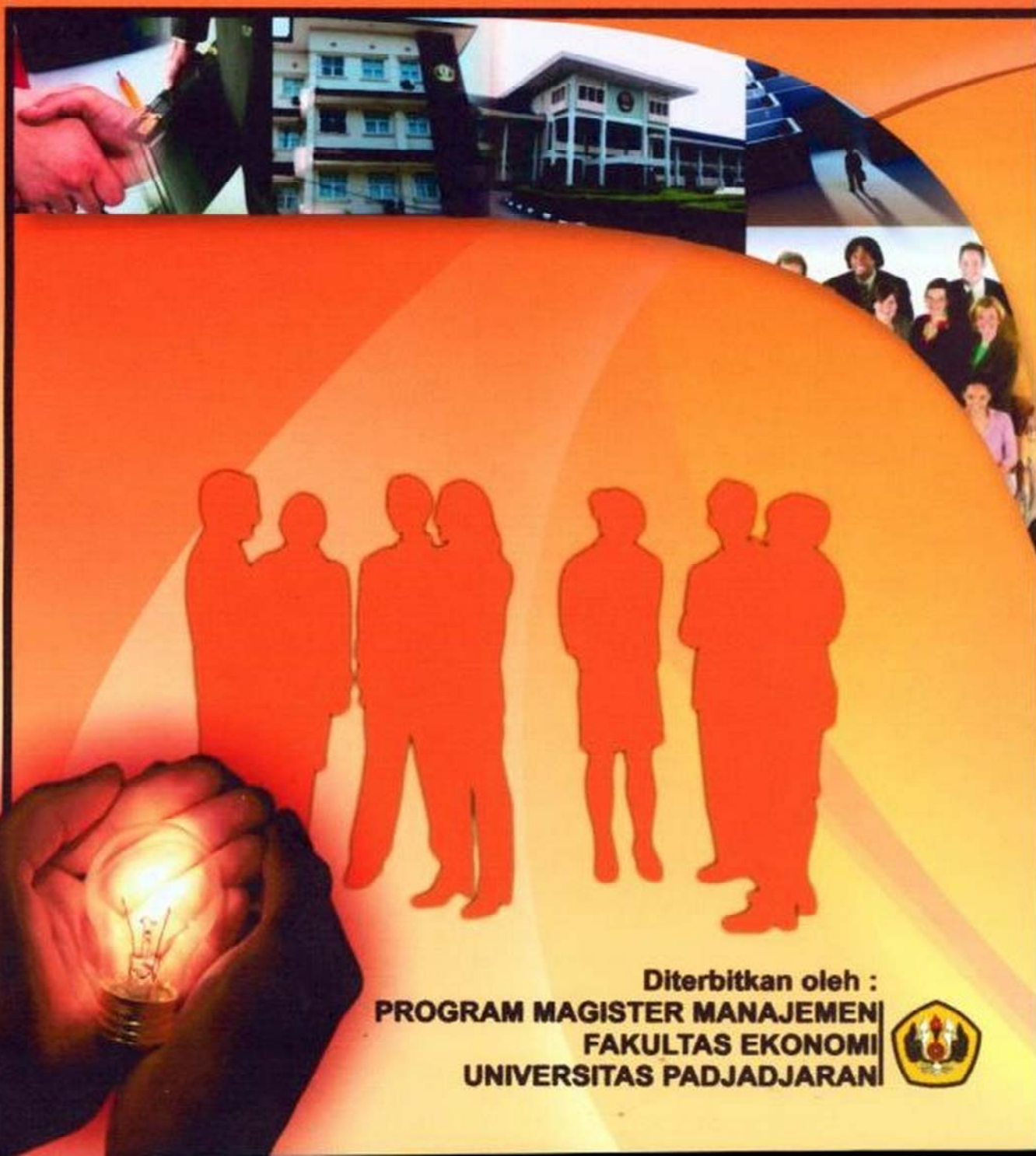


B U L E T I N

Manajemen

KEWIRAUSAHAAN

EDISI SEPTEMBER 2010



Diterbitkan oleh :
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PADJADJARAN



DAFTAR ISI

Daftar Isi	i
Profil Konsentrasi Manajemen Kewirausahaan	1
Visi	1
Misi	1
Mata Kuliah Konsentrasi	1
Tim Pengajar	2
Pengelolaan Inovasi Menuju Keunggulan Kompetitif	3
- Yuyun Wirasasmita	
Pengaruh Jiwa Intrapreneurship Karyawan Dan Budaya Organisasi Terhadap Produktivitas Di PT. Aarti Jaya	5
- Ira Paramarti	
- Yuyun Wirasasmita	
- Yunizar	
Kewirausahaan Sosial: Sebuah Tinjauan Analitis	16
- Tubagus Alan Satria Nugraha	
- Tenti Utami	
- Yunizar	

PROFIL

Konsentrasi Manajemen Kewirausahaan

VISI

Mensosialisasikan dan menerapkan kewirausahaan dalam segala bidang untuk akselerasi pembangunan. Kewirausahaan adalah “*Way of Thinking*” yang mengacu kepada pengidentifikasian peluang (*Opportunity Driven*) dan mewujudkannya sehingga memberikan nilai yang signifikan kepada pemrakarsanya dan masyarakat.

MISI

- ❖ Menggalakkan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan seluas-luasnya kepada masyarakat. Termasuk masyarakat kampus/para mahasiswa
- ❖ Konsentrasi kewirausahaan yang dikelola program MM untuk menghasilkan sarjana kualifikasi S2 yang ingin menjadi:
- ❖ Ultrapreneur yaitu entrepreneur dengan skala nasional dan internasional (*Global Entrepreneur*)
- ❖ Intrapreneur: yaitu manajer yang berwawasan entrepreneur, yaitu mengembangkan *entrepreneurship* di perusahaan-perusahaan
- ❖ Menjadi karyawan pemerintah/perbankan/lembaga non pemerintah yang ditugasi mengembangkan kewirausahaan

MATA KULIAH KONSENTRASI

1. Ilmu dan Seni Kewirausahaan (3SKC)
2. Manajemen Kreativitas dan Inovasi (3SKC)
3. Perencanaan & Simulasi Bisnis (3SKC)
4. Global Enterpreneur (3SKC)

Deskripsi Mata Kuliah:

1. Ilmu dan Seni Kewirausahaan (3 SKS)

Memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang kewirausahaan, serta meningkatkan kemampuan dalam menganalisis profil kewirausahaan; etika kewirausahaan; dimensi global kewirausahaan; serta meningkatkan kreativitas melalui pola pikir kewirausahaan (*Entrepreneurial Mind*) dalam rangka membantu untuk mewujudkan gagasan/ide menjadi realitas. Menjadi seorang wirausaha akan lebih daripada sebuah pekerjaan atau karier, karena akan mampu mengakses pasar, mengembangkan rencana pemasaran; perencanaan strategik; menganalisis isu-isu finansial, dan peluang-peluang usaha baik nasional maupun internasional, sehingga dapat menyusun rencana usaha, serta mengungkap dan memecahkan persoalan tentang kasus-kasus yang berkaitan dengan kewirausahaan.

Topik-topik yang dibahas mencakup: Konsep Kewirausahaan; Proses Kewirausahaan; Karakteristik dan Motivasi Kewirausahaan; Etika dan Tanggung Jawab Sosial; Kewirausahaan, Pemikiran Kewirausahaan dari Gagasan ke Realitas; Pengaksesan Pasar dan Peluang Pasar; Perencanaan Pasar dan Strategi Pemasaran; Perencanaan Strategik dan Akuisisi Perusahaan yang ada; Menciptakan Perencanaan Finansial yang Solid; Manajemen Aliran Kas; Membangun Organisasi Entrepreneurial; Sumber Modal Sendiri dan Metode Pembiayaan Perusahaan Baru; Pemeliharaan dan Pengembangan Usaha (*Structuring Seed and Venture Deals*); *Strategi Exit* : Dijual dan Sukses.

2. Manajemen Kreativitas dan Inovasi (3 SKS)

Mengembangkan potensi kreatif dan merangsang inovasi melalui “suara hati” yang merupakan bisikan rahasia untuk mencapai keberhasilan, sebagai perwujudan individu yang memiliki jiwa wirausaha. Dengan demikian perlu diberikan pengetahuan serta pemahaman tentang pentingnya kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. Kreativitas, lebih dari yang disadari oleh sebagian besar orang, meskipun tidak saling percaya satu sama lain, para penyadur (adaptor) dan inovator adalah

orang yang kreatif. Kemudian, mengetahui dan memahami pula tentang bagaimana cara manajemen dapat mengembangkan dan mendukung lingkungan yang kreatif, agar karyawan memperlihatkan kreativitas, prakarsa, kaya sumber, dan mengerjakan segala sesuatu di luar wewenang tanggung jawab serta di luar struktur perintah, tapi tetap berada dalam pengendalian manajemen. Dengan menyadari bentuk-bentuk kreatif, maka mereka yang berjiwa wirausaha dapat menyesuaikan kemampuan karyawannya dengan kebutuhan organisasi.

Pembahasan materi tentang manajemen kreativitas; Pengembangan potensi kreatif; Kreativitas dan keselarasan dalam rangka mencari keseimbangan; Mengelola orang-orang kreatif; dan Menuai imajinasi untuk memecahkan masalah dengan kreatif. Selanjutnya, membahas juga tentang: keunikan inovasi berdasarkan pengetahuan; cara manajemen mempengaruhi penciptaan gagasan; merangsang inovasi agar tumbuh gairah dalam mencari gagasan-gagasan yang baik dalam suatu organisasi; serta efektif dalam mengelola inovasi.

3. Kewirausahaan Global (3 SKS)

Berkembangnya bisnis secara global menuntut manajer-manajer yang memiliki wawasan bisnis global. Mata kuliah ini membahas berbagai aspek terkait dengan kegiatan bisnis secara global, diantaranya analisis pasar global, strategi memenangkan persaingan global, pemasaran berbasis pada penggunaan IT, serta pengetahuan manajemen lintas budaya.

4. Perencanaan dan Simulasi Bisnis (3 SKS)

Memberikan pengetahuan serta kemampuan dalam menyusun Perencanaan Bisnis yang merupakan studi dari suatu organisasi sebagai pedoman dalam melaksanakan aktivitasnya, kemudian dituangkan dalam bentuk program pelaksanaan dengan melakukan penggabungan dari berbagai faktor pada kondisi dan situasi saat ini dan masa yang akan datang dalam rangka mencapai suatu hasil tertentu. Dengan memahami Lima Poin Model Perencanaan Bisnis (*The Five-star Model Business Planning*), yang meliputi *Feasibility, Direction, Operation, System, dan Growth & Contingencies*. Kemudian pemahaman tentang tiga komponen utama dalam Perencanaan Bisnis, yang terdiri dari : Aims (penetapan tujuan), Analysis, dan Action. Dengan demikian, diharapkan dapat terbentuk perencanaan bisnis yang siap untuk diaplikasikan, sebagai realisasi dari gagasannya yang menjadi tujuan dari seorang wirausaha.

Ruang lingkup materi yang dibahas dalam perencanaan bisnis, diantaranya: Menentukan misi dan tujuan yang akan dicapai; Menentukan sasaran pasar yang akan dicapai; Merencanakan strategi pemasarannya. Kemudian membahas tentang analisis lingkungan dari organisasi bisnis baik internal maupun eksternal, sehingga diharapkan akan mampu menganalisis peluang-peluang yang ada di pasar sasaran. Pembahasan berikutnya adalah perencanaan mengenai Keuangan, Organisasi, Pengelolaan Sumber Daya Manusia, serta Sistem operasinya yang dapat mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Perencanaan bisnis dapat membantu menetapkan hasil-hasil yang tepat, dengan dukungan dari setiap orang dalam organisasi yang menyadari tanggung jawabnya atas tugas-tugas tertentu.

TIM PENGAJAR

- ❖ Ketua : Prof. Dr. Yuyun Wirasasmita, M.Sc.
- ❖ Sekretaris : Yunizar, S.E., M.Sc., Ph.D.
- ❖ Pengajar : 1. Prof. Dr. Yuyun Wirasasmita, M.Sc.
2. Prof. Dr. Maman Kusman, S.E., M.B.A.
3. Prof. Dr. Yuyus Suryana, S.E., M.S.
4. Dr. Tatang Sulaeman, S.E.
5. Yunizar S.E., M.Sc., Ph.D.
6. Harry Suharman, S.E., M.A., Ak.
7. Sutisna, S.E., M.S.

PENGELOLAAN INOVASI MENUJU KEUNGGULAN KOMPETITIF

Oleh :
Yuyun Wirasasmita

I. Mengapa Inovasi Penting/*Why Innovation Matters ?*

Ungkapan-ungkapan "*Innovate now or pay later*" (inovasi sekarang atau membayar kemudian) atau "*innovate or evaporate*" (inovasi atau menguap) telah disuarakan oleh manajer-manajer yang berpengalaman dalam bidang bisnis.

Perusahaan-perusahaan yang mengalami kesulitan, yaitu mengalami penurunan daya saing pada umumnya adalah perusahaan yang merasa mencapai comfort zone karena keberhasilan-keberhasilan pada masa lampau.

Tetapi memasuki abad XXI ini suatu fenomena baru dirasakan bahwa tingkat penurunan daya saing semakin cepat. *Life cycle* dari produk hanya dalam hitungan bulan.

Suatu fenomena baru memasuki abad XXI:

1. Tingkat kompetisi yang semakin dahsyat
2. Teknologi baru dihasilkan dalam tempo yang lebih singkat
3. Pasar dan kondisi ekonomi seluruh dunia menjadi lebih tidak stabil
4. Bisnis semakin mengglobal
5. Komposisi pekerjaan terus berubah, demikian juga nilai-nilai karyawan dan harapannya
6. Lingkungan usaha mengalami perubahan-perubahan drastis, sehingga semakin kompleks
7. Setiap aspek bisnis mengalami perubahan-perubahan drastis

Fenomena di atas merupakan tantangan sekaligus juga peluang yang dihadapi setiap aspek bisnis dari mulai strategi dasar sampai kepada kegiatan-kegiatan rutin. Menghadapi tantangan-tantangan di atas bagaimana perusahaan dapat bertahan dan maju. Jawabannya : "*They must be innovative*". Suatu pilihan yang sulit antara kemajuan/*prosper* dan kehancuran/*evaporate*. Tetapi inovasi ha-nya dapat terjadi dalam suatu sistem yang terkait dengan komitmen dari para manajer, struktur organisasi yang kondusif, kemampuan pengidentifikasian dan pemanfaatan sumber-sumber inovasi, sumber daya manusia yang kreatif, dan lain-lain.

Bukti-bukti bahwa inovasi telah membawa perusahaan kepada kejayaan telah banyak diungkap. Inovasi telah menghasilkan berbagai produk dengan varian yang beragam, memenuhi kebutuhan pasar. Telah dicontohkan oleh Toyota yang telah menghasilkan berbagai jenis kendaraan untuk pasar Amerika. Demikian juga Nokia yang telah meng-hasilkan berbagai jenis handphone, atau Sony yang telah menghasilkan 50 model portable audio player.

Penelitian lebih lanjut mengemukakan bahwa 30% dari penjualan dan laba karena keberhasilan inovasi baik dalam proses maupun dalam produk. Tetapi kemudian difahami juga bahwa dampak inovasi tidak hanya untuk kemajuan perusahaan, tetapi juga berdampak terhadap kemajuan negara sebagai keseluruhan. Seperti diungkap oleh Baumol : "*Virtually all of the economic growth that has occurred since the eighteenth century is ultimately attributable to innovation*".

Kesimpulan inovasi secara konsisten merupakan ingredient/unsur yang penting untuk meningkatkan kemampuan bertahan dan pertumbuhan perusahaan, hal ini berlaku juga untuk negara dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.

II. Apa Yang Disebut Inovasi ? Apa Yang Disebut Kreativitas ?

Pertama, perlu dipahami bahwa antara kreativitas dan inovasi tidak terpisahkan. Kreativitas adalah batu loncatan untuk inovasi (*creativity is the springboard for innovation*). Inovasi akan mati/berhenti tanpa kreativitas (*innovation will die without creativity*). Perlu pula dipahami lingkup inovasi tidak terbatas dalam produk atau proses saja, tetapi meliputi berbagai aspek manajemen seperti inovasi dalam struktur organisasi, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen keuangan. Demikian juga disiplin ilmu yang diperlukan untuk inovasi adalah multidisiplin.

Kreativitas sering didefinisikan sebagai kemampuan menghasilkan gagasan baru yang bermanfaat. Tingkat kebaruan/ *novelty* dan kemanfaatan/*value* dari gagasan menjadi ciri kecanggihan kreativitas. Gagasan yang dihasilkan ditindak lanjuti menjadi "*Workable concept*" atau gagasan yang dapat dioperasional. "*Workable concept*" ditindaklanjuti menjadi "*Invention*", dari *invention* ditindak lanjuti menjadi inovasi. Sehingga inovasi dapat didefinisikan : *Innovation = Invention + Implementation/Commercialization*. Apabila kreativitas menghasilkan sesuatu yang bermanfaat/berguna, inovasi menghasilkan sesuatu yang sangat berguna/bermanfaat untuk semua pihak. Sering juga *didefinisikan creativity: thinking new thing, innovation: doing new thing*.

Jenis inovasi mengacu kepada proses dan produk yang dihasilkan. Kita mengenal : *incremental innovations, radical/ discon-*

tinuous innovations dan breakthrough innovations.

Incremental innovation adalah inovasi yang dikerjakan secara bertahap, yang menghasilkan perbaikan-perbaikan baik yang kecil atau sampai kepada perbaikan-perbaikan yang besar. *Radical/discontinuous innovation* adalah inovasi yang membawa dampak terhadap penemuan-penemuan/ inovasi sebelumnya menjadi usang/*obsolete*. Disebut juga *destructive innovation*. *Breakthrough innovation*, penemuan yang memungkinkan tumbuhnya industri-industri baru.

III. Sumber-Sumber Inovasi (*Sources of Innovation*)

Diktum Peter Drucker : "*every organization - not just business- needs one core competence : Innovation*". Ungkapan Peter Drucker tidak dapat diragukan lagi. Tetapi masalahnya bagaimana inovasi dihasilkan dan dimana sumber-sumber inovasi. Para pakar mengatakan bahwa inovasi datang dari berbagai sumber.

Teori-teori tentang inovasi: menurut Gaynor misalnya untuk terjadinya inovasi harus ada budaya/culture, sumber-sumber, infrastruktur dan proses. Menurut dia kehadiran inovasi dapat didesain/dipolakan dengan memperhatikan unsur-unsur/variabel tadi. Kebutuhan inovasi karena adanya kebutuhan atau frustrasi/masalah yang memerlukan pemecahan (*frustation is the mother of innovation*). Sumber inovasinya sendiri adalah individual, lembaga seperti perusahaan, lembaga penelitian, universitas. Diantara sumber-sumber tersebut individu merupakan sumber utama, tetapi hanya dapat menghasilkan inovasi apabila ada dalam organisasi yang memungkinkan terjadinya inovasi.

Individu-individu yang mempunyai potensi untuk menghasilkan inovasi adalah individu yang menguasai teknik-teknik pengem-

bangun kreativitas seperti teknik *brainstorming*, *mind mapping*, metode *check lists Osborn*, metode *morphology*, dan sebagainya. Individu-individu yang mempunyai potensi sebagai inovator juga memiliki sifat tertentu seperti sifat-sifat : keingintahuan yang tinggi, keterbukaan terhadap pengalaman, toleran terhadap ketidakpastian, kemandirian dalam berfikir dan bertindak dan lain-lain.

Sumber inovasi juga karena adanya interaksi antara perusahaan yang saling membutuhkan sehingga terjadi pengelompokan/cluster. Cluster-cluster ini sangat potensial sebagai sumber inovasi, baik untuk inovasi yang didorong oleh pasar (*demand pull innovation*) atau yang didorong oleh pengembangan ilmu (*science push innovation*). Apabila sumber-sumber inovasi telah dapat diidentifikasi, persoalannya bagaimana menyusun organisasi untuk menghasilkan inovasi.

IV. Menyusun Organisasi Untuk Mendorong Inovasi

Merencanakan inovasi memerlukan suatu proses. Proses inovasi biasanya dimulai dengan pengidentifikasian masalah, perumusan gagasan, konseptualisasi, pengembangan, pengujian, diakhiri dengan peluncuran produk.

Untuk pelaksanaannya memerlukan penyusunan organisasi yang dapat mendorong ke arah tersebut. Di sini hanya akan dibahas persyaratan tentang komponen-komponen yang diperlukan dalam suatu organisasi. Diantara komponen dari organisasi yang berpotensi mendorong inovasi antara lain yang terpenting :

1. Visi bersama, kepemimpinan dan kehendak berinovasi (*shared visions, leadership, the will to onnovate*)

Diperlukan visi bersama sebagai pengikat sekaligus pedoman arah yang dituju. Inovasi merupakan kebutuhan untuk suatu organisasi untuk bisa bertahan dan tumbuh, tiada hari tanpa inovasi. Diperlukan kepemimpinan yang menghargai orang-orang yang inovatif, memelihara komunikasi dua arah, memiliki komitmen yang kuat untuk berinovasi.

2. Struktur organisasi yang fleksibel

Disamping pendelegasian wewenang, struktur yang bersifat organik sebagai kebalikan struktur organisasi yang bersifat mekanistik, potensial untuk mendorong inovasi.

3. Individu-individu kreatif

Mengadakan pelatihan-pelatihan penguasaan teknik-teknik kreativitas seperti *logical framework approach*, *mind mapping*, *brainstorming* dan lain-lain.

4. Kerjasama tim.

Mendorong kerjasama tim. Gagasan berasal dari perorangan. Akan tetapi untuk sampai kepada inovasi diperlukan tim. *Innovation = invention + implementation/commercialization* adalah produk dari suatu tim.

5. Keterlibatan yang tinggi dari semua bagian.

Inovasi memerlukan keterlibatan semua pihak dan berbagai disiplin ilmu.

6. Iklim inovatif

Sikap pimpinan terhadap lingkungan, menciptakan iklim kreatif dengan menghargai kreativitas dan penghargaan terhadap orang-orang kreatif, menghindari ketegangan/fleksibel/toleran terhadap kegagalan.

7. Sumber-sumber/resources termasuk dana yang memadai.

Dengan memperhatikan unsur-unsur tersebut organisasi mempunyai potensi untuk merealisasikan potensi inovatif.

V. Purwa Wacana (*Final Thought*)

Kapabilitas untuk menghasilkan inovasi tidak mudah. Bukan tugas sekali jadi, memerlukan proses dan usaha yang terus menerus, juga memerlukan usaha untuk terus memelihara momentum yang telah dibangun dengan cermat. Tidak ada organisasi yang sempurna untuk menjamin dihasilkannya inovasi, tetapi selalu ada peluang untuk bereksperimen dan perbaikan yang terus menerus.

Bacaan :

Baumol W (2002): *The Free Market Innovation Machine*, Princeton University Press

1. Christensen C (2002): *The Innovator's Dilemma*. Harvard Business School Press
2. Van de Ven (2002) : *The Innovation Journey*. Oxford Press
3. Richards T (1997) : *Creativity and Problem Solving at Work*. Gower, Aldershot
4. Gaynor, H Gerard (2002) : *Innovation by Design*. Amacom.

PENGARUH JIWA INTRAPRENEURSHIP KARYAWAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP PRODUKTIVITAS DI PT. AARTI JAYA

Oleh :
Ira Paramarti -
Yuyun Wirasmita -
Yunizar -

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh jiwa intrapreneurship karyawan dan budaya organisasi terhadap produktivitas di PT. Aarti Jaya, baik secara simultan maupun secara parsial.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif verifikatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menjawab dan mengungkapkan bagaimana jiwa intrapreneurship karyawan, budaya organisasi dan produktivitas di PT. Aarti Jaya. Sedangkan tujuan verifikatif untuk mengungkap bagaimana pengaruh dari jiwa intrapreneurship karyawan dan budaya organisasi terhadap produktivitas. Pengumpulan data menggunakan metode survey dengan sumber data primer dan sekunder, dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 126 responden, yaitu karyawan PT. Aarti Jaya. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh jiwa intrapreneurship karyawan dan budaya organisasi terhadap produktivitas adalah sebesar 68,26%.

Kata Kunci : Jiwa *Intrapreneurship* Karyawan, Budaya Organisasi, Produktivitas

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan garmen merupakan salah satu industri yang penting dalam perekonomian Indonesia. Perusahaan garmen harus mampu menghadapi berbagai perubahan besar dalam perekonomian internasional, adanya ACFTA (ASEAN-China Free Trade Agreement) akan berdampak pada perkembangan industri garmen. Mengingat potensi pasar yang demikian besar maka persaingan produk garmen di pasar duniapun sangat ketat, oleh karena itu perusahaan garmen dituntut untuk memiliki produktivitas, kualitas, dan daya saing yang tinggi.

Produktivitas merupakan hasil kerja karyawan sehingga peranan jiwa *intrapreneurship* dan budaya organisasi sangat dibutuhkan untuk mendukung karyawan

dalam bekerja agar menghasilkan produktivitas yang tinggi.

Membangun jiwa *intrapreneurship* akan membuat karyawan efektif dalam bekerja, *intrapreneur* membantu karyawan yang mempunyai ide-ide bagus menyalurkan sumber daya perusahaan untuk membangun produk-produk yang lebih unggul. Budaya organisasi merupakan cerminan dari bagaimana cara manajer dan karyawan memandang organisasi mereka. Organisasi-organisasi yang berbagi tanggung jawab secara terbuka dan jujur menuntun industri mereka ke dalam kualitas dan produktivitas.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh jiwa *intrapreneurship* karyawan dan budaya organisasi terhadap produktivitas di PT. Aarti Jaya.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah penelitian secara jelas dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana jiwa *intrapreneurship* karyawan, budaya organisasi dan produktivitas di PT. Aarti Jaya.
2. Bagaimana pengaruh jiwa *intrapreneurship* karyawan dan budaya organisasi baik secara simultan maupun parsial terhadap produktivitas di PT. Aarti Jaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana jiwa *intrapreneurship* karyawan, budaya organisasi dan produktivitas di PT. Aarti Jaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana jiwa *intrapreneurship* karyawan dan budaya organisasi baik secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap produktivitas di PT. Aarti Jaya.

II. Kajian Pustaka

2.1 Intrapreneurship

Menurut Antonic dan Hisrich (2003) *intrapreneurship* adalah "*Intrapreneurship refers to emergent behavioural intentions and behaviours that are related to departures from the customary ways of doing business in existing organizations.*" (*Intrapreneurship* sebagai kewirausahaan yang terjadi di dalam organisasi yang merupakan jembatan kesenjangan antara ilmu dengan keinginan pasar).

2.2 Karakteristik *Intrapreneurship*

Antonic dan Hisrich (2003) mengemukakan karakteristik *intrapreneurship* sebagai berikut:

1. *Understands the environment* (memahami lingkungan).

2. *Visionary and flexible* (memiliki visi dan dapat menyesuaikan diri).
3. *Encourage team work* (mendorong terbentuknya kerja tim).
4. *Encourage open discussion* (mendorong terbentuknya diskusi terbuka).
5. *Builds a coalition of supporters* (membangun koalisi pendukung).
6. *Persists* (gigih).

2.3 Budaya Organisasi

Menurut Robbins (2001) budaya organisasi adalah "*Organizational culture refers to a system of shared meaning held by members that distinguishes the organization from other organizations.*" (Budaya organisasi sebagai suatu sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan organisasi itu dari organisasi-organisasi lain).

2.4 Karakteristik Budaya Organisasi

Robbins (2001) mengemukakan karakteristik budaya organisasi, yaitu :

1. *Innovation and risk taking* (inovasi dan pengambilan resiko).
2. *Attention to detail* (perhatian ke rincian).
3. *Outcome orientation* (orientasi hasil).
4. *People orientation* (orientasi orang).
5. *Team orientation* (orientasi tim).
6. *Aggressiveness* (keagresifan).
7. *Stability* (kemantapan).

2.5 Produktivitas

Whitmore (dalam Sedarmayanti, 2001) mendefinisikan produktivitas adalah "*Productivity is a measure of the use of the resources of an organization and is usually expressed as a ratio of the output obtained by the use resources to the amount of the resources-employed.*" (Produktivitas sebagai suatu ukuran atas penggunaan sumber daya dalam suatu organisasi yang biasanya dinyatakan

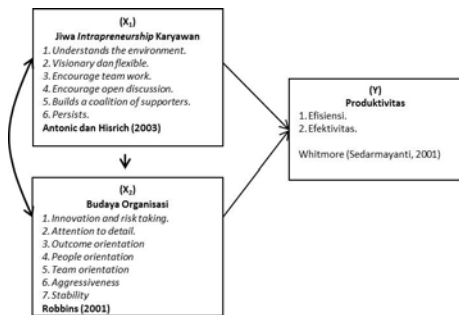
sebagai rasio dari keluaran yang dicapai dengan sumber daya yang digunakan).

2.6 Dimensi Produktivitas

Whitmore (dalam Sedarmayanti, 2001) menyatakan dimensi produktivitas terbagi atas :

1. Efektivitas.
2. Efisiensi.

2.7 Kerangka Pemikiran



2.8 Hipotesis

1. “Ada pencapaian jiwa *intrapreneurship* karyawan di PT. Aarti jaya.”
 “Ada *pencapaian* budaya organisasi di PT. Aarti jaya.”
 “Ada *pencapaian* produktivitas di PT. Aarti jaya.”
2. “Jiwa *intrapreneurship* karyawan berpengaruh positif terhadap produktivitas di PT. Aarti jaya.”
 “*Budaya* organisasi berpengaruh positif terhadap produktivitas di PT. Aarti Jaya.”
 “Jiwa *intrapreneurship* karyawan dan budaya organisasi berpengaruh baik secara simultan maupun parsial terhadap produktivitas di PT. Aarti Jaya.”

III. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan

Jenis penelitian yang dilakukan ada penelitian ini adalah deskriptif-verifikatif. Penelitian deskriptif untuk mengungkapkan

kondisi variabel penelitian pada saat dilakukan, sedangkan penelitian verifikatif untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Untuk memperoleh kesimpulan dalam menjawab hipotesis penelitian digunakan metode penelitian *survey*.

3.2 Cara Penentuan Data

Penelitian ini menggunakan sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2003) sampling jenuh yaitu suatu teknik di mana memilih seluruh anggota populasi sebagai sampel, yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan PT. Aarti Jaya, yaitu sebanyak 126 orang.

3.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilita

Validitas menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka alat ukur tersebut semakin valid sarannya atau semakin menunjukkan ketepatan apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas menggunakan rumus korelasi pearson, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Bila suatu butir/item pertanyaan mempunyai korelasi Pearson (r) > 0.3 maka butir pertanyaan itu dikatakan valid, jika r < 0.3 maka tidak valid.

Reliabilitas adalah tingkat keterpercayaan hasil suatu pengukuran, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Pengujian reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach, yaitu :

$$\alpha = \left[\frac{N}{N - 1} \right] \left[\frac{\sum \sigma_{item}^2}{\sum \sigma_{total}^2} \right]$$

IV. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis Deskriptif Variabel Jiwa *Intrapreneurship* Karyawan

Dari hasil tanggapan responden diperoleh total skor untuk variabel jiwa *intrapreneurship* karyawan adalah 5400.

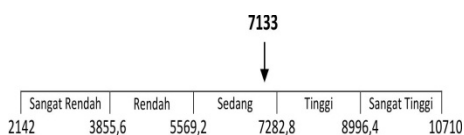
$$\begin{aligned} \text{Skor tertinggi} &= 5 \times 13 \times 126 = 8190 \\ \text{Skor terendah} &= 1 \times 13 \times 126 = 1638 \\ \text{Range} &= \frac{8190 - 1638}{5} = 1310,4 \end{aligned}$$

Jiwa *intrapreneurship* karyawan berada dalam kategori sedang, hal ini mengindikasikan bahwa tidak semua karyawan memiliki jiwa *intrapreneurship*, masih terdapat karyawan yang pasif dalam bekerja.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel Budaya Organisasi

Dari hasil tanggapan responden diperoleh total skor untuk variabel budaya organisasi adalah 7133.

$$\begin{aligned} \text{Skor tertinggi} &= 5 \times 17 \times 126 = 10710 \\ \text{Skor terendah} &= 1 \times 17 \times 126 = 2142 \\ \text{Range} &= \frac{10710 - 2142}{5} = 1713,6 \end{aligned}$$

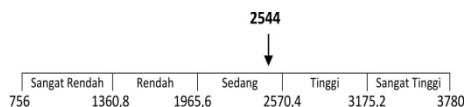


Budaya organisasi berada dalam kategori sedang, hal ini mengindikasikan bahwa budaya organisasi di perusahaan tidak terlalu melekat dalam setiap perilaku karyawannya.

4.3 Analisis Deskriptif Variabel Produktivitas

Dari hasil tanggapan responden diperoleh total skor untuk variabel produktivitas adalah 2544.

$$\begin{aligned} \text{Skor tertinggi} &= 5 \times 6 \times 126 = 3780 \\ \text{Skor terendah} &= 1 \times 6 \times 126 = 756 \\ \text{Range} &= \frac{3780 - 756}{5} = 604,8 \end{aligned}$$



Produktivitas berada dalam kategori, hal ini mengindikasikan bahwa produktivitas masih harus ditingkatkan karena dirasa masih kurang baik.

4.4 Hubungan Antar Variabel

Korelasi Bivariat

		JIWA INTRA PRENEURSHIP	BUDAYA ORGANISASI	PRODUKTIVITAS
JIWA INTRAPRE-NEURSHIP	Pearson Correlation	1	.719**	.612**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	126	126	126
BUDAYA ORGANISASI	Pearson Correlation	.719**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	126	126	126
PRODUK-TIVITAS	Pearson Correlation	.612**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	126	126	126

Kolerasi menunjukkan indikasi awal adanya hubungan antar variabel. Dari tabel terlihat bahwa kolerasi bivariat seluruh variabel adalah signifikan (probability dibawah 0,05).

4.5 Persamaan Jalur

Koefisien Jalur Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.019	1.123		2.688	.008
JIWA INTRAPREURSHIP	.018	.033	.040	.540	.590
BUDAYA ORGANISASI	.305	.028	.797	10.891	.000

a. Dependent Variabel : PRODUKTIVITAS

$$P_{y,\epsilon} \sqrt{1 - 0,682} = 0,5639$$

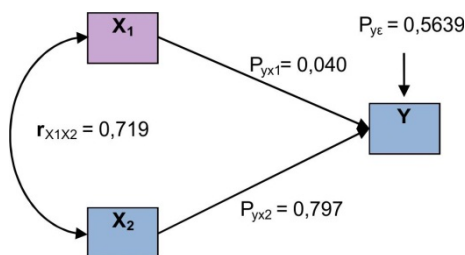


Diagram Jalur Jiwa *Intrapreneurship* Karyawan dan Budaya Organisasi Terhadap Produktivitas

4.6 Pengujian Hipotesis

1. Pengujian simultan dengan uji F

- $H_0 : P_{yx1} = P_{yx2} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara jiwa *intrapreneurship* karyawan dan budaya organisasi terhadap produktivitas).
- $H_1 : \text{Sekurang-kurangnya ada sebuah minimal } P_{yxi} \neq 0 ; i = 1, 2$ (Terdapat pengaruh yang signifikan antara jiwa *intrapreneurship* karyawan dan budaya organisasi terhadap produktivitas).

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k P_{yx_i} r_{yx_i}}{k (1 - \sum P_{yx_i} r_{yx_i})}$$

Pengujian Hipotesis Jiwa *Intrapreneurship* Karyawan dan Budaya Organisasi Terhadap Produktivitas

Hipotesis Alternatif	F Hitung	F Tabel	Ket.
X ₁ dan X ₂ secara simultan berpengaruh terhadap Y	131,783	3,0698	Diterima

- Karena nilai $F_{hitung} = 131,783 > F_{tabel} = 3,0698$ maka keputusan uji adalah hipotesis nol ditolak. Hasil uji dapat disimpulkan bahwa untuk jiwa *intrapreneurship* karyawan dan budaya organisasi secara simultan mempengaruhi produktivitas.

2. Pengujian parsial dengan uji t

- $H_0: P_{yx1} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh positif jiwa *intrapreneurship* karyawan terhadap produktivitas).
- $H_1: P_{yx1} \neq 0$ (Terdapat pengaruh positif jiwa *intrapreneurship* karyawan terhadap produktivitas).
- $H_0: P_{yx2} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh positif budaya organisasi terhadap produktivitas).
- $H_1: P_{yx2} \neq 0$ (Terdapat pengaruh positif budaya organisasi terhadap produktivitas).

$$t_i = \frac{P_{yx_i}}{\sqrt{(1 - R^2_{yx1...yxk}) CR_{ji}}}$$

Hasil Uji-t Pada Masing-Masing Variabel

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Hasil Pengujian
jiwa <i>intrapreneurship</i> karyawan	0,540	1,9794	Ditolak
budaya organisasi	10,891	1,9794	Diterima

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel jiwa *intrapreneurship* karyawan (X_1) lebih kecil dari nilai t_{tabel} , sedangkan nilai t_{hitung} untuk variabel budaya organisasi (X_2) lebih besar dari nilai t_{tabel} . Ini berarti variabel jiwa *intrapreneurship* karyawan (X_1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap produktivitas (Y), sedangkan variabel budaya organisasi (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap produktivitas (Y).

4.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Jiwa *Intrapreneurship* Karyawan dan Budaya Organisasi Terhadap Produktivitas

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total Pengaruh
X ₁	0,040	0,16%	2,24%	2,4%
X ₂	0,797	63,52%	2,24%	65,8%
Total				68,26%

Pengaruh Langsung

Jiwa *intrapreneurship* karyawan terhadap produktivitas di PT. Aarti Jaya sebesar 0,16% dan budaya organisasi terhadap produktivitas di PT. Aarti Jaya sebesar 63,52%.

Pengaruh Total

Pengaruh secara bersama-sama jiwa *intrapreneurship* karyawan dan budaya organisasi terhadap produktivitas di PT. Aarti Jaya sebesar 68,26%, sedangkan sisanya sebesar 31,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

V. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Jiwa *intrapreneurship* karyawan dan budaya organisasi PT. Aarti Jaya berada pada kategori sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak semua karyawan memiliki jiwa *intrapreneurship*, dan budaya organisasi tidak terlalu melekat dalam setiap perilaku karyawannya.
2. Secara simultan, jiwa *intrapreneurship* karyawan dan budaya organisasi berpengaruh terhadap produktivitas. Secara parsial, pengaruh budaya organisasi lebih besar daripada pengaruh jiwa *intrapreneurship* karyawan. Maka hal ini menunjukkan bahwa peningkatan produktivitas di PT. Aarti Jaya pada saat ini lebih di dorong oleh budaya organisasi yang diterima dan dirasakan oleh karyawan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan maka dapat diajukan saran-saran penelitian sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan jiwa *intrapreneurship* karyawan diperlukan hal-hal sebagai berikut :
 - a. Para pimpinan harus bersedia untuk mendengar dan menghargai ide-ide yang bagus, dari siapapun sumbernya.
 - b. Memberikan penghargaan pada mereka yang pantas.
 - c. Dikarenakan pengaruh jiwa *intrapreneurship* karyawan tidak signifikan, maka harus diadakan pelatihan *intrapreneurial*.
2. Walaupun budaya organisasi di PT. Aarti Jaya sudah cukup baik, akan tetapi pihak perusahaan tetap harus mengevaluasi budaya organisasi, sehingga budaya organisasi dapat terus dipertahankan. Bagi karyawan kontrak perlu lebih diperhatikan kesejahteraannya, sehingga mereka merasa bagian dari perusahaan dan timbul rasa memiliki terhadap PT. Aarti Jaya. Dengan adanya rasa memiliki, karyawan akan tergerak untuk menerap-

kan budaya organisasi dalam setiap perilakunya.

3. Dari hasil analisis statistik diketahui bahwa $P_{y\epsilon}$ sebesar 0,5639%, oleh karena itu disarankan kepada peneliti lain untuk meneliti lebih lanjut faktor-faktor residual yang mempengaruhi peningkatan produktivitas selain X_1 (jiwa *intrapreneurship* karyawan) dan X_2 (budaya organisasi) di PT. Aarti Jaya untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen kewirausahaan.

VI. Referensi

- Al-Rasyid, H. 1994. *Analisis Jalur(Path Analysis) sebagai Sarana Statistik dalam Analisis Kausal*. Bandung : LP3S Fakultas Ekonomi UNPAD.
- Arfida. 2003. *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Ghalia.
- B, Antonic dan Hisrich R.D. 2003. *Clarifying the Intrapreneurship Concept*. Journal of Small Business and Management, 10 (1): 7-24.
- Budihardjo, Andreas. 2003. *Peranan Budaya Perusahaan : Suatu Pendekatan Sistematis dalam Mengelola Perusahaan*. International Journal of Training and Development 9 ; 2. Prasetya Mulya Management Journal Vol. VIII No. 14.
- Bygrave, William D. 1994. *The Portable MBA in Entrepreneurship*. Singapore : John Wiley and Sons, Inc.
- Cooper, Donald R. 2006. *Business Research Methods*. 9th Edition. New York : The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Gomes, Faustino C. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Harris, Rebecca. 2009. *Intrapreneuring Offers Workers a Chance to Stretch Creative Muscles*. Pittsburgh Business Times.
- Hill, M.E. 2003. *The Development of an Instrument to Measure Intrapreneurship : Entrepreneurship Within the Corporate Setting*. Full Thesis Submitted in Fulfillment of The Requirement for the Degree Master of Arts in Industrial Psychology.

- Kountur, Ronny. 2004. *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta : PPM.
- Kreitner, Robert dan Angelo Kinicki. 2005. *Perilaku Organisasi (Organizational Behaviour)*. Edisi 5. Terjemahan Erly Suandy. Jakarta : Salemba Empat.
- Luthans, Fred. 2002. *Organizational Behaviour*. 9th Edition. Singapore : McGraw-Hill International.
- Markovska, Monika. 2008. *Intrapreneurship : Way of Work in Organizations for Improvement of Working Quality*. 5th International Scientific Conference Business and Management. Luthuania.
- McShane, Steven dan Mary Von Glinow. 2003. *Organizational Behaviour*. 2nd Edition. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Morris, Michael H. dan Donald F. Kuratko. 2002. *Corporate Entrepreneurship*. Mason, OH : South-Western College Publishers.
- Munandar, Ashar S. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta : UI Press.
- Ndraha, Taliziduhu. 2005. *Teori Budaya Organisasi*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Pinchot, Gifford. 1985. *Intrapreneuring : Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur*. New York : Harper and Row.
- Robbins, Stephen P. 2001. *Organizational Behaviour*. 7th Edition. Prentice Hall, Englewood Clifts, N.J.
- Salimun. 2000. *Multivariate Analysis : Structural Equation Modelling (SEM), Lisrel, dan Amos*. Malang : UM Press.
- Schein, Edgar H. 2004. *Organizational Culture and Leadership*. 3rd Edition. San Fransisco : Jossey-Bass.
- Schermerhorn, John R. 2008. *Management*. 9th Edition. Ohio: Ohio University.
- Sedarmayanti. 2001. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Mandar Maju.
- Sinungan, Muchdarsyah. 2005. *Produktivitas Apa dan Bagaimana*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sitepu, Nirwana SK. 1994. *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Jurusan Statistika FMIPA UNPAD.
- Stoner, James A.F., R. Edward Freeman, Gilbert Jr, Daniel R. 1996. *Manajemen*. Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro. Jakarta : Prenhallindo.
- Sugiyono. 2003 . *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Timpe, A Dale. 2002. *Seri Manajemen Sumber Daya Manusia : Seri 7 Produktivitas*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Winardi, J. 2008. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta : Kencana.
- Winarto, Paulus. 2002. *First Step to be an Entrepreneur*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: SEBUAH TINJAUAN ANALITIS

Oleh:

Tubagus Alan Satria Nugraha -

Tenti Utami -

Yunizar -

“Di atas sendi yang ketiga dapat didirikan tonggak demokrasi ekonomi. Tidak lagi orang seorang atau satu golongan kecil yang mesti menguasai kehidupan orang banyak seperti sekarang, melainkan keperluan dan kemauan rakyat yang banyak harus menjadi pedoman perusahaan dan penghasilan. Sebab itu, segala tangkai penghasilan besar yang mengenai kehidupan rakyat harus berdasar pada milik bersama dan terletak di bawah penjagaan rakyat dengan perantaraan badan-badan perwakilannya” (Mohammad Hatta, 1932).

PENDAHULUAN

Kemiskinan, polusi, buta-huruf, atau pemanasan global adalah sebagian dari permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat dunia. Dalam perspektif ekonomi, permasalahan-permasalahan tersebut sesungguhnya adalah bentuk dari kegagalan pasar (*market failures*). Intervensi pemerintah dalam perekonomian baik di negara berkembang ataupun di negara maju seringkali gagal menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada secara menyeluruh.

Namun menyelesaikan masalah adalah sifat alamiah manusia¹. Fenomena yang terjadi adalah selalu muncul individu-individu yang memiliki inisiatif untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan di sekitarnya, baik secara perorangan atau berkelompok, dimana motifnya bukanlah untuk mendapatkan *profit* namun terpenuhinya *social utility*. Untuk dapat menyelesaikan suatu permasalahan tentunya individu-individu tadi membutuhkan cara-cara yang spesifik, salah satunya adalah dengan menggunakan kegiatan usaha (*business*) sebagai alat untuk menciptakan nilai-nilai (sosial) dalam rangka mencapai tujuan-tujuan sosial yang diharapkan. Hal inilah yang biasa disebut dengan istilah kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*).

Konsep kewirausahaan sosial pertama kali berkembang di Inggris pada tahun 1840an². Di Indonesia konsep ini menjadi sesuatu yang “baru tapi lama”, dimana konsep kewirausahaan sosial sebenarnya identik dengan konsep koperasi yang merupakan perwujudan ideal dari UUD 1945 Pasal 33 Ayat 1, yang ironisnya semakin tenggelam seiring perjalanan sejarah perekonomian Indonesia. Kebanyakan masyarakat Indonesia dan juga para pengambil kebijakannya cenderung melihat tujuan kewirausahaan sebatas pada *economic value creation* dan *profit maximization* dengan titik berat kepentingan pada *shareholders* seperti cara pandang ekonomi neoklasik. Padahal kewirausahaan juga mempunyai potensi *social value creation* jika titik berat kepentingan dialihkan kepada kepentingan bersama (masyarakat), yaitu penyelesaian permasalahan-permasalahan sosial.

Makalah ini akan mengulas kewirausahaan sosial pertama-tama dengan menjelaskan konsepsi pengertian dan pendefinisian, kemudian melakukan tinjauan analitis berdasarkan sejarah perkembangannya dan permasalahan-permasalahan yang dihadapi terutama berdasarkan pengalaman empiris di Inggris sebagai negara yang pertamakali melembagakan kewirausahaan sosial. Terakhir akan dianalisis potensi kontribusi

¹http://en.wikipedia.org/wiki/Problem_solving

² Li & Wong, *Social Enterprise Policies of The UK, Spain, and Hong Kong*, Legislative Council of Hong Kong, 2007, hal 3.

kewirausahaan sosial di Indonesia. Diharapkan makalah ini dapat memberikan sudut pandang baru mengenai bentuk lain kewirausahaan untuk kemudian menjadi inspirasi bagi para pelaku wirausaha, pengambil kebijakan, serta masyarakat pada umumnya dalam menghadapi permasalahan-permasalahan sosial yang ada.

Makalah ini disusun dengan metode penelitian sekunder melalui studi kepustakaan (termasuk pencarian data dengan internet) dengan pendekatan deskriptif-analitis, yang biasa digunakan dalam penelitian-penelitian sosial. Tujuan metode penelitian dengan pendekatan deskriptif-analitis adalah memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan diantara fenomena-fenomena yang diselidiki³.

KONSEPSI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

Untuk dapat menjelaskan pengertian mendasar dari kewirausahaan sosial tentunya harus dimulai dengan menjelaskan pengertian kewirausahaan itu sendiri. Jiwa dari kewirausahaan adalah konsep *value creation*. Hal ini pula yang menjadi ide dasar bagi Jean-Baptiste Say ketika mencetuskan terminologi *entrepreneur* pada awal abad ke-19⁴. Salah satu pengertian wirausahawan yang sering dijadikan acuan adalah definisi dari Joseph Schumpeter yang mengatakan bahwa wirausahawan adalah inovator, seseorang yang memperkenalkan teknologi kepada pasar, meningkatkan efisiensi dan produktifitas, atau menciptakan barang atau jasa baru⁵. Dalam definisi Schumpeter ini juga terlihat adanya faktor *value creation* dalam bentuk adaptasi teknologi, peningkatan efisiensi dan produktifitas, serta inovasi

produk dan jasa baru. Faktor lain adalah adanya keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*needs*) serta peluang (*opportunity*) seperti dalam definisi kewirausahaan yang dinyatakan oleh Robbin dan Coulter⁶. Dapat kita simpulkan inti dari kewirausahaan adalah *value creation* untuk pemenuhan kebutuhan dimana kebutuhan ini dilihat sebagai sebuah peluang.

Dari pengertian diatas kita melangkah kepada pengertian kewirausahaan sosial. Sama dengan pengertian kewirausahaan, kewirausahaan sosial adalah juga mengenai *value creation* untuk pemenuhan kebutuhan. Namun secara lebih spesifik, pemenuhan kebutuhan yang dimaksud adalah penyelesaian permasalahan-permasalahan sosial (*social issues*), yaitu suatu permasalahan, kontroversi, atau keduanya, yang berkaitan dengan norma sosial, yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi seseorang, beberapa, atau semua anggota dari suatu masyarakat⁷. Beberapa contoh permasalahan sosial adalah kemiskinan, polusi, pelanggaran hak asasi manusia, diskriminasi, atau pemanasan global.

Dalam kata lain, ketika seseorang berusaha menyelesaikan sebuah permasalahan sosial dengan bersikap sebagai seorang wirausaha, dengan karakter yang dikatakan oleh Peter Drucker: selalu melihat perubahan (termasuk adanya masalah sosial); melakukan respons atas perubahan itu; serta mengelolanya sebagai sebuah peluang⁸, maka proses tersebut adalah sebuah bentuk kewirausahaan sosial. Beberapa definisi baku dari kewirausahaan sosial diantaranya dikemukakan dalam laporan *Global Entrepreneurship Monitor*⁹, yaitu: kewirausahaan sosial adalah

³ Kenneth D. Bailey, *Methods of Social Research*, The Free Press, London, 1987, hal 38.

⁴ Martin & Osberg, *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*, Stanford Social Innovation Review, 2007, hal 31.

⁵ Deakins & Freel, 2009 dalam <http://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneur>.

⁶ Robbin & Coulter, *Management*, Prentice Hall, 2007, hal 44.

⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Social_issues

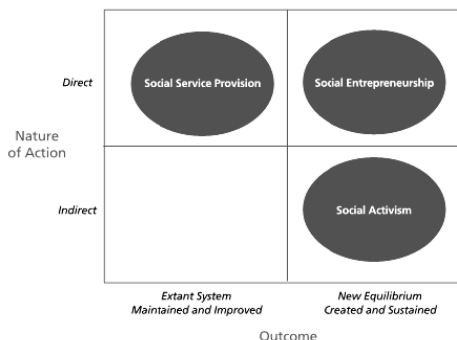
⁸ Gorgi Filipov, *Entrepreneurship And The Commercialization of Inventions And Research Results*, WIPO-IFIA International Symposium on The Commercialization of Inventions In The Global Market, 2002, hal 2.

⁹ Harding & Harding, *Social Entrepreneurship in the UK*, Delta Economics Report, 2008, hal 9.

upaya-upaya baik yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau perusahaan yang memiliki basis tujuan sosial dan komunitas, dimana *profit* yang didapatkan diinvestasikan kembali kepada aktifitas usaha itu sendiri bukan kepada investor. Definisi ini sama dengan definisi pemerintah Inggris¹⁰. Definisi menurut Andrew M. Wolk¹¹: kewirausahaan sosial adalah upaya dalam merespons kegagalan pasar dengan transformatif melalui inovasi yang *financially sustainable*, dengan tujuan menyelesaikan permasalahan sosial. Definisi menurut Wikipedia¹²: kewirausahaan sosial adalah upaya yang dilakukan oleh seseorang yang mencermati adanya suatu permasalahan sosial kemudian menerapkan prinsip-prinsip wirausaha untuk menciptakan dan mengatur sebuah usaha dalam rangka melakukan perubahan sosial.

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan adanya ciri spesifik yang dimiliki seorang wirausahawan sosial jika dibandingkan dengan aktivis sosial yaitu seorang wirausahawan sosial tidak hanya melakukan tindakan persuasif yang bersifat tidak langsung seperti kampanye, propaganda, atau penggalangan dukungan, namun secara aktif melakukan tindakan yang bersifat solutif terhadap permasalahan sosial yang ada. Ciri lain dalam kewirausahaan sosial adalah usaha yang dilakukan bersifat *sustainable* dalam pendanaan, sehingga tidak bergantung kepada dana dari pihak ketiga seperti pada sebuah yayasan. Sedangkan untuk membedakan wirausaha sosial dan wirausaha bisnis dapat dilihat dari ukuran keberhasilannya, yaitu jika wirausaha bisnis mengukur keberhasilan dari kinerja keuangannya (*profit* ataupun *sales*) maka wirausaha

sosial keberhasilannya diukur dari manfaat yang dirasakan oleh masyarakat¹³.



Gambar 1. Matriks Perbedaan Kewirausahaan Sosial, Aktivitas Sosial, dan Lembaga Jasa Sosial¹⁴

Kewirausahaan sosial adalah irisan dari tiga sektor dalam perekonomian yaitu: sektor swasta (bisnis), sektor publik (pemerintah), dan sektor ketiga yaitu sektor non-profit (*voluntary*).



Gambar 2. Keterkaitan Kewirausahaan Sosial Dengan Tiga Sektor Dalam Perekonomian¹⁵

¹⁰ Li & Wong, *Social Enterprise Policies of The UK, Spain, and Hong Kong*, Legislative Council of Hong Kong, 2007, hal Executive Summary.

¹¹ Andrew M. Wolk, *Social Entrepreneurship and Government: A New Breed of Entrepreneurs Developing Solutions to Social Problems*, The Small Business Economy, 2007, hal 151.

¹² http://en.wikipedia.org/wiki/Social_entrepreneurship

¹³ Setyanto P. Santosa, *Peran Social Entrepreneurship Dalam Pembangunan*, 2007, hal 1.

¹⁴ Martin & Osberg, *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*, Stanford Social Innovation Review, 2007, hal 38.

¹⁵ Andrew M. Wolk, *Social Entrepreneurship and Government: A New Breed of Entrepreneurs Developing Solutions to Social Problems*, The Small Business Economy, 2007, hal 164.

Apa yang dilakukan oleh Muhammad Yunus ketika mendirikan *Grameen Bank* di Bangladesh adalah sebuah contoh nyata yang sangat baik dalam menjelaskan kewirausahaan sosial. Yunus mampu melihat permasalahan ketiadaan akses pendanaan bagi usaha-usaha mikro yang dijalankan oleh perempuan-perempuan dari kelompok miskin di Bangladesh, kemudian mampu melihat fakta bahwa usaha-usaha mikro ini adalah usaha-usaha yang sehat dengan aliran keuangan yang baik sehingga bisa membayar cicilan secara reguler dengan baik ketika dipinjamkan sejumlah dana, Yunus juga melihat peluang bahwa usaha-usaha ini bisa berkembang dan bertambah jumlahnya jika diberikan akses pendanaan, dan bahkan usaha-usaha ini bisa menyerap tenaga kerja - tenaga kerja baru, memberikan penghasilan-penghasilan baru, sehingga pada akhirnya menjadi solusi nyata dari per-masalahan kemiskinan di Bangladesh. Kemudian Yunus melakukan tindakan dengan mendirikan bank kredit untuk usaha mikro, dimana keuntungan yang didapatkan terus bergulir untuk mengembangkan usaha-usaha mikro yang lainnya dan menumbuhkan usaha-usaha mikro baru. Yunus menyikapi permasalahan-permasalahan sosial sebagai seorang wirausahawan, persis seperti apa yang dikatakan oleh Drucker.

PERKEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL & PERMASALAHANNYA

Kewirausahaan sosial tentunya berkembang seiring dengan perkembangan peradaban manusia itu sendiri. karena adanya permasalahan sosial dan upaya manusia untuk menyelesaikannya adalah sesuatu yang alamiah dan pasti terjadi dalam intensitas yang berbeda-beda antara satu kelompok masyarakat dengan yang lainnya.

Jika merujuk pada pengertian kewirausahaan sosial seperti yang dijelaskan pada bagian sebe-

lumnya, beberapa referensi menyebutkan^{16,17,18}, salah satu perintis kegiatan kewirausahaan sosial adalah Robert Owen yang pada awal abad-19 menggagas gerakan koperasi di Inggris. Pada awalnya Owen adalah seorang wirausaha di bidang perdagangan kapas yang ingin mensejahterakan karyawannya dengan menempatkan mereka pada lingkungan yang nyaman dengan akses pendidikan yang baik untuk para karyawan dan anak-anaknya. Jadi tujuan sosial masih merupakan tujuan tambahan yang sifatnya *philantropist* dari kegiatan usahanya.

Kemudian Owen menetapkan tujuan sosial sebagai tujuan utama ketika dia mencoba menerapkan gagasan "*villages of co-operation*" pada dua komunitas masyarakat pekerja di Inggris dan Amerika Serikat, dimana para pekerja diharapkan dapat mengeluarkan diri mereka sendiri dari kemiskinan dengan cara menanam makanan mereka sendiri, membuat pakaian mereka sendiri, dan secara keseluruhan memenuhi kebutuhan mereka sendiri dengan melakukan usaha bersama berbasis komunitas wilayah desa¹⁹. Meskipun kedua usaha tersebut berakhir dengan kegagalan, namun gagasan Owen menginspirasi lahirnya gerakan koperasi di kalangan pekerja industri di Inggris.

Bisa disimpulkan dari fakta sejarah diatas bahwa konsep awal koperasi, yaitu usaha bersama untuk memenuhi kebutuhan bersama, adalah konsep yang sama dengan konsepsi dasar kewirausahaan sosial. Namun pada perkembangannya, koperasi dan kewirausahaan sosial seolah-olah berjalan sendiri-sendiri. Koperasi mengalami penyempitan arti sehingga sering dimaknai hanya sebagai

¹⁶ Setyanto P. Santosa, *Peran Social Entrepreneurship Dalam Pembangunan*, 2007, hal 1.

¹⁷ Li & Wong, *Social Enterprise Policies of The UK, Spain, and Hong Kong*, Legislative Council of Hong Kong, 2007, hal 1.

¹⁸ http://en.wikipedia.org/wiki/Social_entrepreneurship

¹⁹ http://en.wikipedia.org/wiki/Cooperative_movement

suatu entitas legal yang dimiliki dan dikontrol secara demokratis oleh para anggotanya²⁰. Kuatnya pengaruh kapitalisme dalam perekonomian dunia menyebabkan banyak koperasi saat ini telah kehilangan semangat sosialnya. Para anggota koperasi bersikap seperti pemegang saham perusahaan, kemudian mengupah orang-orang untuk menjadi pengurus koperasi dan menjadikan maksimalisasi *profit* sebagai tujuan utama, karena beranggapan semakin besar *profit* maka semakin sejahtera anggotanya. Kewirausahaan sosial lebih banyak dipraktekan oleh para *philantropist* melalui yayasan-yayasan sosial ataupun oleh aktivis-aktivis sosial.

Terminologi wirausahawan sosial (*social entrepreneur*) dan kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) sendiri pertamakali digunakan dalam literatur sosial pada tahun 1960-an dan kemudian digunakan secara luas pada tahun 1980 dan 1990-an oleh beberapa pelaku kewirausahaan sosial seperti Bill Drayton, pendiri *Ashoka*, sebuah organisasi penggiat kewirausahaan sosial internasional, dan Michael Young yang mendirikan *School for Social Entrepreneurs* di Inggris²¹. Saat ini kewirausahaan sosial telah menjadi salah satu sektor perekonomian yang telah diapresiasi perannya dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat dunia. Apresiasi ini ditegaskan oleh hadiah Nobel perdamaian pada tahun 2006 yang diberikan kepada Muhammad Yunus, pendiri *Grameen Bank* di Bangladesh, yang merupakan sebuah bentuk dari wirausaha sosial.

Selain Yunus, sebenarnya sangat banyak wirausahawan sosial lain yang kontribusinya diakui oleh masyarakat dunia, diantaranya Victoria Hale dengan *Institute for OneWorld Health*, Robert Redford dengan *Sundance Institute*, dan Abu Syauqi dengan *Rumah*

Zakat Indonesia. Namun perkembangan kewirausahaan sosial cenderung bersifat sporadik. Hal ini tidak lepas dari masih kurangnya dukungan dari pemerintahan negara-negara di dunia ataupun dari lembaga-lembaga formal internasional. Salah satu negara yang paling awal dalam melihat potensi dan memberikan dukungan kebijakan bagi perkembangan kewirausahaan sosial adalah Inggris.

Di Inggris perkembangan kewirausahaan sosial dapat dikatakan sangat pesat karena besarnya perhatian dan dukungan pemerintah. Selain itu pendirian sekolah khusus kewirausahaan sosial tahun 1997 oleh Michael Young, menyebabkan negara ini mempunyai sumber daya manusia dengan keahlian yang memadai di bidang kewirausahaan sosial, baik sebagai pelaku wirausaha sosial maupun sebagai pengambil kebijakan. Pemerintah Inggris sudah mengakomodir kegiatan kewirausahaan sosial sebagai sebuah sektor usaha tersendiri sejak awal tahun 1990-an dalam golongan "*social enterprise*", dengan mendefinisikan wirausaha sosial sebagai suatu bisnis dengan tujuan sosial²². Pada tahun 2001, Departemen Perdagangan dan Industri pemerintahan Inggris mendirikan *Social Enterprise Unit* untuk mengkoordinasi pihak-pihak yang terkait dengan sektor usaha sosial, mengidentifikasi isu-isu yang dihadapi, dan memberikan rekomendasi untuk menciptakan iklim yang kondusif bagi tumbuhnya usaha-usaha sosial baru dan menjaga keberlangsungan usaha-usaha sosial yang telah ada²³.

Terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh usaha-usaha sosial di Inggris, yaitu²⁴:

²² Li & Wong, *Social Enterprise Policies of The UK, Spain, and Hong Kong*, Legislative Council of Hong Kong, 2007, hal 3.

²³ *Ibid*, hal 3.

²⁴ *Ibid*, hal 7-8.

²⁰ <http://en.wikipedia.org/wiki/Cooperative>

²¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Social_entrepreneurship

1. Kurangnya pemahaman akan pe-ranan kewirausahaan sosial dari pihak-pihak yang terkait dengan sektor ini, akibatnya:
 - Para pengambil kebijakan meng-abai-kan potensi sektor ini dalam menye-lesaikan masalah-masalah sosial dan ekonomi.
 - Pelaku usaha tidak melihat usaha sosial sebagai rekanan potensial.
 - Penyedia jasa pendukung usaha tidak melihat usaha sosial sebagai klien potensial.
 - Penyedia jasa keuangan/pendanaan tidak memiliki keyakinan atas kepastian usaha dan resiko dari usaha-usaha sosial, sehingga ragu dalam memberikan pinjaman.
 - Lembaga sosial tidak menyadari potensi kewirausahaan sosial sebagai cara untuk mandiri dan melepaskan diri dari ketergantungan terhadap dana pihak ketiga.
 - Kebanyakan anggota masyarakat belum terinspirasi untuk mendirikan usaha-usaha sosial dan belum melihat bekerja di sektor ini sebagai suatu pilihan karir.
2. Kurangnya data-data empiris mengenai kewirausahaan sosial, seperti jumlah dan pertumbuhan, sehingga pemerintah mengalami kesulitan dalam melakukan perencanaan dan penyediaan dukungan. Selain itu belum adanya bentuk entitas legal dengan aturan yang spesifik untuk usaha sosial menimbulkan kebingungan terutama bagi calon-calon wirausahawan sosial.

Sebagai upaya dalam menghadapi masalah-masalah ini, pada tahun 2002 pemerintah Inggris mengeluarkan kebijakan strategik untuk mempromosikan usaha-usaha sosial, kemudian pada 2006 mengeluarkan kebijakan lainnya untuk mendukung perkembangan dan pertum-

buhan usaha-usaha sosial²⁵. Selain itu pada undang-undang tentang perusahaan tahun 2004, Pemerintah Inggris menambahkan suatu bentuk perusahaan atau entitas legal baru yang dinamakan *Community Interest Companies*, dengan aturan dan ketentuan yang diper-untukkan khusus sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan usaha-usaha sosial²⁶. Hasilnya, usaha-usaha sosial tumbuh hingga mencapai populasi yang relatif besar dan memberikan dampak yang cukup signifikan pada pereko-nomian secara makro. Pada tahun 2007 di Inggris terdapat lebih dari 55.000 usaha sosial, 5% dari total jumlah usaha yang ada di seluruh negara. Dengan kontribusi lebih dari £8 milyar pada tahun 2006, atau hampir mencapai 1% dari PDB Inggris²⁷.

POTENSI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DI INDONESIA

UUD 1945 Pasal 33 Ayat 1 berbunyi: "Perekonomian disusun sebagai usaha bersama dan berdasarkan atas azas kekeluargaan", dimana sebelumnya ayat ini memiliki penjelasan dengan kalimat yang berbunyi: "Bangun perusahaan yang sesuai dengan itu ialah koperasi", yang dihapuskan pada aman-demen Pasal 33 UUD 1945 di tahun 2002²⁸. Jika kita kaitkan hal ini dengan penjelasan di bagian sebelumnya bahwa konsep koperasi sama dengan konsep dasar kewirausahaan sosial, maka kewirausahaan sosial sesungguhnya adalah jiwa dari ekonomi kerakyatan yang dimaksud oleh *founding fathers* bangsa Indonesia. Dimana kegiatan-kegiatan usaha, yang menghidupkan perekonomian, diba-ngun untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial yang menjadi kebutuhan bersama.

Tanpa mengaitkannya dengan koperasi, ke-wirausahaan sosial justru dapat men-jadi

²⁵ Ibid, hal 3.

²⁶ Ibid, hal 10.

²⁷ Ibid, hal 4.

²⁸ R. Baswir, *Selamatkan Koperasi!*, Bisnis Indonesia Online, 13/07/2009.

alternatif dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial di Indonesia dengan menggunakan pendekatan *social enterprise*, dimana tujuan perusahaan bukan untuk kepentingan pemegang saham tetapi untuk kepentingan masyarakat, sehingga *profit* yang dihasilkan digulirkan kembali sebagai modal dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat.

Salah satu contoh sukses kewirausahaan sosial di Indonesia adalah *Rumah Zakat Indonesia (RZI)* yang didirikan oleh Abu Syaqui pada tahun 1998 di Bandung. *RZI* menggunakan entitas legal yayasan dan hanya mengelola dana pihak ketiga, sesuai dengan fungsinya sebagai amil zakat yang mengikuti syariat Islam. Abu Syaqui mampu menangkap peluang belum tergarapnya potensi zakat dengan maksimal untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial masyarakat muslim di Indonesia, yang kemudian menjadi tujuan dalam mendirikan sebuah usaha sosial. Pada pelaksanaan usahanya, penerapan strategi kewirausahaan juga dilakukan dalam pengelolaan zakat, mulai dari manajemen organisasi yang dipimpin seorang *Chief Executive Officer*, menerapkan *branding* dan *marketing strategy*, membangun kepercayaan donatur, menerapkan teknologi IT untuk efisiensi, investasi pada *human capital* melalui pelatihan-pelatihan, bahkan mendaftarkan hak atas kekayaan intelektual (paten) untuk logo, merek, barang, dan jasa yang dimiliki. Hasilnya hanya dalam kurun waktu 10 tahun dana yang dikelola *RZI* mengalami peningkatan yang signifikan, dari Rp 0.8 milyar di tahun 1999 menjadi Rp 107,3 milyar di tahun 2009²⁹. Tentunya tingginya pertumbuhan dana yang dikelola bermuara kepada tingginya pertumbuhan nilai sosial yang diciptakan.

Selain sebagai solusi permasalahan sosial, potensi kewirausahaan sosial lainnya adalah peranannya dalam pembangunan ekonomi

karena mampu memberikan daya cipta nilai-nilai sosial maupun ekonomi, yaitu³⁰:

1. Menciptakan kesempatan kerja.

Di Amerika Serikat berdasarkan data *Johns Hopkins University*, angkatan kerja di sektor non-profit saat ini mencapai 10.5% dari total angkatan kerja yang ada, dengan pertumbuhan lapangan kerja 5.3% lebih banyak dari sektor swasta³¹. Dengan permasalahan sosial yang relatif lebih besar, di Indonesia potensi penyediaan lapangan kerja bisa jadi lebih besar dari apa yang terjadi di Amerika Serikat. Selain itu kewirausahaan sosial memberikan pula peluang kerja kepada penyandang cacat untuk dilibatkan dalam kegiatan produktif.

2. Melakukan inovasi dan kreasi baru terhadap produksi barang ataupun jasa yang dibutuhkan masyarakat.

Berbagai inovasi terhadap jasa kemasyarakatan yang selama ini tidak tertangani oleh pemerintah dapat dilakukan oleh kewirausahaan sosial seperti misalnya: penanggulangan HIV dan narkoba, pemberantasan buta huruf, kurang gizi. Seringkali standar pelayanan yang dilakukan pemerintah tidak mengena sasaran karena terlalu kaku mengikuti standar yang ditetapkan. Sedangkan kewirausahaan sosial akan mampu untuk mengatasinya karena memang dilakukan dengan penuh dedikasi. Menurut Bill Drayton: *social entrepreneurs need and deserve loyalty. Their work is not a job, it is their life.*

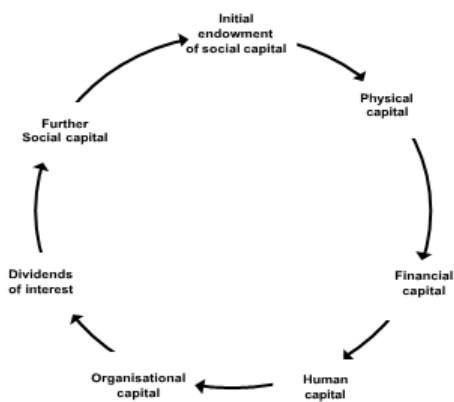
²⁹ <http://www.rumahzakat.org/>

³⁰ Setyanto P. Santosa, *Peran Social Entrepreneurship Dalam Pembangunan*, 2007, hal 3-6.

³¹ Andrew M. Wolk, *Social Entrepreneurship and Government: A New Breed of Entrepreneurs Developing Solutions to Social Problems*, The Small Business Economy, 2007, hal 162.

3. Menjadi modal sosial.

Modal sosial merupakan bentuk yang paling penting dari berbagai modal yang dapat diciptakan oleh wirausahawan sosial karena walaupun dalam kemitraan ekonomi yang paling utama adalah nilai-nilai: saling pengertian (*shared value*), kepercayaan (*trust*), dan budaya kerjasama (*culture of cooperation*), kesemuanya ini adalah modal sosial. Keberhasilan negara Jerman dan Jepang adalah karena akar dari *long-term relationship* dan etika kerjasama yang mampu untuk menumbuhkan inovasi dan mengembangkan industri di negara masing-masing. Bank Dunia menyatakan pula bahwa permasalahan yang kritis dalam penanggulangan kemiskinan adalah modal sosial yang tidak memadai. Dibawah ini digambarkan “*virtuous circle of social capital*” yang diawali dengan penyertaan awal dari modal sosial oleh wirausahawan sosial. Selanjutnya dibangun jaringan kepercayaan dan kerjasama yang makin meningkat sehingga dapat akses kepada pembangunan fisik, aspek keuangan dan sumber daya manusia. Pada saat unit usaha dibentuk (*organizational capital*) dan saat usaha sosial mulai menguntungkan maka makin banyak sarana sosial dibangun.



Gambar 3. *The Virtuous Circle of Social Capital*³²

³² Leadbeater, 1997 dalam Setyanto P. Santosa, *Peran Social Entrepreneurship Dalam Pembangunan*, 2007, hal 5.

4. Peningkatan kesetaraan (*equity promotion*).

Salah satu tujuan pembangunan ekonomi adalah terwujudnya kesetaraan dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Dan melalui kewirausahaan sosial tujuan tersebut akan dapat diwujudkan, karena para pelaku bisnis yang semula hanya memikirkan pencapaian keuntungan yang maksimal, selanjutnya akan tergerak pula untuk memikirkan pemerataan pendapatan agar dapat dilakukan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Contoh keberhasilan *Grameen Bank* adalah salah satu bukti dari manfaat ini.

KESIMPULAN

- Kewirausahaan sosial adalah mengenai *value creation* untuk penyelesaian permasalahan-permasalahan sosial dengan menggunakan prinsip kewirausahaan.
- Seorang wirausahawan sosial akan secara aktif melakukan tindakan yang bersifat solutif terhadap permasalahan sosial yang ada. Ciri kewirausahaan sosial adalah usaha yang dilakukan bersifat *sustainable* dalam pendanaan. Keberhasilan wirausaha sosial diukur dari manfaat yang dirasakan oleh masyarakat.
- Sejarah kewirausahaan sosial dimulai di Inggris pada awal abad ke-19 dalam bentuk koperasi, dan mengalami perkembangan di tahun 1980-an dan 1990-an. Saat ini kewirausahaan sosial telah menjadi salah satu sektor perekonomian yang telah diapresiasi peranannya dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat dunia.
- Perkembangan kewirausahaan sosial cenderung bersifat sporadik. Hal ini tidak lepas dari masih kurangnya

dukungan dari pemerintahan negara-negara di dunia ataupun dari lembaga-lembaga formal internasional.

- Inggris merupakan negara dengan perkembangan kewirausahaan sosial yang pesat terutama karena dukungan kebijakan pemerintahnya sejak awal tahun 2000-an. Kurangnya pemahaman akan peranan kewirausahaan sosial dari pihak-pihak yang terkait menjadi permasalahan yang dihadapi kewirausahaan sosial di Inggris.
- Di Indonesia kewirausahaan sosial dapat menjadi solusi dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial di Indonesia dengan menggunakan pendekatan perusahaan. Potensi lain adalah peranannya dalam pembangunan ekonomi karena mampu memberikan daya cipta nilai-nilai sosial maupun ekonomi, yaitu: menciptakan kesempatan kerja, melakukan inovasi dan kreasi baru terhadap produksi barang ataupun jasa yang dibutuhkan masyarakat, menjadi modal sosial, dan meningkatkan kesejahteraan.
- Agar potensi kewirausahaan sosial dapat diwujudkan di Indonesia, diperlukan adanya dukungan dari pemerintah. Apa yang dilakukan pemerintah Inggris dapat menjadi panduan yang baik, yaitu dimulai dengan memberikan pengakuan terhadap wirausaha sosial dengan mendefinisikan kemudian menggolongkannya secara spesifik sebagai salah satu sektor usaha, mempromosikannya, lalu mendukung perkembangan dan pertumbuhannya melalui kebijakan yang efektif.

Social Problems, The Small Business Economy, 2007.

Gorgi Filipov, *Entrepreneurship And The Commercialization of Inventions And Research Results*, WIPO-IFIA International Symposium on The Commercialization of Inventions In The Global Market, 2002.

Harding & Harding, *Social Entrepreneurship in the UK*, Delta Economics Report, 2008.

Kenneth D. Bailey, *Methods of Social Research*, The Free Press, London, 1987.

Li & Wong, *Social Enterprise Policies of The UK, Spain, and Hong Kong*, Legislative Council of Hong Kong, 2007.

Martin & Osberg, *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*, Stanford Social Innovation Review, 2007.

R. Baswir, *Selamatkan Koperasi!*, Bisnis Indonesia Online, 13/07/2009.

Robbin & Coulter, *Management*, Prentice Hall, 2007.

Setyanto P. Santosa, *Peran Social Entrepreneurship Dalam Pembangunan*, 2007.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Cooperative>

http://en.wikipedia.org/wiki/Cooperative_movement

<http://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneur>.

http://en.wikipedia.org/wiki/Problem_solving

http://en.wikipedia.org/wiki/Social_entrepreneurship

http://en.wikipedia.org/wiki/Social_issues

<http://www.rumahzakat.org/>

REFERENSI

Andrew M. Wolk, *Social Entrepreneurship and Government: A New Breed of Entrepreneurs Developing Solutions to*