

Karakteristik Jiwa *Social Entrepreneurship* Mahasiswa UNIPA Surabaya

Tony Susilo Wibowo¹, Christina Menuk Sri Handayani², Tri Ariprowo³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

tonysus@unipasby.ac.id

Abstrak

Mahasiswa sebagai *agent of change* dapat memberikan peluang bagi masyarakat dalam peningkatan kapasitas perubahan sosial ekonomi seperti yang terjadi saat ini akibat adanya pandemi Covid-19. Melalui kewirausahaan sosial diharapkan mampu memunculkan penyelesaian masalah sosial melalui pendekatan bisnis. Tulisan ini berusaha mendeskripsikan karakteristik jiwa *social entrepreneurship* mahasiswa. Analisis dekriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden. Pengambilan sampel penelitian menggunakan simple random sampling, sedangkan pengumpulan data melalui kuesioner sejumlah 121 mahasiswa UNIPA Surabaya yang sudah melakukan kegiatan wirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik mengarah pada jiwa *social entrepreneurship* (*social value, civil society, innovation dan economic activity*) terlihat pada usaha mahasiswa yang mengarah pada sifat saling menolong, terbuka terhadap kritik dan masukan, berusaha menjaga ketertiban dan sangat aktif pada kegiatan yang melibatkan masyarakat. Melalui penelitian pada mahasiswa, diharapkan nantinya dapat melanjutkan usaha yang pada akhirnya mampu mengkreasikan kebaruan usaha serta penambahan lapangan pekerjaan yang pada gilirannya dapat mengurangi pengangguran.

Kata Kunci: *social entrepreneurship*, karakteristik, mahasiswa

Abstract

Students as agents of change can provide opportunities for the community to increase the capacity for socio-economic change as is currently happening due to the Covid-19 pandemic. Through social entrepreneurship, it is expected to be able to bring about solving social problems through a business approach. This paper attempts to describe the characteristics of a student's social entrepreneurship spirit. Descriptive analysis is used to describe the characteristics of the respondents. The research sample was taken using simple random sampling, while the data collection through questionnaires was 121 UNIPA Surabaya students who had been doing entrepreneurial activities. The results show that the characteristics lead to the spirit of social entrepreneurship (*social value, civil society, innovation, and economic activity*) seen in student efforts that lead to mutual help, openness to criticism and input, trying to maintain order, and being very active in activities that involve the community. Through research on students, it is hoped that in the future they will be able to continue the business which in the end can create new business and additional jobs which in turn can reduce unemployment.

Keywords: Social entrepreneurship, characteristic, college students

PENDAHULUAN

Sebagai *agent of change*, mahasiswa dapat meningkatkan kapasitas masyarakat yang ada disekitarnya dalam kapasitas perubahan sosial ekonomi dimasa pandemi sekarang ini. Disisi lain mahasiswa sebagai generasi muda harus senantiasa mencermati adanya transformasi jenis pekerjaan non formal, yang pada saat lulusan tidak kebingungan untuk mencari pekerjaan sehingga dapat mengurangi pengangguran. Seperti kita ketahui bahwa pengangguran di Jawa Timur Agustus 2020 mencapai 466.020 orang (BPS, 2020). Pada kondisi sekarang ini dibutuhkan kepedulian terhadap masyarakat yang terdampak secara ekonomi akibat adanya Covid 19 yang terjadi hampir

pada di negara seluruh dunia. Ini perlu adanya komitmen bersama dari berbagai pihak untuk menghadapi situasi dengan ketidak pastian, tidak hanya dibebankan kepada negara tanpa partisipasi masyarakat. Salah satu pihak yang dapat dilibatkan dalam menghadapi persoalan ini adalah para pelaku ekonomi yang mempunyai komitmen untuk mengatasi. Salah satu konsep yang menarik untuk dikaji dalam hal ini adalah *Social Entrepreneurship*.

Social entrepreneurship merupakan kewirausahaan fokus di bidang sosial yang dapat dilakukan organisasi maupun individual yang bertujuan untuk kepentingan masyarakat bukan kepentingan pribadi (Maulidiah, 2015) (Lak lak Nazhat El Hasanah, 2018). Seperti halnya pendapat Yunus dan Weber, (2009) bahwa peran kegiatan kewirausahaan sosial sangatlah penting karena berdampak pada pertumbuhan ekonomi, dapat membantu mengurangi kemiskinan serta dapat meningkatkan pembangunan sosial skala besar. Seseorang yang paham masalah sosial dimana kemampuan wirausaha yang digunakan untuk melaksanakan perubahan sosial atau *social change* yang terdiri dari berbagai bidang seperti kesejahteraan (*welfare*), pendidikan dan kesehatan (*healthcare*) dikatakan sebagai seseorang yang berjiwa wirausaha sosial (Santosa, 2007). (Hulgard, 2010) lebih komprehensif memahami *social entrepreneurship* karena seseorang dapat menciptakan karya yang bermakna sosial bekerja sama dengan orang lain atau melalui organisasi yang ada di masyarakat untuk melakukan inovasi dengan unsur sosial yang didalamnya tersirat kegiatan ekonomi.

Berpijak pada kondisi ini perlu dikaji karakter mahasiswa yang telah melaksanakan peran dan tantangan dalam mengaplikasikan kewirausahaan sosial menjadi warna tersendiri karena dihadapkan pada banyak situasi yang sangat dinamis.

KAJIAN TEORI

Social Entrepreneurship

Penerapan *social entrepreneurship* dapat ditemui pada lembaga non profit besar yang mempunyai jaringan internasional dan bersifat global, yang pada dasarnya berusaha menemukan sifat kewirausahaan sosial di berbagai wilayah dunia untuk melakukan pembinaan dan pendanaan kepada pihak yang berniat untuk melakukan perubahan sosial seperti Ashoka Foundation. (Nicholls, 2006) Wiguna dan Manzilati, (2013) menyatakan bahwa kegiatan *social entrepreneur* adalah ide yang muncul dari sistem perekonomian di wilayah Eropa yang berorientasi pada proses dan perilaku untuk meningkatkan aspek sosial dengan menggunakan strategi terkait satu dengan yang lain berupa aspek sosial, aspek ekonomi untuk mengetahui kinerja luaran. Menurut Dees dalam Mort, G.S., & Weerawardena, (2003) sifat sosial tersebut dapat menjadi bagian dari dimensi utama dari *social entrepreneurship*.

Hal yang sama seperti pada perusahaan yang berorientasi bisnis yang bertujuan penciptaan nilai yang lebih baik dan lebih unggul untuk pelanggan, dimana *socio entrepreneur*

utamanya ditujukan mengarah pada penciptaan nilai sosial yang mulia kepada para pelanggan mereka. Pendapat senada dikemukakan oleh Noruzi, (2010), serta Patra, S. K., (2014) yang menyatakan kegiatan wirausaha sosial adalah bagian dari perluasan konsep awal kewirausahaan dimana hal tersebut diakui sebagai pendorong kegiatan ekonomi utamanya sebagai bagian dari penyelesaian masalah sosial.

Karakteristik *Social Entrepreneur*

Secara konsep, karakter atau sifat *social entrepreneur* dapat dijelaskan sebagai berikut (Borstein, 2006): 1) Seseorang yang mempunyai pemikiran untuk mencari solusi masalah kemasyarakatan. 2) Profesi atau pekerjaan individu tidak merupakan bagian dari profesi terkenal misalnya insinyur, dokter, guru, dosen, pengacara, pekerja sosial, konsultan manajemen dan wartawan. 3) Individu tersebut mempunyai daya transformatif, yang dalam hal ini individu yang selalu mempunyai gagasan baru dalam menghadapi permasalahan dan tidak mudah menyerah. 4) Individu yang mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan daya kinerja masyarakat melalui perbaikan dan penguatan serta perluasan pemahaman masa depan. 5) Individu yang mempunyai pola pikir untuk memajukan pendekatan sistematis tentang bagaimana pendekatan untuk melaksanakan perubahan pemahaman dan perilaku. 6) Dapat mencari solusi atas permasalahan secara kreatif dan out of the box. 7) Mempunyai kemampuan untuk menjangkau banyak orang dengan keuangan dan sumber daya lain melalui pengambilan resiko yang terukur. 8) Individu yang selalu mempunyai semangat untuk bergerak. 9) Individu dengan kemampuan untuk melampaui bentuk lama organisasi dan mempunyai dorongan untuk menemukan struktur organisasi yang baru. 10) Mempunyai kebebasan dan keleluasaan secara efektif dan pemilihan keterlibatan yang mengarah pada produktivitas secara optimal.

Emerson (dalam (Nicholls, 2006) mengungkapkan beberapa jenis pelaku *social entrepreneurship* : 1) *Civic innovator* (Merupakan inovator yang muncul di masyarakat sipil) 2) *Founder of a revenue generating social enterprise* (Individu pelaku *social entrepreneurship* yang mempunyai kemampuan dalam peningkatan pendapatan) 3) *Launcher of a related revenue generating activity to create a surplus to support social vision.* (Kegiatan pelaku utama berhubungan dengan peningkatan pendapatan sehingga menciptakan nilai tambah agar mendukung visi sosial).

Hardi dalam (Hulgard, 2010) menjabarkan *social entrepreneurship* ada empat elemen : 1) *Social Value* (ciri khas kewirausahaan sosial dengan penciptaan kemanfaatan sosial secara nyata dapat dirasakan para mahasiswa dan masyarakat) 2) *Civil Society* (kewirausahaan sosial secara umum yang berasal dari pemikiran dan peran serta masyarakat sipil dengan melakukan optimalisasi keberadaan modal sosial yang dimiliki) 3) *Innovation* (melaksanakan

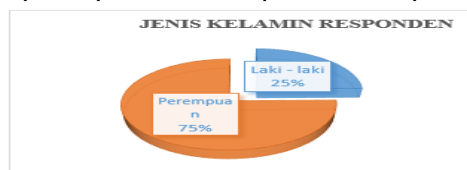
kewirausahaan sosial melalui pemecahan permasalahan dengan pendekatan inovatif serta memadukan kearifan lokal untuk menciptakan inovasi social kemasyarakatan) 4) *Economy Activity*(keberhasilan kewirausahaan social yang mempunyai keseimbangan antara kegiatan social dengan aktivitas berbisnis)

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif deskriptif dipakai dalam penelitian ini agar dapat menjelaskan *social entrepreneurship* pada mahasiswa UNIPA Surabaya. Teknik simple random sampling dipilih untuk didapatkan sampel sebanyak 121 mahasiswa yang telah berwirausaha. Data diambil dengan menggunakan kuesioner secara daring melalui *email*, *WhatsApp* dan *google form*.

ANALISIS DESKRIPTIF

Karakteristik responden pada penelitian dapat dideskripsi kan seperti dibawah ini :



Gambar 1. Jenis Kelamin Responden

Responden didominasi oleh responden perempuan 75% dan laki-laki 25%. Hal ini karena secara keseluruhan kegiatan *social entrepreneurship* lebih banyak dilakukan oleh mahasiswa.

Tabel 1. Bidang usaha responden

Bidang usaha	Jumlah	Persentase
Aksesoris	2	1,7
Fashion	24	19,8
Kecantikan	10	8,3
Kuliner	43	35,5
Sembako	9	7,4
Lainnya	33	27,3
Total	121	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Bidang usaha,responden, diketahui bahwa jumlah terbanyak bidang usaha yang digeluti mahasiswa adalah kuliner sejumlah 35,5% dan diikuti oleh usaha lain sejumlah 27,3% dan bidang fashion sejumlah 19,8%. Kuliner digemari karena saat ini sedang terjadi trend inovasi dan kreasi baru, dimana mahasiswa juga melakukan uji coba menu dan selera baru untuk mencoba menciptakan trend dan kegemaran baru khususnya untuk anak muda.

Tabel 2. Bentuk layanan usaha

Bentuk	Jumlah	Persentase
Daring/Online	83	68,6
Pasar	6	5
Toko/Butik	32	26,4
Total	121	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Pada frekuensi bentuk layanan usaha, diketahui bahwa layanan daring melalui lokapasar atau sosial media memperoleh persentase tertinggi 68,6% dengan jumlah pelaku usaha 83 mahasiswa. Kondisi tersebut dapat dijelaskan bahwa sebagian besar mahasiswa sangat mengenal internet dan dapat memaksimalkan fungsi internet untuk memasarkan produk.

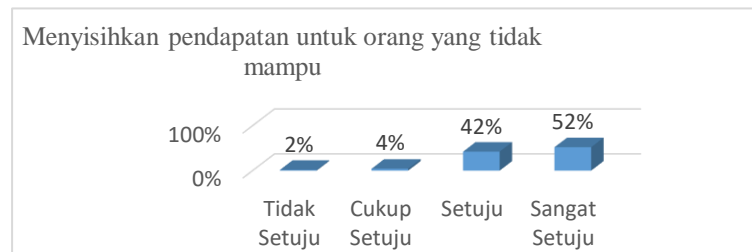
Tabel 3. Omzet per bulan

Omzet	Jumlah	Persentase
< 3 juta	95	78,5
3 - 5 juta	15	12,4
> 5 juta	11	9,1
Total	121	100

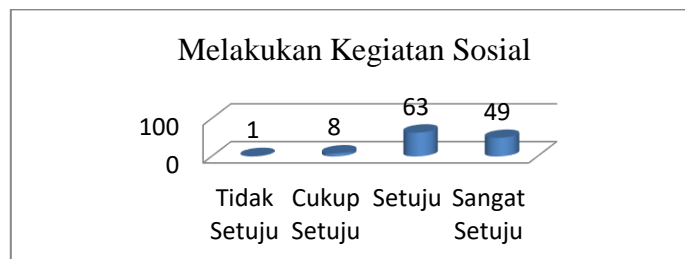
Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Data pendapatan per bulan mahasiswa yang melaksanakan social entrepreneurship, diketahui sebagian besar masih kurang dari 3 juta per bulan, dengan persentase terbesar 78,5% dan diikuti dengan pendapatan 3-5 juta 12,4% dan yang paling kecil dengan pendapatan diatas 5 juta per bulan 9,1%. Persepsi responden akan pendapatan usaha yang didapatkan sebagian diberikan kepada orang lain seperti gambar dibawah ini.

Gambar 2. Persepsi responden akan penyisihan pendapatan Mahasiswa berpendapat setuju dan sangat setuju sebanyak 94%



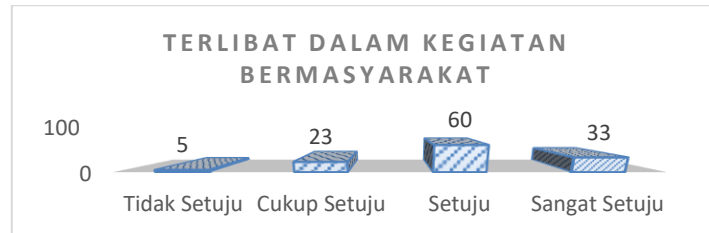
bahwa sebagian pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha yang dilakukan dipergunakan untuk orang yang kurang mampu, 4 % mengatakan cukup dan 2% saja yang berpendapat tidak setuju apabila pendapatan yang didapatkan dari usaha sebagian diberikan pada orang yang kurang mampu. Persepsi responden akan kegiatan sosial perlu dilakukan bersamaan dengan menjalankan usaha dari hasil kuesioner didapatkan bahwa 92,56% pernyataan setuju dan sangat setuju, menyatakan cukup 6,61% dan hanya 1 orang responden saja yang menyatakan tidak setuju.



Gambar 3. Persepsi Melakukan Kegiatan Sosial

Keterlibatan responden dalam kegiatan bermasyarakat selama menjadi pelaku kegiatan usaha, melalui kuesioner yang diberikan didapatkan hasil bahwa responden menyatakan setuju dan sangat setuju

sebanyak 93 orang, 23 orang menyatakan cukup setuju dan hanya 4,13% responden belum tertarik untuk melakukan kegiatan sosial (tidak setuju).



Gambar 4. Keterlibatan dalam kegiatan bermasyarakat

Secara keseluruhan frekuensi jawaban responden akan elemen wirausaha sosial dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4. Frekuensi Jawaban Responden

Pernyataan	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	0,1
Tidak Setuju	54	2,8
Cukup Setuju	196	10,1
Setuju	828	42,8
Sangat Setuju	856	44,2

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Pada tabel frekuensi jawaban responden, diketahui bahwa persentase jawaban setuju dan sangat setuju mempunyai persentase tertinggi, dengan nilai 42,8% dan 44,2% sehingga dapat dikatakan pernyataan yang disampaikan kepada responden sangat menggambarkan kondisi responden. Pada pengujian deskriptif, diketahui bahwa jumlah seluruh responden sebanyak 121 mahasiswa dengan nilai rata-rata mulai 3,6694 sampai dengan yang tertinggi 4,8347. Pada beberapa pernyataan yang sifat jawabannya mutlak, mahasiswa menjawab sangat tidak setuju dengan skor Satu karena hal tersebut memang tidak terjadi pada kegiatan social entrepreneurship yang dilaksanakan mahasiswa.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Karakteristik sosial entrepreneurship pada mahasiswa UNIPA Surabaya berpotensi cukup baik untuk dikembangkan. Kondisi tersebut tergambar pada uji frekuensi yang dilakukan dengan di dominasi oleh mahasiswi, bidang usaha, bentuk layanan kepada konsumen, dan pendapatan per bulan mendapatkan hasil yang bervariasi, tetapi pada dasarnya data tersebut secara umum dapat menjadi awalan yang baik untuk pengembangan selanjutnya. Keinginan mahasiswa untuk membantu lingkungan sekitarnya dengan menjadi Wirausaha Sosial kuat didukung dengan persepsi responden 94% menyatakan bahwa sebagian pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha yang dilakukan dipergunakan untuk orang yang kurang mampu dan 92,56% menyatakan disamping menjalankan usaha juga melakukan kegiatan sosial dan 76,86% setuju terlibat dalam kegiatan bermasyarakat. Kondisi ini

sependapat bahwa kewirausahaan sosial adalah wujud semangat setiap orang untuk bisa memperbaiki kondisi sosial lingkungan melalui pelayanan sosial yang dikelola secara mandiri (Taftazani, 2017)

Persentase jawaban responden yang tergambar pada pengujian frekuensi, diketahui bahwa sebagian besar sangat setuju dan setuju, dalam hal ini karakteristik social entrepreneurship mahasiswa mengarah pada sifat saling menolong, terbuka terhadap kritik dan masukan, berusaha menjaga ketertiban dan sangat aktif pada kegiatan yang melibatkan masyarakat. Kemungkinan hal ini karena masyarakat yang terlibat pada kegiatan usaha mahasiswa mempunyai pekerjaan lain sehingga selesai bekerja mereka tertarik dan melibatkan diri pada kegiatan *social entrepreneurship* mahasiswa. Pada pengujian deskriptif, dengan nilai rata-rata tertinggi 4,8347 dan terendah 3,6694 sehingga dapat dijelaskan bahwa usaha yang dilakukan terkadang menemui hambatan yang dapat mengganggu kelancaran usaha. Diperlukan ketekunan dan kerja keras agar usaha menjadi lebih baik.

KESIMPULAN

Kegiatan sosial entrepreneurship yang dilakukan mahasiswa UNIPA Surabaya mempunyai tujuan penciptaan nilai sosial kepada konsumen memerlukan support atau dukungan dari banyak pihak seperti dari pihak pemerintah, pihak swasta serta univeristas/akademisi. Dukungan dari akademisi dan kampus berupa pendampingan dan pembinaan usaha dengan salah satu bentuk mata kuliah. Bentuk lain pendampingan adalah kesempatan yang luas untuk konsultasi dan studi banding dengan usaha lain agar dapat menciptakan inspirasi dan semangat dalam berusaha.

Social entrepreneurship mempunyai manfaat sangat besar serta keberadaannya diperlukann masyarakat untuk menanggulangi masalah sosial yang terkesan kurang diperhatikan. Keberadaan *social entrepreneurship* yang dilaksanakan oleh mahasiswa diharapkan terjadi peningkatan kesejahteraan masyarakat secara signifikan dalam berbagai hal meliputi ekonomi, pendidikan maupun kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2020).

<https://jatim.bps.go.id/pressrelease/2020/05/05/1147/februari-2020---tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-3-69-persen.html>.

Borstein, D. (2006). *How to change the world. Socio entrepreneurs and the power of new ideas*.

Budi Muhammad Taftazani. (2017). Masalah Sosial dan wirausaha sosial. *Social Work Jurnal*.

Dees, J. G. (1998). *The meaning of "Socio Entrepreneurship"*.

Hulgard, L. (2010). Discourses of socio entrepreneurship-variations of the same theme? EMES. *European Research Network 2010*.

Lak lak Nazhat El Hasanah. (2018). Pengembangan Kewirausahaan Sosial Pada Perguruan Tinggi Melalui Social Project Competition. *Jurnal Studi Pemuda, Vol.7 No.2*.

Mort, G.S., & Weerawardena, J. (2003). Socio entrepreneurship: Toward conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing.*, Vol.8,1, pg.76.

Nicholls, A. (2006). Playing the Field: A New Approach to the Meaning of Social Entrepreneurship. *Social Enterprise Journal, Vol 2.1*, pp.1-5.

----- (2006). *Social entrepreneurship: New model of sustainable social change*. New York: Oxford University Press.

- Noruzi, et al. (2010). An exploration of social entrepreneurship in the entrepreneurship era. *Asian Social Science*, Vol.6.
- Patra, S. K., dan S. C. N. (2014). Social Transformation through Social Entrepreneurship: An Exploratory Study. *The IUP Journal of Entrepreneurship Development*, XI(1), 7–17.
- Santosa, S. P. (2007). Peran socio entrepreneurship dalam pembangunan. *Makalah Dipaparkan Dalam Acara Dialog “Membangun Sinergisitas Bangsa Menuju Indonesia Yang Inovatif, Inventif Dan Kompetitif” Diselenggarakan Oleh Himpunan IESPFE-Universitas Brawijaya Malang*.
- Wiguna dan Manzilati. (2013). Social Entrepreneurship and Socio-entrepreneurship: A study with Economic and Social Perspective. *Procedia- Social and Behavioral Sciences* 115 (2014), 12–18.
- Yunus dan Weber. (2009). Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism. *Journal of Economic Issues*, pp.289-290.