



# **KEWIRAUSAHAAN SOSIAL**

## **Fundamentals, Concepts, Case Study**

ISBN 978-623-5539-88-1

**OLEH :**

**Anis Siti Hartati,  
A.Y.N. Warsiki,  
Titik Kusmantini,  
Aris Kusumo Diantoro**

[ariskusumo@unu-jogja.ac.id](mailto:ariskusumo@unu-jogja.ac.id)

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, BUDAYA,  
RISET, DAN TEKNOLOGI**

**2021**

# **Kewirausahaan Sosial dan Inovasi Sosial**

**By**

**Anis Siti Hartati, A.Y.N. Warsiski,**

**Titik Kusmantini, Aris Kusumo Diantoro**

# DAFTAR ISI

Daftar Isi .....	ii
Pendahuluan.....	iii
PART I: Kewirausahaan Sosial .....	1
Chapter 1: Definisi Kewirausahaan Sosial .....	11
Chapter 2: Menggali Niat dan Peluang dibalik Kewirausahaan Sosial .....	17
PART II: Inovasi Sosial .....	23
Chapter 3: Inovasi Sosial .....	28
Chapter 4: Misi Sosial.....	51
Chapter 5: Perbedaan Inovasi Sosial Dengan Inovasi Lainnya.....	55
Chapter 6 : Sumber Inovasi Sosial.....	60
PART III: Studi Kasus .....	70
Daftar Pustaka.....	100
Ucapan Terimakasih .....	105

## **Pendahuluan**

Kewirausahaan sosial memiliki peran strategis dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Konsep Kewirausahaan sosial adalah penggabungan tujuan sosial dengan tujuan ekonomi dan menjadi kekuatan utama dalam transformasi bisnis. Kewirausahaan sosial menawarkan potensi perubahan, dengan penekanan pada keberlanjutan, akuntabilitas, pembelajaran bisnis, dan nilai-nilai sosial yang dapat menciptakan peluang untuk mencapai perubahan. Kewirausahaan sosial telah menjadi "fenomena baru" yang diakui secara global dan mengubah cara kita berpikir tentang penciptaan nilai social.

Kewirausahaan sosial menciptakan solusi inovatif untuk memecahkan masalah social, serta memobilisasi

ide, peluang, sumber daya, dan mekanisme sosial yang diperlukan untuk transformasi sosial yang berkelanjutan. Kewirausahaan social difokuskan pada masalah sosial yang perlu dipecahkan, meskipun solusi yang diusulkan tidak menghasilkan keuntungan besar. Mengingat pentingnya masalah sosial bagi kewirausahaan sosial, maka analisis yang cermat sangat penting untuk merumuskan solusi yang efektif, yang mampu memberikan perubahan dan *values*.

Kewirausahaan sosial adalah kegiatan kewirausahaan yang dilakukan untuk kepentingan sosial dan/atau umum, berorientasi pada perubahan dan/atau inovasi. Tujuan menciptakan kewirausahaan sosial adalah untuk membantu seluruh masyarakat mencapai hasil yang lebih baik di bidang keuangan, kemasyarakatan, lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Sehingga dapat menghasilkan suatu inovasi

yang menguntungkan semua pihak secara ekonomi dan lingkungan. Buku ini bertujuan untuk mendeskripsikan kewirausahaan social dan inovasi sosial, fondasinya, dan studi kasusnya. Buku ini sebagai panduan, pengetahuan, dan inspirasi untuk membantu Anda menjadi wirausahawan sosial yang efektif.

## **PART I: Kewirausahaan Sosial**

### **Apa itu kewirausahaan sosial?**

Fenomena kewirausahaan social telah mendapatkan perhatian dan popularitas yang semakin meningkat oleh masyarakat, pembuat kebijakan, pemimpin, dan juga oleh para peneliti. Kewirausahaan sosial menggabungkan semangat misi sosial dengan citra disiplin, inovasi, dan tekad seperti bisnis pada umumnya. Kewirausahaan sosial sebagai proses dimana warga membangun atau mengubah institusi untuk memajukan solusi masalah sosial, seperti kemiskinan, penyakit, buta huruf, perusakan lingkungan, pelanggaran hak asasi manusia dan korupsi, untuk membuat hidup lebih baik bagi banyak orang. Kewirausahaan sosial adalah proses menghasilkan nilai sosial dan ekonomi. Kewirausahaan sosial sebagai penciptaan

nilai sosial melalui inovasi yang sangat berorientasi pada misi sosial, biasanya melibatkan masyarakat sipil, dan biasanya bermakna secara ekonomi.

Kewirausahaan sosial adalah sebuah konsep yang memperkenalkan pola pikir tentang penciptaan nilai sosial. Kombinasi dari kewirausahaan dan nilai-nilai sosial membawa perubahan dalam pola pikir masyarakat, yang pada awalnya hanya berorientasi pada keuntungan semata menjadi bentuk kepedulian sosial dengan menginvestasikan keuntungan yang didapat untuk mengatasi permasalahan sosial yang ada pada masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan sosial adalah semacam inisiatif dalam bidang kewirausahaan yang bertujuan memecahkan masalah sosial dan

membawa transformasi perubahan yang positif. Hal ini menjadi semacam tantangan tersendiri bagi orang yang mengambil peran menjadi inisiator sebuah usaha sosial. Orang yang mengambil peran ini disebut wirausahawan sosial atau *sosial entrepreneur*. Seorang *sosial entrepreneur* adalah orang yang senantiasa melibatkan diri untuk terus bertindak tanpa memedulikan halangan yang ada serta memiliki akuntabilitas dalam bertanggungjawab atas hasil yang dicapainya kepada masyarakat (santoso.2008).

Meskipun tujuan utama kewirausahaan sosial bukan mengenai laba yang sebesar-besarnya, pendapatan tetap menjadi hal penting demi keberlangsungan usaha. Cara memperoleh dan penggunaan pendapatan yang ini yang membedakan kewirausahaan sosial dengan

lembaga amal tradisional yang telah ada sebelumnya. Lembaga amal tradisional biasanya mengandalkan sumbangan dari pihak internal dan menyalurkannya dalam misi sosial, sedangkan kewirausahaan sosial mendapatkan pendapatannya dari laba usaha yang dijalankannya.

*Social Value* (nilai sosial) merupakan ciri khas yang melekat pada kewirausahaan sosial, yaitu secara nyata menciptakan manfaat sosial yang bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Kegiatan kewirausahaan sosial yang berhasil biasanya dapat menyeimbangkan aktivitas bisnis dan aktivitas sosial. Aktivitas bisnis dikembangkan agar dapat menjamin keberlangsungan misi sosial yang dikembangkan.

## **Sejarah Perkembangan Kewirausahaan Sosial**

Istilah kewirausahaan sosial pertama kali diperkenalkan oleh Bill Drayton pada saat menerima penghargaan Mac Arthur award pada tahun 1984 atas dedikasinya dalam mengembangkan jejaring sosial kewirausahaan bernama Ashoka Fondation. Organisasi Ashoka Fondation adalah salah satu organisasi penggagas kewirausahaan sosial pertama di dunia. Organisasi ini mendukung pengembangan usaha sosial di seluruh dunia dengan 3500 cabang di 92 negara.

Menurut Bill Drayton, kewirausahaan sosial mempunyai tugas untuk mengenali permasalahan yang ada pada kehidupan masyarakat dan memberikan jalan keluar dari permasalahan tersebut serta meyakinkan masyarakat untuk

melakukan perubahan. Pada perkembangannya istilah kewirausahaan sosial banyak digunakan dalam berbagai bentuk organisasi yang berorientasi pada perubahan sosial dalam kehidupan masyarakat.

Istilah kewirausahaan sosial mungkin memang masih relative baru dan baru digunakan dalam beberapa dekade terakhir, namun penggunaan konsep ini telah jauh dilaksanakan sebelum istilah ini muncul. Beberapa nama ini mungkin termasuk dalam kategori ini, mereka adalah Vinobha Bhave, pendiri Gerakan Hadiah Tanah Hindia, Robert Owen penggagas koperasi, Forence Nithingale, Pendiri Sekolah Perawat pertama dan pengembang praktik keperawatan modern.

Istilah kewirausahaan sosial mulai banyak digunakan dengan maksud arti baru untuk melakukan pendampingan masyarakat dalam hal kesejahteraan dan penyetaraan kesempatan. Barendsen dan Gardner menyampaikan analisis historis bahwa istilah kewirausahaan sosial pertama kali diperkenalkan oleh William Lloyd Garrison pada saat mendirikan Slaveri Society yaitu sebuah organisasi anti perbudakan dan menerbitkan Liberator sebagai media surat kabar untuk menyuarakan gerakan anti perbudakan. Selanjutnya, seorang pekerja sosial bernama Jane Adams mendirikan The Social Settlement Hull House di Chigagao, yaitu sebuah organisasi pusat pelayanan kesejahteraan bagi masyarakat miskin di Chicago.

## **Kewirausahaan Sosial di Indonesia**

Kewirausahaan sosial mulai hangat diperbincangkan di Indonesia pada saat Muhammad Yunus mendapatkan Nobel Perdamaian sebagai seorang *social entrepreneur* atas perannya dalam bidang ekonomi mikro yang secara khusus ditujukan untuk kaum wanita di Bangladesh. Sebelumnya Muhammada Yunus juga berhasil memecahkan masalah sosial di negaranya melalui Gramemmen Bank. Melihat kesuksesan Muhammad Yunus, Kewirausahaan Sosial mulai diperbincangkan melihat adanya kesamaan fenomena masyarakat yang ada di Indonesia dan Bangladesh.

Diketahui sampai saat ini di Indonesia belum ada kebijakan yang secara khusus menyorot tentang kewirausahaan sosial. Namun, telah ada

perhatian terhadap isu kewirausahaan secara umum. Hal ini dibuktikan dengan cukup banyaknya program kerja pemerintah untuk mendukung kewirausahaan. Pada tahun 2015, Rancangan Undang-Undang (RUU) tentang Kewirausahaan telah masuk ke daftar 37 RUU Prioritas dari total 159 RUU dalam Program Legislatif Nasional (Prolegnas). Dalam RUU Kewirausahaan Nasional tersebut diharapkan semangat kewirausahaan yang memiliki misi kesejahteraan sosial mendapatkan porsi pembahasan tersendiri sehingga posisi kewirausahaan sosial menjadi jelas. Bentuk dukungan dan perlindungan yang dituangkan dalam RUU dapat lebih bersifat spesifik, menyesuaikan dengan karakteristik kewirausahaan sosial yang memang memiliki keunikan dibandingkan dengan kewirausahaan secara umum.

Selain itu terdapat regulasi lain yang secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi perkembangan kewirausahaan sosial di Indonesia adalah Undang-Undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (Pasal 74) dan Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal (Pasal 17, 25, dan 34). Undang-undang ini mewajibkan perusahaan dan penanam modal untuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR). Beberapa social enterprise telah berhasil memperoleh dana CSR dari beberapa perusahaan yang ingin mematuhi regulasi tersebut. Kitabisa.com, Sociopreneur Indonesia adalah contoh organisasi yang menggunakan konsep kewirausahaan sosial.

## ***Chapter 1: Definisi Kewirausahaan Sosial***

Pada dasarnya kewirausahaan sosial merupakan perkembangan dari konsep kewirausahaan yang digabungkan dengan nilai-nilai kepedulian dan misi sosial dalam praktik kegiatannya. Kewirausahaan sosial merupakan sebuah agen perubahan yang berkemampuan untuk mewujudkan cita-cita serta memperbaiki nilai-nilai sosial dan menemukan peluang untuk melakukan perubahan yang lebih baik (Santosa, 2008).

Seorang pelopor kewirausahaan sosial bernama Yunus menggambarkan kewirausahaan dengan 7 prinsip sebagai berikut:

1. Tujuan dari kewirausahaan sosial adalah untuk mengatasi kemiskinan atau masalah yang berkaitan dengan pendidikan, kesehatan, akses teknologi

atau lingkungan yang ada pada masyarakat dan bukan untuk memaksimalkan keuntungan.

2. Keberlangsungan ekonomi dan keuangan.
3. Investor mendapatkan kembali uang mereka sesuai dengan jumlah investasi tanpa ada bunga tambahan.
4. Ketika jumlah investasi dibayar kembali, keuntungan perusahaan akan tetap menjadi milik perusahaan selama ekspansi dan perkembangan.
5. Sensitif gender dan sadar lingkungan.
6. Tenaga kerja mendapat upah dengan kondisi pekerjaan yang baik.
7. Mengerjakannya dengan senang hati.

Kewirusahaan sosial dan kewirusahaan memiliki kesamaan yaitu menghasilkan keuntungan, namun berbeda dalam hasil. Kewirusahaan sosial sebagai organisasi dengan tujuan eksplisit untuk memberi manfaat kepada masyarakat, yang diprakarsai oleh sekelompok warga dan di mana kepentingan material investor modal dibatasi (Qastharin, 2015). Kewirusahaan sosial secara konsisten membawa perubahan sosial yang besar dengan mengatasi beberapa masalah sosial yang paling mendesak seperti kemiskinan, inklusi sosial, layanan publik yang tidak memadai, dan masalah lingkungan (Zeyen, et al., 2013).

Kewirusahaan sosial adalah suatu hal yang sama dengan *entrepreneur* yakni berorientasi pada bisnis, namun memiliki orientasi bisnis untuk kepentingan sosial (Surniandari, Amir, Rachmi, &

Kaafi, 2018). Kewirausahaan sosial berfokus pada kewirausahaan yang dipersepsikan sebagai individu visioner yang bertindak sebagai agen perubahan di bidang sosial, yang berupaya mempengaruhi perubahan sistemik dan perbaikan berkelanjutan (Pacut, 2020). Kewirausahaan sosial merupakan suatu bentuk gagasan strategi untuk menyelesaikan masalah sosial dengan menekankan pada aspek inovasi, kreativitas, hingga menghasilkan sesuatu yang baru sekaligus dengan menciptakan nilai-nilai sosial (Wuryandari, Parashakti, & Lubis, 2020).

Social Enterprise Alliance mendefinisikan kewirausahaan sosial sebagai sebuah organisasi yang bergerak untuk menangani kebutuhan dasar masyarakat yang tidak terpenuhi, serta memecahkan masalah sosial dan lingkungan melalui pendekatan berbasis *market driven approach*. Yaitu

sebuah perencanaan jangka panjang untuk dapat memaksimalkan keuntungan dan nilai tujuan.

Pengertian sederhana dari kewirausahaan sosial adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan sosial, terutama dibidang pendidikan, kesejahteraan, dan kesehatan (Cukier, 2011). Kewirausahaan sosial, pada beberapa kasus, kemunculannya dipelopori oleh seorang tokoh yang memiliki mimpi besar untuk menghasilkan kebermanfaatn bagi masyarakat. Namun demikian, pada perkembangannya, ketika gerakan tersebut sudah tumbuh menjadi besar, maka diperlukan tidak hanya aspek individu untuk menjaga kesinambungannya, melainkan juga aspek-aspek lain. Kewirausahaan sosial, menurut Paul C Light terbangun dari empat aspek yaitu:

- a. Kewirausahaan,
- b. Ide, gagasan,
- c. Peluang/kesempatan dan
- d. Organisasi.

## ***Chapter 2: Menggali Niat dan Peluang dibalik Kewirausahaan Sosial***

Minat terhadap kewirausahaan sosial dewasa ini meningkat karena terjadi pergeseran kewirausahaan sosial yang semula dianggap merupakan kegiatan yang tidak menguntungkan antara lain kegiatan amal, menjadi suatu kegiatan yang berorientasi bisnis (*entrepreneurial private sector bisnis activity*). Kewirausahaan sosial biasanya digunakan untuk menjelaskan semua program ekonomi yang melayani misi sosial dan atau misi lingkungan hidup serta yang menginvestasikan ulang sebagian besar surplusnya dalam mendukung misinya.

Niat kewirausahaan sosial dapat didefinisikan sebagai keyakinan diri seseorang dan persiapan

untuk pengembangan dan pembentukan jenis usaha sosial baru (Garaika, 2020). Kewirausahaan Sosial adalah pengembangan kewirausahaan sosial baru, namun bukan untuk hiburan, tetapi lebih seperti pengambilan keputusan profesional atas masalah-masalah besar yang dihadapi bangsa yang membutuhkan simpati dan solusi realistis (Ip, et al., 2017). Niat kewirausahaan sosial dapat dikatakan sebagai 'keyakinan dan persiapan yang diakui sendiri oleh seseorang yang berniat untuk mendirikan usaha sosial baru.

Meskipun definisi-definisi ini belum baku dan batas-batasnya belum jelas, namun fokusnya pada pencapaian efisiensi ekonomi dan inovasi sosial, yang terjadi dalam konteks ketidak menentuan yang sangat besar terhadap masa depan. Karakteristik Social Entreprenurship atau

kewirausahaan sosial menurut Choi dan Majumdar (2013) yaitu menciptakan nilai sosial, wirausaha sosial, organisasi kewirausahaan sosial, orientasi pasar, dan inovasi sosial.

- 1) Menciptakan nilai sosial, prasyarat terbentuknyakewirausahaan sosial adalah terciptanya nilai sosial yang didalamnya mencakup misi sosial dan berperan dalam memenuhi kebutuhan sosial berupa kekayaan sosial. Konsep penciptaan nilai sosial ini syarat konsep nilai yang melibatkan perilaku saleh, tujuan altruistik, dan dukungan terhadap tujuan sosial seperti kemerdekaan, kesetaraan, dan toleransi, serta Penciptaan nilai social.

- 2) Wirausaha sosial, aspek lain yang terintegralistik dari kewirausahaan sosial adalah wirausaha sosial secara individu. Peran wirausaha sosial penting dalam kegiatan sosial dan proses perubahan sosial baik sebagai inisiator maupun inovator sosial. Individu dalam kewirausahaan sosial harus visioner, berani mengambil risiko, dan inovatif. Usaha sosial ini mengejar peluang untuk melakukan katalisasi perubahan sosial dan memenuhi kebutuhan sosial dan diciptakan untuk mengatasi masalah-masalah sosial.
- 3) Organisasi kewirausahaan sosial, organisasi kewirausahaan sosial dapat berupa organisasi laba, nirlaba, hibrid,

atau komunitas-komunitas sosial baik itu milik masyarakat atau swasta dalam sektor apapun yang ditujukan untuk mencapai perubahan social.

- 4) Orientasi pasar, aspek orientasi pasar dalam kewirausahaan sosial berkaitan dengan gagasan efisiensi tinggi dan efektifitas melalui kegiatan komersil dan keberlanjutan keuangan dan swasembada. Orientasi pasar bertujuan untuk memberikan nilai positif atau menerapkan karakter kewirausahaan sosial seperti perilaku disiplin, inovatif, dan memiliki tekad kuat.
- 5) Inovasi sosial, merupakan penciptaan model baru dengan pendekatan inovatif untuk mencapai tujuan dari misi sosial

berupa perubahan sosial berkelanjutan. Pewirausaha sosial berperan sebagai “social agent” yang memberikan kontribusi pada perubahan sosial itu sendiri.

## **PART II: Inovasi Sosial**

Inovasi terjadi karena adanya perasaan yang kurang puas pada keadaan yang ada serta adanya peluang untuk memperbaiki kondisi yang ada, inovasi harus dijadikan sebagai suatu alat dan bukan suatu tujuan, tujuan inovasi adalah untuk mengubah situasi yang ada menjadi lebih baik. Tetapi tidak semua perubahan merupakan inovasi. Inovasi sosial tidak bertatap terhadap masalah kesejahteraan mungkin juga berkaitan dengan masalah perlindungan lingkungan dan pembangunan berkelanjutan.

Banyak yang menyebutkan inovasi sosial sebagai jantung dari bisnis sosial, namun dari beberapa pendapat tersebut memang belum dibarengi dengan kejelasan definisinya. Inovasi sosial

terjadi ketika teknologi digunakan untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan ketidakpuasan masyarakat melalui metode tradisional. Bukti dari adanya sifat inovatifnya adalah kemampuannya untuk menghasilkan dampak sosial positif yang lebih unggul dari pendekatan tradisional. Dampak positif bagi masyarakat ditandai dengan peningkatan kualitas hidup atau kesejahteraan. Jika kondisi yang berasal dari pendekatan tradisional tidak cukup baik, penting juga bagi masyarakat untuk “memecah” kondisi tersebut.

Inovasi sosial bukan sekedar konsep ringan. Sejauh ini, inovasi sosial membutuhkan lebih banyak tanda jika teknologi baru dengan cepat di cap sebagai “inovatif”. Tanda-tanda yang paling penting adalah peningkatan kesejahteraan

masyarakat dan berlalunya tayangan dan data kasus. Wirausahawan sosial, penerima manfaat utama inovasi sosial melakukan ini dengan menggunakan data yang di buat sendiri atau dengan meminta pihak ketiga independen untuk mengukurnya. Inovasi sosial tidak hanya merupakan konsep yang licin, tetapi juga karena sulit untuk mengidentifikasi unsur-unsur sosialnya. Juga, istilah “inovasi” yang terkait dengan “sosial” adalah masalah yang kompleks. Seiring dengan meningkatnya minat terhadap permasalahan sosial yang berkaitan dengan kewirausahaan, penelitian tentang manajemen, administrasi dan inovasi sosial telah mencapai perkembangan yang signifikan selama beberapa waktu terakhir. Akan tetapi hal-hal tersebut belum sepenuhnya didefinisikan masih meninggalkan ruang yang cukup besar untuk

berperan pada teori dan praktik. Di sisi lain peluang kewirausahaan sosial adalah hasil dari motivasi dan kewaspadaan kewirausahaan, selain itu kontes ini juga membawa norma dan rutinitas kelembagaann yang menentang dan membatasi proses inovasi.

Seiring perkembangan dan pesatnya persaingan dalam berwirausaha menuntut wirausahawan untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produk atau jasa yang dimilikinya dalam rangka memuaskan kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Manajemen adalah suatu kegiatan yang mengelola atau mengatur suatu kegiatan untuk mencapai suatu tujuan. Pada dasarnya manusia itu tidak lepas dari kegiatan manajemen dalam kesehariannya atau

dalam kehidupannya,selalu melakukan pengelolaan waktunya atau dirinya.

### ***Chapter 3: Inovasi Sosial***

Inovasi sosial adalah jenis inovasi yang spesifik. Inovasi dapat didefinisikan sebagai “ide-ide baru yang mengarah ke pertumbuhan yang dinamis serta adanya keuntungan bagi organisasi”. Menurut Peter F. Drucker didalam bukunya *Innovation and Entrepreneurship* mengatakan inovasi memiliki fungsi yang khas bagi wirausahawan. Dengan inovasi wirausahawan menciptakan baik sumber daya produksi baru maupun pengolahan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan modal.

Inovasi sosial sangat penting bagi perekonomian, pembangunan dan daya saing sosial, serta dapat meningkatkan kesejahteraan sosial dan mendorong perkembangan kondisi sosial

(Palová & Šebestová, 2016). Inovasi sosial merupakan cara untuk menyamakan masalah sosial, yang dipandang sebagai kegagalan pasar, negara, dan masyarakat. Oleh karena itu, inovasi sosial merupakan alternatif yang mungkin dan diperlukan untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan pembangunan berkelanjutan, khususnya pendidikan.

Sebagai strategi, inovasi sosial menggabungkan aspek sosial, ekonomi dan teknologi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas hidup masyarakat, merangsang pertumbuhan ekonomi dan mendorong kemajuan teknologi. Inovasi menjadi fondasi daya saing dan kunci pembangunan, pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, dan kesejahteraan rakyat.

Inovasi sosial telah didefinisikan oleh berbagai ahli dengan pendekatan masing-masing, di antaranya :

1. Everett M. Rogers

Menurut Everett M. Rogers menjelaskan bahwa inovasi adalah gagasan, praktik, atau objek yang disadari dan diterima sebagai sesuatu yang baru oleh seseorang atau kelompok yang akan diadopsi.

2. Stephen Robbins

Menurut Stephen Robbins, inovasi adalah ide baru yang digunakan untuk memulai atau meningkatkan produk atau proses dan layanan.

3. Andrew H

Inovasi adalah pengembangan dan impementasi gagasan-gagasan baru oleh

orang dalam jangka waktu tertentu yang dilakukan dengan berbagai aktivitas transaksi di dalam tatanan organisasi tertentu.

#### 4. Kuniyoshi Urabe

Menurut Kuniyoshi Urabe, inovasi merupakan setiap kegiatan yang tidak bisa dihasilkan dengan satu kali pukul, melainkan suatu proses yang panjang dan kumulatif, meliputi banyak proses pengambilan keputusan, mulai dari penemuan gagasan hingga ke implementasinya.

Dalam era globalisasi ini seorang wirausahawan diuntut agar terus berinovasi, menghadirkan hal-hal baru, hal-hal yang unik, yang efisien dan yang lebih baik dari

sebelumnya. Seorang wirausahawan yang dapat terus berinovasi dalam usahanya maka dapat mempertahankan usahanya hingga umur panjang. Jika seorang wirausahawan tidak dapat berinovasi dalam produknya tentu masyarakat akan merasa bosan karena tidak adanya pembaruan dalam produk yang dibuat. Selain itu juga persaingan di dunia bisnis saat ini sangat tinggi, sehingga sebagai wirausahawan harus bisa slalu memperbarui produknya.

Inovasi sosial bukanlah keadaan akhir yang di tentukan, juga bukan kreativitas sosial strategi tersbut. Sebagian orang berpendapat bahwa inovasi sosial adalah proses yang di dorong oleh dua mesin, yaitu mesin agen dan mesin struktural. Istilah agen dan struktur ini menggambarkan pemikiran ilmu sosial tentang bagaimana seorang individu (agen)

dapat berpengaruh terhadap suatu peristiwa tetapi juga di batasi dalam melakukannya oleh struktur sosial seperti aturan, peran dan organisasi. Dari pengertian tersebut mengarah pada tindakan dan tujuan individu atau kelompok dalam proses inovasi sosial, secara garis besar itu terdiri dari nilai orientasi atau tujuan yang memotivasi seorang individu untuk mengembangkan kreatifitas tertentu pada lingkungan sosial. Mesin struktural yang sama seperti konsep pelebagaan dengan latar belakang kerangka yang isi dan pilihan strategisnya di buat oleh seorang pemeran kreatif sosial dan strategi kreatif sosial ini di lakukan atau diproduksi dari waktu ke waktu.

Mesin agen inovasi sosial di mulai ketika seseorang wirausahawan sosial atau pengusaha baik individu maupun organisasi yang menyusun

strategi kreatif sosial, seperti seorang aktor yang didorong oleh motivasi tertentu dan memiliki beberapa nilai-nilai yang mengacu pada golongan individu untuk mempraktekan ide yang membentuk ulang pendekatan masyarakat terhadap masalah sosial tertentu. Ide yang dirancang oleh aktor dapat di ambil dari berbagai macam bentuk untuk dilayani kepada komunitas wirausahawan.

Proses inovasi sosial berkaitan dengan kemunculan masyarakat terhadap strategi kreatif. Individu atau masyarakat merupakan makhluk kreatif yang dapat menciptakan barang dalam setiap aktivitas yang dilakukan, oleh karena itu strategi kreatif sangat penting untuk melakukan inovasi sosial atau perubahan sosial, walaupun semua proses perubahan yang di buat oleh individu yang

kreatif tidak terjadi pada setiap proses inovasi sosial tetapi proses inovasi sosial tidak dapat dimulai tanpa strategi kreatif sosial.

## **Model Bisnis Kewirausahaan Sosial**

Menurut Osterwalder & Pigneur (2010) mendefinisikan model bisnis sebagai deskripsi dasar tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan dan memberikan nilai. Model bisnis menunjukkan cara bagaimana organisasi menghasilkan uang. Model Bisnis adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai suatu perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2010). Model bisnis adalah penyederhanaan sistem nyata

yang digunakan untuk menjelaskan kinerja dan keunggulan kompetitif (Zott, R, & L, 2011). atau untuk memikirkan kembali dan mendesain ulang strategi organisasi untuk mendapatkan keuntungan dari inovasi dan peluang lainnya (Massa, C, & A, 2017). Model bisnis adalah 'definisi yang digunakan perusahaan untuk menentukan input yang tepat, aliran sumber daya, dan keputusan nilai dan perannya dalam ekosistem, baik itu alam, sosial, atau ekonomi (Upward & P, 2016).

Osterwalder & Pigneur (2010) juga menjelaskan mengenai business model canvas bahwa konsep ini dapat dijadikan bahasa bersama yang dapat dimanipulasi untuk menciptakan alternatif strategi baru melalui sembilan building blocks yang mencakup empat bidang utama dalam suatu bisnis. yang meliputi:

- 1) Segmentasi Pelanggan adalah Blok Bangunan Segmen Pelanggan menggambarkan sekelompok orang atau organisasi berbeda yang ingin dijangkau atau dilayani oleh perusahaan.
- 2) Preposisi Nilai adalah Blok Bangunan Preposisi Nilai menggambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk Segmen Pelanggan spesifik.
- 3) Saluran adalah Blok Bangunan Saluran menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan berkomunikasi dengan Segmen Pelanggannya dan menjangkau mereka untuk memberikan Preposisi Nilai.
- 4) Hubungan Pelanggan adalah Blok Bangunan Hubungan Pelanggan menggambarkan

berbagai jenis hubungan yang dibangun perusahaan bersama Segmen Pelanggan yang spesifik.

- 5) Arus Pendapatan adalah Blok Bangunan Arus Pendapatan menggambarkan uang tunai yang dihasilkan perusahaan dari masing-masing Segmen Pelanggan (biaya harus mengurangi pendapatan untuk menghasilkan pemasukan).
- 6) Sumber Daya Utama adalah Blok Bangunan Sumber Daya Utama menggambarkan aset-aset terpenting yang diperlukan agar sebuah model bisnis dapat berfungsi.
- 7) Aktivitas Utama adalah Blok Bangunan Aktivitas Kunci menggambarkan hal-hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya dapat bekerja.

8) Kemitraan Utama adalah Blok Bangunan Kemitraan Utama menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapat bekerja.

9) Struktur Biaya adalah Struktur Biaya menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis.

"Model bisnis sosial" mengacu pada desain untuk operasi bisnis yang sukses. Ini menjelaskan bagaimana organisasi bisnis akan menjangkau pelanggan, memberi mereka apa yang mereka anggap berharga, dan mendapatkan cukup profit dari mereka untuk mencapai dampak sosial. Seperti halnya perusahaan pada umumnya, peluang wirausaha sosial harus didukung oleh model bisnis yang masuk akal dan realistis. Kewirausahaan

sosial harus didasarkan pada jaringan dan koneksi yang kuat dan terintegrasi dengan pengetahuan bisnis, di mana mereka dapat menemukan nilai, baik secara individu maupun keseluruhan sebagai ekosistem.

### **Proses Inovasi Sosial**

Enam langkah yang berdampak pada inovasi sosial. Langkah-langkah ini tidak selalu berurutan dan ada umpan balik di antara mereka, anda dapat menganggapnya sebagai ruang yang tumpang tindih dengan budaya dan keterampilan yang unik. Langkah ini menyediakan kerangka kerja yang berguna untuk berpikir tentang berbagai jenis pemikiran. Enam langkah tersebut meliputi :

1. Dorongan, Inspirasi dan Diagnosis. Pada tahap ini, kami menyertakan semua faktor

yang menonjolkan kebutuhan inovasi. Seperti krisis dan publik pemotongan pengeluaran, kinerja buruk serta inspirasi yang memantik, dari imajinasi kreatif menjadi bukti baru. Tahap ini mencakup diagnosis masalah dan pembentuk pernyataan sedemikian rupa sehingga akar penyebab masalah dan gejala lainnya bisa di tangani.

2. Proposal dan Ide. Ini adalah tahap generasi ide, ini dapat mencakup metode formal seperti desain atau metode kreatifitas untuk memperluas menu pilihan yang tersedia. Banyak dari metode ini yang membantu untuk memberi wawasan yang lebih luas dalam memahami inovasi sosial.

3. Prototipe atau model awal. Pada tahap ini ide-ide baru akan di uji, anda cukup mencoba sesuatu atau melakukannya melalui cara yang lebih formal.
4. Mempertahankan. Setelah ide-ide di uji, pada tahap ini ide-ide tersebut harus di praktikan pada kehidupan sehari-hari untuk memastikan stabilitas keuangan jangka panjang pada perusahaan atau organisasi amal yang mempromosikan inovasi.
5. Skala dan Difusi. Pada tahap ini ada berbagai strategi untuk menumbuhkan inovasi dari pertumbuhan organisasi melalui izin atau waralaba ke feredasi. Inspirasi juga berperan penting dalam menyebarkan gagasan atau praktik.

6. Perubahan sistematis. Ini adalah tujuan utama dari inovasi sosial. Perubahan sistematis akan melibatkan interaksi dari banyak unsur, seperti pergerakan sosial, model bisnis, hukum dan peraturan. Perubahan sistematis pada umumnya melibatkan kerangka kerja baru yang dibuat dari banyak inovasi lebih kecil.

### **Jenis-Jenis Inovasi Sosial**

Inovasi sosial dan Inovasi tradisional mempunyai cara yang berbeda untuk memberikan fleksibilitas yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan motivasi mereka. Fleksibilitas ini menghasilkan beberapa jenis inovasi sosial yaitu :

1. Produk baru dan layanan. Berfokus untuk memenuhi kebutuhan organisasi dalam

situasi kerentanan atau pengecualian dengan cara yang lebih baik yang bisa dilakukan oleh organisasi tersebut. Jenis inovasi ini termasuk produk yang dikembangkan dari perspektif Base Of The Pyramid (BOP), dimana masyarakat yang berada dalam kondisi yang kurang mampu tidak hanya mendapatkan produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan saja, melainkan untuk dapat dinikmati dengan layak.

2. Proses baru. Di fokuskan pada penciptaan cara untuk memenuhi kebutuhan yang dihadapi oleh kelompok sosial tertentu. Proses ini untuk mempertimbangkan masuknya individu baru dalam produksi dan proses pemasaran. Seperti skema tenaga kerja atau platform.

3. Pasar baru. Jenis ini difokuskan pada penawaran alternatif untuk komersial, pertukaran untuk bagian yang sebelumnya tidak berkaitan dengan masing-masing lainnya dikarenakan mereka tidak dapat menjangkaunya. Contoh situasi ini dapat dibenarkan perusahaan dagang yang mempromosikan konsep dengan daya beli tinggi, kekuasaan dan persetujuan.
4. Platform baru. Platform baru berarti pembuatan aturan-aturan baru untuk memecahkan masalah sosial atau menciptakan standar di tingkat nasional.
5. Bentuk organisasi. Bentuk-bentuk organisasi baru berfokus pada penciptaan struktur kerjasama diantara beberapa aktor atau individu dalam masyarakat untuk

meningkatkan dan menghasilkan dampak yang lebih baik.

Inovasi sosial adalah jenis inovasi yang spesifik. Inovasi dapat didefinisikan sebagai “ide-ide baru yang mengarah ke pertumbuhan yang dinamis serta adanya keuntungan bagi organisasi”. Menurut Peter F. Drucker didalam bukunya *Innovation and Entrepreneurship* mengatakan inovasi memiliki fungsi yang khas bagi wirausahawan. Dengan inovasi wirausahawan menciptakan baik sumber daya produksi baru maupun pengolahan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan modal.

### **Tujuan Inovasi**

Menurut Makmur dan Thahier (2015), tujuan inovasi secara umum adalah sesuatu bentuk

kebutuhan yang ingin diwujudkan melalui kegiatan mengkontruksi pemikiran dengan diimplementasikan dalam tindakan nyata atau pekerjaan nyata untuk menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan harapan yang diinginkan. Sedangkan tujuan inovasi secara spesifik berdasarkan jenis profesi sebagai pengusaha adalah menciptakan suatu kondisi agar bidang usahanya dapat berkembang dengan baik.

Tujuan inovasi berdasarkan empat sisi pandang adalah (makmur dan thahier, 2015) :

1. Perspektif anggaran atau finansial, yaitu terus menerus mencari sebuah inovasi untuk menemukan cara baru dimana menggunakan anggaran yang relatif kecil, tetapi mendapatkan hasil yang banyak.

2. Perspektif pelanggan, yaitu semua elemen dalam perusahaan yang terus menerus berinovasi untuk mencari pelanggan yang banyak dan memberikan layanan yang terbaik.
3. Perspektif pengelolaan bisnis internal, yaitu secara realita bahwa setiap unsur manajemen harus memiliki inovasi untuk menciptakan suasana kondusif internal perusahaan.
4. Perspektif pertumbuhan atau perluasan bidang usaha.

## **Prinsip Inovasi**

Menurut Kuratko dan Hodgetts (2007), inovasi memiliki beberapa prinsip, yaitu:

- *Be action oriented*, Inovator selalu aktif menciptakan ide-ide baru, peluang, atau sumber inovasi.
- Membuat produk, proses, atau jasa yang sederhana dan mudah dipahami orang dengan cepat memahami bagaimana inovasi bekerja.
- Memulai dari yang kecil, Inovator harus memulai dari yang kecil, kemudian memiliki ide untuk membangun, mengembangkan, dan memungkinkan untuk bertumbuh pada perencanaan dan

ekspansi yang tepat dengan cara yang benar pada waktu yang tepat.

- Tujuan yang tinggi, Inovator harus memiliki tujuan yang tinggi untuk mencapai kesuksesan dan mencari kedudukan yang sesuai pasar.
- *Try/test/revise*, Inovator harus mengikuti aturan yaitu mencoba, menguji, dan merevisi. Ini sangat membantu pekerjaan apapun kelemahan dalam produk, proses, atau jasa.
- Belajar dari kesalahan, Inovasi tidak dapat menjamin kesuksesan. Bahkan dari kegagalan dapat menciptakan inovasi.

## *Chapter 4: Misi Sosial*

Dalam kewirausahaan sosial, misi sosial dan ekonomi berdampingan dalam keseimbangan. Terkadang, kelangsungan hidup sebuah perusahaan perlu kembali memprioritaskan tujuannya dan menjauhkan kewirausahaan sosial dari nilai-nilai sosial untuk mengejar kepentingan bisnis. Ini membutuhkan (kembali) langkah-langkah penyeimbangan yang ditujukan untuk mengurangi efek penyimpangan.

Seperti yang kita semua tahu, wirausahawan sosial mungkin menghadapi tekanan serius antara misi sosial dan ekonomi mereka. Ini dilihat sebagai tujuan ganda, di mana misi sosial mewakili tujuan normatif utama mereka dan berjalan seiring dengan tujuan yang lebih praktis untuk membuat

bisnis beroperasi secara ekonomis. Jika wirausahawan sosial terlalu menekankan pada komponen bisnis ekonomi, ini sering digambarkan sebagai "pergeseran misi". Oleh karena itu, wirausahawan sosial mengadopsi strategi tertentu, seperti partisipasi pemangku kepentingan, untuk mengurangi dampak penyimpangan tersebut.

Tindakan penyeimbangan dalam kewirausahaan social ini harus terjadi terus menerus, di satu sisi wirausahawan sosial memecahkan masalah sosial yang tercermin dalam misi sosial. Namun, di sisi lain, wirausaha sosial tidak boleh mengabaikan komponen sosial dari organisasinya, wirausahawan sosial juga perlu memprioritaskan keuntungan.

Pertanyaanya adalah apakah misi sosial dan ekonomi yang kuat benar-benar dapat bekerja

sama, terutama jika mempertimbangkan nilai strategis misi sosial organisasi ?. Muñoz & Kimmitt (2018), berpendapat bahwa misi sosial memiliki imperatif strategis yang jelas untuk membuat komponen bisnis dari ekonomi bekerja. Dengan menggunakan misi sosial secara strategis untuk mendapatkan kelayakan ekonomi, hubungan simbiosis antara tujuan ganda jauh lebih dekat daripada yang diperkirakan sebelumnya. Melalui serangkaian kondisi strategis, wirausahawan sosial dapat tetap kompetitif melalui misi sosialnya; misi sosial memang meningkatkan kinerja keuangan, dan yang satu tidak serta merta merugikan yang lain.

Misi sosial merupakan bagian penting dari kewirausahaan sosial, normativitas yang melekat pada kewirausahaan sosial juga cukup didasarkan

pada misi sosial. Misi sosial berarti bahwa alasan keberadaannya dan tujuannya harus memenuhi persyaratan organisasi sosial. Penciptaan nilai sosial adalah misi utama perusahaan sosial, dan batasan yang jelas telah ditetapkan untuk mereka. Misi sosial menjadikan wirausaha sosial menjadi agen perubahan. Misi sosial menyediakan peta jalan untuk perusahaan sosial dan memungkinkan organisasi untuk mengambil jalan untuk menciptakan dampak sosial dan pengembangan perusahaan yang berkelanjutan. Singkatnya, misi sosial membantu perusahaan sosial mencapai pembangunan berkelanjutan mereka.

## ***Chapter 5: Perbedaan Inovasi Sosial***

### ***Dengan Inovasi Lainnya***

Karena jangkauan konsepnya, ada beberapa resiko bahwa setiap inovasi yang menghasilkan perubahan pada masyarakat atau yang bertujuan untuk menciptakan manfaat bagi masyarakat dapat di anggap sebagai inovasi sosial. Pada kesempatan kali ini penting untuk membedakan apa yang merupakan inovasi sosial dengan bentuk inovasi lainnya, hal ini di lakukan untuk menjadi titik perbandingan dengan jenis inovasi lainnya.

Menegenai inovasi ekonomi, inovasi sosial adalah proposi nilai (Phillips, Lee, Ghobadian, regan & James, 2015). Inovasi ekonomi hanya memfokuskan pada keuntungan finansial, sedangkan inovasi sosial mencari

perubahan sosial untuk memotivasi masyarakat agar lebih berperilaku kreatif. Ada beberapa perbedaan lainnya antara inovasi dan kreatifitas,berikut perbedaan yang mendasar diantara keduanya:

<b>Kreatifitas</b>	<b>Inovasi</b>
Memikirkan sesuatu hal yang baru.	Membuat pemikiran yang baru tersebut menjadi nyata.
Menghasilkan gagasan.	Membawa gagasan ini ke kehidupan.
Berhubungan dengan pengalaman.	Berhubungan dengan sebuah pengamatan.
Jika anda menciptakan sesuatu yang baru,maka dapat dikatakan anda telah menciptakan.	Jika anda telah memperbaiki sesuatu yang sudah ada,anda bisa dikatakan melakukan inovasi.

Inovasi radikal memberikan tujuan perubahan pada masyarakat dengan melakukan berbagai inovasi sosial. Tetapi ada beberapa perbedaan antara inovasi sosial tersebut. Sebuah inovasi mendasar yang awalnya dimotivasi dapat mengubah masyarakat, namun tidak dapat meningkatkan keadaan kehidupan penduduk. Inovasi radikal berusaha menghancurkan persaingan situasi yang tidak selaras dengan jenis perubahan atau transformasi yang dibutuhkan oleh masyarakat .

Meskipun inovasi yang mengganggu muncul dibidang ekonomi belakangan ini, mereka telah dikaitkan dengan inovasi sosial. Inovasi ini menciptakan produk dan layanan dengan biaya lebih rendah, namun sifatnya fokus pada kepentingan pasar tertentu yaitu melihat target

populasi sebagai klien potensial dan oleh karena itu dampaknya bergantung pada hasil pendapatan dan bekan pada perubahan sosial. Grassroots Innovation atau inovasi massal adalah inovasi khusus yang dibangun dari bawah ke atas. Seperti inovasi sosial, inovasi ini ditujukan untuk memenuhi sebagian besar kebutuhan masyarakat yang belum terpenuhi, menawarkan solusi yang tidak tersedia untuk sebagian besar bagian dari popilasi negara berkembang.

Meskipun mereka menunjukkan banyak kesamaan dengan sosial inovasi lainnya. Perbedaan utamanya dapat mengubah masyarakat, karena sebagian besar dampaknya akan hanya terjadi di area tertentu dan bukan di area yang lebih luas. Inovasi sosial serupa dengan program lain yang memperhatikan masalah sosial untuk kepentingan

mengatasi masalah tertentu, namun mereka berbeda karena program sosial tidak memiliki solusi inovatif yang bertujuan mengubah masyarakat dan fokus pada sebagian pemecahan masalah sosial tetapi menghasilkan solusi baru untuk struktur sosial.

## ***Chapter 6 : Sumber Inovasi Sosial***

Inovasi sosial dapat menemukan sumbernya pada sektor masyarakat, kreator atau promotor inovasi jenis ini adalah peluang sosial yang berasal dari sektor swasta, publik dan sosial. Sumber-sumber ini di klasifikasikan menurut tingkat sektor yang mengimplementasikannya. Peluang ini dapat berupa individu (wirausahawan sosial atau intrepeneur sosial), kelompok sosial, organisasi swasta (lembaga swadaya masyarakat atau koperasi), atau lembaga publik (lembaga pemerintah), yang mencari beberapa kewirausahaan untuk menanggapi masalah sosial dan kebutuhan sosial yang tidak terlampaui dalam cara sistematis.

Sumber-sumber mengenai inovasi sosial kemungkinan itu ada empat, yaitu nonprofit, publik, private dan informal (The Young Foundation, 2012). Inovasi sosial yang dikembangkan dari sektor-sektor ini tidak terisolasi dan dapat dilengkapi dengan sumber daya serta dapat diartikulasikan satu sama lain dengan kepentingan mencapai tujuan sosial perubahan. Implementasi inovasi ini oleh masing-masing sektor memperkuat sosial dan ekonomi dinamika wilayah dan berkontribusi pada penciptaan baru, organisasi, institusi dan sistem.

Adapun untuk realitas sosial yang mampu dalam merangsang adanya inovasi adalah :

1. Adanya tuntutan atas arti kebutuhan yang mendesak, hal ini tentu saja terasa dalam kehidupan sehari-hari. Dimana

proses berdasarkan keterdesakan biasanya mampu menciptakan inovasi baru.

2. Adanya jaringan sosial yang akhirnya mampu untuk menciptakan komunikasi dan menangkap peluang baru.
3. Mampu menerima kritik dan saran atas keterburukan sikap yang dimiliki.
4. Memiliki masalah serta tantangan yang akhirnya mendorong untuk proses penyelesaian dari problematika yang dialami.
5. Adanya bentuk tekanan yang lebih kuat untuk jadi lebih baik.

## **Faktor-faktor pendukung inovasi sosial :**

### 1. Inovasi harus berorientasi pasar

Banyak inovasi yang sekedar memecahkan masalah secara kreatif tetapi tidak mempunyai keunggulan bersaing dipasaran. Untuk itu perlu diperhatikan hubungan inovasi dengan kebutuhan pasar yang di dalamnya terdapat 5C, yaitu competitor (pesaing), competition (persaingan), change of competition (perubahan persaingan), change driver (penentuan arah perubahan ), dan costumer behavior (perilaku konsumen).

### 2. Inovasi harus mampu meningkatkan nilai tambah perusahaan

Suatu inovasi mampu meningkatkan nilai tambah perusahaan apabila memenuhi hal-hal berikut :

- a. Terdapat unsur efisiensi dan efektivitas dalam suatu inovasi, sehingga tidak akan mempunyai arti atau dampak yang berarti bagi kemajuan perusahaan.
- b. Inovasi harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan, hal ini dilakukan agar tidak menyimpang dari arah pertumbuhan usaha (contra productive).
- c. Inovasi harus bisa ditingkatkan lagi, sehingga terjadi inovasi yang berkelanjutan (continuous improvement) hingga perusahaan

tumbuh menjadi lebih baik dan lebih berkembang.

## **Cara mengembangkan kreatifitas dan inovasi**

Banyak hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan kreativitas. Berikut ini adalah hal yang dapat membantu mengembangkan kemampuan pribadi dalam program peningkatan kereativitas sebagaimana dikemukakan oleh James L. Adams (1986)

1. Mengenal hubungan

Banyak penemuan dan inovasi lahir sebagai cara pandang terhadap suatu hubungan yang baru dan berbeda antar obyek, proses, bahan, teknologi dan orang. Seperti mencampurkan aroma

bunga melati dengan air teh kemudian dibotolkan menjadi teh botol yang harum dan segar rasanya.

Untuk membantu meningkatkan kreativitas, kita dapat melakukan cara pandang kita yang statis terhadap hubungan orang dan lingkungan yang telah ada. Di sini kita coba melihat mereka dengan cara pandang yang baru dan berbeda. Orang yang kreatif akan memiliki hubungan intuisi tertentu untuk dapat mengembangkan dan mengenali hubungan yang baru dan berbeda dari fenomena tersebut. Hubungan ini nantinya dapat memperlihatkan ide produk dan jasa yang baru. Sebagai contoh kita

melakukan latihan dengan melihat hubungan antara ke coklat dan es krim vanilla, atlet dan pelatih serta manajer dengan buruh.

2. Mengembangkan prespektif fungsional

Jika dikembangkan lebih lanjut, kita dapat melihat adanya suatu perspektif yang fungsional dari benda dan orang. Seorang yang kreatif akan dapat melihat orang lain sebagai alat untuk memenuhi keinginannya dan membantu menyelesaikan suatu pekerjaan. Misalnya sering secara tidak sadar kita menggunakan pisau dapur untuk memasang baut gara-gara palu yang kita cari tidak ditemukan .

### 3. Gunakan akal

Penelitian terhadap penggunaan fungsi otak pada bagian yang terpisah antara kiri dan kanan telah dilakukan sejak tahun 1950-an dan tahun 1960-an. Otak bagian kanan dipakai untuk hal seperti analogi, imajinasi dan lain-lain. Sedangkan otak bagian kiri dipakai untuk kerja seperti analisis, melakukan pendekatan yang rasional terhadap pemecahan masalah dan lain-lain.

Meski secara fungsi ia berbeda, tetapi dalam pekerjaannya ia harus saling berhubungan. Proses kreativitas meliputi pemikiran logis dan analitis terhadap pengetahuan, evaluasi dan tahap implementasi. Jadi bila kita ingin lebih

kreatif, kita harus melatih dan mengembangkan kemampuan kedua otak kita tersebut.

#### 4. Hapus perasaan ragu-ragu

Banyak kebiasaan mental yang membatasi dan menghambat pemikiran kreatif. Sebuah studi menemukan bahwa orang dewasa hanya menggunakan 2-10 persen potensi kreatifitas yang dimilikinyaa.

## **PART III: Studi Kasus**

Available online at:  
<https://proceeding.researchsynergypress.com/index.php/rsfconferenceseies1>

RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences

### **BUSINESS MODEL CANVAS PADA SOCIOPRENEURSHIP BUDIDAYA JAMUR MERANG**

**(STUDI PADA PONPES DAARUL QUR'AN  
WAL-IRSYAD WONOSARI)**

#### **Latar Belakang**

Pondok Pesantren (Ponpes) memainkan peran yang sangat penting dalam memajukan kehidupan intelektual di tanah air dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi penyelenggaraan pendidikan. Pesantren tetap konsisten sebagai lembaga pendidikan yang fokus pada pendalaman ilmu agama (tafaqquh fi al-din) dan lembaga dakwah

Islamiyah yang memiliki peran penting dalam mencerdaskan bangsa. Kemampuan pesantren bertahan hingga saat ini menjadi prestasi tersendiri bagi umat Islam yang patut dibanggakan. Hal ini sangat beralasan, karena dengan pesatnya perkembangan globalisasi, Pondok Pesantren masih konsisten dengan unsur-unsur dasar tradisi *ngaji* atau kajian (kitab-kitab klasik). Doktrin-doktrin dalam kitab tersebut se nantiasa selalu merujuk pada Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber utama yang menjiwai kehidupan Pondok Pesantren.

Hingga saat ini, pondok pesantren tetap eksis dan memainkan peran penting dalam mencetak sumber daya manusia unggul yang dapat mengantisipasi perubahan yang serba cepat,

sekaligus dapat meningkatkan kualitas peran dan kontribusinya terhadap kemajuan dan kesejahteraan bangsa, dan menjawab berbagai persoalan dan tantangan yang semakin kompleks (Liriwati, 2020). Agar supaya pondok pesantren tetap aktif, sudah barang tentu, lembaga tersebut telah mengalami serangkaian perubahan yang disebut modernisasi, tak terkecuali dengan pondok pesantren Daarul Qur'an Wal-Irsyad Wonosari DI Yogyakarta. Oleh sebab itu, seiring perubahan zaman pondok pesantren perlu lebih diberdayakan dan diperkuat lagi. Pondok pesantren tidak hanya berkomitmen untuk memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat di bidang agama dan pendidikan, akan tetapi ikut serta dalam bidang kewirausahaan sosial. Sehingga dengan konsep tersebut pondok pesantren dapat mengembangkan perekonomian

baik untuk pondok pesantren itu sendiri maupun lingkungan masyarakat sekitar.

Dalam beberapa tahun terakhir, *sociopreneurship* atau kewirausahaan sosial telah menjadi fenomena global. Kewirausahaan sosial adalah penggunaan inovasi untuk membangun kewirausahaan yang merupakan kombinasi sumber daya untuk memperoleh peluang melalui pembentukan organisasi dan / atau praktik yang dihasilkan dari mempertahankan manfaat sosial (Shukla, Shukla, & Singh, 2016). Sociopreneurship sebagai sebuah konsep kewirausahaan yang memiliki orientasi sosial daripada rasionalitas ekonomi. Seorang pengusaha secara rasional berorientasi pada ekonomi, sedangkan wirausahawan sosial berkomitmen untuk mencari

solusi atas masalah sosial. Kewirausahaan sosial menarik minat dunia, karena solusi yang prospektif diprediksi akan memberikan solusi yang berkelanjutan dan inovatif terhadap permasalahan sosial budaya dan lingkungan (Wuryandari, Parashakti, & Lubis, 2020).

Pondok pesantren Daarul Qur'an Wal-Irsyad tidak hanya menjadi pusat pengembangan umat dalam hal SDMnya saja, melainkan juga di bidang ekonomi sebagai wujud *sociopreneurship*. Melalui kegiatan budidaya jamur merang, Pondok pesantren Daarul Qur'an berupaya untuk mengembangkan perekonomian ponpes dan masyarakat sekitarnya. Budidaya jamur merang dilakukan dengan memanfaatkan limbah pertanian jerami, sehingga memiliki nilai ekonomi tinggi.

Kegiatan kewirausahaan sosial juga dapat menjadi bekal bagi santri dalam hal bermasyarakat, dan berpartisipasi dalam ide bisnis yang inovatif dan kreatif untuk meningkatkan ketersediaan lapangan kerja di masyarakat.

Penerapan dan implementasi model bisnis yang tepat pada suatu perusahaan dapat memberikan manfaat bagi analisis usaha, khususnya untuk menyampaikan misi sosial pada lembaga *sociopreneurship*. Model bisnis digunakan untuk mempermudah menggambarkan suatu konsep bisnis. Model bisnis juga di gunakan tidak hanya untuk perusahaan, tapi juga diterapkan untuk *sociopreneurship*. Model bisnis telah digunakan dengan fokus pada teknologi dan manajemen inovasi, strategi, kelestarian

lingkungan dan kewirausahaan sosial (Massa, Tucci, dan Afuah 2017). Model bisnis diperlukan oleh perusahaan untuk dapat mengetahui efisiensi dan melakukan evaluasi dengan cepat. Salah satu model bisnis yang berkembang saat ini adalah *Business Model Canvas* (BMC). Dalam prosesnya, *business model canvas* dilengkapi dengan analisis SWOT untuk melengkapi proses perencanaan strategis guna menciptakan konsep bisnis yang lebih matang. Sehingga model bisnis yang dijalankan menjadi lebih kuat dan sensitif terhadap perubahan kondisi pasar.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana model bisnis budidaya jamur merang dengan pendekatan *Business Model Canvas for Sociopreneurship*.
- 2) Bagaimana analisis model bisnis jamur merang dengan menggunakan analisis SWOT (*streghts, weaknesses, opportunies, and threats*).
- 3) Faktor apa yang menjadi kekuatan dari strategi pengembangan model bisnis budidaya jamur merang.
- 4) Bagaimana prospek pengembangan bisnis jamur merang dalam upaya meningkatkan kemandirian ekonomi pondok pesantren.

## **Pembahasan**

### **Model Bisnis Budidaya Jamur Merang dengan Pendekatan *Business Model Canvas for Sociopreneurship***

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pengelola usaha budidaya jamur merang di Ponpes Daarul Qur'an Wal Irsyad, peneliti memperoleh informasi yang direduksi berdasarkan prioritas penelitian yang ditentukan oleh peneliti. Sehingga menghasilkan *Business Model Canvas* budidaya jamur merang yang ditunjukkan pada Gambar dibawah ini.

Business Model Canvas		Budidaya Jamur Merang Ponpes Darul Qur'an Wal Irsyad Wonosari		
<b>Key Partners</b>  <b>8</b> <input type="checkbox"/> Organisasi NU <input type="checkbox"/> CV Volva Indonesia <input type="checkbox"/> UNU Yogyakarta <input type="checkbox"/> Agen Jamur <input type="checkbox"/> Pedagang Tradisional <input type="checkbox"/> Koperasi Ponpes DQ	<b>Key Activities</b>  <b>7</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pembuatan kumbung Jamur</li> <li>▪ Pasteurisasi</li> <li>▪ Produksi, perawatan pemanenan, pengkabutan</li> <li>▪ Packaging, pemasaran</li> <li>▪ Pembuatan pupuk kompos</li> </ul> <b>Key Resources</b>  <b>6</b> <input type="checkbox"/> Media tanam (kompos), <input type="checkbox"/> Bibit jamur, <input type="checkbox"/> Fasilitas produksi, <input type="checkbox"/> SDM	<b>Value Propositions</b>  <b>2</b> <input type="checkbox"/> Jamur organik (non-pestisida), <input type="checkbox"/> kandungan protein yang tinggi, Biaya produksi rendah <input type="checkbox"/> Durasi tanam yang singkat, <input type="checkbox"/> SDM berpengalaman, <input type="checkbox"/> Nol limbah	<b>Customer Relationships</b>  <b>4</b> <input type="checkbox"/> Pengajian rutin, <input type="checkbox"/> Pelayanan yang ramah, <input type="checkbox"/> Menjaga kualitas jamur <input type="checkbox"/> Sosial media  <b>Channels</b>  <b>3</b> <input type="checkbox"/> Agen, pasar tradisional, swalayan, koperasi DQ <input type="checkbox"/> Jaringan Santri, Alumni, dan Wali Santri Ponpes DQ <input type="checkbox"/> Onlien (sosial media),	<b>Customer Segments</b>  <b>1</b> <input type="checkbox"/> Konsumen berdomisili di Di Yogyakarta dan sekitarnya <input type="checkbox"/> Usia 17 tahun keatas, <input type="checkbox"/> Laki-laki & perempuan, <input type="checkbox"/> Tingkat ekonomi menengah ke atas <input type="checkbox"/> Latar belakang pendidikan memadal, <input type="checkbox"/> Memiliki gaya hidup sehat <input type="checkbox"/> Cenderung suka sayuran organik atau non pestisida
<b>Cost Structure</b>  <b>9</b> <input type="checkbox"/> Pembuatan kumbung jamur, <input type="checkbox"/> Instalasi Pasteurisasi, & listrik <input type="checkbox"/> Persiapan lahan <input type="checkbox"/> Sprayer elektrik <input type="checkbox"/> Modal kerja <input type="checkbox"/> Pendampingan usaha		<b>Revenue Streams</b>  <b>5</b> <input type="checkbox"/> Penjualan jamur segar langsung ke konsumen langsung dan bisnis, <input type="checkbox"/> Penjual pupuk kompos, <input type="checkbox"/> Penjualan produk turunan jamur merang dan <input type="checkbox"/> Jasa pelatihan budidaya jamur merang		

## Gambar Business Model Canvas Buiddaya Jamur Merang

Merujuk pada Gambar diatas, untuk masing-masing elemen Business Model Canvas adalah sebagai berikut:

### a. *Customer Segments*

Budidaya jamur merang Ponpes Darul Qur'an memiliki segmentasi pasar yang

berdomisili di wilayah daerah Yogyakarta dan sekitarnya (Misalnya Kab. Gunung Kidul, Klaten, Sleman, Kota Yogyakarta). Konsumennya berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan dengan usia 17 tahun keatas, dan memiliki latar belakang ekonomi menengah keatas. Konsumen juga memiliki latar belakang pendidikan yang memadai, memiliki gaya hidup sehat, dan cenderung menyukai sayuran non pestisida.

b. *Value Propositions*

Sebuah usaha membutuhkan proposisi nilai, karena hal ini merupakan kombinasi manfaat yang diberikan kepada pelanggannya. Budidaya jamur merang ini memiliki proposisi nilai jamur merang organik atau tidak mengandung pestisida,

karena dalam proses produksinya tidak menggunakan pestisida. Jamur merang memiliki kandungan protein yang tinggi, sehingga sangat layak untuk dikonsumsi. Selain itu, proses Budidaya jamur merang ini durasinya sangat singkat, dan biaya produksinya tidak tinggi. Serta tidak menghasilkan limbah karena (Zero waste), limbah dapat dimanfaatkan sebagai pupuk kompos untuk pertanian atau media tanaman hias. Budidaya jamur di Ponpes Darul Qur'an didampingi tenaga ahli yang berpengalaman dibidangnya cukup lama sehingga produksinya dapat optimal, menghasilkan jamur yang berkualitas tinggi.

*c. Channels*

Media yang digunakan Ponpes Darul Qur'an untuk menjangkau konsumennya adalah melalui jaringan santri alumni, dan wali santri melalui sosial media yang dimiliki penpes dan pengelolanya. Selain itu, media yang digunakan adalah koperasi Ponpes, agen dan pedagang di pasar tradisional. Pasar swalayan akan digunakan setelah produksi jamur merang kuantitasnya stabil.

*d. Customer relationship*

Ponpes Darul Qur'an yang memproduksi jamur merang menjaga hubungan dengan pelanggan jamur merang melalui pengajian rutin oleh pengasuh Ponpes. Pengelola usaha juga berusaha untuk memberi

pelayanan yang baik atau ramah kepada setiap pelanggan, dan menjaga kualitas jamur merang. Selain itu, pengelola dengan intens menyapa pelanggan jamur merang melalui sosial media seperti face book, dan whatsapp guna menjaga hubungan dengan pelanggan.

*e. Revenue streams*

Aliran pendapatan yang diperoleh Ponpes Darul Qur'an berasal dari penjualan jamur merang segar kepada konsumen baik konsumen akhir atau agen. Aliran pendapatan kedepannya juga dapat diperoleh dari penjualan pupuk kompos, penjualan produk turunan, dan jasa pelatihan budidaya jamur merang.

f. *Key resources*

*Key resources* digunakan Ponpes Darul Qur'an untuk dapat mewujudkan *value proposition* yang akan diberikan kepada konsumen. *Key resources* dalam produksi jamur merang yaitu kompos atau media tanam, bibit jamur merang, fasilitas produksi, dan SDM. Media tanam yang digunakan harus memenuhi standar yang telah ditentukan, bibit yang digunakan harus berkualitas, karena ini poin penting dalam budidaya. Fasilitas produksinya harus memadai, karena jamur merang tumbuh di suhu panas berkisar 30-35 derajat, agar jamur merang tidak terkontaminasi dengan jamur liar atau hama, maka tempat produksinya harus

tertutup. SDM memiliki peran penting dalam produksi jamur, karena jamur membutuhkan perawatan khusus seperti pemantauan suhu ruangan, membuka dan menutup ventilasi, menghidupkan blower, pengkabutan, dan menjaga suhu ruangan agar tetap sesuai dengan habitat jamur merang.

g. *Key activities*

Menggambarkan hal-hal penting yang dilakukan dalam produksi jamur merang di Ponpes Darul Qur'an. Aktivitas utama diperuntukkan untuk menciptakan value, mewujudkan target, menjaga hubungan dengan pelanggan, dan mendapatkan pendapatan. Aktivitas utama dalam produksi jamur merang meliputi

pembuatan kumbung jamur merang, pasteurisasi (memasukkan uap panas kedalam kumbung jamur merang dengan maksimal suhu 60 derajat selama 8 jam). Produksi, dalam proses produksi jamur merang harus dipastikan sesuai standard yang ditentukan, mulai dari penanaman bibit, perawatan, pengkabutan, dan pemanenan agar hasilnya dapat optimal dan berkualitas. Packaging jamur harus diperhatikan, jangan sampai salah, karena jamur segar rentan untuk busuk dan tidak dapat tahan lama, sehingga membutuhkan teknik yang tepat agar kualitas jamur tetap terjaga. Pembuatan kompos, sebagai pemanfaatan limbah jamur agar memiliki nilai lebih dan tidak menjadi sampah.

#### h. *Key partnership*

Mitra bisnis merupakan hal penting bagi Ponpes Darul Qur'an untuk mencapai tujuan dari usaha budidaya jamur merang dan untuk kelancaran operasi model bisnis budidaya jamur merang. Ponpes Darul Qur'an harus bermitra dengan organisasi NU, dan UNU Yogyakarta guna mewujudkan tujuan usaha, khususnya terkait dengan target pasar, penjualan, dan pendampingan usaha. Ponpes Darul Qur'an bermitra dengan CV Volva Indonesia dalam hal pengadaan media tanam dan bibit jamur merang. Ponpes Darul Qur'an juga bermitra dengan koperasi Ponpes, agen jamur, dan pedagang pasar tradisional

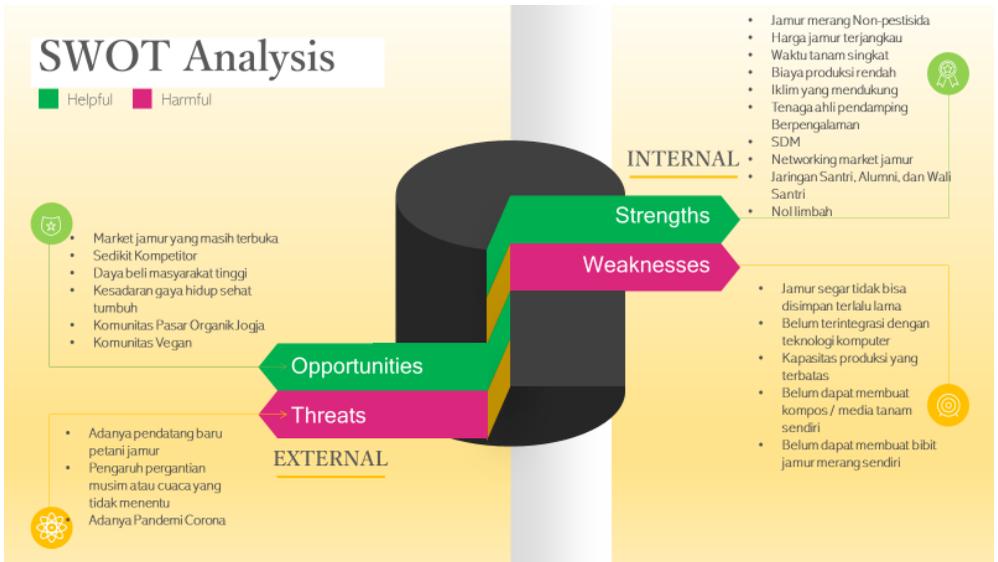
dalam hal pemasaran jamur merang agar target penjualan dapat tercapai.

i. *Cost Structure*

Semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis budidaya jamur merang, yang terdiri dari biaya pembuatan kumbung, instalasi alat pasteurisasi dan listrik, persiapan lahan untuk budidaya, biaya pengadaan sprayer elektrik, modal kerja, dan pendampingan usaha.

## **Analisis SWOT Budidaya Jamur Merang di Ponpes Darul Qur'an**

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola usaha budidaya jamur merang Ponpes Darul Qur'an tentang kekuatan SWOT (*streghts, weaknesses, opportunies, and threats*). Hasil analisis SWOT menghasilkan alternatif strategi yang lebih fungsional sehingga strategi tersebut dapat lebih mudah diterapkan pada usaha budidaya jamur merang di Ponpes Darul Qur'an. Hasil analisis SWOT disajikan pada Gambar dibawah ini.



**Gambar SWOT Analysis**

a. *Stregths* Usaha Budidaya Jamur Merang

Usaha budidaya Jamur Merang di Ponpes Darul Qur'an memiliki beberapa kekuatan:

- 1) Jamur merang non pestisida

- 2) Harga jamur merang terjangkau
- 3) Waktu tanam singkat
- 4) Biaya produksi rendah
- 5) Iklim yang mendukung
- 6) Tenaga ahli pendamping berpengalaman
- 7) SDM
- 8) Network market jamur
- 9) Nol limbah

*b. Weaknesses*

Kelemahan Usaha budidaya Jamur Merang di Ponpes Darul Qur'an adalah:

- 1) Jamur segar tidak bisa disimpan terlalu lama
- 2) Belum terintegrasi dengan teknologi computer
- 3) Kapasitas produksi yang terbatas

- 4) Belum dapat membuat kompos atau media tanam sendiri
- 5) Belum dapat membuat bibit jamur merang sendiri

*c. Opportunies*

Usaha budidaya jamur merang di Ponpes Darul Qur'an memiliki peluang sebagai berikut:

- 1) Market jamur merang yang masih terbuka
- 2) Sedikit competitor
- 3) Daya beli masyarakat tinggi
- 4) Komunitas pasar organic jogja
- 5) Komunitas vegan

*d. Threats*

Ancaman untuk usaha budidaya jamur merang di Ponpes Darul Qur'an adalah sebagai berikut:

- 1) Adanya pendatang baru petani jamur merang
- 2) Pengaruh pergantian musim atau cuaca yang tidak menentu
- 3) Adanya pandemi Corona

### **Strategi pengembangan model bisnis budidaya jamur merang**

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas, faktor kekuatan dan peluang dapat dijadikan sebagai strategi pengembangan bisnis jamur merang. Strategi kekuatan-peluang atau S-O (Strength – Opportunity) adalah strategi yang digunakan untuk mengembangkannya model bisnis dengan

memaksimalkan faktor kekuatan dan peluang dari usaha budidaya jamur merang di Ponpes Darul Qur'an. Strategi ini menggunakan kekuatan internal Ponpes untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada, dengan cara:

- 1) Ponpes Darul Qur'an dapat menambah fasilitas produksi jamur merang non-pstisida yang masih memiliki peluang pasar. Lokasi produksi yang mendukung, iklim yang mendukung habitat tumbuhnya jamur merang, SDM pendamping yang berpengalaman dapat menjadi faktor dan modal dasar dalam pengembangan usaha budidaya jamur merang.
- 2) Market jamur merang yang masih terbuka, dan keberadaan komunitas

pasar organic serta pecinta vegan di DI Yogyakarta menjadi penguat untuk menambah fasilitas produksi

- 3) Optimalisasi jaringan Alumni, Wali santri, jaringan Kiyai, jaringan Ponpes, dan jaringan NU untuk mengembangkan pasar jamur merang.
- 4) Sumber daya santri yang cukup, dapat diperdayakan secara optimal dengan melatih dan melibatkan mereka dalam proses produksi jamur merang di Ponpes Darul Qur'an. Hal ini juga dapat menjadi value dalam proses pembelajaran *life skill* di Ponpes.

## **Prospek pengembangan bisnis jamur merang dalam upaya meningkatkan kemandirian ekonomi pondok pesantren**

Berdasarkan hasil analisis SWOT dapat diketahui bahwa budidaya jamur merang di Ponpes Darul Qur'an memiliki prospek untuk dikembangkan sebagai upaya untuk kemandirian ekonomi Ponpes. Saat ini, Ponpes Darul Qur'an memiliki 2 kumbung jamur merang dengan hasil yang sudah optimal, melebihi target produksi. Berdasarkan informasi yang diperoleh saat wawancara dengan pengelola, pada periode bulan febuari-maret 2021 jumlah hasil panen sebesar 412.61 kg dengan luas tanam 80 meter. Hasil ini juga dapat menjadi dasar bahwa budidaya jamur merang di Ponpes Darul Qur'an memiliki potensi untuk dikembangkan.

## **Kesimpulan Dan Implikasi**

Business model canvas dapat membantu untuk memahami secara mendalam, menjelaskan, dan memprediksi kegiatan mana yang harus dilakukan untuk memberi manfaat bagi organisasi. BMC juga gambaran secara ringkas tentang bagaimana kegiatan usaha dapat menghasilkan profit. *Customer segments* jamur merang sudah tepat dan jelas sehingga proses pemasaran jamur merang menjadi lebih mudah dan tepat sasaran. *Value propositions* jamur merang sudah tepat, value tersebut sangat layak untuk diberikan kepada pelanggan dan *value propositions* tersebut dapat menjadi alasan kuat kenapa pelanggan mengkonsumsi jamur merang. *Channels*, Ponpes Darul Qur'an memiliki modal sosial yang kuat, yaitu jaringan santri, alumni santri, dan wali santri

yang dapat digunakan secara optimal untuk sebagai saluran distribusi jamur merang kepada pelanggan dan ditopang sosial media yang kuat memudahkan pelanggan jamur merang dapat dijangkau. *Customer relationship* dinilai mempunyai peluang yang tinggi, sehingga Pondok Pesantren Darul Quran perlu mempererat hubungan personal dan komunikasi dengan pelanggan dan mitra. *Revenue streams* saat ini hanya mengandalkan penjualan jamur merang segar, namun kedepannya arus pendapatan tersebut dapat dikembangkan lagi dengan menjual produk turunan jamur merang. *Key resources* dalam budidaya jamur merang adalah media tanam, bibit, fasilitas produksi dan SDM, Ponpes Darul Qur'an dapat meningkatkan produksinya dengan menambah fasilitas produksi dan memberikan pelatihan kepada SDM bagaimana

membuat media tanam sendiri. *Key activities* adalah produksi jamur merang, mulai dari penyiapan kompos atau media tanam, pasteurisasi, penanaman bibit, perawatan, pemanenan, dan pack aging jamur merang segar, serta pendistribusian. *Key partnership* yang dimiliki Ponpes Darul Qur'an perlu dijaga, disarankan untuk lebih mempererat hubungan dengan mitra-mitra, karena hal ini sangat mendukung kesuksesan usaha budidaya jamur merang. *Cost structure* budidaya jamur merang dibagi menjadi dua bagian yaitu biaya investasi dan modal kerja.

## Daftar Pustaka

- Aure, P. A. (2018). Exploring the Social Entrepreneurial Intentions of Senior High School and College Students in a Philippine University: A PLS-SEM Approach. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 21(2).
- Betts, S. C., Laud, R., & Kretinin, A. (2018). Social Entrepreneurship: A Contemporary Approach to Solving Social Problems. *Global Journal of Entrepreneurship* , 2(1), 31-40.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions. *Organization Science*, 22(5), 1203–1213.
- Garaika. (2020). Determinants of the Social Entrepreneurial Intention of Young Entrepreneurs in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(3), 356-373.
- Garaika. (2020). The Impact of Empathy, Social Support, And Moral Obligation on Social Entrepreneur Intention. *International Journal of Scientific & Technology Research* , 9(3), 5788-5792.
- Ghozali , I. (2013). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least*

*Square* (Edisi Kedua ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hockerts, K. (2015). The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS): A Validation Study . *Social Enterprise Journal*, 11(3), 260-280.
- Hockerts, K. (2017). Determinants of Social Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130.
- Hojnik, B. B., & Crnogaj , K. (2020). Social Impact, Innovations, and Market Activity of Social Enterprises: Comparison of European Countries. *Sustainability*, 1-15.
- Howaldt, J., Kaletka, C., Schröder, A. & Zirngiebl, M. (Eds.)(2018). Atlas of social innovation – New practices for a better future. Dortmund: Sozialforschungsstelle, TU Dortmund.
- Howaldt, J., Schröder, A., Kaletka, C., Rehfeld, D., & Terstriep, J. (2016). Comparative analysis (Mapping 1). Mapping the world of social innovation: A global comparative analysis across sectors and world regions. SI-DRIVE Report D1.4. Dortmund: TU Dortmund
- Hughes, M., and Morgan, R. E, 2007, Deconstructing The Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Business

Performance at The Embryonic Stage of Firm Growth, *Industrial Marketing Management* 36 : 651-661.

Ip, C., Wu, S. C., Liu, H. C., & Liang, C. (2017). Revisiting the Antecedents of Social Entrepreneurial Intentions in Hong Kong. *International Journal of Educational Psychology*, 6(3), 301-323.

Mohammadi, P., Kamarudin, S., & Omar, R. B. (2019). A Conceptual Model of Social Entrepreneurial Intention. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 249- 264.

Muñoz, P. & Kimmitt, J., 2018. Social Mission as Competitive Advantage: A Configurational Analysis of the Strategic Conditions of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Research*.

Noerhartati, E., Soesatyo, Y., Moedjito, Karwanto, Jatiningrum, C., & Muharlisiani, L. T. (2019). Exploring the Intentions of Social Entrepreneurship. An Empirical Study University Student in Indonesia. *Opcion*(21), 2899-2921.

Osei, C. D., Zhuang, J., Menyah, M. V., & Gyasi, P. A. (2020). An Empirical Study on

Determinants of Intentions toward Social Entrepreneurship among Overseas University Students in China. *International Journal of Scientific Research in Science, Engineering and Technology*, 7(5), 276-291.

Pol, E., & Ville, S. (2009). Social innovation: Buzz word or enduring term? *The Journal of SocioEconomics*, 38(6), 878–885.

Prakoso, Bagas. 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris pada Industri Manufaktur di Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* Vol. 2 No.1 Januari 2005. Semarang.

Rambe, P., & Ndofirepi, T. M. (2019). Explaining Social Entrepreneurial Intentions among College Students in Zimbabwe. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-22.

Suendro. 2010. Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil Dan Menengah Batik Pekalongan), *Tesis*, Program Pascasarjana, Universitas Diponegoro, Semarang.

Suharyono. 2017. Sikap Dan Perilaku Wirausahawan. *Jurnal Ilmu dan Budaya*, Vol. 40, No.56.

Summerfield, R. (2020). *Financier Worldwide Magazine*. Retrieved Kuly 09, 2021, from <https://www.financierworldwide.com/the-impact-of-social-entrepreneurship-on-economic-growth#.YOgQUjPitPY>

Suseno, D. 2008. “Pengaruh karakteristik wirausaha dan potensi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha dengan kebijakan pengembanagan UKM sebagai moderating.” *Jurnal Ekonomi Bisnis* 2 (4): 23–35.

Thobias, E. 2013. “Pengaruh modal sosial terhadap perilaku kewirausahaan (suatu studi pada pelaku usaha mikro kecil menengah di kecamatan Kabaruan kabupaten Kepulauan Talaud).” *Journal ACTA DIURNA* 2 (2): 1–12.

## **Ucapan Terimakasih**

Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas dukungan keuangan dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Indonesia, untuk penulisan buku ini. Buku ini masih jauh dari kesempurnaan, kritik dan saran dari Bapak Ibu diperlukan demi kesempurnaan buku ini.

ISBN 978-623-5539-88-1



9 786235 539881