangan organisasi. Penting disini kehadiran wirausahawan sosial maupun organisasinya.
4. Pengembangan kegiatan menuntut ketersediaan sumber daya yang harus dicari. Sumber daya finansial diperoleh secara eksternal dari filantropi, pemerintah, maupun secara internal dari adanya keuntungan usaha. Sumber daya manusia berasal dari para relawan murni maupun karyawan yang digaji.
5. Kesuksesan awal mendorong strategi memperbesar jangkauan sosial. Kalimat kiasannya ialah sekali bola sosial telah mengelinding, maka menjadi semakin besar yang berdampak lebih besar pada lebih banyak orang.

Peluang Kewirausahaan Sosial bagi Kaum Muda

Meskipun kewirausahaan sosial berlaku untuk semua umur, fokus kaum muda menarik untuk dibahas lebih lanjut. Dalam hal ini, kita hidup di dalam masyarakat yang memuja akan tetapi sekaligus mengkhawatirkan kaum muda.²⁶ Kaum muda merepresentasikan adanya energi, harapan, potensi, masa depan, kebebasan, dan kegembiraan. Sementara itu, kaum muda sekaligus juga menyimbolkan kecanggungan, ketakutan, ketidakberdayaan, dan biaya ekonomi. Pandangan kontradiksi pada kaum muda ini mengarahkan pada perlunya pengembangan kaum muda. Beberapa pertanyaan relevan muncul. Apakah kesempatan atau peluang yang disediakan oleh kewirausahaan sosial bagi para kaum muda? Sejauh mana kaum muda bisa terlibat aktif di dalam kewirausahaan sosial yang bahkan melampaui ketika mereka sudah tidak muda lagi nantinya?

Kewirausahaan sosial menyediakan kesempatan bagi kaum muda untuk mengembangkan diri yang berkontribusi besar bagi orang lain dan dunia. Kewirausahaan sosial itu dipenuhi oleh cita-cita dan ide besar yang berperan bagi komunitas. Ungkapan heroik berikut diutarakan oleh Bill Drayton, pendiri Ashoka, dan menjadi populer:

*"Social entrepreneurs are not content just to give a fish or teach how to fish. They will not rest until they have revolutionized the fishing industry."*²⁷

Judul buku kewirausahaan sosial memperlihatkan keluarbiasaan, misalnya seperti:

"How to Change the World" (David Bornstein, 2004)

"Make the Impossible Possible" (Bill Strickland, 2007)

Pada prinsipnya setiap orang muda dengan ide dan ketrampilan miliknya dapat menjadi pembuat perubahan bagi orang lain dan masyarakatnya. Oleh sebab itu, kaum muda yang terlibat dalam kewirausahaan sosial perlu menyadari besarnya langkah yang dijalani. Penting untuk dimunculkan ialah adanya kemampuan potensial dari kaum muda dalam melihat masalah lama dengan cara baru.²⁸ Seorang pemuda pemenang *Youth and ICT awards*, yaitu penghargaan kepada wirausahawan sosial muda di berbagai negara Asia dan Afrika, mengatakan:

"Kaum muda bukanlah suatu masalah, kaum muda itu solusi".²⁹

Keyakinan wirausaha sosial muda tersebut terlihat satu semangat dengan judul artikel yang ditulis oleh salah satu tokoh terkemuka wirausaha sosial senior:

*"Social business entrepreneurs are the solution"*³⁰

Kewirausahaan sosial menyediakan kesempatan bagi kaum muda untuk menjadi wirausahawan sosial. Wirausaha sosial terlibat dalam inisiatif dan kemajuan kewirausahaan sosial. Sebuah *slide* dari *PowerPoint* yang digunakan Schwab Foundation menangkap deskripsi riang dari wirausahawan sosial sebagai orang yang bervisi suci namun pragmatis. *Slide* itu terbaca: "Mother Theresa + Richard Branson = Muhammad Yunus".³¹ Seperti kita ketahui, Ibu Theresa dikenal dalam karya mulia pada anak-anak miskin di India. Sementara Richard Branson ialah seorang wirausahawan komersial Inggris, pengambil risiko, dan pendiri sejumlah perusahaan bermerk terkenal. Jadilah M. Yunus, seorang wirausahawan sosial kelas dunia yang meraih hadiah Nobel perdamaian 2006.

Wirausahawan sosial terkemuka memang nampak luar biasa dalam sejumlah hal. Kaum muda yang terlibat perlu mengetahui dan mengusahakan untuk memiliki karakteristik umum dari wirausahawan sosial, yaitu: bervisi, inovatif, kepemimpinan dan dedikasi, bersumber daya, kemauan mengoreksi diri, mampu beradaptasi, beretika, mempunyai pengalaman yang memotivasi, dan gembira.³² Wirausahawan sosial menciptakan model-model baru bagi pencapaian nilai sosial. Dalam hal ini, ^k_r^e_a^t^f^t^s sangat diperlukan. Sebagai tambahan yang menarik, kejadian buruk masa lalu malah bisa mendorong sebagai wirausaha sosial. Sebagian wirausahawan sosial memiliki pengalaman traumatis ketika masa kecil.³³ Contohnya sebagai anak dari orang tua yang bercerai, atau mempunyai ibu yang menderita depresi berkepanjangan hingga bunuh diri, dan sebagainya.

Kewirausahaan sosial menyediakan peluang sekaligus tantangan pada kaum muda untuk mendirikan sendiri dan mengembangkan bisnis sosial (*social business*) atau usaha sosial (*social enterprise*). Sistem perokonomian yang dianut oleh kebanyakan negara memungkinkan berdirinya dua jenis organisasi pada dua ujung dari satu garis. Di satu ujung adalah perusahaan bisnis komersial yang bertujuan untuk memaksimalkan laba, yang pada prinsipnya mengusahakan penciptaan nilai ekonomi bagi pemegang saham. Pada ujung yang lainnya, kita menemukan keberadaan organisasi nirlaba murni atau filantropi yang mengusahakan tercapainya tujuan sosial. Di antara dua ujung tersebut, kita temukan entitas baru yang disebut usaha sosial. Usaha sosial merupakan organisasi campuran yang memiliki karakteristik filantropi maupun bisnis komersial dalam banyak aspek, seperti: motif, metode, tujuan, dan pemangku kepentingan.³⁴ Terkait erat

gagasan sentral ialah usaha sosial mengusahakan pencapaian tujuan ekonomi maupun sosial (*double bottom line*) bahkan juga lingkungan (*triple bottom line*).

Lebih jauh lagi, bisnis sosial berada di antara dua kutub: di satu pihak harus mampu menutup sepenuhnya biaya operasi namun di pihak lain menekankan maksimisasi tujuan sosial yang lebih besar dari tujuan keuntungan finansial.³⁵ Kita dapat melihat keberadaan lembaga amal, NGO, dan organisasi nirlaba yang menyediakan manfaat sosial namun tidak mendapat pemasukan yang melebihi biaya aktivitasnya. Di pihak lain, bisnis sosial bukan selayaknya bisnis komersial karena tidak mendistribusikan keuntungan kepada pemegang saham. Oleh karenanya kalimat berikut tepat menyimpulkan: "*a social business might be defined as a non-loss, non-dividend business*".³⁶

Siapa pun orang yang merancang dan menjalankan bisnis sosial atau usaha sosial merupakan wirausahawan sosial, tetapi tidak semua wirausahawan sosial terlibat di dalam bisnis sosial. Bagaimana barang atau jasa yang dijual oleh bisnis sosial atau usaha sosial bisa menyediakan faedah sosial? Dalam bukunya yang berjudul "*Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*", Profesor Yunus (2007) mengutarakan beberapa contoh berikut:³⁷

- Sebuah bisnis sosial yang memproduksi dan menjual produk makanan bergizi tinggi pada harga sangat rendah yang ditujukan pada pasar orang miskin dan anak-anak kekurangan makan.
- Sebuah bisnis sosial yang merancang dan memasarkan polis asuransi kesehatan yang menyediakan perawatan medis yang terjangkau bagi kaum miskin.

- Sebuah bisnis sosial yang mengembangkan sistem energi yang terbarukan dan dijual pada harga yang mencukupi bagi masyarakat pedesaan yang belum dapat mengakses energi tersebut.
- Sebuah bisnis sosial yang mendaur ulang sampah, kotoran, dan produk buangan lainnya yang jika tidak didaur ulang bisa menimbulkan polusi bagi masyarakat miskin atau yang lemah secara politik.

Tentu tidak seluruh kaum muda seharusnya menjadi wirausahawan sosial. Sebagian kaum muda lebih memilih menjadi profesional dalam bidang yang ditekuninya. Dalam konteks ini, kaum muda masih mempunyai kesempatan untuk bergabung dalam bermacam-macam bisnis sosial sebagai tenaga profesional. Seperti bisnis komersial pada umumnya, bisnis sosial mempekerjakan tenaga profesional dalam menciptakan barang dan jasa serta menyediakan layanan kepada konsumen. Dengan kata lain, kewirausahaan sosial menyediakan kesempatan pekerjaan bagi para kaum muda. Wirausahawan sosial (dan profesional sosial) bekerja di sektor publik, privat, dan sosial, yang menggunakan bentuk organisasi yang mencari laba (*for-profit*), nirlaba (*not-for-profit*), maupun campuran (*hybrid*) untuk menyampaikan nilai sosial dan membawa perubahan.³⁸

Mengapa kita memfokuskan pada pengembangan usaha kaum muda termasuk di dalamnya ialah pengembangan bisnis sosial kaum muda? Pada satu dekade lalu tingkat pekerjaan tumbuh hanya 0,2 persen, sementara populasi kaum muda global tumbuh pada tingkat 10,5 persen, maka dunia sedang mengalami krisis pekerjaan kaum muda dan tantangan di seputar mata pencaharian kaum muda menjadi semakin kompleks.³⁹ Masalah ini lebih menonjol pada negara

berkembang karena disinilah kebanyakan populasi kaum muda berada. Oleh karena itu, pendekatan inovatif dan tanpa henti diperlukan untuk menjamin kaum muda mampu menjalani kehidupan yang produktif sehingga berkontribusi bagi pengembangan sosioekonomi di dalam komunitasnya. Tidak hanya terkait secara ekonomi, keterlibatan kaum muda dalam bisnis sosial sekaligus juga dapat diharapkan akan mengembangkan kaum muda secara sosial dan kualitas kehidupan. Satu penelitian di Nigeria menemukan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa kewirausahaan sosial membantu dalam menurunkan *gangsterism* orang muda dengan menyediakan kesempatan pekerjaan.⁴⁰

Para kaum muda di berbagai penjuru dunia memiliki kesempatan untuk menyebarluaskan bisnis sosial di daerah lokalnya. Strategi penyebaran dapat dilakukan dengan cara mereplikasi program atau usaha sosial yang telah sukses di suatu daerah tertentu ke lokasi geografis lainnya. Hal ini dapat dilakukan melalui pembukaan cabang atau afiliasi yang baru oleh bisnis sosial di daerah lain. Replikasi juga dapat dilakukan oleh orang atau institusi yang independen di luar pihak yang semula menginisiasi program. Sebagai contoh, model yang dikembangkan oleh IDEAAS sekarang digunakan sebagai referensi bagi program nasional dan internasional. Ide cemerlang Fabio Rosa telah menyebar ke Argentina, Uruguay, Paraguay, dan Afrika selatan.⁴¹ Demikian juga Grameen Bank telah menginspirasi gerakan kredit mikro yang tersebar ke lebih dari 65 negara berkembang dan mencapai lebih dari 17 juta peminjam.⁴² Jadi, replikasi merupakan satu cara cepat untuk mendapatkan perubahan sosial yang lebih besar.

Selain itu, waralaba sosial (*social franchising*) bisa menjadi satu model baru yang bagus untuk mereplikasi secara cepat dalam rangka meningkatkan dampak sosial. Kita telah mengetahui banyak bisnis komersial didirikan dengan menerapkan konsep waralaba, yaitu pemerolehan lisensi guna mendapatkan nama bisnis dan menjual produk milik yang lainnya. McDonalds telah menyediakan contoh kesuksesan waralaba komersial hingga mencapai 31.000 restoran yang tersebar di lebih dari 119 negara.⁴³ Dalam hal ini, waralaba sosial menerapkan prinsip-prinsip waralaba dalam rangka mengambil rancangan inisiatif membawa perubahan sosial. Waralaba sosial telah lama diterapkan pada bidang layanan kesehatan di negara berkembang. Studi kasus waralaba sosial kaum muda disediakan oleh Youth-to-Youth (Y2Y), yang bertujuan meningkatkan kesehatan reproduktif dan seksual bagi kaum muda.⁴⁴ Program diterapkan di Etiopia, Kenya, Tanzania, dan Uganda, dan dilakukan oleh kelompok muda, asosiasi pemuda, dan lain sebagainya yang beroperasi di bawah nama merek Youth-to-Youth.

Kewirausahaan sosial dapat terjadi pada organisasi baru maupun organisasi yang sudah ada. Kita menyaksikan perusahaan komersial besar, terlebih yang beroperasi pada skala dunia sebagai perusahaan multinasional, telah semakin meningkatkan tren dalam melaksanakan apa yang disebut sebagai *corporate social responsibility* (CSR). Penganjur CSR menyarankan ketika bisnis komersial menciptakan nilai ekonomi, maka seharusnya juga mengusahakan kegiatan yang berdimensi sosial. Meski maksimisasi nilai pemegang saham sulit direkonsiliasikan dengan tujuan sosial, pelaksanaan CSR diharapkan akan memperbesar pencapaian dimensi ekonomi yang pada akhirnya selaras dengan kepentingan pemegang

saham. Sejumlah proyek kerjasama, lembaga kemitraan, dan *joint venture* dilakukan antara bisnis sosial dan perusahaan komersial besar. Sebagai contoh, Grameen Group bermitra dengan Telenor (perusahaan telekomunikasi Norwegia) yang mendirikan Grameen phone untuk menyediakan layanan telepon murah kepada orang pedesaan, serta berkolaborasi dengan Danone (bisnis pembuat makanan kelas dunia) untuk menciptakan Grameen Danone guna menyediakan produk bergisi yang dibutuhkan anak-anak miskin Bangladesh.⁴⁵

Akan tetapi seperti halnya kewirausahaan komersial, wirausahawan sosial bisa juga mengalami kegagalan usaha. Suatu penelitian survei dilakukan oleh UnLtd, organisasi pendukung kewirausahaan sosial, yang mengidentifikasi lima hambatan kunci yang dihadapi wirausahawan sosial muda, yaitu :⁴⁶

- kekurangan pendanaan (79,5%),
- kekurangan waktu (66,7%),
- diskriminasi terhadap kaum muda (55,8%),
- kekurangan partisipan atau relawan (47,7%),
- kekurangan ketrampilan atau pengetahuan (25,2%).

Kemungkinan kegagalan mengarahkan pemahaman kita bahwa keberlangsungan kewirausahaan sosial juga didorong oleh kinerja tim dan organisasi, yang tidak seharusnya hanya ditentukan individu tertentu. Selain itu, antisipasi hambatan mensyaratkan adanya dorongan eksternal dalam kehadiran para investor, donatur, dan *foundation* guna mempromosikan serta membimbing pengembangan kewirausahaan sosial bagi kaum muda.

Pendidikan Kewirausahaan Sosial Muda

Literatur pengembangan kaum muda menekankan paling tidak dua prinsip, yaitu: (1) kaum muda memiliki aset dan harapan akan masa depan yang lebih baik, dan (2) pembelajaran merupakan elemen penting dari pengembangan kaum muda yang dapat berlangsung dalam tata cara formal maupun informal.⁴⁷ Dalam hal ini, kaum muda merupakan sumber daya positif yang dapat menyediakan kontribusi bagi masyarakat. Seiring pula dengan hal tersebut, komunitas memainkan peran sentral dalam mempengaruhi bagaimana pengembangan para kaum muda dikonseptualisasikan dan diimplementasikan. Oleh karenanya perlu untuk menyediakan kondisi yang memungkinkan timbulnya inisiatif, kompetensi, dan keterlibatan aktif pada kaum muda. Implikasi relevan disini ialah bahwa kaum muda bisa mempelajari ketrampilan kewirausahaan sosial.

Pendidikan formal adalah penting dalam membentuk kaum muda ikut berpartisipasi bagi masyarakat. Sekolah dan perguruan tinggi dapat terlibat dalam mengembangkan dan menyebarkan kewirausahaan sosial. Konsep dan contoh-contoh wirausahawan sosial bisa disisipkan dalam pengajaran kelas. Misalnya, pelajaran IPS atau praktek PKK di sekolah menengah dapat dikenalkan pada karya-karya kewirausahaan sosial. Sementara di universitas, mata kuliah khusus seperti kewirausahaan, bisnis pengantar, koperasi, ataupun suatu mata kuliah umum (MKU) dapat menyisipkan diskusi yang menggunakan berbagai studi kasus kewirausahaan sosial. Kepekaan sosial ditumbuhkan sejak dini dan ide-ide baru didorong untuk dikemukakan oleh pelajar dan mahasiswa. Program-program sekolah dan universitas perlu diciptakan dalam rangka untuk

mengembangkan empati, kreativitas, dan keberanian dalam berusaha yang mempunyai pengaruh sosial. Fakta sekarang di Inggris memperlihatkan lebih dari 200 sekolah menjalankan *social enterprise*-nya sendiri.⁴⁸

Kewirausahaan sosial bisa menjadi satu mata kuliah tersendiri pada suatu program studi. Ketika Profesor Greg Dees pertama kali pindah ke Universitas Harvard pada tahun 1990, dia awalnya mengampu kewirausahaan bisnis komersial. Namun, dia menyadari hilangnya *social venture* dan mengajukan mata kuliah yang terpisah mengenai *social entrepreneurship*. Ide tersebut ditolak dengan alasan tidak cocok bagi sekolah bisnis. Sebagian orang masih merasa ganjil dalam memadukan antara tujuan sosial dengan konsep dan metode bisnis. Beberapa tahun kemudian, usaha Dees memperoleh jalan masuk namun dia disarankan untuk tidak menggunakan kata *social* di bagian depan nama mata kuliah sehingga lebih menekankan *entrepreneurship*. Jadilah, mata kuliah pada tingkat MBA ini dinamai *Entrepreneurship in the Social Sector*.⁴⁹

Sejumlah universitas AS ternama seperti universitas Columbia, Stanford, dan Berkeley kemudian mengikutinya dengan menawarkan mata kuliah kewirausahaan sosial. Tak ketinggalan sejumlah universitas di Eropa secara cepat mengikuti jejak tersebut. Sejak saat itu, penawaran mata kuliah kewirausahaan sosial menyebar ke banyak perguruan tinggi dunia. Seiring juga dengan perkembangan, sejumlah universitas mendirikan pusat-pusat studi dan penelitian kewirausahaan sosial. Beberapa contoh diantaranya ialah Canadian Centre for Social Entrepreneurship (University of Alberta, Canada), Skoll Centre for Social Entrepreneurship (Said Business School, University of Oxford, UK), dan

Center for Social Innovation (Stanford Graduate School of Business, USA).⁵⁰

Tidak hanya sebagai satu mata kuliah dalam suatu program studi, sejumlah universitas dan sekolah bisnis dunia sekarang sedang menawarkan program sarjana maupun pasca sarjana dalam kewirausahaan sosial. Beberapa diantaranya ialah: Roskilde University's (Denmark) MA program in social entrepreneurship, MBA programs at business schools in Harvard, Duke, Columbia (USA) and Oxford Universities (UK). Kali pertama di India ialah Tata Institute of Social Sciences, yang mengembangkan program MBA in social entrepreneurship. Model perkuliahan yang paling menantang ditawarkan oleh Asian Institute of Management dalam Master in Entrepreneurship for Social and Development Entrepreneurs.⁵¹ Dalam periode waktu kuliah 18 bulan, para mahasiswa dilatih untuk menjadi wirausahawan sosial dengan cara mendefinisikan rencana strategis lima tahun serta mengimplementasikan inovasi guna meningkatkan efektivitas dan kelangsungan usaha sosial mereka. Mahasiswa bisa lulus hanya jika organisasi yang mereka kelola berhasil memenuhi tujuan.

Sebuah penelitian dilakukan oleh Brock dan Steiner (2008) dengan menganalisis 107 silabi kewirausahaan sosial dari puluhan perguruan tinggi di seluruh dunia. Temuan studi tersebut memperlihatkan persentase silabus mata kuliah kewirausahaan sosial yang tersebar di berbagai kelompok area ilmu atau fakultas, yaitu:⁵²

- bisnis (75% dari seluruh silabi),
- kebijakan publik/manajemen nirlaba (14%),
- ilmu sosial: komunikasi, dsb. (8%),
- sains: teknik, farmasi, dsb. (1%),

- layanan sosial: pendidikan, karya sosial (1%),
- lainnya (1%).

Meski kebanyakan perkuliahan kewirausahaan sosial berinduk pada bidang bisnis namun berpotensi meningkatkan dalam penawaran di luar jurusan bisnis ataupun fakultas ekonomi. Satu faktor yang menjadi menarik dalam program kewirausahaan sosial di universitas ialah bahwa program seharusnya interdisipliner, yang memungkinkan mahasiswa untuk mengambil bermacam-macam mata kuliah di berbagai jurusan yang berbeda.⁵³ Program interdisipliner seperti ini adalah penting karena masalah sosial juga mempunyai sifat interdisipliner.

Di samping itu, pembelajaran melalui studi kasus nyata merupakan satu pendekatan dalam rangka memahami kewirausahaan sosial. Ada sekiranya puluhan atau bahkan ratusan studi kasus yang bagus dipelajari dalam pertemuan kelas. Sebuah penelitian terkini (Cukier et al., 2011) memperlihatkan bahwa studi-studi kasus kewirausahaan sosial memfokuskan terutama pada:⁵⁴

- pengembangan ekonomi (43%),
- pendidikan (38,8%),
- kesehatan (18%),
- persamaan hak: perempuan, cacat, dsb. (16,1%),
- penyediaan layanan: perumahan, bimbingan karir, dsb. (10,1%),
- lingkungan (4,4%),
- pencegahan kekerasan (3,6%),
- lain-lain (6%).

Jadi, kewirausahaan sosial berkembang di hampir setiap sektor kehidupan manusia. Lebih jauh lagi, bidang kewirausahaan sosial yang masih sedang berkembang ini

menyediakan peluang unik bagi para peneliti dari berbagai disiplin ilmu yang berbeda untuk ikut serta memberikan sumbangan pemikiran. Kewirausahaan sosial telah menarik banyak perhatian para peneliti dan penulis yang berasal dari bermacam-macam bidang ilmu, seperti:

- kewirausahaan,
- sumber daya manusia, keuangan dan akuntansi,
- sosiologi,
- psikologi,
- politik,
- pendidikan,
- teologi, dan lain-lain.

Tidak hanya melalui pendidikan formal, kaum muda dapat tergerak dan diasuh menjadi wirausahawan sosial melalui pendidikan tidak formal, seperti: klub olah raga, kelompok pemuda, pekerja muda sukarela, kelompok muda religius, dan sebagainya. Satu cara terbaik agar orang muda termotivasi untuk menjadi wirausahawan sosial ialah dari adanya inspirasi oleh kaum muda lainnya yang sedang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan sosial di sekolah dan komunitas mereka.⁵⁵ Organisasi-organisasi kaum muda dapat dikenalkan secara lebih nyata dengan kewirausahaan sosial muda untuk mempromosikan dan menyediakan kesempatan turut serta berpartisipasi dalam kegiatan kewirausahaan sosial muda. Workshop interaktif maupun penempatan kerja dengan wirausahawan sosial akan mendorong kaum muda untuk mempelajari hal-hal praktis yang berkaitan dengan pengelolaan usaha atau bisnis sosial. Penting ialah adanya usaha meningkatkan kesempatan kaum muda berinteraksi dan memahami kewirausahaan sosial.

Lebih jauh lagi apabila para kaum muda telah memulai bisnis sosial atau usaha sosial mereka sendiri. Di dalam proses menjalankan usaha sosial, kaum muda mempelajari ketrampilan baru yang kurang diperoleh dalam pendidikan formal, yaitu: ketekunan, membangun dan mengelola tim, negosiasi dan komunikasi, *networking*, pengorganisasian, ketrampilan bisnis, manajemen waktu, keyakinan diri, perencanaan proyek, kepemimpinan, dan penganggaran proyek.⁵⁶ Istilah padatnya disini ialah *learning by doing*. Dalam hal ini, pembelajaran kewirausahaan sosial muda berlangsung ketika kaum muda mengalaminya sendiri dalam kehidupannya.

Penutup

Sejumlah kisah nyata dan uraian dalam tulisan ini mengarahkan pada pemahaman bahwa kewirausahaan sosial itu mengerjakan sesuatu yang baik dengan melakukan cara-cara yang bagus bagi tujuan mulia. Oleh karena itu kewirausahaan sosial muda tidak hanya akan mengembangkan kaum muda tetapi juga dunia.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor, dan Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, serta seluruh panitia Dies maupun rekan-rekan dosen program studi Manajemen di Universitas Sanata Dharma. Demikian juga, ucapan terima kasih kepada hadirin yang telah memberikan perhatian dan kesempatan kepada penulis untuk membacakan tulisan ini. Sekian.

-
- ¹ Misal <http://forum.detik.com/obama-puji-pengembang-listrik-mikrohydro-utk-pedesaan-dari-nkri-t182231.html>, diakses 30 Oktober 2011. Acara tersebut bertajuk: “*Presidential Summit on Entrepreneurship*”. Di hadapan para wirausahawan dari berbagai negara, Presiden AS Obama mengatakan: “Kita mendapatkan seorang wirausaha sosial seperti Tri Mumpuni, yang membantu masyarakat desa di Indonesia mendapatkan listrik dan pendapatan dari pembangkit listrik tenaga air.”
- ² Maryoto, A., <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2010/03/26/0804535/Wirausahawan.Sosial..Apa.Itu>, diakses 15 September 2011.
- ³ http://id.wikipedia.org/wiki/Kewirausahaan_sosial, diakses 30 Oktober 2011.
- ⁴ Wirausaha: menjadi tuan bagi diri sendiri, mungkinkah?, 10 Oktober 2011, *Kompas*.
- ⁵ Visi Steve Jobs definisikan abad XXI, 7 Oktober 2011, *Kompas*.
- ⁶ Pozen, D., 2008, We are all entrepreneurs now, *Wake Forest Law Review* 43, 283-340. Dees, J.G., 2001, *Enterprising nonprofits: A toolkits for social entrepreneurs*, 2001, John Wiley & Sons, Inc., 1-18.
- ⁷ Dees, J.G., 1998 (direvisi 2001), The meaning of social entrepreneurship, *The Center for Advancement of Social Entrepreneurship (CASE)*. Duke University: The Fuqua School of Business.
- ⁸ Peredo, A. M. and M. McLean, 2006, Social entrepreneurship: a critical review of the concept, *Journal of World Business* 41, 56-65.
- ⁹ Hoogendoorn, B.B., Pennings, E., dan Thurik, R., 2010, What do we know about social entrepreneurship? an analysis of empirical research, *International Review of Entrepreneurship* 8, 1-42.
- ¹⁰ Mair J. dan Marti, I., 2006, Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight, *Journal of World Business* 41, 36-44. Nicholls, A., 2006, *Social entrepreneurship: new paradigms of sustainable social change*. Oxford: Oxford University Press.
- ¹¹ Austin, J., Stevenson, H., dan WeiSkillern, J., 2006, Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both, *Entrepreneurship Theory and Practice* 30, 1-22
- ¹² Weerawardena, J. dan Mort, G.S., 2006, Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business*, 41, 21-35.
- ¹³ Dees, J. G., 1998 (direvisi 2001), The meaning of social entrepreneurship, *The Center for Advancement of Social Entrepreneurship (CASE)*. Duke University: The Fuqua School of Business.

- ¹⁴ Leadbeater, C., 1997, *The rise of the social entrepreneur*, Demos/ Public Management Foundation. Wolk, A.M., 2007, *Social entrepreneurship & government: a new breed of entrepreneurs developing solutions to social problems*, The Small Business Administration, Office of Advocacy.
- ¹⁵ Wolk, A.M., 2007, *Social entrepreneurship & government: a new breed of entrepreneurs developing solutions to social problems*, The Small Business Administration, Office of Advocacy.
- ¹⁶ Seelos, C. dan Mair, J., 2005, Social entrepreneurship: creating new business models to serve the poor, *Business Horizons* 48, 241-246.
- ¹⁷ Austin, J., Stevenson, H., dan Wei-Skillern, J., 2006, Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both, *Entrepreneurship Theory and Practice* 30, 1-22
- ¹⁸ Guclu, A., Dees, J.G., dan Anderson, B.B., 2002, The process of social entrepreneurship: creating opportunities worthy of serious pursuit, CASE Working Paper Series 3, Duke Fuqua School.
- ¹⁹ Nicholls, A., 2006, *Social entrepreneurship: new paradigms of sustainable social change*. Oxford: Oxford University Press.
- ²⁰ Schwab Foundation, 2011, *Outstanding Social Entrepreneurs 2011*, Schwab Foundation for Social Entrepreneurship.
- ²¹ Dees, G. J., Anderson, B.B., dan Wei-Skillern, J., 2004, Scaling social impact: Strategies for spreading social innovations, *Stanford Social Innovation Review*, 24-32.
- ²² Mugica, Y., 2004, Distributed solar energy in Brazil: Fabio Rosa's approach to social entrepreneurship, *Case study: University of North Carolina, Kenan-Flagler Business School*. Fábio Luiz de Oliveira Rosa, <http://www.ashoka.org/node/3291>, diakses 13 Oktober 2011. Schwab Foundation, 2011, *Outstanding Social Entrepreneurs 2011*, Schwab Foundation for Social Entrepreneurship.
- ²³ Seelos, C. dan Mair, J., 2009, Hope for sustainable development: how social entrepreneurs make it happen, dalam Ziegler R., *An introduction to social entrepreneurship: voices, preconditions, contexts*, Edward Elgar Publishing, Inc., 228-246. Hatem, T., 2007, SEKEM: A holistic egyptian initiative, *Case study: United Nations Development Programme*, 1-21.
- ²⁴ Mainsah, E., Heuer, S.R., Kalra, A., dan Zhang, Q., 2004, Grameen Bank: taking capitalism to the poor", *Chazen Web of International Business*, 1-28. Seelos, C. dan Mair, J., 2005, Social entrepreneurship: creating new business models to serve the poor,

-
- Business Horizons* 48, 241-246. Latifee, H.I., 2008, Financial inclusion: the experience of Grameen Bank, makalah konferensi.
- ²⁵ Seloos, C. dan Mair, J., 2005, Social entrepreneurship: creating new business models to serve the poor, *Business Horizons* 48, 241-246. Yin, W., 2007, Solutions and challenges to curing global health inequality, *Innovations*, 72-80. Martin, R. dan Osberg, S., 2007, Social entrepreneurship: the case for definition, *Stanford Social Innovation Review*, 29-39.
- ²⁶ Delgado, M., 2004, *Social youth entrepreneurship: the potential for youth and community transformation*, Greenwood Publishing Group.
- ²⁷ Kalimat Bill Drayton tersebut dikutip oleh sejumlah artikel, seperti pada: Brock, D.D., 2008, *Social entrepreneurship: teaching resources handbook*, Ashoka's Global Academy for Social Entrepreneurship; serta Leviner N., Crutchfield, L.R., dan Wells, D., 2006, Understanding the impact of social entrepreneurs: Ashoka's answer to the challenge of measuring effectiveness, *Research on Social Entrepreneurship*, 89-103.
- ²⁸ Babu, S. dan Pinstrup-Andersen, P., 2007, Social innovation and entrepreneurship: developing capacity to reduce poverty and hunger, *2020 Focus Brief on the World's Poor and Hungry People*, Washington, DC: IFPRI.
- ²⁹ GKP youth and ICT awards 2005 winner: Youth is not a problem, youth is a solution. *id*, 16-17.
- ³⁰ Yunus, M., 2006, Social business entrepreneurs are the solution, dalam Nicholls, A., 2006, *Social entrepreneurship: new paradigms of sustainable social change*, Oxford: Oxford University Press, 39-55.
- ³¹ Deskripsi wirausahawan sosial melalui perpaduan antara Ibu Theresa dan Richard Branson telah menarik perhatian beberapa buku dan artikel, seperti pada: Ziegler, R., *An introduction to social entrepreneurship: voices, preconditions, contexts*, Edward Elgar Publishing, Inc., 174-206; Pozen, D.E., 2008, We are all entrepreneurs now, *Wake Forest Law Review* 43, 283-340; dan Pariyar, B. dan Ward, A.E., 2007, Social entrepreneurship: producing Yunus out of Branson and Teresa? Working paper, University of York.
- ³² UNICEF, 2007, Adolescents and civil engagement: social entrepreneurship and young people, Learning series No. 3.
- ³³ Barendsen L. dan Gardner H., 2004, Is the social entrepreneur a new type of leader? *Leader to Leader* 34, 43-50.

- ³⁴ Dees, J.G., 1998, Enterprising nonprofits, *Harvard Business Review*, 55-67. Dees, J.G., 2001, *Enterprising nonprofits: a toolkits for social entrepreneurs*, 2001, John Wiley & Sons, Inc., 1-18.
- ³⁵ Yunus, M., Moingeonand, B., dan Lehmann-Ortega, L., 2010, Building social business models: lessons from the Grameen experience, *Long Range Planning* 43, 308-325.
- ³⁶ Yunus, M., 2007, *Creating a world without poverty: social business and the future of capitalism*, New York: Public Affairs.
- ³⁷ Yunus, M., 2007, *Creating a world without poverty: social business and the future of capitalism*, New York: Public Affairs.
- ³⁸ Nicholls, A., 2006, *Social entrepreneurship: new paradigms of sustainable social change*. Oxford: Oxford University Press.
- ³⁹ Making Cents International, 2008, *Youth Microenterprise and Livelihoods: State of the Field, Lessons from the 2007 Global Youth Microenterprise Conference*, Making Cents International.
- ⁴⁰ Oghojafor, B.E.A., Aduloju, S.A., dan Olowokudejo, F.F., 2011, Social entrepreneurship as an instrument for curbing youth gangsterism: A study of the Nigerian Urban Communities, *Journal of Economics and International Finance* 11, 616-623.
- ⁴¹ Thanks to Fabio Rosa a million Brazilians have access to electricity, 2010, <http://www.goodplanet.info/eng/Contenu/Initiatives/Thanks-to-Fabio-Rosa-a-million-Brazilians-have-access-to-electricity>
- ⁴² Seloos, C. dan Mair, J., 2005, Social entrepreneurship: creating new business models to serve the poor, *Business Horizons* 48, 241-246.
- ⁴³ Ferrell, O.C., Hirt, G.A., dan Ferrell, L., 2011, *Business: a changing world*, McGraw-Hill International Edition.
- ⁴⁴ Ahlert D. et al., 2008, *Social franchising: a way of systematic replication to increase sosial impact*, Bundesverband Deutscher Stiftungen, Berlin.
- ⁴⁵ Yunus, M., Moingeonand, B., dan Lehmann-Ortega, L., 2010, Building social business models: lessons from the Grameen experience, *Long Range Planning* 43, 308-325.
- ⁴⁶ UnLtd , 2010, UnLtd research, *Annual Review 08/09*, UnLtd: London
- ⁴⁷ Delgado, M., 2004, *Social youth entrepreneurship: the potential for youth and community transformation*, Greenwood Publishing Group
- ⁴⁸ Anglia Ruskin University, 2009, *Creating social enterprise: a guide to social enterprise for university staff*, September 2009.
- ⁴⁹ Dees, J.G., 2008, Center for the advancement of social entrepreneurship, dalam Brock, D.D., *Social entrepreneurship: teaching resources handbook*, Ashoka's Global Academy for Social Entrepreneurship.

-
- ⁵⁰ Nicholls, A., 2006, *Social entrepreneurship: new models of sustainable social change*, Oxford University Pres.
- ⁵¹ Brock D.D., dan Steiner, S.D., 2008, Social entrepreneurship education: is it achieving the desired aims?, USASBE Proceedings.
- ⁵² Brock D.D., dan Steiner, S.D., 2008, Social entrepreneurship education: is it achieving the desired aims?, USASBE Proceedings.
- ⁵³ Bornstein, D., dan Davis, S., 2010, Social entrepreneurship: what everyone needs to know teaching notes.
- ⁵⁴ Cukier, W., Trenholm, S., Carl, D. dan Gekas, G., 2011, Social entrepreneurship: a content analysis”, *Journal of Strategic Innovation and Sustainability* 7, 99-119.
- ⁵⁵ McDowall, H. dan Micinski, N., 2010, Young social entrepreneurship: a vehicle for social change and skills development, *UnLtd Recommends*, UnLtd: London.
- ⁵⁶ McDowall, H. dan Micinski, N., 2010, Young social entrepreneurs: learning by doing, *UnLtd Research finding series*, UnLtd: London.

Biodata Penulis

Lukas Purwoto adalah dosen di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma. Baru saja lulus pada tahun 2011, menyelesaikan doktor di Program S3 Manajemen Universitas Gadjah Mada dengan konsentrasi Manajemen Keuangan. Menulis sejumlah artikel yang terbit di jurnal ilmiah. Mempunyai dua anak, yang masih bersekolah SMP dan SD, dan seorang istri, yang turut aktif mengurus suatu bisnis sosial. Keluarga juga mempunyai dan mengelola sejumlah usaha mikro/kecil dalam bentuk kemitraan yang berada di Bantul, Sleman, dan Yogyakarta.

PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL BAGI KAUM MUDA

Dr. Lukas Purwoto

Seperti bisnis komersial, wirausahawan sosial menerapkan langkah-langkah inovatif guna mencari peluang yang menciptakan nilai. Mirip dengan pemerintah, kewirausahaan sosial menyediakan layanan dan barang publik terutama pada orang yang kurang mampu secara ekonomi. Seperti organisasi relawan nirlaba, fitur umum kewirausahaan sosial ialah pada misi sosial. Namun tidak seperti wirausahawan bisnis komersial, kewirausahaan sosial mempunyai tujuan utama pada penciptaan nilai sosial. Tidak mirip dengan pemerintah yang melaksanakan program dari atas ke bawah, wirausahawan sosial melibatkan diri pada masalah dari bawah ke atas. Begitu juga tidak seperti organisasi filantropi murni, wirausahawan sosial menciptakan model inovatif bisnis dalam menghadapi masalah sosial.



Penerbit USD
Kompleks Sanata Dharma
Jl. STM Pembangunan (Mrican) 1A,
Gejayan Yogyakarta 55281
e-mail: publisher@usd.ac.id

ISBN 978-602-9187-11-3

