



**IMPLEMENTASI *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP* PADA  
UNIT KEGIATAN MAHASISWA HIMPUNAN  
PENGUSAHA MUDA INDONESIA PERGURUAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi  
pada Universitas Negeri Semarang**

**Oleh**

**Krisdarefa Karim  
NIM 7101416045**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2020**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 10 September 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



Ahmad Nurkhin, S. Pd., M. Si.

NIP. 198201302009121005

Pembimbing



Prof. Dr. Rusdarti, M. Si.

NIP. 195904211984032001

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Senin  
Tanggal : 05 Oktober 2020

Penguji I



Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd.

NIP. 198504022014041002

Penguji II



Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd.

NIP. 198005182015042001

Penguji III



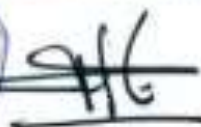
Prof. Dr. Rusdarti, M. Si.

NIP. 195904211984032001

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi,



Drs. Heri Yanto, MBA, PhD

NIP. 196307181987021001

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Krisdarefa Karim  
NIM : 7101416045  
Tempat Tanggal Lahir : Purbalingga, 20 Mei 1998  
Alamat : Desa Majasem Rt.16/ Rw.07 Kemangkun-  
Purbalingga Jawa Tengah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Implementasi Social Entrepreneurship pada Unit Kegiatan Himpunan Mahasiswa Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Universitas Negeri Semarang*" benar-benar karya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Atas pernyataan ini, saya secara pribadi siap menanggung resiko-sanksi hukum yang dijatuhkan apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ini.

Semarang, 3 September 2020



Krisdarefa Karim  
NIM 7101416045

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

1. “Yang harus ditebas adalah egoisme dan kebencian. Yang mesti diraut ialah solidaritas dan kepedulian.” (Najwa Shihab)
2. “Bisnis tak melulu mencari untung, harus ada manfaat sosial di dalamnya.” (Nadiem Makarim)

### **PERSEMBAHAN**

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa
2. Almamaterku Universitas Negeri Semarang

## PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Implementasi *Social Entrepreneurship* pada Unit Kegiatan Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Universitas Negeri Semarang” dengan baik dan lancar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap hati yang paling dalam penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof Dr. Fatkhur Rokhman, M. Hum. Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberi kesempatan kepada peneliti untuk belajar di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, MBA, Ph. D Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penyusun sehingga dapat menyelesaikan skripsi dan studi dengan baik.
3. Ahmad Nurkhin, S. Pd., M. Si Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan izin kepada penyusun untuk melakukan penelitian.
4. Prof. Dr. Rusdarti, M. Si Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dan ketelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
5. Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd. Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan arahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd. Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan arahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan, selama menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang.

8. Edy Santoso Ketua UKM HIPMI-PT UNNES yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
9. Seluruh mahasiswa anggota UKM HIPMI-PT UNNES yang telah berkenan menjadi narasumber dan responden dalam penelitian.
10. Untuk orang tua dan saudaraku tercinta, Bapak Mukhtarul Karim dan Ibu Siti Munawaroh, Latifatul Karimah, Liana Mutiara Karim, dan keluarga yang telah banyak mendoakan, mendukung, dan menyemangati penulis dalam perjalanan studi pendidikan strata satu.
11. Sahabatku Iis Fepriyani, Mashuroh, Sigit Eka Pramono, Siti Rodiah, Novia Krisetyaningrum, Derizka Ayu dan Umar Reza Saputra yang telah banyak membantu, tempat berkeluh kesah, selalu memberikan dorongan dan doa untuk selalu semangat dalam penyusunan skripsi.
12. Teman-temanku semuanya khususnya teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi Koperasi A angkatan 2016 dan HIMAPE 2016 yang telah saling menyemangati dan memberikan informasi.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu pembuatan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia atas kebaikan yang telah diberikan. Penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penyusun, pembaca dan semua pihak yang memerlukan.

Semarang, 3 September 2020



Penulis

## SARI

**Karim, Krisdarefa.** 2020. “Implementasi *Social Entrepreneurship* pada Unit Kegiatan Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Universitas Negeri Semarang”. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Prof. Dr. Rusdarti, M. Si.

**Kata Kunci:** *Social Entrepreneurship*, Motivasi, Implementasi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Penerapan *social entrepreneurship* pada program kerja kegiatan, (2) Dampak sosial dari penerapan *social entrepreneurship*. *Social entrepreneurship* menjadi fenomena sangat menarik karena perbedaannya dengan kewirausahaan tradisional yang hanya fokus terhadap keuntungan materi dan kepuasan pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan data yang digunakan meliputi observasi, dokumentasi, wawancara dan kuesioner. Data dianalisis menggunakan analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas, serta deskriptif persentase.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Penerapan konsep *social entrepreneurship* dapat terwujud karena adanya sosok wirausaha HIPMI-PT UNNES, dan pemilihan program kerja kegiatan yang mengandung nilai-nilai sosial. 2) Dampak adanya penerapan *social entrepreneurship* adalah peningkatan motivasi mahasiswa untuk menjadi *social entrepreneurship* meliputi motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Tingkat kecenderungan motivasi *social entrepreneurship* UKM HIPMI-PT UNNES termasuk dalam kategori tinggi, peningkatan sumber daya mahasiswa dan peningkatan kegiatan ekonomi mahasiswa di UKM HIPMI-PT UNNES.

Saran dari penelitian ini yaitu mahasiswa hendaknya memaksimalkan untuk mengikuti pelatihan penambah soft skill yang diadakan HIPMI-PT UNNES. Bagi UKM HIPMI-PT UNNES, hendaknya dapat melakukan evaluasi dan perbaikan penerapan *social entrepreneurship* secara rutin setelah program kerja terlaksana. Bagi pengambil kebijakan, hendaknya dapat menentukan strategi motivasi yang tepat untuk berwirausaha dengan jiwa *social entrepreneurship* dan tepat dalam menentukan anggaran untuk program kerja kegiatan yang bernilai sosial di UKM HIPMI-PT UNNES.



## ABSTRACT

**Karim, Krisdarefa.** 2020. "Implementation of Social Entrepreneurship at the Student Activity of the Indonesian Young Entrepreneurs Association of College Universitas Negeri Semarang". A Final Project. Economic Education Department. Faculty of Economics. Universitas Negeri Semarang. Advisor: Prof. Dr. Rusdarti, M. Si.

**Keywords: Social Entrepreneurship, Motivation, Implementation**

This study aims to know (1) Application of social entrepreneurship in work program activities (2) The social impact of the application of social entrepreneurship. Social entrepreneurship is a very interesting phenomenon because of its difference from traditional entrepreneurship which only focuses on profit and customer satisfaction.

The method used in this research was descriptive qualitative method. The techniques of data collection used were observation, documentation, interviews, and questionnaires. Data were analyzed using qualitative analysis carried out interactively and continuously until completion, as well as descriptive percentages.

The results of this research are: 1) Apply of the concept of social entrepreneurship must be realized not only because of the presence of the HIPMI-PT UNNES entrepreneurship figure, but also because to make a choice work program activities that contain social values. 2) The impact of the implement of social entrepreneurship in UKM HIPMI-PT UNNES is an increase motivate students to become social entrepreneurship at UKM HIPMI-PT UNNES includes intrinsic and extrinsic motivation. The level of social entrepreneurship motivation tendency of UKM HIPMI-PT UNNES is in the high category, increase in student resources, and an increase in student economic activities.

This research suggests are students should maximize their participation in soft skill enhancement training held by HIPMI-PT UNNES. For UKM HIPMI-PT UNNES, they must to check and improve the implementation of social entrepreneurship regularly after the work program is implemented. For policymakers, they must decide the right motivation strategy for entrepreneurship with a social entrepreneurship spirit and proper in determining the budget for work programs for social value activities at UKM HIPMI-PT UNNES.

## DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN SAMBUNG.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKTA.....	vi
SARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	12
1.3. Cakupan Masalah.....	13
1.4. Pertanyaan Penelitian.....	13
1.5. Tujuan Penelitian.....	14
1.6. Kegunaan Penelitian.....	14
1.7. Orisinalitas Penelitian.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kewirausahaan Sosial ( <i>Social Entrepreneurship</i> ).....	17
2.1.1 Teori Kewirausahaan sosial ( <i>Social Entrepreneurship</i> ).....	17
2.1.2 Konsep <i>Social Entrepreneurship</i> .....	20
2.1.3 Indikator Keberhasilan <i>Social Entrepreneurship</i> .....	22
2.1.4 Motivasi <i>Social Entrepreneurship</i> .....	23
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Berfikir.....	39

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Pendekatan dan Desain Penelitian .....	42
3.2. Fokus dan Lokus Penelitian.....	43
3.2.1 Fokus .....	43
3.2.2 Lokus .....	43
3.3. Sumber Data Penelitian .....	43
3.3.1 Sumber Data Primer .....	44
3.3.2 Sumber Data Sekunder.....	45
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.5. Subjek Penelitian .....	47
3.6. Uji Instrumen .....	47
3.6.1 Analisis Uji Instrumen Penelitian .....	47
3.6.2 Uji Validitas .....	48
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	50
3.7. Teknik Keabsahan Data.....	50
3.8. Teknik Analisis Data .....	53

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1 Profil UKM HIPMI-PT UNNES.....	56
4.1.2 Sejarah dan Visi Misi HIPMI-PT UNNES .....	59
4.2. Deskripsi Data Penelitian .....	60
4.3. Penerapan <i>Social Entrepreneurship</i> Program Kerja Kegiatan Sosial di UKM HIPMI-PT UNNES .....	61
4.4. Dampak Dari Penerapan <i>Social Entrepreneurship</i> di UKM HIPMI-PT UNNES.....	71
4.4.1 Peningkatan Motivasi <i>Social Entrepreneurship</i> .....	71
4.4.2 Peningkatan Sumber Daya Mahasiswa .....	82
4.4.3 Peningkatan Kegiatan Ekonomi Mahasiswa.....	86

### **BAB V PENUTUP**

5.1. Simpulan.....	88
5.2. Saran .....	89

DAFTAR PUSTAKA .....	91
LAMPIRAN.....	95

## DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1.1 <i>Sosial Entrepreneur</i> di Indonesia .....	7
3.1. Skala Likert.....	46
3.2. Kisi-Kisi Instrumen Uji Coba Angket Penelitian .....	48
3.3. Hasil Analisis Variabel Motivasi <i>Sosial Entrepreneurship</i> .....	49
3.4. Hasil Uji Reliabilitas.....	50
4.1 Motivasi <i>Sosial Entrepreneurship</i> UKM HIPMI-PT UNNES.....	80
4.2 Identifikasi Kecenderungan Motivasi <i>Sosial Entrepreneurship</i> .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 Sistem <i>Social Entrepreneurship</i> .....	30
2.2 Kerangka Berfikir Implementasi <i>Social Entrepreneurship</i> .....	41
3.1. Komponen Analisis Data ( <i>Interactive Model</i> ).....	55
4.1 Pamflet Bakti Sosial Peduli Covid .....	62
4.2 Mentoring .....	64
4.3 Kelas Bisnis .....	65
4.4 Nongkrong Bisnis .....	71
4.5 Struktur Organisasi HIPMI-PT UNNES 2020 .....	73
4.6 Bisnis yang Menerapkan <i>Social Entrepreneurship</i> .....	87
4.7 Bisnis yang Menerapkan <i>Social Entrepreneurship</i> .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1. Surat Izin Penelitian .....	96
2. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	97
3. Data HIPMI-PT UNNES 2020.....	98
4. Instrumen Penelitian.....	102
5. Tabulasi Data.....	111
6. Hasil Wawancara.....	122
7. Dokumentasi Penelitian.....	156

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia telah membawa berbagai dampak sosial yang tidak sederhana. Globalisasi dan perdagangan bebas telah menghapus batas antar negara sehingga kehidupan sosial, politik, ekonomi, dan budaya masyarakat dipengaruhi oleh semua lingkungan global. Individu dan masyarakat yang tidak dapat beradaptasi dengan perubahan akan tertinggal dan menjadi terasing oleh komunitasnya (kaswan, 2017).

Kewirausahaan adalah sebuah fenomena penting bagi kemajuan dan kesejahteraan dunia, bahkan kewirausahaan telah menjadi pinalti dari pertumbuhan ekonomi. Hal ini terbukti dari perekonomian Amerika Serikat yang mengalami stagfasi tahun 1970-an yang akhirnya dapat bangkit kembali karena adanya usaha kecil baru sehingga dapat mengatasi masalah pengangguran dengan baik (Aqshodiora, 2018).

Kompetensi intelektual, keterampilan, dan sosial yang rendah membawa individu dan masyarakat berada pada kelas yang tidak strategis. Kelas yang tidak strategis sangat rentan menjadi obyek perubahan kebijakan yang tidak berpihak. Kemiskinan menjadi indikator bahwa arah pembangunan tidak merata dan tidak berpihak pada kelompok masyarakat lemah. Demikian pula dengan kesenjangan infrastruktur desa dan kota telah mengakibatkan kepadatan penduduk di perkotaan sementara desa ditinggalkan karena tidak memiliki daya tarik (Masturin, 2013).



Maka dari itu, pentingnya memiliki kompetensi intelektual, keterampilan, dan sosial untuk membawa individu dan masyarakat pada kelas yang strategis. Sehingga kepadatan penduduk di perkotaan dapat diatasi dengan masyarakat desa yang terus memperbaiki tempat tinggalnya dan memiliki daya tarik berkelanjutan.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Indonesia per Februari 2019 mencapai 5,01 persen dimana pendidikan menengah masih tetap menempati posisi tertinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa lulusan pendidikan pun masih banyak yang menganggur, dapat dikatakan bahwa belum banyak yang mandiri dalam hal pemenuhan kebutuhan ekonominya. Tingginya angka pengangguran di Indonesia dipengaruhi juga oleh kualitas ketenagakerjaan di Indonesia yang masih memprihatinkan baik dilihat dari sisikualifikasi maupun kompetensi. Pembangunan sumber daya manusia belum menunjukkan hasil yang menggembirakan. Indeks pembangunan sumber daya manusai (*Human Development Index*) yang dikeluarkan oleh *United Nations Development Programme* Indonesia memempati urutan ke- 110 dari 187 negara. Menurut catatan mereka Indonesia masuk ke dalam kategori *medium human development* (Sofia, 2017).

Memasuki era milenial seperti sekarang, orientasi menciptakan tenaga kerja yang berkualitas harus diimbangi dengan terciptanya wirausahawan yang berkualitas dengan kuantitas yang tinggi pula sehingga semakin banyaknya wirausahawan yang berkualitas maka jumlah lapangan kerja dan pendapatan ekonomi masyarakat pun meningkat dan berdampak pada menurunnya jumlah pengangguran(Reginald & Mawardi, 2015). Melihat kondisi tersebut, maka dunia

pendidikan harus mampu berperan aktif menyiapkan sumber daya manusia terdidik yang mampu menghadapi berbagai tantangan kehidupan. Dunia pendidikan nyatanya tidak hanya menguasai teori-teori melainkan juga harus dan mau menerapkannya di kehidupan sosial. Pendidikan juga tidak hanya mampu menerapkan ilmu di sekolah tapi juga harus bisa memecahkan masalah di kehidupan sehari-hari. Pendidikan yang seperti itulah yang terdapat di pendidikan kewirausahaan yaitu jiwa keberanian dan kemauan menghadapi masalah kehidupan, jiwa kreatif untuk mencari solusi dan mengatasi permasalahan tersebut, jiwa mandiri dan tidak bergantung pada orang lain.

Sebelum membahas tentang kewirausaha sosial, Menurut (Suryana, 2013)

tentang teori motivasi :

“Teori motivasi pertama kali dikemukakan oleh Maslow (1934). Ia mengemukakan tentang hierarki kebutuhan yang mendasari motivasi. Menurutnya, kebutuhan manusia bertingkat sesuai dengan tingkatan pemuasannya, yaitu kebutuhan fisik, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri, dan kebutuhan akan aktualisasi diri”

Motivasi berwirausaha yang tinggi harus ada dalam diri seseorang yang ingin menjadi wirausaha yang sukses, karena dengan adanya motivasi berwirausaha yang tinggi dapat membentuk mental yang ada pada diri mereka untuk selalu lebih unggul. Motivasi berwirausaha juga menjadi faktor penting dalam membangkitkan minat berwirausaha. Motivasi berasal dari diri sendiri maupun orang lain. Suatu keberhasilan akan tercapai apabila ada motivasi yang kuat (Paramitasar, 2016).

Melihat struktur perekonomian dunia yang telah mentransformasi dengan cepat. Dari perekonomian berbasis sumber daya alam (SDA) menjadi berbasis sumber daya manusia (SDM), sehingga untuk meningkatkan pembangunan

perekonomian dibutuhkan dalam menyediakan fasilitas untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, oleh karena itu dibutuhkan semangat kewirausahaan dan motivasi diri serta wadah dimana para pengangguran terdidik dapat mengakses perkembangan industri dan jenis usaha melalui pelatihan, agar dapat menggali diri dan mendukung mereka dalam bentuk moral dan material sehingga dapat mengasah kemampuan dan berperan aktif bagi penciptaan lapangan kerja dan pembangunan daerah (Jambi, n.d.).

Berdasarkan penggalan realita ini munculah banyak pelaku bisnis yang mendedikasikan dirinya untuk mengembangkan potensi masyarakat untuk menciptakan sebuah usaha mandiri. Tidak hanya sebatas agar masyarakat dapat memenuhi kebutuhan hidupnya tapi agar bisa turut berkontribusi mengembangkan ekonomi kerakyatan yang mandiri dan tentu itu merupakan cita-cita bersama masyarakat Indonesia dan juga pemerintah. Orang yang memiliki tujuan mulia ini disebut sebagai *Social Entrepreneurship* (Triyono, 2018).

*Social Entrepreneurship* menjadi fenomena sangat menarik saat ini karena perbedaannya dengan wirausaha tradisional yang hanya fokus terhadap keuntungan materi dan kepuasan pelanggan. Konsep *social entrepreneurship* mencapai puncak pemahamannya pada dekade tahun 2006 dengan dibuktikan di mata dunia Internasional seorang Mohammad Yunus pemenang nobel perdamaian dalam kiprahnya bidang ekonomi mikro yang khusus ditujukan oleh kaum wanita di Banglades. Itu adalah pengakuan dan penghargaan untuk seorang *social entrepreneur* (*Social Entrepreneurship*) (Sofia, 2017). Namun, jika dipahami lebih dalam ternyata pelaku bisnis sosial ini juga bisa dikatakan ada yang mengambil

keuntungan dari pemberdayaan masyarakat untuk berbisnis. Hal tersebut tidak boleh disalahkan sebab hidup berdedikasi dalam kehidupan sosial perlu penunjang agar apa yang mereka lakukan terus berkembang.

Menurut Kaswan (2017) Penggunaan istilah *social entrepreneurship* atau yang lebih akrab kita dengar dengan sebutan kewirausahaan sosial mulai berkembang pesat di semua negara tak terkecuali negara kita. Hal ini menjadi trend besar karena kewirausahaan sosial merupakan implementasi dari konsep dasar kewirausahaan dalam kerangka kegiatan ekonomi yang bermotif sosial.

Seorang ahli Sosiologi dari Harvard yang bernama David McClelland dari Harvard menulis dalam bukunya “ *The Achieving Society*” mengatakan bahwa suatu negara dapat mencapai kemakmuran jika 2% dari jumlah penduduknya menjadi pengusaha. Begitu juga menurut David Osborne. Dalam bukunya “ *Reinventing Government*” yang menyatakan bahwa suatu negara menjadi makmur apabila sedikitnya mempunyai 2 % entrepreneur (Marlinah, 2019). Jika menurut Badan Pusat Statistika (BPS) yang diukur dalam sensus penduduk 2010 jumlah penduduk Indonesia adalah 237.641. 326 orang (BPS, 2019), maka setidaknya Indonesia memerlukan 2% dari jumlah penduduk itu 4.752.826 wirausahawan untuk menjadi negara yang maju.

Gairah kewirausahaan sosial di Indonesia mulai tumbuh ditandai dengan maraknya seminar/ lokakarya tentang kewirausahaan sosial, berdirinya pusat studi kewirausahaan sosial di beberapa kampus, hadirnya organisasi yang peduli dengan pengembangan kewirausahaan sosial seperti Asoka Indonesia, dan terbentuknya Asosiasi Kewirausahaan Indonesia ( AKSI) (Utomo, 2014). Fenomena tersebut

menunjukkan bahwa banyak pihak yang meyakini bahwa kewirausahaan sosial merupakan salah satu solusi yang diperlukan untuk mengatasi masalah-masalah sosial yang terjadi di Indonesia. Hal yang terpenting untuk mengatasi masalah-masalah ekonomi saat ini adalah dengan meningkatkan semangat kewirausahaan sosial pada setiap individu yang ada di masyarakat, terutama kaum muda sebagai tulang punggung bangsa.

Wirausaha sosial melihat masalah sebagai peluang untuk membentuk sebuah modal bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat sekitar. Penelitian tentang kewirausahaan sosial pernah dilakukan oleh Penny Rahmawati, Dyna Herlina Suwanto dan M.Lies Endarwati (2012) dengan judul “ Pengembangan Metode Pembelajaran Pendidikan Karakter Melalui Kewirausahaan Sosial (*Sociopreneurship*). Dari hasil penelitiannya peneliti memberikan saran bahwa untuk menjadikan mata pelajaran kewirausahaan sosial sebagai salah satu metode dalam pembentukan mahasiswa. Penelitian lainnya dilakukan oleh Muliadi Pakesangi (2011) dengan judul “ Pemuda Indonesia dan Kewirausahaan Sosial”. Dari hasil penelitian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa kewirausahaan sosial merupakan salah satu alternatif untuk mengatasi masalah sosial berupa pengangguran, kemiskinan, dan kerusakan lingkungan.

**Tabel 1.1.**  
**Social Entrepreneur di Indonesia**

No	Nama	Nama Organisasi/ Bisnis Sosial	Keterangan
1.	Dr. Gamal A	Rumah Millenials	Membuka sebuah klinik kesehatan kepada orang-orang yang tidak mampu dengan cara melakukan barter sampah atau asuransi sampah
2.	Tri Mumpuni	Inkubasi Bisnis dan Ekonomi Kerakyatan (IBEKA)	Membuat pembangkit listrik skala makro di desa-desa terpencil di seluruh Indonesia yang sumber tenaganya dari sumber air setempat
3.	Mursida Rambe	BMT Beringharjo	Mendirikan BMT di daerah pasar Beringharjo karena melihat praktik rentenir dengan bunga yang tidak masuk akal yang menjerat banyak pedagang di sana
4.	Bambang Ismawan	Yayasan Bina Swadaya	Melakukan pemberdayaan di bidang pertanian hingga dikenal karena berhasil menerbitkan majalah Trubus
5.	Asep Supriadin	KSU Putera Mekar	Mendirikan koperasi bersama petani teh didaerahnya hingga mereka memiliki pabrik teh sendiri yang kemudian dapat memasok hasil tehnya ke PT Sariwangi

Sumber :(Derviş, 2013)

Dari beberapa contoh penerapan kewirausahaan sosial diatas dapat kita liat bahwa sebenarnya kewirausahaan sosial bisa diterapkan dengan corak kegiatan yang berbeda-beda. Hampir setiap *sucess story* sebuah bisnis terselip fakta mengenai kontribusi besar dibalik kesuksesan bisnisnya. Kontribusinya dalam ranah sosial bagi kehidupan masyarakat sekitar mempunyai andil besar selai kompetensi yang dimiliki pengusaha.

Perguruan tinggi mempunyai peran yang sangat penting dalam menumbuhkembangkan semangat jiwa kewirausahaan sehingga tidak sekedar menciptakan sarjana yang mencari lapangan pekerjaan, tapi melahirkan sarjana yang menciptakan lapangan kerja sendiri, tidak hanya bagi dirinya tetapi menyediakan lapangan kerja bagi orang lain. Pendidikan, Pengajaran, dan pembelajaran kewirausahaan merupakan kunci keberhasilan dalam berwirausaha. Banyak ilmu yang diajarkan dalam perguruan tinggi namun ilmu-ilmu yang diajarkan sesuai dengan program studi yang diambil oleh mahasiswa dan menggunakan rencana pembelajaran dari kurikulum jurusan yang bersangkutan. Mahasiswa tidak dituntut untuk hanya mengikuti dan mengembangkan diluar dari kegiatan perkuliahan (Triyono, 2018). Kegiatan tersebut seperti ikut berpartisipasi dalam organisasi, menjadi aktivis kampus dan berwirausaha tentunya. Kegiatan seperti inilah yang mengembangkan minat dan bakat dari mahasiswa dengan memanfaatkan waktu luang selain kuliah akademik yang dimiliki tanpa harus mengganggu jadwal perkuliahan.

Menurut Kaswan (2017) perguruan tinggi dijadikan sebagai agen utama membangun *entrepreneur*. Kampus perlu dikembangkan menjadi *Entrepreneurship Center*. Kampus adalah terminal utama generasi muda terdidik untuk menjadi tenaga kerja terdidik. kampus menjadi gerbang sebelum dunia kerja. Perguruan tinggi tempat terakhir pengemblengan *entrepreneur*, untuk memastikan lulusannya menjadi warganegara mampu mengembangkan diri secara mandiri.

Waktu luang yang dimiliki mahasiswa umumnya digunakan untuk melakukan hal-hal yang kurang berguna ,bermalas-malasan, dan terbuang sia-sia.

Alangkah baiknya waktu luang tersebut dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya seperti melakukan hal yang positif dan berguna bagi dirinya sendiri dan orang lain. Mahasiswa yang berwirausaha sambil kuliah pada umumnya mencari tambahan uang saku dan mencari pengalaman dalam berwirausaha. Waktu yang kondusif bagi mahasiswa dalam perkuliahan biasanya berkisar 3 jam sampai 4 jam perhari, sehingga memungkinkan mahasiswa untuk melakukan hal lainnya yang berguna dan bermanfaat bagi dirinya. Sudah banyak mahasiswa yang berwirausaha sambil berkuliah demi menambah penghasilan untuk mencukupi kebutuhan kuliah yang menumpuk (Aqshodiora, 2018).

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang juga memiliki organisasi Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) yang berpusat di Kota Semarang. Perguruan tinggi di Jawa Tengah saat ini juga mempunyai organisasi Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI-PT) yang dikhususkan bagi mahasiswa-mahasiswa di perguruan tinggi untuk dapat melatih dan menumbuhkan minat kewirausahaan dikalangan mahasiswa. Universitas Negeri Semarang merupakan salah satu perguruan tinggi yang menetapkan kebijakan organisasi Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI-PT) bagi mahasiswanya yang ingin bergabung dalam organisasi tersebut.

Sejarah berdirinya HIPMI-PT UNNES terbentuk tahun 2015 sebagai organisasi ekstrakampus. Namun, seiring waktu berjalan HIPMI berkembang dengan anggota yang semakin banyak dan agenda-agenda yang di jalankan. Saat kepemimpinan Muhammad Fajar Ahsanul Hakim periode 2019 HIPMI berhasil dan resmi menjadi Unit Kegiatan Mahasiswa di Universitas Negeri Semarang. Secara



administrasi HIPMI di UNNES adalah Unit Kegiatan Mahasiswa Kewirausahaan setingkat Universitas. (Wawancara Fajar Alhasanul Hakim Ketua HIPMI-PT UNNES 2019, 6 Desember 2019).

HIPMI-PT UNNES didalam universitas sendiri disebut juga UKM Kewirausahaan merupakan organisasi yang bergerak di bidang kewirausahaan, sosial, perekonomian, dan keilmuan. HIPMI-PT UNNES sendiri memiliki tujuan menciptakan mahasiswa wirausaha baru dan mengumpulkan atau menghimpun mahasiswa yang sudah berkembang. UKM ini juga sebagai wadah bagi mahasiswa untuk memperoleh pemahaman seputar keterampilan, kecakapan hidup (*life skill*), kreatifitas, serta kegiatan pendukung lainnya sesuai dengan ciri dan minat remaja.

UKM HIPMI-PT UNNES mendapatkan dana operasional dari kampus yang berguna untuk menunjang dana organisasi seperti operasional organisasi dan pelatihan dari Universitas Negeri Semarang. Dana yang diberikan pihak kampus melalui bagian keuangan kampus sebesar Rp 3.000.000 setiap tahunnya sehingga dapat dialokasikan dengan sebaik-baiknya oleh anggota kepengurusan UKM HIPMI-PT UNNES. Anggota kepengurusan UKM HIPMI-PT UNNES ini terbentuk dari mahasiswa-mahasiswa yang setelah mengikuti open rekrutmen mereka ingin lebih memperdalam ilmu dan wawasan dibidang kewirausahaan serta mereka telah menjadi anggota HIPMI-PT UNNES. Setiap mahasiswa yang ingin menjadi anggota UKM HIPMI-PT UNNES tidak mengharuskan memiliki suatu usaha terlebih dahulu karena didalam keanggotaan nantinya akan menemukan ide-ide usaha melalui diskusi dan berbagai pengalamab dengan anggota lainnya. Adapun jenis usaha yang dibuat oleh anggota UKM HIPMI-PT UNNES seperti

usaha makanan, minuman, fashion, buku, dll (Wawancara Fajar Alhasanul Hakim Ketua HIPMI-PT UNNES 2019, 6 Desember 2019).

UKM HIPMI-PT UNNES juga berkontribusi terhadap anggota sewaktu kuliah maupun yang sudah tamat kuliah. Salah satu kontribusinya bagi anggota sewaktu kuliah yaitu memberikan wadah atau tempat untuk menampung inspirasi dan ide-ide untuk berwirausaha agar dapat menghasilkan mahasiswa-mahasiswa yang bisa kuliah sambil kerja, sedangkan kontribusinya bagi anggota yang sudah tamat kuliah yaitu bisa bergabung dengan HIPMI BPC Semarang sehingga menjadi kader pengusaha muda yang telah tertarik dengan baik.

Motto dari HIPMI-PT UNNES bermakna bahwa kader-kader HIPMI tidak saja diharapkan menjadi pengusaha nasional yang tangguh tetapi juga menjadi pengusaha yang berwawasan kebangsaan dan memiliki kepedulian terhadap tuntutan nurani rakyat. Menurut Edy Santoso ketua HIPMI-PT UNNES pada kepemimpinannya terdapat program kerja kegiatan mentoring yang selalu mengarahkan mahasiswa HIPMI-PT UNNES untuk selalu berwirausaha dengan berwawasan kepedulian pada lingkungan sekitar. Namun pada kenyataannya belum ada penelitian yang membuktikan adanya motivasi *social entrepreneurship* di HIPMI-PT UNNES.

Alasan pemilihan HIPMI-PT UNNES untuk penelitian ini karena UKM HIPMI bergerak dibidang kewirausahaan di Universitas Negeri Semarang. Kemudian, bisa berwirausaha sambil kuliah dan memfokuskan mahasiswa yang akan menamatkan studi nanti agar tidak hanya mengandalkan ijazah untuk mencari

pekerjaan, akan tetapi mampu menciptakan lapangan kerja dengan membuka peluang usaha. hal tersebutlah merupakan daya tarik tersendiri untuk diteliti.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik melakukan penelitian yang diberi judul “Implementasi *Social Entrepreneurship* pada Unit Kegiatan Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Universitas Negeri Semarang”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angka pengangguran di Indonesia 5,01 persen terutama lulusan pendidikan masih banyak menganggur dan dapat menimbulkan masalah sosial terutama kemiskinan
2. Terdapat wadah yang bagus untuk menciptakan peluang usaha di UKM HIPMI-PT UNNES, namun motivasi mahasiswa UKM HIPMI-PT UNNES belum diketahui untuk menjadi pengusaha yang memikirkan permasalahan sosial terlebih sebagai *social entrepreneurship*.
3. *Social entrepreneurship* menjadi fenomena yang sangat menarik saat ini, karena perbedaannya dengan kewirausahaan tradisional yang hanya fokus terhadap keuntungan materi dan kepuasan pelanggan, serta signifikannya terhadap kehidupan masyarakat.
4. Motivasi berwirausaha mahasiswa yang rendah akan menjadi masalah dalam diri mahasiswa yang ingin menjadi wirausaha sukses, karena

dengan adanya motivasi berwirausaha yang rendah tidak dapat membentuk mental yang ada pada diri mereka untuk selalu lebih unggul.

### **1.3 Cakupan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan Identifikasi masalah di atas, cakupan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. UKM HIPMI-PT UNNES yang dimaksud dalam penelitian ini adalah organisasi kewirausahaan yang dijadikan wadah bagi para mahasiswa UNNES untuk menambah skill kewirausahaan.
2. Motivasi menjadi *social entrepreneurship* mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai , komitmen, dan harapan setiap mahasiswa dalam berwirausaha untuk peduli kepada lingkungan sekitarnya.
3. *Social entrepreneurship* mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penilaian diri dari mahasiswa untuk menentukan sasaran, tindakan, atau kualitas dari bisnis yang dijalankannya dengan nilai sosial.
4. Penerapan *social entrepreneurship* pada program kerja kegiatan sosial pada UKM HIPMI-PT UNNES sebagai pedoman, pembelajaran, dan pelatihan bagi mahasiswa untuk menerapkannya pada bisnis masing-masing individu yang dijalankan.

### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi pertanyaan peneliti sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan *social entrepreneurship* program kerja kegiatan sosial di Unit Kegiatan Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Universitas Negeri Semarang?
2. Bagaimana dampak sosial dari penerapan *social entrepreneurship* di Unit Kegiatan Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Universitas Negeri Semarang bagi mahasiswa anggota HIPMI-PT UNNES?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis, sebagai berikut :

1. Penerapan *social entrepreneurship* program kerja di HIPMI-PT Universitas Negeri Semarang.
2. Dampak sosial dari penerapan *social entrepreneurship* di Unit Kegiatan Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Universitas Negeri Semarang bagi mahasiswa anggota HIPMI-PT UNNES.

### **1.6 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Untuk penerapan teori *social entrepreneurship* dari Gregory Dees dan Paul C.Light.

- b. Sebagai khasanah ilmu pengetahuan khususnya pendidikan kewirausahaan di Universitas

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Mahasiswa

Memberikan persepsi dan pemahaman kepada mahasiswa tentang *social entrepreneurship* di Universitas dengan tujuan utamanya yaitu membentuk wirausaha sosial.

### b. UKM HIPMI-PT UNNES

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pihak UKM HIPMI-PT UNNES dalam meningkatkan semangat menerapkan kewirausahaan sosial pada usaha yang dijalankan maupun usaha yang akan dijalankan.

### c. Bagi Pengambil Kebijakan

Penelitian ini dapat membantu pengambil kebijakan dalam meningkatkan semangat kewirausahaan mahasiswa dengan konsep *social entrepreneurship* melalui UKM HIPMI-PT UNNES.

## 1.7 Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan, walaupun sama-sama mengangkat pembahasan tentang kewirausahaan sosial. Penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Vegy Dwi Hartanti (2018) mengangkat Penerapan *Social Entrepreneurship* pada Koperasi Wanita Srikandi Purworejo Jawa Tengah. Penelitian ini berfokus pada bagaimana sebenarnya kewirausahaan sosial diterapkan didalam kegiatan usaha di Koperasi Wanita Srikandi Purworejo.

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian Gamal Aqshodiora (2018) mengangkat Motivasi Mahasiswa Aktif dalam Unit Kegiatan Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (UKM HIPMI) Universitas Andalas (Studi kasus : UKM HIPMI Universitas Andalas ). Penelitian ini berfokus pada motif sebab (*because of motive*) mahasiswa aktif dalam UKM HIPMI dan mendeskripsikan motif akibat/tujuan (*in order to motive*) mahasiswa aktif dalam UKM HIPMI.

Penelitian lain oleh Lak lak Nazhat El Hazanah (2018) mengangkat Pengembangan Kewirausahaan Sosial pada Perguruan Tinggi melalui *Social Project Competition*. Penelitian ini berfokus pada pengembangan kewirausahaan sosial pada perguruan tinggi dengan menggambarkan suatu program pengembangan kewirausahaan sosial. Dari beberapa penelitian tersebut dapat kita simpulkan bahwa penerapan kewirausahaan sosial dapat diterapkan didalam berbagai macam bentuk bisnis dan dengan tujuan misi sosial yang berbeda-beda. Temuan tersebut terlihat menarik untuk diuji kembali menjadi sebuah penelitian baru dengan objek, konsep, maupun tujuan yang berbeda. Oleh karena itu orisinalitas dari penelitian ini yaitu terletak pada sasaran baru (disini maksudnya objek yang diteliti) penerapan kewirausahaan sosial, bentuk kegiatan, dan tentunya konsep yang digunakan pada program kerja kegiatan mahasiswa UKM HIPMI-PT UNNES.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kewirausahaan Social (*Social Entrepreneurship*)**

##### **2.1.1. Teori Kewirausahaan Social (*Social Entrepreneurship*)**

Menurut Hery Wibowo dalam bukunya yang berjudul “ Kewirausahaan Sosial :Merevolusi Pola Pikir dan Menginisiasi Mitra Pembangunan Kontemporer” terdapat 2 tokoh yang menyampaikan tentang teori Kewirausahaan social (*Social Entrepreneurship*) yaitu Gregory Dees dan Paul C. Light. Berikut teori yang disampaikan oleh kedua ahli tersebut:

##### 1. Gregory Dees

Kewirausahaan sosial berbeda dengan kewirausahaan bisnis kunci perbedaannya adalah bahwa kewirausahaan sosial berdiri/berjalan dengan sebuah misi/tujuan sosial yang jelas dalam pikiran. Tujuan utama mereka adalah menjadikan dunia yang lebih baik. Hal ini mempengaruhi bagaimana mereka mengukur kesuksesan mereka dan menstrukturkan pengelolaannya.

Berdasarkan hal tersebut, tampak bahwa kewirausahaan sosial itu sendiri adalah sebuah gerakan yang didorong oleh semangat untuk menolong orang lain dan membuat perubahan untuk kebaikan bagi orang banyak. Walaupun pada umumnya sebuah aktivitas kewirausahaan bisnis memberikan manfaat bagi orang banyak, namun gerakan kewirausahaan sosial menempatkan hal tersebut sebagai tujuan utama, bukan sebagai dampak/implikasi maupun ikutan.



Hal ini tentu saja membuat cara menjalankan maupun cara mengelola sebuah entitas kewirausahaan sosial berbeda dengan cara mengelola kewirausahaan bisnis. Meskipun harus diakui akan banyak irisan diantara keduanya. Menurut Dees, cara terbaik mengukur kesuksesan kewirausahaan sosial adalah bukan dengan menghitung jumlah profit yang dihasilkan, melainkan pada tingkat dimana mereka telah menghasilkan nilai-nilai sosial (*social value*).

## 2. Paul C.Light

Paul C. Light mengasumsikan bahwa *social entrepreneurship* terbentuk dari empat komponen besar yaitu wirausaha, ide/gagasan, peluang, dan organisasi.

### a. Wirausaha

Menurut Light, wirausaha merupakan factor utama dalam terjadinya aktivitas kewirausahaan sosial. Tidak akan ada aktivitas kewirausahaan sosial tanpa talenta, kreativitas, dan dorongan kewirausahaan individu yang selalu ingin bergerak mendobrak kemapanan yang ada. Wirausaha (*entrepreneur*) sangat mudah dikenali sebelum meninggalkan tanda karya mereka. Begitulah gambaran wirausaha. Mereka digambarkan sebagai seorang yang sangat erat memegang visinya. Mereka bergerak untuk mencapai visinya, yang sering kali dianggap aneh oleh orang-orang disekelilingnya. Namun demikian, tanpa seorang individu yang tidak kenal lelah seperti inilah kewirausahaan sosial terjadi.

### b. Ide/gagasan

Inilah komponen kedua yang membentuk *social entrepreneurship*. Ide, sebagai dasar pembeda gerakan *social entrepreneurship* dan *business*

*entrepreneurship*. Secara umum, pembeda antara kedua jenis *entrepreneurship* tersebut adalah bahwa *social entrepreneurship* dimulai dari ide/gagasan untuk mengurangi/mengatasi masalah, sementara pada *business entrepreneurship*, idea atau gagasan awalnya adalah untuk menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

c. Peluang

Light menjelaskan peluang seperti Peter Pan Phenomenon, yaitu jika Anda percaya Anda bisa terbang, maka Anda akan bisa terbang. Dess menyatakan bahwa ketika orang lain melihat masalah, wirausaha sosial melihat peluang. Mereka tidak hanya didorong oleh pandangan mereka tentang kebutuhan sosial atau rasa empati mereka. Namun, mereka memiliki visi tentang bagaimana meraih perbaikan dan berbagai usaha yang memastikan bahwa visi mereka tercapai. Mereka adalah orang-orang yang sangat persisten.

Maka dapat dikatakan bahwa peluang adalah sesuatu yang belum tentu dapat dilihat oleh orang awam, namun dapat diungkap oleh mereka yang memiliki jiwa wirausaha. Para wirausaha sosial ini, tidak hanya tergerak karena melihat ada sesuatu yang kurang beres, namun mereka melihat kesempatan untuk menjadikan segala sesuatunya menjadi lebih baik.

d. Organisasi

Organisasi adalah aspek keempat dari *social entrepreneurship*. Aktivitas *social entrepreneurship* diyakini dapat bervariasi dari mulai gerakan individu sampai ke sebuah gerakan pasif.

### **2.1.2. Konsep Kewirausahaan Sosial (*Social Entrepreneurship*)**

Menurut Kaswan 2017 dalam bukunya yang berjudul “*Social Entrepreneurship* : Mengubah masalah sosial menjadi peluang usaha” gerakan kewirausahaan sosial sebenarnya sudah lama berlangsung. Artinya, sebelum dunia mengenal istilah ini, aktivitasnya sendiri sudah berlangsung puluhan tahun lamanya. Sepuluh tahun kebelakang, istilah ini mulai muncul dan digunakan secara luas, terutama sejak dianugerahinya Mohamad Yunus sebagai pemenang hadiah Nobel. Ia muncul dengan gagasan bahwa pemberian bantuan langsung kepada kaum miskin hanya akan mengkerdikan mereka. Sebagai solusinya, dosen ekonomi di salah satu perguruan tinggi Bangladesh ini mengeluarkan kredit mikro tanpa agunan untuk menolong masyarakat miskin (kebanyakan kaum ibu) yang hidup di lingkungannya. Inilah spirit yang disebut sebagai kewirausahaan sosial, yaitu sebuah upaya untuk memanfaatkan mental entrepreneur (yaitu mental inovatif, kerja keras, berani ambil resiko dll) untuk sebesar-besarnya kebermanfaatannya bagi masyarakat. Inilah antusiasme bisnis yang tidak menghubungkan indikator kesuksesannya dengan kinerja keuangan, melainkan lebih kepada seberapa besar manfaat yang dirasakan oleh masyarakat.

Faktor yang berpotensi mendorong berkembangnya kewirausahaan sosial dari sisi suplai antara lain adalah:

1. Meningkatnya kesejahteraan/pendapatan perkapita secara umum maupun mobilitas sosial yang semakin meningkat.
2. Meningkatnya produktif dari manusia/individu
3. Secara kuantitas jumlah pemerintahan yang demokratis semakin meningkat.

4. Meningkatnya kekuasaan/daya jangkau/kekuatan penawaran dari perusahaan multinasional.
5. Tingkat pendidikan yang semakin baik.
6. Jaringan komunikasi yang semakin baik

Sedangkan dari sisi demand (tuntutan) hal-hal yang berpotensi meningkatkan gerakan kewirausahaan sosial adalah :

1. Meningkatnya krisis di ranah lingkungan dan kesehatan.
2. Meningkatnya ketidakadilan ekonomi di masyarakat.
3. Kurangnya efisiensi pelayanan publik.
4. Kemunduran/berkurangnya peran pemerintah dalam ranah perdagangan bebas.
5. Meningkatnya peran-peran dari organisasi non pemerintah.
6. Kompetensi untuk mendapatkan sumber daya.

Pendapat lain mengatakan bahwa kewirausahaan sosial menitikberatkan usahanya dengan melibatkan masyarakat dengan memberdayakan masyarakat kurang mampu secara finansial maupun keterampilan untuk secara bersama-sama menggerakkan usahanya agar menghasilkan keuntungan dan kemudian keuntungan tersebut dikembalikan kembali kepada masyarakat untuk meningkatkan pendapatnya (Firdaus, 2014). Tidak jauh berbeda dari pendapat tersebut, Seelos dan Mair (2005) membagi definisi kewirausahaan sosial menjadi tiga bentuk yaitu :

1. Mengacu pada gagasan organisasi nirlaba yang berupaya mencari pembiayaan untuk aktivitasnya sehubungan dengan adanya penghentian

bantuan dari individu ataupun perusahaan sementara kebutuhan sosial terus meningkatnya

2. Kewirausahaan sosial menekankan pada aspek individual yang memiliki gagasan untuk memperjuangkan pengurangan permasalahan sosial.
3. Kewirausahaan sosial dipandang sebagai praktik tanggung jawab sosial dari suatu entitas bisnis melalui mekanisme kerjasama dalam penyelenggarannya.

### **2.1.3. Indikator Keberhasilan Kewirausahaan Sosial (*Social Entrepreneurship*)**

Menurut Dess dalam Wibowo 2015, cara terbaik mengukur kesuksesan kewirausahaan sosial adalah bukan dengan menghitung jumlah profit yang dihasilkan, melainkan pada tingkat dimana mereka telah menghasilkan nilai-nilai sosial (social value). Para wirausaha sosial bertindak sebagai agen perubahan dalam sektor sosial dengan berbagai cara sebagaimana dikemukakan oleh Dees dkk. Jelas sekali dalam gambaran Dees tergambar bahwa kewirausahaan sosial merupakan sebuah gerakan dengan misi sosial, yang diusahakan dengan upaya-upaya menemukan peluang dan mengolahnya dengan inovasi dan proses belajar yang tiada henti serta kesiapan untuk bertindak tanpa dukungan sumber daya yang memadai.

Semangat yang muncul ketika sedang membahas kewirausahaan sosial adalah semangat pemberian manfaat yang sebesar-besarnya untuk masyarakat, dengan cara yang inovatif dan pendekatan yang sistemik (bukan dengan jalan yang tanpa perencanaan dan pemikiran matang sebelumnya). Dibalik itu semua,

sebenarnya hal ini menunjukkan usaha-usaha untuk memberikan penghargaan kepada mereka yang memang telah melakukan hal-hal yang luar biasa tersebut.

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

#### **2.1.4. Motivasi Kewirausahaan Sosial (*Social Entrepreneurship*)**

Hamzah dalam bukunya yang berjudul “Teori Motivasi dan Pengukurannya” mengemukakan bahwa motivasi bertalian dengan tiga hal yang sekaligus merupakan aspek-aspek dari motivasi. Ketiga hal tersebut yaitu keadaan yang mendorong tingkah laku (*motivating states*), tingkah laku yang didorong oleh keadaan tersebut (*motivated behavior*), dan tujuan dari pada tingkah laku tersebut (*goals or ends of such behavior*).

Teori motivasi yang dikembangkan oleh Abraham H. Maslow (1954) pada intinya berkisar pada pendapat bahwa manusia mempunyai lima tingkat atau hierarki kebutuhan, yaitu : (1) kebutuhan fisiologikal (*physiological needs*), seperti rasa lapar, haus, istirahat dan jenis kelamin; (2) kebutuhan rasa aman (*safety needs*), tidak dalam arti fisik semata, akan tetapi juga mental, psikologikal dan intelektual; (3) kebutuhan akan kasih sayang (*love needs*); (4) kebutuhan akan harga diri (*esteem needs*), yang pada umumnya tercermin dalam berbagai simbol-simbol

status; dan (5) aktualisasi diri (*self actualization*), dalam arti tersedianya kesempatan bagi seseorang untuk mengembangkan potensi yang terdapat dalam dirinya sehingga berubah menjadi kemampuan nyata.

Kebutuhan-kebutuhan yang disebut pertama (fisiologis) dan kedua (keamanan) kadang-kadang diklasifikasikan dengan cara lain, misalnya dengan menggolongkannya sebagai kebutuhan primer, sedangkan yang lainnya dikenal pula dengan klasifikasi kebutuhan sekunder. Terlepas dari cara membuat klasifikasi kebutuhan manusia itu, yang jelas adalah bahwa sifat, jenis dan intensitas kebutuhan manusia berbeda satu orang dengan yang lainnya karena manusia merupakan individu yang unik. Juga jelas bahwa kebutuhan manusia itu tidak hanya bersifat materi, akan tetapi bersifat psikologikal, mental, intelektual dan bahkan juga spiritual.

Motivasi seorang individu sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Termasuk pada faktor internal adalah : (1) persepsi seseorang mengenai diri sendiri; (2) harga diri; (3) harapan pribadi; (4) kebutuhan; (5) keinginan; (6) kepuasan kerja; (7) prestasi kerja yang dihasilkan. Sedangkan faktor eksternal mempengaruhi motivasi seseorang, antara lain ialah: (1) jenis dan sifat pekerjaan, (2) kelompok kerja dimana seseorang bergabung, (3) organisasi tempat bekerja, (4) situasi lingkungan pada umumnya; (5) sistem imbalan yang berlaku dan cara penerapannya.

Dalam buku teori motivasi dan pengukurannya karangan Hamzah disimpulkan bahwa motivasi adalah dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang untuk mengadakan perubahan tingkah laku, yang mempunyai indikator

sebagai berikut : (1) adanya hasrat dan keinginan untuk melakukan kegiatan, (2) adanya dorongan dan kebutuhan melakukan kegiatan, (3) adanya harapan dan cita-cita, (4) penghargaan dan penghormatan atas diri, (5) adanya lingkungan yang baik.

Menurut Triyono (2018) terdapat dua motif dasar yang menggerakkan perilaku seseorang, yaitu motif biologis yang berhubungan dengan kebutuhan untuk mempertahankan hidup dan motif sosial yang berhubungan dengan kebutuhan sosial. Menurut McDonald (1987), terdapat tiga unsur yang berkaitan dengan motivasi. Pertama, motif dimulai dari adanya perubahan energi dalam pribadi, misalnya adanya perubahan dalam sistem pencernaan dan menimbulkan motif lapar. Kedua, motif ditandai dengan timbulnya perasaan (*effectif arousal*), misalnya karena seseorang tertarik dengan tema diskusi yang sedang diikuti, maka dia akan bertanya. Ketiga, motif ditandai dengan reaksi-reaksi untuk mencapai tujuan.

Berangkat dari kenyataan bahwa pemahaman tentang berbagai kebutuhan manusia makin mendalam penyempurnaan dan koreksi dirasakan bukan hanya tepat, akan tetapi juga memang diperlukan karena pengalaman menunjukkan bahwa usaha pemuasan berbagai kebutuhan manusia berlangsung secara simultan. Artinya, sambil memuaskan kebutuhan fisik, seseorang pada waktu yang bersamaan ingin menikmati rasa aman, merasa dihargai, memerlukan teman serta ingin berkembang. Pemikiran Maslow tentang teori kebutuhan tampak lebih bersifat teoritis, namun telah memberikan fundasi dan mengilhami bagi pengembangan teori-teori motivasi yang berorientasi pada kebutuhan berikutnya yang lebih bersifat aplikatif (Tama, 2010).



Adapun jenis motivasi menurut Davis dan New Strom (1996) adalah prestasi, afiliasi, kompetensi, dan kekuasaan. Motivasi prestasi (*achievement motivation*), adalah dorongan dalam diri seseorang untuk mengatasi segala tantangan dan hambatan dalam mencapai tujuan. *Entrepreneur* yang berorientasi dan bekerja keras apabila mereka memandang bahwa mereka akan memperoleh kebanggaan pribadi atas upaya mereka, apabila hanya terdapat sedikit resiko gagal, dan apabila mereka mendapat balikan spesifik tentang prestasi diwaktu lalu. Motivasi afiliasi (*affiliation motivation*) adalah dorongan untuk berhubungan dengan orang-orang atas dasar social. Orang-orang yang bermotivasi afiliasi bekerja lebih baik apabila mereka dipuji karena sikap dan kerja sama mereka yang menyenangkan. Motivasi kompetensi (*competence motivation*) adalah dorongan untuk mencapai keunggulan kerja, meningkatkan ketrampilan dalam memecahkan masalah, dan berusaha keras untuk inovatif. Umumnya, mereka cenderung melakukan pekerjaan dengan baik karena kepuasan batin yang merekasakan dari melakukan pekerjaan itu dan penghargaan yang diperoleh dari orang lain. Motivasi kekuasaan (*power motivation*) adalah dorongan untuk mempengaruhi orang-orang dan mengubah situasi. Orang-orang yang bermotivasi kekuasaan ingin menimbulkan dampak dan mau memikul resiko untuk melakukan hal itu.

Triyono (2018) menyatakan bahwa motivasi adalah proses yang dimulai dengan defisiensi fisiologis dan psikologis yang menggerakkan perilaku atau dorongan yang ditunjukkan untuk tujuan atau insentif. Dengan demikian kata kunci untuk memahami proses motivasi bergantung pada pengertian dan hubungan antara kebutuhan, dorongan, dan insentif. Menurut Palesagi (2012) motivasi merupakan

faktor psikologis yang menunjukkan minat individu terhadap pekerjaan, rasa puas dan ikut bertanggung jawab terhadap aktivitas atau pekerjaan yang dilakukan. Sedangkan Irvin (2012) menyatakan motivasi adalah faktor yang kehadirannya dapat menimbulkan kepuasan kerja dan meningkatkan produktivitas atau hasil kerja dan menimbulkan berbagai perilaku manusia.

Gusti (2017) juga menjelaskan bahwa bagi banyak orang Keputusan untuk berwirausaha merupakan perilaku dengan keterlibatan (*high involvement*) yang akan melibatkan beberapa faktor di antaranya yaitu Faktor internal seperti kepribadian, persepsi, motivasi, dan pembelajaran (sikap). Faktor eksternal seperti keluarga, teman, tetangga dan lain sebagainya.

Menurut David C.McLelland dalam (Suryana, 2013) mengemukakan bahwa kewirausahaan ditentukan oleh motif berprestasi, optimisme, sikap nilai, dan status kewirausahaan atau keberhasilan. Perilaku kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal, faktor internal yaitu hak kepemilikan, kemampuan/kompetensi, dan insentif, sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan. Menurut Ibnu Soedjono dalam (Suryana, 2013), karena kemampuan afektif mencakup sikap, nilai, aspirasi, perasaan, dan emosi yang semuanya tergantung pada kondisi lingkungan yang ada maka dimensi kemampuan afektif dan kemampuan kognitif merupakan bagian dari pendekatan kemampuan kewirausahaan.

*Social entrepreneurship* muncul karena beberapa alasan (Yunus, 2007 dalam Triyono, 2018), pertama, ketidakmampuan negara dalam menyelesaikan permasalahan sosial karena implementasi kebijakan yang sering kali tidak efektif.

Kedua, ketidakmandirian organisasi nirlaba secara keuangan untuk membiayai aktivitas sosial. Organisasi nirlaba hanya mengandalkan donor dalam kegiatan sosialnya. Konsep bantuan yang diberikan organisasi nirlabapun dinilai kurang mampu menyelesaikan masalah sosial. Ketiga, organisasi multilateral, seperti bank dunia atau bank regional yang sejatinya mendorong pertumbuhan ekonomi namun secara empiris inklusivitas pertumbuhan ekonomi belum menyentuh pada pengurangan kemiskinan (*pro poor growth* versus *anti-poor growth*). Keempat, kegiatan CSR dari sektor swasta belum mampu memberikan manfaat sosial yang besar karena hanya sedikit CSR yang benar-benar melakukan perubahan sosial.

Dari sisi permintaan, *social entrepreneurship* muncul sebagai jawaban atas ketidakmerataan ekonomi. Berkembangnya ideologi pasar bebas serta perilaku kompetisi dalam pemanfaatan sumber daya menumbuhkan benih konsep *social entrepreneurship* dalam upaya mengatasi dampak pembangunan ekonomi yang tidak merata. Selain itu, pemerintah yang sedianya memberikan berbagai bentuk pelayanan publik, justru terkendala pada masalah inefisiensi. Ini tentunya mendorong pada semakin meningkatnya peran dari organisasi nirlaba. Persyaratan lainnya yaitu mampu menghitung kemampuan dan mempertanggungjawabkan sesuatu yang ditekuni, punya keinginan kuat mengubah dunia, dan bisa mempengaruhi lingkungan. Hal lain yang perlu dimiliki seorang *social entrepreneurship* adalah harus pantang menyerah.

Menjadi seorang *social entrepreneur* sering dipandang sebagai pilihan karir yang menantang, dimana seseorang menghadapi kehidupan sehari – hari dalam

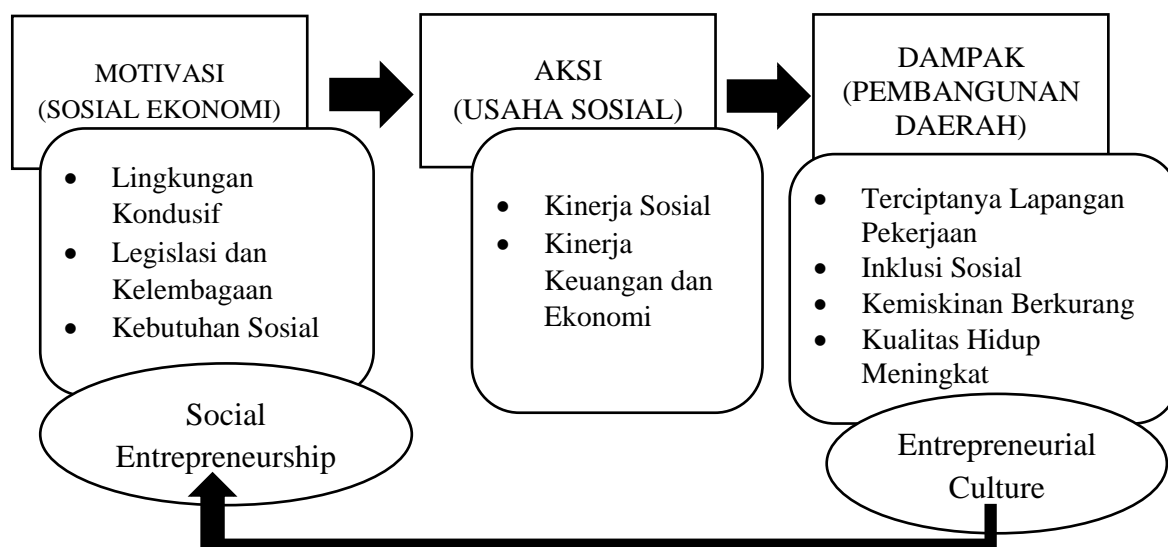
situasi kerja yang penuh dengan rintangan kerja, kegagalan, ketidakpastian, dan frustrasi yang dihubungkan dengan proses pembentukan usaha yang dilakukan.

Sebelumnya Moulaert (2013) telah membagi faktor pendorong tumbuhnya *social entrepreneurship* dari dua sisi, yaitu sisi penawaran dan sisi permintaan. Dari sisi penawaran, kesejahteraan masyarakat global dan bertambahnya masa usia produktif mendorong pada mobilitas sosial. Ini mengarah pada kesadaran kolektif untuk dapat memperbaiki kualitas hidup. Pemerintahan yang demokratis membuka peluang bagi organisasi non pemerintah maupun individu untuk aktif berkontribusi pada pembangunan ekonomi. Selain itu, kekuatan perusahaan multinasional memainkan peran penting dalam dinamika ekonomi global, termasuk dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi dunia serta konsep model bisnis yang dijalankan mampu meningkatkan skala pada penciptaan nilai sosial dan ekonomi. Perbaikan sistem komunikasi pun memperkuat jaringan komunikasi antar masyarakat dunia sehingga memungkinkan terjadinya pertukaran informasi yang cepat.

Kebutuhan akan kegiatan *social entrepreneurship* diawali dari adanya fenomena sosial berupa problematika sosial yang sulit untuk diurai bahkan oleh pemerintah sekalipun. Motivasi untuk mendapatkan lingkungan yang kondusif dan terpenuhinya kebutuhan masyarakat dapat dipenuhi melalui usaha-usaha individu masyarakat. Namun demikian, tidak seluruh elemen sosial memiliki keberdayaan untuk keluar dari kesulitannya secara personal sehingga memerlukan pendampingan sosial melalui usaha-usaha sosial.

Sistem dalam *social entrepreneurship* meliputi tiga elemen penting yaitu adanya motivasi yang lebih menekankan pada aspek sosial ekonomi tetapi tidak

menutup peluang pada aspek lain seperti spiritual, aksi yang berupa usaha sosial, dan dampak dari aksi berupa pembangunan daerah. Tujuan dari sistem ini adalah untuk mengorganisir modal sosial dalam masyarakat melalui prinsip prinsip kewirausahaan berbasis nilai-nilai yang dianut sehingga tercapai suatu bentuk keberdayaan sosial yang berkelanjutan (Masturin, 2013).



**Gambar 2.2 Sistem *Social Entrepreneurship***

Sumber : Matei dan Matei (2012: 167) dalam (Masturin, 2013)

## 2.2. Kajian Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *social entrepreneurship*. Diantaranya sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan oleh Penny Rahmawaty, Dyna Herlina Suwanto, M.Lies Endarwati dalam jurnal yang berjudul Pengembangan Metode Pembelajaran Pendidikan Karakter Melalui Kewirausahaan Sosial (*Sociopreneurship*) tahun 2009. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nilai ketaatan beribadah masih perlu ditingkatkan terutama pada nilai berdoa sebelum

dan sesudah melakukan kegiatan. Untuk nilai kedisiplinan dan tanggung jawab menghasilkan nilai yang cukup tinggi dengan kata lain mahasiswa sudah memahami pentingnya kedisiplinan baik dalam hal ketepatan waktu untuk mengikuti perkuliahan, menyerahkan tugas yang diberikan dosen serta mengerjakan tugas-tugas yang diberikan. Nilai karakter kejujuran masih perlu ditingkatkan terutama dalam hal menuliskan sumber referensi yang benar ketika membuat karya tulis dan menulis tandatangan palsu dalam daftar hadir (presensi) atau format yang lain. Nilai hormat dan peduli sudah baik yang tercermin pada kebiasaan untuk bersikap sopan dan santun kepada teman, dosen, karyawan dan pimpinan fakultas. Sedangkan pembentukan karakter kerjasama telah berkembang dengan baik, karena metode pembelajaran yang dilakukan adalah metode berbasis proyek yang memang membutuhkan kerjasama dari semua anggota kelompok.

Deden Suparman dalam jurnalnya yang berjudul *Kewirausahaan-Sosial Berbasis Organisasi Masyarakat (ORMAS) (Studi Analisis Mengenai Pemberdayaan Ekonomi Ummat atas Unit Usaha-Sosial Persis, NU, dan Muhammadiyah di Kabupaten Garut)* tahun 2012. Hasil penelitian ini adalah Wawancara yang dilakukan terhadap tiga ormas Islam yang ada di Kabupaten Garut, terutama bagian kewirausahanya. Setelah wawancara dilakukan kegiatan Focus Group Discussion (FGD). Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi secara utuh dari semua anggota dari tiga ormas yang terlibat langsung dalam kewirausahaan. Teknik pengumpulan data lewat FGD ini guna memecahkan rumusan masalah yang diperoleh dari narasumber (Resouce Person) yaitu orang-

orang yang terlibat langsung dalam pengelolaan yang terkait dengan topic yang sedang diteliti.

Ernani Hadiyati dalam jurnal yang berjudul *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil tahun 2011*. Hasil Penelitian ini adalah Kreativitas meliputi terbuka terhadap pengalaman, suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, kesungguhan, menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, toleransi terhadap sesuatu yang tidak jelas, independen dalam mengambil keputusan, berpikir dan bertindak, memerlukan dan mengasumsikan otonomi, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil resiko yang diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancar-kemampuan untuk men-generik ide-ide yang banyak, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap penomena yang belum jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berpikir dalam imajinasi, selektif dan inovasi meliputi: menganalisis peluang, apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang, sederhana dan terarah dimulai dari yang kecil, berpengaruh secara parsial terhadap variabel kewirausahaan. 2. Inovasi yang meliputi menganalisis peluang, apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang, sederhana dan terarah dimulai dari yang kecil, berpengaruh secara parsial terhadap variabel kewirausahaan. 3. Berdasarkan analisis yang dilakukan, kreatifitas dan inovasi berpengaruh secara simultan terhadap kewirausahaan dengan variabel inovasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kewirausahaan.

Erwin Thobias Drs. A.K. Tungka dan J.J. Rogahang dalam jurnalnya yang berjudul *Pengaruh Modal Sosial Terhadap Perilaku Kewirausahaan (Suatu studi*

pada pelaku usaha mikro kecil menengah di Kecamatan Kabaruan Kabupaten Kepulauan Talaud) tahun 2013. Hasil penelitian ini adalah Setelah dianalisis diperoleh hasil sebagai berikut : nilai  $r_s = 0,89$  yang artinya hubungan antara modal sosial dan perilaku kewirausahaan sangat tinggi. Dari uji signifikansi pada tingkat  $\alpha = 0,05$  diperoleh  $t_{hitung} = 16,56 > t_{tabel} 3,7$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi ( $r_s^2$ ) sebesar 0,7921. Hal ini berarti besarnya sumbangan atau proporsi variabel modal sosial (x) sebesar 79% sedangkan sisanya 21% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak ada dalam model.

Erwin Fadli Kurniawan dalam jurnalnya yang berjudul Pembentukan Intensi Kewirausahaan Sosial Mahasiswa tahun 2014. Hasil penelitian ini adalah mendukung hipotesis hubungan yang terdapat dalam model teoritis, kecuali pengaruh empati atau pertimbangan moral terhadap persepsi keinginan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi peluang berpengaruh signifikan terhadap persepsi keinginan, dukungan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kelayakan, dan tekad berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan untuk bertindak. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bukti yang kuat bahwa persepsi keinginan, persepsi kelayakan, dan kecenderungan untuk bertindak, masing-masing berpengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan sosial. Berdasarkan temuan tersebut, sejumlah rekomendasi metodologis dan praktis yang berkaitan dengan penelitian ini dipertimbangkan.

Azel R aoul Reginald dan Imron Mawardi dalam jurnalnya yang berjudul Kewirausahaan Sosial Pada Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan tahun 2014. Hasil



Penelitian ini menunjukkan bahwa Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan telah menerapkan kewirausahaan sosial yaitu dengan melihat pada elemen utama dalam kewirausahaan sosial menurut Hulgard (2010) yaitu innovation, economic activity, social value dan civil society. Dalam hal innovation, Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan memecahkan masalah sosial dengan cara-cara inovatif yang memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial yaitu dengan membangun kewirausahaan sosial berupa berdirinya Kopontren Sidogiri, BMT Masalahah, BMT UGT, BPRS UMMU, Koperasi Agro, Pustaka Sidogiri dan Buletin Sidogiri.

Masturin dalam jurnalnya yang berjudul Pemberdayaan Masyarakat dengan Pendekatan *Social Entrepreneurship*: Analisis Ketokohan Para Perwirausahaan Sosial tahun 2015. Hasil penelitian ini pertama bertujuan untuk menjelaskan tentang pemberdayaan sosial melalui model kewirausahaan sosial. Selanjutnya, tokoh-tokoh kewirausahaan juga dianalisis dalam penelitian ini sebagai tujuan kedua untuk mendukung penerapan model tersebut. Kewirausahaan sosial merupakan salah satu model pemberdayaan yang digunakan untuk memecahkan masalah sosial dan untuk menciptakan perubahan sosial dengan menggunakan prinsip-prinsip kewirausahaan. Karakteristik dari model tersebut adalah menciptakan nilai sosial, pewirausaha sosial, organisasi wirausaha sosial, orientasi pasar, dan inovasi sosial. Tokoh-tokoh yang berhasil dalam menerapkan konsep tersebut seperti pendiri Grameen Bank, pemimpin pondok pesantren Al-Ittifaq Bandung, dan sekolah Islam wirausaha Abdurahman bin Auf di Klaten.

Dhimas Suryo Prayogo dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Kewirausahaan Sosial Terhadap Pengembangan Individu Pada Unit Pasar Besar

Pasar Minggu, fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syaif Hidayatullah Jakarta tahun 2016. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan positif antara Kewirausahaan Sosial dengan Pengembangan Individu Unit Pasar Besar Pasar Minggu dan mengetahui seberapa pengaruhnya. Didapatkan R hitung 0,652 dan R tabel 0,361 dengan kata lain  $H_0$  diterima. Menunjukkan bahwa Kewirausahaan Sosial memiliki hubungan terhadap Pengembangan Individu. Pengembangan Individu di sini meliputi tiga aspek penilaian, yaitu kematangan fisik dan psikis, tuntutan masyarakat atau budaya dan nilai-nilai serta aspirasi individu. Kewirausahaan Sosial sangat berpengaruh terhadap peningkatan Pengembangan Individu. Dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini disebabkan oleh pola Kewirausahaan Sosial yang mandiri diterapkan oleh Unit Pasar Besar Pasar Minggu. Dari sebaran pernyataan kuesioner, jawaban responden yang merupakan pedagang pada Unit Pasar Besar Pasar Minggu lebih dominan memberikan jawaban setuju terhadap aitem-aitem pernyataan yang mengarah kepada pernyataan Kewirausahaan Sosial yang mandiri.

Shabrina Irvin R dalam jurnalnya yang berjudul Proses Penerapan Kewirausahaan Sosial Dalam Pembentukan Desa Wisata Di Dusun Jelok, Desa Beji, Patuk, Gunungkidul (Studi Tentang Perbaikan Modal Sosial Dan Budaya Masyarakat Jelok Sebagai Dampak Dari Pembentukan Desa Wisata) tahun 2017. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat 3 tahapan utama dalam proses penerapan kewirausahaan sosial di Dusun Jelok, yaitu mengadakan rapat atau rembuk warga, melakukan sosialisasi, dan membuat perkumpulan Pokdarwis. Dalam proses tersebut, terdapat inisiator yang berperan aktif dalam setiap tahapannya. Peran

inisiator tersebut dinilai sangat penting karena beliau merangkap sebagai donatur, sosialisator, dan motivator. Pengembangan desa wisata ini juga diikuti dengan memberikan program pemberdayaan masyarakat dengan tujuan untuk mengembangkan kemampuan masyarakat agar mampu memaksimalkan sumberdaya yang mereka miliki. Proses pembentukan desa wisata di Dusun Jelok, mereka berhasil menerapkan setiap tahapannya dengan baik, meskipun mengalami beberapa kendala. Kendala tersebut yaitu konflik yang sedang berlangsung, kemampuan SDM yang sulit untuk menerima konsep desa wisata, ketergantungan masyarakat, dan sebagainya.

Ririn Gusti, Citra Dwi Palenti, Erma Kusumawardani dalam jurnalnya yang berjudul *Kewirausahaan Sosial Dalam Meningkatkan Kemampuan Enterpreneur Pada Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah Untuk Menghadapi Abad 21 tahun 2017*. Hasil penelitian menunjukkan kewirausahaan sosial dapat dijadikan sebagai salah satu metode pembelajaran dalam pendidikan karakter. Sesuai dengan hakekatnya karakter lebih mengarah pada tingkah laku seorang yang positif. Karakter menjadi dasar utama dalam membentuk sikap manusia dengan karakter individu menjadi bermoral dalam kehidupannya. Selain itu kompetensi yang akan dimiliki dari kewirausahaan sosial yaitu kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. Sesuai dengan kompetensi mahasiswa pendidikan luar sekolah yaitu sebagai advocat, broker dan catalist.

Lak lak Nazhat El Hasanah dalam jurnalnya yang berjudul Pengembangan Kewirausahaan Sosial Pada Perguruan Tinggi Melalui Social Project Competition tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan pengembangan kewirausahaan sosial dilakukan dalam bentuk kompetisi dengan judul program Social Project Competition. Program ini diharapkan dapat menciptakan lulusan yang mempunyai kemandirian usaha sekaligus kepekaan sosial serta memberikan keseimbangan kemampuan akademis, bersikap, dan berkarya dalam rangka menuju pengembangan diri masyarakat, baik sebagai wirausaha sosial yang profesional, mandiri, dan inovatif. Kompetisi ini diperuntukkan bagi mahasiswa yang memiliki minat dalam pengembangan bisnis berbasis sosial. Hasil kompetisi diperoleh tiga pemenang yang memenuhi unsur sociopreneur yaitu Social Value, Civil Society, Innovation, Economic Activity. Adapun pemenang kompetisi adalah pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi pengolahan sampah popok di bantaran Kali Code, Mimpi Kita, dan SUKAWA (Susu Kambing Etawa). Pemenang kompetisi diharapkan dapat menciptakan bisnis sosial yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Didip Diandra dalam jurnalnya yang berjudul Program Pengembangan Kewirausahaan Untuk Menciptakan Pelaku Usaha Sosial Yang Kompetitif tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penciptaan pelaku usaha baik pelaku usaha konvensional maupun khususnya pelaku usaha sosial yang kompetitif dan berdaya saing tinggi yang didukung oleh kemampuan teknis (hardskills) dan kemampuan lunak (softskills).program pengembangan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap

penambahan pengetahuan kewirausahaan, dan peningkatan kemampuan kewirausahaan serta pembentukan mental kewirausahaan bagi para pelaku usaha yang dimulai dari niat hingga proses outputnya.

Vegy Dwi Hartanti dan Khasan Setiaji dalam jurnalnya berjudul Penerapan Social Entrepreneurship Pada Koperasi Wanita Srikandi Purworejo Jawa Tengah tahun 2018. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa didalam pendiriannya, Koperasi Wanita Srikandi dilatar belakangi oleh kesadaran pendiri dalam melihat dan mengenali permasalahan yang ada di masyarakat yang kemudian dituangkan dalam sebuah badan usaha yaitu koperasi yang didalamnya diselipkan sebuah misi sosial yang diharapkan dapat membantu menyelesaikan permasalahan tersebut. Koperasi Wanita Srikandi memiliki dua unit usaha yaitu unit simpan pinjam dan unit produksi, dimana keduanya sama-sama menerapkan kewirausahaan sosial. Hal ini terlihat dari adanya sosok wirausaha koperasi dan bentuk kegiatan yang mengandung nilai-nilai sosial. Dampak sosial yang terlihat dengan keberadaan Koperasi Wanita Srikandi adalah peningkatan sumber daya manusia, pengembangan sumber daya alam lokal di Purworejo, dan peningkatan kegiatan ekonomi masyarakat.

Nikmatul Laili dalam jurnalnya yang berjudul Kewirausahaan Sosial Yayasan Amal Khair Yasmin Ciputat Timur, Tangerang Selatan (Studi Tentang Usaha Barang Bekas Berkualitas) tahun 2019. Hasil penelitiannya adalah Tahapan Kewirausahaan sosial Yayasan Amal Khair Yasmin. Dalam hal ini peneliti dapat mengetahui bahwa tahapan yang digunakan Yayasan Amal Khair Yasmin dalam unit usaha barang bekas berkualitas ini berbeda dengan jual beli pada umumnya.

Salah satu yang berbeda adalah pada tahap pertama dimana para perusahaan/sekolah/masyarakat yang menjual bahkan menghibahkan barang bekas yang layak jual nya melalui Yayasan Amal Khair Yasmin. Kemudian, potensi barang bekas cukup besar, belum ada lembaga nirlaba atau yang mendayagukannya, serta dukungan SDM sangat berkompeten. Sehingga dalam persaingan barang bekas berkualitas ini semakin hari sudah ada beberapa lembaga nirlaba juga yang menggunakan potensi barang bekas ini.

Dari penelitian- penelitian terdahulu yang telah dijabarkan diatas, peneliti akan melakukan penelitian baru yaitu mengimplementasikan *social entrepreneurship* di HIPMI-PT UNNES

### **2.3. Kerangka Berfikir**

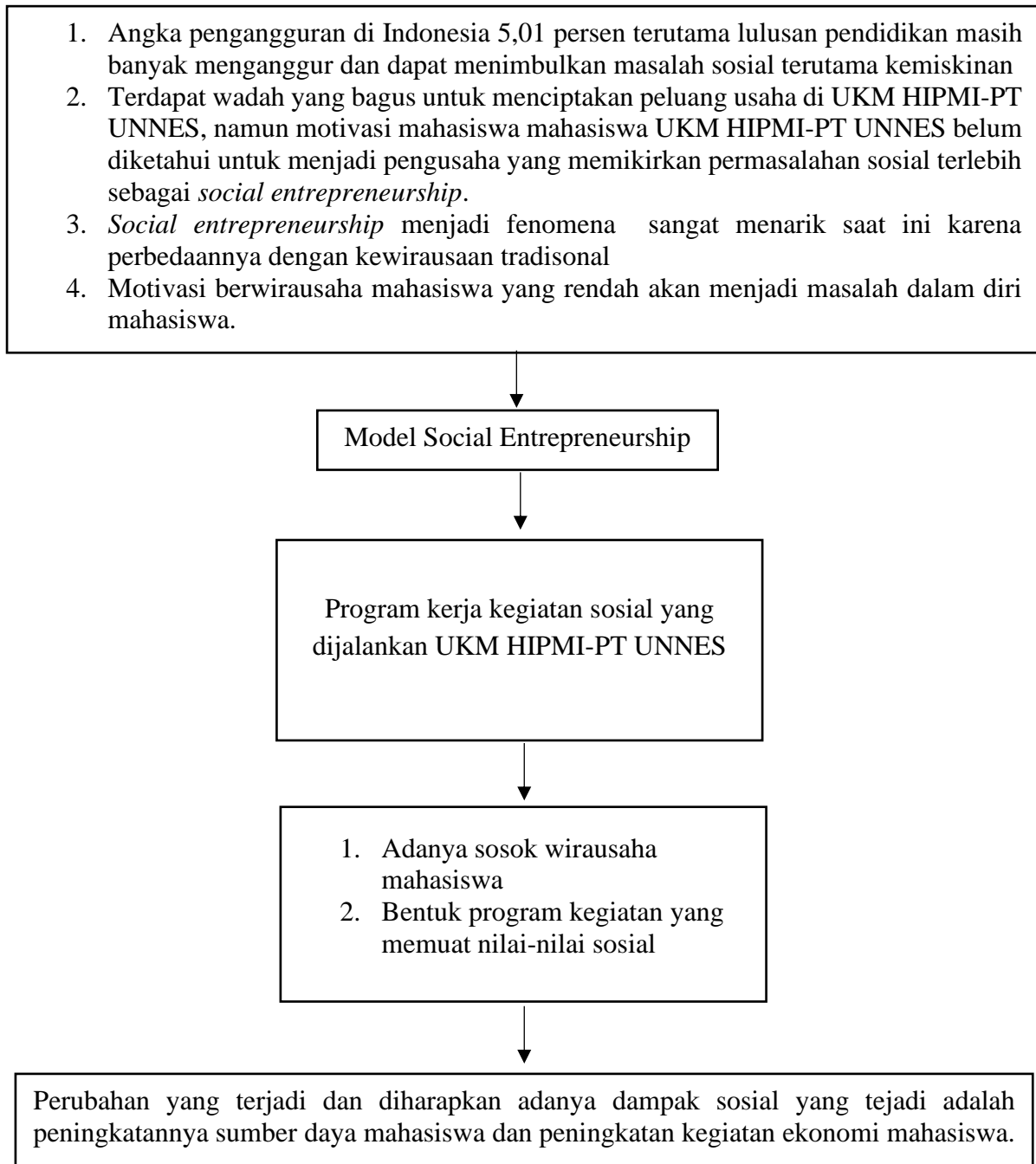
Masalah sosial dan lingkungan dari banyaknya pengangguran, *global warning* sampai menurunnya kualitas lingkungan adalah fenomena umum yang ada di sekeliling kita. Masalah ini dari tahun ke tahun, bukan terselesaikan, bahkan tampak semakin banyak dan semakin memburuk. Banyak orang berharap kepada pemerintah maupun sekolah/ perguruan tinggi bisa memberikan solusi terhadap masalah ini. Kesempatan kerja yang terbatas telah membuat kompetensi semakin ketat antar pencari kerja dan seringkali mereka melamar dan menerima pekerjaan apa saja meskipun tidak sesuai dengan kualifikasi pendidikannya.

Perguruan tinggi mempunyai peran yang sangat penting dalam menumbuhkembangkan semangat jiwa kewirausahaan sehingga tidak sekedar menciptakan sarjana yang mencari lapangan pekerjaan, tapi melahirkan sarjana yang menciptakan lapangan kerja sendiri, tidak hanya untuk dirinya tetapi

menyediakan lapangan kerja bagi orang lain. Perguruan tinggi dijadikan sebagai agen utama membangun *entrepreneur*. Kampus sangat perlu dikembangkan menjadi *Entrepreneurship Center*.

*Social entrepreneurship* menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Karena *social entrepreneurship* berbeda dengan kewirausahaan tradisional yang hanya fokus terhadap keuntungan materi dan kepuasan pelanggan, serta signifikannya terhadap kehidupan masyarakat. *Social entrepreneurship* adalah sebuah gerakan yang didorong oleh semangat untuk menolong orang lain dan membuat perubahan untuk kebaikan bagi orang banyak. Walaupun pada umumnya sebuah aktivitas kewirausahaan bisnis memberikan manfaat bagi orang banyak, namun gerakan *social entrepreneurship* menempatkan hal tersebut sebagai tujuan utama, bukan sebagai dampak/implikasi maupun ikutan.

Adanya konsep *social entrepreneurship* yang dijalankan dalam beberapa program kerja kegiatan UKM HIPMI-PT UNNES tentunya mempunyai dampak sosial yang dirasakan dari penerapan *social entrepreneurship* tersebut. Berdasarkan pemikiran tersebut, maka dijabarkan kerangka berfikir yang teoritis yang dijelaskan sebagai berikut :



**Gambar 2.2 Kerangka Berfikir Implementasi *Social Entrepreneurship***



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan konsep *social entrepreneurship* pada UKM HIPMI-PT UNNES dapat terwujud tidak hanya karena adanya sosok wirausaha HIPMI-PT UNNES, tetapi juga karena pemilihan program kerja kegiatan yang sesuai diterapkan dalam HIPMI-PT UNNES. Kegiatan yang dilaksanakan tetap mengandung nilai-nilai sosial yang nantinya berdampak sosial dan dapat dirasakan oleh mahasiswa HIPMI-PT UNNES. Kegiatan yang berkriteria *social entrepreneurship* yaitu dari divisi public relations dengan program kerja bakti sosial, dari divisi R&D dengan program kerja mentoring dan kelas bisnis, dan dari divisi hipmi event dengan program kerja nongkrong bisnis.
2. Dampak adanya penerapan *social entrepreneurship* di UKM HIPMI-PT UNNES adalah peningkatan motivasi *social entrepreneurship* mahasiswa, peningkatan sumber daya mahasiswa, dan peningkatan kegiatan ekonomi mahasiswa. Motivasi mahasiswa untuk menjadi *social entrepreneurship* di UKM HIPMI-PT UNNES meliputi motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Tingkat kecenderungan motivasi *social entrepreneurship* UKM HIPMI-PT UNNES termasuk dalam kategori tinggi. Peningkatan SDM oleh HIPMI-PT UNNES dilakukan melalui program kerja kegiatan yang dijalankan dengan banyak pelatihan-pelatihan yang diadakan HIPMI-PT

UNNES. Ketika disuatu tempat berdiri sebuah usaha pastilah akan membuka lapangan pekerjaan yang berimbas pada meningkatnya kegiatan ekonomi dan pendapatan mahasiswa. Begitu pun dengan keberadaan HIPMI-PT UNNES mencoba untuk meningkatkan kegiatan ekonomi mahasiswa secara luas dan menyebar.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari simpulan dalam penelitian ini, maka dapat disarankan sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa, hendaknya mahasiswa dapat meningkatkan jiwa *social entrepreneurship* dan memaksimalkan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan penambah soft skill yang diadakan HIPMI-PT UNNES sehingga tujuannya dapat tercapai yaitu mencetak wirausaha mahasiswa yang berkualitas sesuai dengan jiwa *social entrepreneurship*.
2. Bagi UKM HIPMI-PT UNNES, hendaknya dapat melakukan evaluasi dan perbaikan hasil penerapan *social entrepreneurship* secara rutin, baiknya setelah program kerja terlaksana untuk mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi penghambat dan apa saja yang perlu diperbaiki, ditingkatkan, dan dibenahi lagi dalam penerapan *social entrepreneurship*. Sehingga dengan adanya evaluasi dan perbaikan, maka penerapan *social entrepreneurship* sedikit demi sedikit akan mengalami kemajuan.
3. Bagi Pengambilan kebijakan, hendaknya dapat meningkatkan kemampuan dalam menentukan strategi yang tepat untuk mahasiswa agar dapat termotivasi berwirausaha dengan jiwa *social entrepreneurship*. Hendaknya

dapat meningkatkan kemampuan dalam menentukan anggaran untuk program kerja kegiatan yang bernilai sosial di UKM HIPMI-PT UNNES

## DAFTAR PUSTAKA

- Aqshodiora, G. (2018). Motivasi Mahasiswa Aktif Dalam Unit Kegiatan Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Indonesia ( Ukm-Hipmi ) Universitas. *Social Responsibility Journal*.
- Affudin, B. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung:Pustaka Setia
- Bps. (2019). Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2019. *Badan Pusat Statistik, 41*, 1–16.
- Cukier, Wendy, Susan Trenholm, dan Dale Carl.(2011). *Social Entrepreneurship : A Content Analysis*. Journal of Strategic Innovation and Sustainability.
- Cristina, I., Ardawati, M. Sari, Y.H. (2015). *Rumah Singgah Sociopreneur Sebagai Upaya untuk Mengurangi Jumlah Pengangguran Terdidik di Provinsi Jambi*. Fakultas Pertanian dan Hukum: Universitas Jambi.
- De, F., Afacerilor, G., Fitriati, R., Lubis, R. H., Shakuntala, S., Guntara, D., Bonauli, E. L., Telkom, U., Young, M., Haryanti, D. M., Rahayu, S., Hati, H., Wirastuti, A., Susanto, K., Council, B., Dey, P., Minat, M., Sosial, K., Sekolah, M., ... Margaretha, M. (2015). Analisis Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial ( Studi Pada Saung Angklung Udjo Bandung Jawa Barat 2014 ). --, *11*(1), 159–182.
- Derviş, B. (2013). Pemahaman Mahasiswa Tentang Konsep Social Entrepreneurship (Studi Di Unit Kegiatan Mahasiswa(Ukm) Ksei Filantropi Iain Metro). *Journal Of Chemical Information And Modeling*, *53*(9), 1689–1699.
- Diandra, Didip.(2018).*Program Pengembangan Kewirausahaan Untuk Menciptakan Pelaku Usaha Sosial Yang Kompetitif*. Administrasi Bisnis, Tanri Abeng University, Jakarta.
- Dwianto, Agung Surya. (2018).*Social Entrepreneurship: Inovasi dan Tantangannya di Era Persaingan Bebas*. Vol 15, No. 1, Maret 2018: STIE Pertiwi
- Fitriati, Rachma. Presentase *Social Entrepreneurship*. FISIP Universitas Indonesia
- Gusti ,Ririn., Citra Dwi Palenti., Erma Kusumawardani.(2017).*Kewirausahaan Sosial Dalam Meningkatkan Kemampuan Enterpreneur Pada Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah Untuk Menghadapi Abad 21*. FKIP Universitas Bengkulu, Vol 1 Nomor 1, Juli 2017
- Hadiyati, Ernani. (2011). *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. Fakultas Ekonomi, Universitas Gajayana Malang

- Hartanti ,Vegy Dwi.,Khasan Setiaji .(2018 ).*Penerapan Social Entrepreneurship Pada Koperasi Wanita Srikandi Purworejo Jawa Tengah*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Hasanah ,Lak lak Nazhat El.(2018).*Pengembangan Kewirausahaan Sosial Pada Perguruan Tinggi Melalui Social Project Competition*. Volume 7 Nomor 2 tahun 2018. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
- Wibowo, Hery.,Sony.(2015). *Kewirausahaan Sosial :Merevolusi Pola Pikir dan Menginisiasi Mitra Pembangunan Kontemporer*.Bandung:UNPAD PRESS.
- Hulgard, Lars.(2010). *Discourses of Social Entrepreneurship-Variation of The Same Theme?* . EMES European Research Network.
- Irvin ,Shabrina.(2017).*Proses Penerapan Kewirausahaan Sosial Dalam Pembentukan Desa Wisata Di Dusun Jelok, Desa Beji, Patuk, Gunungkidul (Studi Tentang Perbaikan Modal Sosial Dan Budaya Masyarakat Jelok Sebagai Dampak Dari Pembentukan Desa Wisata)*. Universitas Gajah Mada.
- Jambi, D. I. P. (N.D.). *Rumah Singgah Sociopreneur Sebagai Upaya Untuk Mengurangi Jumlah Pengangguran Terdidik Di Provinsi Jambi*.
- Kaswan, Ade Sadikin. (2017). *Social Entrepreneurship, mengubah masalah social menjadi peluang usaha*. Bandung: Alfabeta.
- Kurniawan, Erwin Fadli. (2014). *Pemodelan Pembentukan Intensi Kewirausahaan Sosial Mahasiswa*. Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Laili ,Nikmatul.(2019).*Kewirausahaan Sosial Yayasan Amal Khair YasminCiputat Timur, Tangerang Selatan (Studi Tentang Usaha Barang Bekas Berkualitas)*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Jakarta.
- Matei, Lucica dan Matei. (2012). *The Social Enterprise and The Social Entrepreneurship – Instruments of Local Development: A Comparative Study for Romania*. ProcediaSocial and Behavioral Sciences 62, 10661071
- Marlinah, L. (2019). Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Melalui Penguatan Sektor Ekonomi Digitalpreneur Dan Creativepreneur. *Ikraith-Ekonomika*, 2(1), 32–38.
- Masturin, M. (2013). Model Pemberdayaanmasyarakat Dengan Pendekatan Social Entrepreneurship: Analisis Ketokohan Para Pewirausaha Sosial. *Inferensi*, 7(1), 159. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus
- Moleong, L.J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mort, Gillian Sullivan & Jay Weerawardena.(2003). *Social entrepreneurship: towards conceptualisation, International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. Emerald Inside

- Moulaert, F., MacCallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A.(2013).*The international handbook on social innovation. Collective action, social learning and transdisciplinary research*. Cheltenham: Edgar Elgar
- Paramitasari, F. (2016). Pengaruh Motivasi Berwirausaha ..... ( Fanny Paramitasari ) Pengaruh Motivasi Berwirausaha ..... ( Fanny Paramitasari ) Leonardus Saiman ( 2009 : 26 ) Motivasi Untuk Berwirausaha , Yaitu. *Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha*, 239–248.
- Palesangi, Muliadi.(2012).*Pemuda Indonesia dan Kewirausahaan Sosial*, Prosiding Seminar Nasional Competitive Advantage:Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum.
- Poerwandari, E. K. (2005).*pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia* (edisi ketiga). Depok: LPSP3 Fakultas psikologis Universitas Indonesia.
- Prayogo, Dhimas Suryo.(2016).*Pengaruh Kewirausahaan Sosial Terhadap Pengembangan Individu Pada Unit Pasar Besar Pasar Minggu*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Jakarta.
- Rahmawaty, Penny., Herlina Suwarto., M.Lies Endarwati. (2009). *Pengembangan Metode Pembelajaran Pendidikan Karakter Melalui Kewirausahaan Sosial (Sociopreneurship)*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Reginald, A. R., & Mawardi, I. (2015). Kewirausahaan Sosial Pada Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 1(5), 333–345. <https://E-Journal.Unair.Ac.Id/Jestt/Article/View/486>
- Safa'at1, Ikhwan., Rizal Syarief2.,Ani Suryani. (2014). *Strategi Pengembangan Kewirausahaan Sosial PT Bina Swadaya Konsultan*. Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor
- Sledzik, Karol.(2013). *Schumpeter''s View on Innovation and Entrepreneurship*.Journal of Social Science Research Network
- Sofia, I. P. (2015). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian. *Widyakala Journal*, 2(1), 2.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kombinasi(Mix Methods)*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono.(2016).*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

- Suparman, Deden. (2012). *Kewirausahaan-Sosial Berbasis Organisasi Masyarakat (ORMAS) (Studi Analisis Mengenai Pemberdayaan Ekonomi Ummat atas Unit Usaha-Sosial Persis, NU, dan Muhammadiyah di Kabupaten Garut)*. Edisi Juli 2012 Volume VI No. 1-2
- Suyatna, Hempri., Yanti Nurhasanah. (2017). *Sociopreneurship sebagai tren Anak Muda*. Universitas Gajah Mada.
- Tama, A.A. (2010). *Analisis Faktor Faktor yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Entrepreneur*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Tewal, Bernhard., Adolfina.,Merinda Pandowo., dan Hendra Tawas. (2017). *Perilaku Organisasi*. Bandung : Patra Media Grafindo.
- Thobias, Erwin.,Tungka.,Rogahang. (2013).*Pengaruh Modal Sosial Terhadap Perilaku Kewirausahaan (Suatu studi pada pelaku usaha mikro kecil menengah di Kecamatan Kabaruan Kabupaten Kepulauan Talaud)*. Journal Acta Diurna Edisi April 2013.
- Triyono, W. (2018). *Motivasi Social Entrepreneurship Pada Pengusaha Muslim*.Surakarta :Insitut Agama Islam Negeri Surakarta
- Uno, Hamzah B. (2016). *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta : Bumi Aksara
- Utomo, Hardi.(2014).*Menumbuhkan Minat Kewairausahaan Sosial*, Jurnal Ilmiah Among Makarti
- Wahyono, B. (2013). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Pedan Tahun 2013*.Tesis.PPs UNS.
- Widiastusy, Ratna dan Meily Margaretha.(2011).*Socio Entrepreneurship : Tinjauan Teori dan Perannya Bagi Masyarakat*,. Jurnal Manajemen Universitas Kristen Maranatha
- Yusnita, Jihan. (2011). *Pengaruh Pemberian Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Asuransi Tafakul Umum*. Jakarta: Skripsi S1 Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Jakarta.