

BAB I

PENDAHULUAN

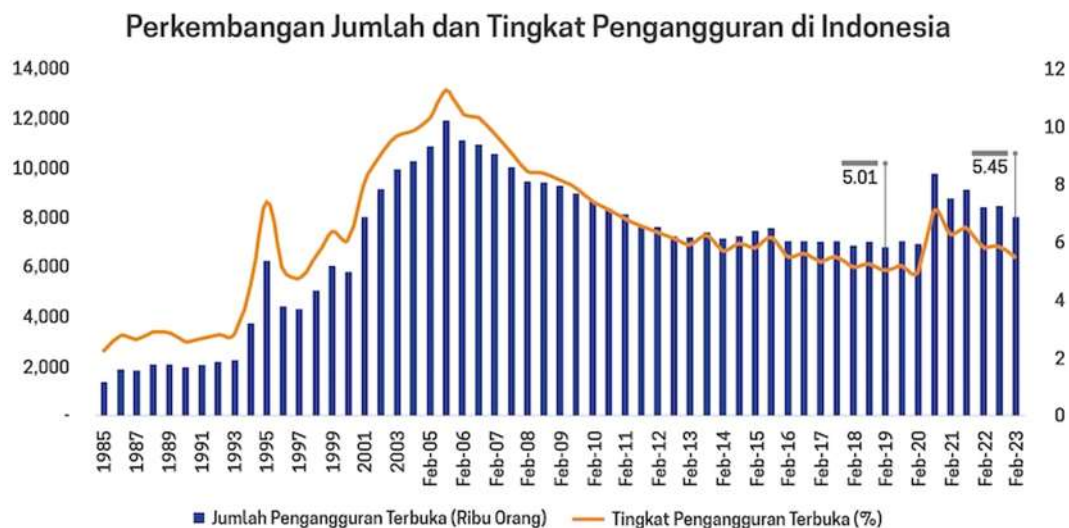
1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan penduduk terbesar di dunia setelah India, China dan Amerika Serikat. Bahkan dilansir dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023, dinyatakan bahwa kependudukan Indonesia bertambah di pertengahan tahun 2023 yang mencapai 278,69 jiwa. Jika melihat pada perkembangan Indonesia pada tahun lalu yang mencapai 275,77 jiwa, telah mengalami pertumbuhan penduduk sebesar 1,05% *Year of Year*, sedangkan sepanjang tahun 2015-2023, jumlah penduduk terus naik hingga 9,04% dimana sebelumnya pada tahun 2015 mencapai 255,58 juta jiwa (KKI, 2023). Dilansir dari REPUBLIKA, ketua Komite Analisis Kebijakan Ekonomi Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) Ajib Hamdani, ia menyatakan bahwa ekonomi Indonesia akan mengalami pertumbuhan secara optimal yang disebabkan oleh meningkatnya jumlah penduduk yang akan menopang secara optimisme. Meskipun menurut Badan Pusat Statistik level atau laju pertumbuhan penduduk Indonesia sedang mengalami penurunan diangka 1,13% yang mana merupakan angka yang terbilang rendah dari 2015-2023, tetapi Indonesia masih menjadi negara dengan kependudukan terbanyak didunia (Annur, 2023).

Akan tetapi, bertambahnya jumlah penduduk untuk negara Indonesia juga memiliki sisi negatif dikarenakan dengan banyaknya jumlah penduduk jika tidak dapat dikelola dengan baik, maka akan menyebabkan dampak negatif secara sosial, salah satunya adalah naiknya tingkat pengangguran. Pengangguran kerap kali dialami oleh negara-negara berkembang yang selalu mempunyai masalah yang sama dalam lingkungan ekonomi secara luas. Dilihat dari definisinya menurut para ahli, Payman J. Simanjuntak (1985) mendefinisikan pengangguran adalah seseorang yang belum atau tidak mendapatkan pekerjaan sehingga calon karyawan tidak memiliki pekerjaan dan sedang tidak bekerja sama sekali tetapi tetap berusaha untuk mendapatkan pekerjaan (Putri, 2022). Menurut Sukirno (1994), pengangguran adalah situasi dimana seorang calon pekerja yang sudah termasuk dalam kategori angkatan kerja melakukan upaya pencarian pekerjaan tetapi belum kunjung mendapatkannya (Ishak, 2019). Berdasarkan pendapat para ahli, maka jika digabungkan pengangguran adalah suatu situasi dimana seseorang yang akan menjadi calon karyawan karena sudah masuk dalam angkatan kerja sedang mencari pekerjaan, akan tetapi ia sampai dalam jangka waktu tertentu belum mendapatkan pekerjaan, sehingga dalam proses mencari pekerjaan, orang tersebut belum dikatakan sebagai orang yang

berstatus memiliki pekerjaan atau tidak bekerja yang dimana dalam pengangguran ini dalam berbagai bentuk pengangguran. Dalam jenis dan penyebabnya menurut CNN Indonesia (Admin, 2023), pengangguran terbagi dalam 8 jenis pengangguran beserta dengan apa yang menjadi menyebabkan orang tersebut menjadi pengangguran, jenis-jenis tersebut ialah:

- Pengangguran struktural adalah salah satu bentuk pengangguran yang disebabkan karena perubahan ekonomi yang terjadi dalam jangka waktu yang panjang. Misalkan perubahan industri yang awalnya agraris menjadi industri pastinya akan mempengaruhi karyawan itu sendiri karena karyawan tersebut harus melakukan penyesuaian dengan industri yang berubah, karena jika tidak maka karyawan tersebut akan mengalami pengangguran dimana karyawan yang pengangguran inilah yang termasuk dalam pengangguran struktural.
- *Under Employment* atau bisa dikatakan sebagai setengah penganggur adalah ketika sebuah karyawan tidak bekerja sesuai jam kerjanya meskipun ia telah mendapat pekerjaan. Misal seorang karyawan yang telah mendapat pekerjaan dan sedang melakukan pekerjaan. Akan tetapi dalam waktu total jam kerja selama seminggu, memiliki jam kerja yang kurang dari 40 jam per minggu.
- Pengangguran regional adalah salah satu jenis pengangguran yang terjadi ketika karyawan tidak mendapatkan pekerjaan di wilayah atau daerah tertentu.
- Pengangguran institusional, adalah pengangguran yang terjadi akibat kebijakan pemerintah yang dikeluarkan yang mengalami perubahan dalam sistem kerja yang akhirnya mempengaruhi calon karyawan dan karyawan yang berpotensi dapat mengalami pengangguran.
- Pengangguran musiman adalah jenis pengangguran yang terjadi hanya diwaktu-waktu tertentu, misal masyarakat-masyarakat yang bekerja hanya pada musim panen, tetapi jika musim panen selesai, masyarakat tidak bekerja.
- Pengangguran siklis adalah pengangguran yang terjadi akibat penjualan yang ada pada suatu perusahaan yang menurun sehingga perusahaan harus mengurangi karyawan untuk menghemat biaya gaji.
- Pengangguran friksional yaitu salah satu jenis pengangguran yang terjadi ketika seseorang atau calon karyawan tersebut baru saja lulus kuliah dan sedang mencari pekerjaan. Selain itu pengangguran friksional juga termasuk karyawan yang sudah bekerja, tetapi memutuskan untuk *resign* dan sedang dalam upaya mencari pekerjaan.



Sumber: BPS
datanesia

Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah dan Tingkat Pengangguran di Indonesia

Sumber: BPS

Jika melihat pada data yang berdasarkan pada gambar 1.1, tingkat pengangguran di Indonesia kerap mengalami perkembangan naik turun. Untuk saat ini pada tahun 2023, berdasarkan pada gambar 1.1, tingkat pengangguran di Indonesia mengalami penurunan sebesar 0,38%, hal ini tidak terlepas dari kondisi perekonomian yang mulai pulih pasca efek dari pandemi Covid-19 (Datanesia, 2023), serta hal ini juga didukung dengan data yang berasal dari BPS yang mengambil rujukan survei dari Sakernas dimana terjadinya penurunan tingkat pengangguran jika dilihat dari segi pendidikan, hal ini terlihat berdasarkan pada gambar 1.2 yang terlihat pada gambar dibawah.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tingkat Pendidikan 2	Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan	
	2021	2022
Tidak/Belum Pernah Sekolah/Belum Tamat & Tamat SD	3,61	3,59
SMP	6,45	5,95
SMA umum	9,09	8,57
SMA Kejuruan	11,13	9,42
Diploma I/II/III	5,87	4,59
Universitas	5,98	4,8

Keterangan Data :

Sumber: Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas)

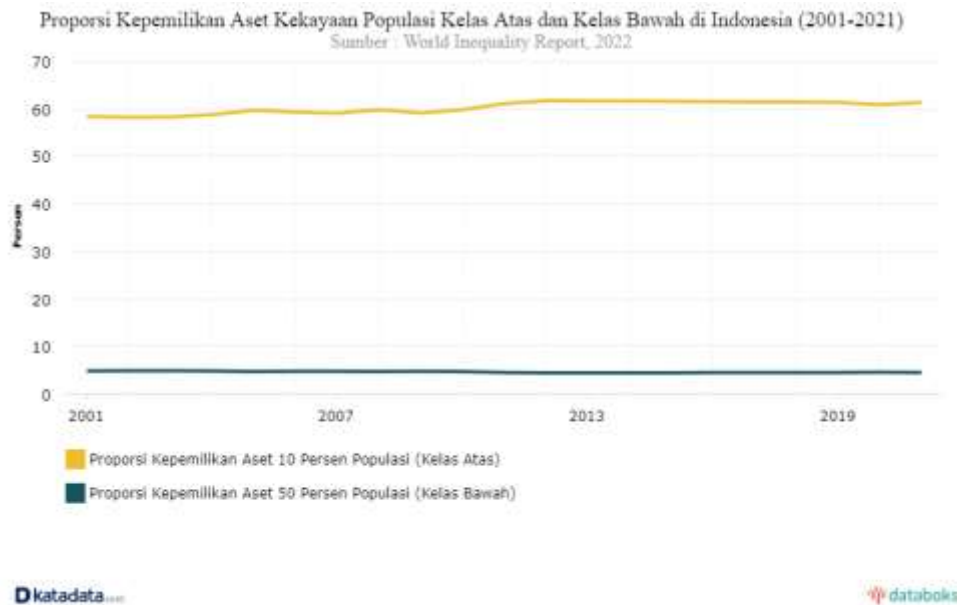
Gambar 1. 2 Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Sumber: BPS

Pengangguran terjadi tersedianya lapangan pekerjaan yang lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia. Akibatnya, terjadi persaingan antara calon karyawan yang sedang melamar pekerjaan yang membuat pemerintah akan menanggung beban yang cukup berat karena harus menanggung atau memberikan subsidi terhadap masyarakat yang tidak dapat pekerjaan atau masih berstatus pengangguran. Maka dari hal tersebut, ketika tidak banyak masyarakat yang mendapatkan pekerjaan serta menjadi pengangguran, maka akan ada yang namanya kesenjangan ekonomi yang dibagi antara 2 kalangan ekonomi, yaitu dari kalangan ekonomi ke atas, dan dari kalangan ekonomi menengah ke bawah (Setiawan, 2021).

Salah satu dari dampak pengangguran adalah kesenjangan sosial. Secara umum, kesenjangan sosial atau disebut ketimpangan sosial adalah sebuah kelompok yang dibagi dalam 2 kelompok sosial. Secara umum dalam kesenjangan sosial orang kerap membagi dalam 2 kelompok, yaitu masyarakat yang memiliki gaya hidup ekonomi menengah kebawah dan masyarakat yang memiliki gaya hidup ekonomi menengah keatas. Menurut KBBI, kesenjangan sosial adalah sebuah pemisah antar kelompok masyarakat sehingga menciptakan perbedaan serta ketidakseimbangan. Menurut Robert Chambers, kesenjangan sosial adalah peristiwa yang terjadi pada seluruh masyarakat dimana hal ini terjadi karena perbedaan masyarakat dalam aspek ekonomi. Berdasarkan pada pengertian tersebut, ada beberapa penyebab yang membuat adanya kesenjangan sosial, salah satunya adalah dari aspek demografi, jumlah dan persebaran penduduk yang tidak merata membuat perekonomian yang berada di suatu daerah tidak berjalan

dengan lancar yang akhirnya menyebabkan daerah tersebut tidak mengalami kemajuan dan menciptakan kelompok masyarakat yang berbeda di wilayah tersebut. Kemudian penyebab yang berikutnya yaitu karena pemberian fasilitas pendidikan dalam upaya meningkatkan kualitas SDM di Indonesia yang belum merata di seluruh daerah dalam meningkatkan kualitas SDM masyarakat Indonesia. Kemudian penyebab yang ketiga yaitu faktor kesehatan yang tidak merata dimana hanya orang yang dari kalangan menengah keatas saja yang bisa menikmati fasilitas terbaik di rumah sakit (Rosa, 2022). Salah satu contoh dari penyebab dari kesenjangan sosial terdapat pada persebaran penduduk di Indonesia yang dimana perekonomian dan infrastruktur lebih banyak berpusat di pulau Jawa, dari penduduk Indonesia yang jumlahnya mencapai 273,8 jiwa, sebanyak 56,6% nya berada dipulau Jawa, sehingga daerah-daerah lain cenderung tertinggal yang kemudian dapat berpotensi menciptakan kelompok sosial antara yang tinggal di daerah Jawa dan yang tinggal di daerah luar Jawa (Yovanda, 2021). Dalam kesenjangan sosial yang dialami oleh masyarakat, terdampak beberapa dampak yang dirasakan, yakni akan adanya diskriminasi sosial yang disebabkan oleh perbedaan sosial, diskriminasi ini biasanya dialami oleh orang yang berasal dari kalangan ekonomi menengah kebawah yang kerap mendapatkan diskriminasi dari orang yang berasal dari ekonomi kalangan menengah keatas. Kemudian dari diskriminasi ini akan berdampak serta menciptakan konflik sosial antara orang yang memiliki ekonomi kebawah dengan orang yang memiliki ekonomi menengah keatas. Kemudian dari konflik tersebut, dampak ketiga yaitu akan munculnya kriminalitas yang disebabkan oleh rasa iri dan benci yang dialami oleh masyarakat yang berada di kalangan ekonomi menengah kebawah (Sitoresmi, 2023).



Gambar 1.3 Proporsi Kepemilikan Aset Kekayaan Populasi Kelas Atas dan Kelas Bawah di Indonesia (2001-2021)

Sumber: Katadata.co.id

Berdasarkan gambar 1.3 Mengenai kesenjangan ekonomi Indonesia, dilansir dari Databooks, menurut *World Inequality Report* tahun 2022, dalam 20 tahun terakhir, masalah kesenjangan ekonomi di Indonesia tidak mengalami perubahan secara signifikan dimana sebanyak populasi negara Indonesia sebanyak 50% hanya memiliki kurang dari 5% kekayaan rumah tangga nasional, hal yang berbeda dengan 10% populasi penduduk Indonesia yang memiliki kekayaan rumah tangga yang mencapai 60%. Dalam konteks ini, kekayaan rumah tangga dalam data ini dimaksudkan sebagai jumlah aset-aset yang dimiliki baik secara finansial, misalkan surat berharga, saham, obligasi, mata yang kripto, dll maupun aset non finansial misalkan rumah, bangunan, tanah, emas, peralatan, kendaraan, dll. Masih di sumber yang sama, pada tahun 2021 pada kesenjangan ekonomi Indonesia jika dilihat secara rasio berada di 1:19, yang artinya populasi penduduk Indonesia yang memiliki kondisi ekonomi kalangan atas memiliki *revenue* atau pendapatan 19 kali lipat lebih tinggi dibandingkan populasi penduduk Indonesia yang memiliki tingkat perekonomian kalangan menengah kebawah dimana rasio ini termasuk dalam rasio yang cukup besar, hal ini berbeda jika dibandingkan dengan beberapa negara seperti Amerika Serikat, negara ini memiliki rasio kesenjangan ekonomi sebanyak 1:17, sedangkan negara-negara lain seperti Korea Selatan, Nigeria, Tiongkok, dan Rusia memiliki tingkat rasio kesenjangan ekonomi dengan rasio 1:14 lebih sedikit jika dibandingkan dengan Amerika Serikat terlebih lagi dengan Indonesia (Ahdiat, 2022). Maka Berdasarkan pada data

tersebut, masalah kesenjangan ekonomi Indonesia yang dimana meskipun mengalami perubahan, tetapi tidak mengalami perubahan yang dimana jika tidak bisa diatasi maka hal ini akan mengakibatkan berbagai masalah. Seperti salah satunya meningkatkan angka kriminalitas, kualitas kesehatan masyarakat yang menurun, yang meningkatkan kemiskinan (Putri, 2022). Kemiskinan terjadi dikarenakan seseorang tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dari kemiskinan seseorang akan melakukan berbagai hal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan melakukan aksi kriminal (Gischa, 2021). Kembali berdasar pada sumber Vanya Karunia Mulia Putri tahun 2022, dari kemiskinan inilah yang akhirnya dapat menurunkan kualitas kesehatan bagi masyarakat Indonesia dengan perekonomian kelas menengah kebawah akibat tidak bisa mengakses fasilitas kesehatan akibat ketidakmampuan dalam membayar biaya fasilitas kesehatan. Kemudian dampak lain dari kesenjangan ekonomi adalah akan munculnya kelompok-kelompok dalam masyarakat yang dibagi atas 2 kelompok masyarakat yaitu masyarakat yang berasal dari kalangan menengah kebawah yang dimana dalam menjalankan hidupnya mengalami kesusahan dan kekurangan dalam kebutuhan primer dan kelompok masyarakat menengah keatas yang dapat memenuhi kebutuhan primer, sekunder bahkan sampai ke tersier dengan memiliki gaya hidup yang mewah. Dari kelompok-kelompok inilah yang nantinya akan mengalami kecemburuan sosial terutama terhadap masyarakat dari kalangan menengah kebawah yang memiliki kecemburuan terhadap masyarakat kalangan menengah keatas yang dapat menikmati kehidupan mewah.

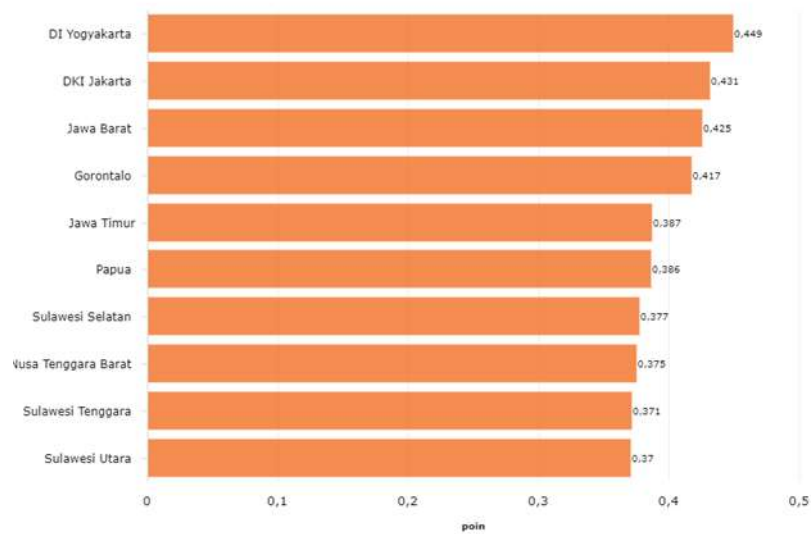


Gambar 1. 4 Ketimpangan Kekayaan di ASEAN

Sumber: Tirto.id

Dalam mengukur ketimpangan ekonomi di Indonesia menggunakan Rasio Gini. Rasio Gini adalah alat atau metode yang digunakan untuk mengukur sesuatu jika adanya ketidaksetaraan atau suatu ketimpangan ekonomi di suatu negara dan provinsi dengan dilihat berdasarkan pendapatan dan kekayaan pada masyarakat (Ibnu, 2023). Ada beberapa hal yang membuat Rasio Gini digunakan dalam mengukur ketimpangan ekonomi di Indonesia, salah satunya adalah Rasio Gini lebih efektif dalam perhitungannya sehingga dapat dengan cepat mengambil keputusan dan membuat kebijakan bagi pemerintah untuk masyarakatnya dalam mengatasi ketimpangan ekonomi, kemudian apa yang membuat rasio gini efektif karena metode ini ditampilkan secara geometris, sehingga memiliki aspek visual dapat memperjelas tingkat ketimpangan ekonomi melalui kurva dan dari kurva ini bisa dibuat dalam tahunan atau bulanan sehingga dengan mudah bisa melihat perubahan angka ketimpangan ekonomi di Indonesia dari tahun ke tahun serta aspek matematis yang dimana dari hasilnya dapat terlihat dengan jelas dalam bentuk angka, maka dapat dilakukan perbandingan ketimpangan ekonomi dari daerah yang satu dengan yang lain secara mudah hanya dengan melihat hasil angkanya saja jika yang paling tinggi nilainya maka memiliki ketimpangan ekonomi yang cukup memprihatinkan (BPS DIY & Bappeda DIY, 2020).

Berdasarkan pada gambar 1.4, Jika melihat ketimpangan kekayaan di Indonesia dibandingkan dengan negara-negara ASEAN, Indonesia menempati posisi ke 2 dengan adanya Filipina di posisi ke 3 dan Thailand di posisi pertama. Dalam hal ini dikarenakan proporsi masyarakat Indonesia yang memiliki kekayaan kurang dari \$10.000 mencapai 84,30%, sedangkan proporsi masyarakat yang memiliki kekayaan hingga \$1juta hanya 0,1%. Angka yang bisa terbilang sangat jauh tentunya yang membuat kesenjangan terhadap masyarakat dari kalangan menengah dan masyarakat kalangan menengah keatas kian terjadi. Hal ini berbanding terbalik dengan negara Brunei Darusallam dengan kekayaan yang dimiliki oleh orang dewasa yang memiliki kekayaan kurang dari \$10.000 hanya mencapai 35%, sedangkan proporsi kekayaan masyarakat menengah keatas sebesar 0,3% yang artinya mayoritas masyarakat yang tinggal di Brunei Darusallam memiliki kekayaan mulai dari \$10.000-100.000 (Purnamasari, 2017).



Gambar 1. 5 Tingkat Ketimpangan Pengeluaran/Rasio Gini Berdasarkan 10 Provinsi Teratas

Sumber: Katadata.co.id

Berdasarkan pada gambar 1.5, dalam mengukur ketimpangan ekonomi di Indonesia, menggunakan metode Rasio Gini yang hasilnya adalah Yogyakarta dengan angka yang mencapai 0,449 poin, pada posisi ini angkanya berada di urutan pertama, kemudian di urutan kedua yaitu ada di Jakarta dengan tingkat ketimpangan ekonomi yang mencapai 0,431 poin pada Indonesia 2023, mengalami kenaikan secara Rasio Gini yang sebelumnya pada September 2022, Rasio Gini di Jakarta mencapai 0,412 poin (Santika, 2023). Ada beberapa hal yang menyebabkan isu ketimpangan ekonomi di Jakarta, salah satunya yaitu tingkat kesenjangan pendapatan yang cukup tinggi antara masyarakat kelas menengah dengan masyarakat kelas atas (Yuliani, 2022). Dalam hal ini ketika mengalami kesenjangan pendapatan hal ini akan berhubungan dengan sulitnya akses air di Jakarta terutama yang tinggal dipesisir daerah Jakarta yang terancam akan akses air bersih karena terpaksa harus membeli air bersih dengan harga yang mahal setiap hari. Menurut Badan Pusat Statistik, hal yang menyebabkan Jakarta mengalami krisis air bersih adalah karena hanya 2 sungai bersih di Jakarta, yaitu Sungai Cengkareng dan Kali Krukut. Sementara apabila dilihat kembali secara keseluruhan, Jakarta terdapat 13 sungai, akan tetapi yang memiliki kebersihan hanyalah 2 sungai tersebut, sementara 11 sungai lainnya sudah masuk dalam kategori sungai yang sudah tercemar (Airkami, 2022). Kemudian faktor berikut yang menyebabkan ketimpangan ekonomi di Jakarta mengalami kenaikan adalah karena kejadian pandemi Covid-19, pada Agustus tahun 2020 terjadi tingkat pengangguran yang meningkat di Jakarta yang mencapai 10,95%, serta September 2020, sebanyak 496,84 ribu orang di Jakarta mengalami kemiskinan. Dalam hal ini telah ditanggapi

oleh pemerintah misal dengan memberikan bansos dan uang tunai, akan tetapi belum menunjukkan hasil (Ridhoi, 2021).

Dalam penanganannya, Ketua Satgas Pemulihan dan Transformasi Ekonomi Nasional Budi Gunadi Sadikin mengatakan bahwa ada beberapa program yang diterapkan dalam memberikan subsidi terhadap pengangguran di Indonesia. Salah satunya adalah dalam bentuk uang, bahan pangan, dan juga peningkatan SDM. Yang pertama subsidi ini diberikan oleh APBN dalam bentuk uang yang mencapai 600 ribu hingga 1,2 juta untuk 10 juta warga yang mengalami kemiskinan dan pengangguran dimana hal ini juga dapat membantu bagi masyarakat yang ingin membangun usaha UMKM sebagai modal awal. Yang kedua yaitu bantuan dalam bentuk bahan pangan sembako yang dilakukan setiap bulan, program ini diberikan oleh Pemerintah Indonesia yang bertujuan untuk mensubsidi 20 juta warga yang mengalami kemiskinan dan pengangguran. Yang ketiga yaitu bantuan dalam peningkatan SDM masyarakat, hal ini dilakukan dengan membuat program Prakerja dimana calon karyawan atau yang masih dalam status menganggur akan dibina dan dilatih kemampuannya sesuai dengan preferensi yang diminati oleh masyarakat sehingga karyawan yang terlatih bisa mencari pekerjaan atau juga bisa membuka atau mendirikan usaha sendiri. Kemudian masih ada program bantuan presiden atau Banpres sebesar Rp. 2,4 juta untuk para pengusaha mikro (Humas, 2020).

Dalam hal menghasilkan pendapatan dan mendapatkan keuntungan, perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang sosial melakukan pengembangan terhadap sebuah solusi yang bersifat inovasi serta ramah terhadap masyarakat untuk membawa perubahan secara positif untuk masyarakat. Tidak seperti pengusaha-pengusaha pada umumnya, perusahaan-perusahaan yang berada dibidang sosial cukup berbeda. Dalam tujuan mereka membangun bisnis, perusahaan sosial mereka membangun bisnis untuk orang-orang yang berada pada kalangan menengah kebawah dan menawarkan sebuah solusi misalkan salah satunya lingkungan kerja untuk mereka. Dalam penerapannya, *Social Entrepreneurship* telah ada dan sudah diterapkan dari waktu ke waktu, tetapi istilah dari *Social Entrepreneur* pun pertama kali digunakan oleh seorang ahli ekonomi, Howard Bowen, pada sebuah karya bukunya yang berjudul "*Social Responsibilities of The Businessman*" ditahun 1953. Dari tahun tersebutlah, beberapa tahun berikutnya ditahun 1980 dan 1990 an istilah *Social Entrepreneur* menjadi populer yang disebabkan oleh beberapa tokoh seperti Charles Leadbeater, William "Bill" Drayton, dan politikus Inggris Michael Young (Staff, 2023). Selain itu, di tahun 1980 an, banyak pengusaha yang ingin menjalankan bisnis dibidang *Cause Related Marketing* atau

disebut dengan bisnis yang berhubungan dengan sebab akibat yang dikarenakan pada saat itu masyarakat telah menyadari akan pentingnya isu-isu sosial yang terjadi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan sosial (Evelina, 2020). Karena itulah *Social Entrepreneurship* menjadi populer hingga pada tahun 2000an. Maka dari itu, banyak dari berbagai negara serta Amerika mendukung untuk mencapai tujuan tertentu, sebagai sarannya, banyak dari berbagai negara termasuk Amerika Serikat mendukung berbagai hal tentang isu-isu sosial. Berbagai negara menyadari bahwa cara untuk dapat menarik pelanggan yang peduli tentang hal tersebut serta jika ingin meningkatkan loyalitas pelanggan lama adalah dengan mendukung penyebab-penyebab dari masalah sosial. Pada tahun 2000-an, *Social Entrepreneurship* menjadi lebih populer di kalangan masyarakat dan penelitian akademis, terutama setelah terbitnya “*The Rise of the Social Entrepreneur*” oleh Charles Leadbeater (Biressi, 2011). Banyak kegiatan yang terkait dengan pembangunan komunitas dan tujuan sosial yang tinggi masuk dalam definisi modern kewirausahaan sosial. Meskipun definisinya sudah mapan saat ini, kewirausahaan sosial tetap menjadi konsep yang sulit untuk didefinisikan, karena bisa muncul dalam berbagai bentuk. Definisi yang luas dari konsep ini memungkinkan upaya penelitian lintas disiplin untuk memahami dan menantang pemikiran di balik kewirausahaan sosial. Terlepas dari sektor masyarakat di mana organisasi tertentu beroperasi yaitu perusahaan atau asosiasi non-perusahaan, masyarakat, asosiasi, atau koperasi), kewirausahaan sosial berfokus pada dampak sosial yang dikejar oleh suatu usaha. Apakah kewirausahaan sosial bersifat altruistik atau tidak, kurang penting daripada dampak yang dimilikinya pada masyarakat.

Terdapat beberapa contoh mengenai bisnis yang berjalan dibidang *Social Entrepreneurship*, yakni *Goodwill Industries*. *Goodwill Industries Indonesia Inc* atau disebut dengan *Goodwill* adalah organisasi di Amerika yang berjalan dibidang *Social Entrepreneur* yang menyediakan beberapa layanan untuk masyarakat, seperti pelatihan kerja, penempatan kerja, serta beberapa program-program lainnya yang dimana program ini bertujuan untuk menyerap tenaga kerja masyarakat yang disebabkan oleh sulitnya mencari pekerjaan. Terdapat banyak kategori para pekerja yang melakukan pekerjaan di *Goodwill Industries* dikarenakan organisasi ini merekrut orang-orang dari berbagai kalangan dan status seperti yang kurang memiliki pendidikan, pengalaman kerja, dan bagi orang-orang yang kesulitan dalam mencari kerja. Dalam Perusahaannya berjalan hingga saat ini, terdapat sejarah yang dilewati oleh perusahaan organisasi ini. Pada tahun 1902, seorang Pendeta Metodis di *Boston*, Amerika Serikat, mulai mengumpulkan pakaian lama dan barang-barang bekas lainnya yang berasal dari daerah-daerah khusus untuk kalangan menengah keatas, lalu mempekerjakan pekerja miskin

dan yang mengalami pengangguran untuk membantu memperbaiki barang-barang tersebut dengan cara melatih orang-orang tersebut. Ia kemudian menjual kembali barang-barang yang telah diperbaiki ini kepada para orang-orang yang membutuhkan. Pada tahun 1915, Helms Sekali *Founder* dari *Goodwill Industries* melakukan sebuah kunjungan di *New York* untuk mempelajari tentang berbagai program yang inovatif dan berbagai teknik operasionalnya dari *Morgan Memorial* sehingga Helms dapat mengadopsi serta mengimplementasikan cara-cara yang dilakukan *Memorial*. Hingga pada tahun 1999, *Goodwill Industries* membuat sebuah *E-Commerce* yang bernama *shopgoodwill.org*. Hampir 100 tahun kemudian, *Goodwill Industries* adalah organisasi nirlaba senilai \$4 miliar dengan lebih dari 160 toko di seluruh Amerika Serikat dan Kanada. Ia percaya pada moto: Memberikan bantuan yang memungkinkan, bukan memberikan bantuan yang cuma-cuma. *Goodwill* menggambarkan Pendeta Edgar J. Helms sebagai “inovator sosial awal,” yang melihat masalah dalam masyarakatnya dan menciptakan solusi unik untuk mengatasi masalah tersebut (Mittal, 2023). Berdasarkan *goodwill.org*, *Goodwill Industries Indonesia* telah berkolaborasi dengan *Social Enterprise Alliance (SEA)* untuk mendorong perkembangan perusahaan sosial di seluruh dunia. Perusahaan sosial adalah entitas atau usaha yang menggunakan pendekatan bisnis untuk mencapai tujuan sosial mereka dan mencari solusi untuk masalah sosial. SEA merupakan jaringan terbesar di Amerika Utara yang berkomitmen untuk mendukung dan memajukan bidang kewirausahaan sosial. Melalui kemitraan dengan SEA, *Goodwill* dapat berbagi gagasan dan berhubungan dengan para ahli global, nasional, dan regional dalam mengembangkan kewirausahaan sosial serta memanfaatkan sumber daya dan program untuk mendukung sektor yang sangat penting ini. Kemitraan ini juga akan membuka peluang untuk *co-branding* dalam acara-acara SEA serta inisiatif pendidikan dan pelatihan, serta peluang kepemimpinan potensial di dewan dan komite SEA (Goodwill, 2011). Kemudian terdapat contoh lain usaha yang menjalankan bisnis dibidang *Social Entrepreneurship* yaitu *Ashoka*. *Ashoka* adalah sebuah organisasi nirlaba yang berbasis di Amerika Serikat. Organisasi ini mempromosikan kewirausahaan sosial dengan menghubungkan dan mendukung para wirausaha sosial individu. Misi mereka adalah menciptakan asosiasi wirausaha sosial terkemuka di dunia yang memiliki solusi dan ide untuk mengatasi masalah sosial paling mendesak di dunia, dan juga untuk membentuk budaya global di mana setiap orang menjadi pemimpin perubahan untuk kebaikan semua orang. Didirikan pada tahun 1980 oleh William Drayton, *Ashoka* memiliki hampir 30 anak perusahaan di seluruh dunia yang membantu wirausaha sosial di wilayah tersebut. Sejak kecil, William Drayton selalu terinspirasi oleh perjuangan Mahatma Gandhi untuk Kemerdekaan India dan juga Gerakan Hak

Sipil di Amerika. Ia bertujuan untuk mengatasi masalah ketidaksetaraan pendapatan melalui kewirausahaan sosial (Ashoka, 2024). Kemudian terdapat *campaign* yang diadakan oleh Ashoka berdasarkan pada gambar 1.6, *campaign* ini terjadi ketika pandemi Covid-19 untuk mengadakan donasi yang dimana dari uang donasi tersebut akan diberikan kepada orang-orang berkekurangan secara ekonomi.



Gambar 1. 6 Salah Satu Campaign Donasi Dari Goodwill Pada Saat Covid-19 Lalu

Sumber: Stupiddope.com

Sedangkan di Indonesia sendiri, bisnis *Social Entrepreneurship* telah digunakan dan diterapkan oleh pebisnis di Indonesia sejak jaman Hindia Belanda yang dipopulerkan oleh beberapa tokoh, seperti Kartini, K.H Indonesia Dahlan yang akibatkan oleh kesadaran Masyarakat akan tingginya tingkat nasionalisme pada waktu itu yang membuat beberapa tokoh orang Indonesia yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi membangun beberapa organisasi yang bergerak dibidang Social Entrepreneurship. Sebut saja Sarekat Dagang Islam, Muhammadiyah, Taman siswa, Himpunan Saudagar Indonesia, Sekolah Kartini, dan Nahdlatul Tujar. Jika dilihat dari organisasi yang mereka buat, rata-rata organisasinya yang dianut yaitu dalam bidang pendidikan, hal ini dikarenakan untuk mewujudkan visi dan misi yang dimiliki oleh para kaum intelektual di Indonesia yaitu ingin mencapai dan meraih kebebasan dalam berekonomi, politik dan agama yang sebelumnya dikekang oleh pemerintah Hindia Belanda akibat kaum pribumi yang dibatasi dalam hal pendidikan (Wawasan, 2020). Hingga pada masa setelah reformasi, visi pada negara Indonesia pun kian membesar, yakni untuk menjadi negara Indonesia negara yang berdaulat, maju, adil, dan Makmur. Maka itu, untuk mewujudkan visi dan misi tersebut, telah ada beberapa bisnis di Indonesia yang berdampak pada masyarakat dan mengatasi masalah pengangguran, salah satunya adalah bisnis Du Anyam. Indonesia Du Anyam adalah salah satu contoh bisnis yang dibangun bergerak dibidang *Social*

Entrepreneurship. Berawal dari masalah pada sosial serta ekonomi Di Flores Timur, Nusa Tenggara Timur, warga yang tidak memiliki uang yang cukup untuk memenuhi kebutuhannya yang disebabkan rata-rata warga di Flores hanya berladang untuk mengumpulkan uang, dimana kegiatan berladang ini hanya keuntungan yang sedikit didapatkan ketika terjadi musim panen. Akibatnya, terjadinya rendah gizi serta malnutrisi pada anak dan ibu di Flores Timur, Nusa Tenggara Timur. Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan kesejahteraan para ibu di Flores, Du Anyam memberikan solusi untuk mencari penghasilan lain selain berladang, yaitu kegiatan menganyam dimana ini disetujui oleh para ibu yang berada di Flores sehingga banyak dari mereka yang ingin bergabung dengan Du Anyam dan ingin membuat anyaman dengan dalih ingin menjadikan hal ini sebagai pendapatan kedua mereka serta ingin melestarikan budaya lokal yang dimiliki Flores Timur, Nusa Tenggara Timur (Du Anyam, 2024). Du Anyam memiliki dua tempat untuk produksinya, pertama di Nusa Tenggara Timur untuk mengolah bahan baku menjadi bahan setengah jadi, kemudian bahan setengah jadi tersebut dikirim ke Indonesia untuk dilakukan pengolahan dalam produk jadi. Hingga pada tahun 2017, bisnis ini melakukan ekspansi produknya dengan melakukan kerjasama dengan Indonesia Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak untuk menjual produknya ke Papua. Kemudian Du Anyam juga melakukan kolaborasi dengan berbagai *brand* asal Indonesia untuk memperluas ekspansi produknya, dan sedang mencoba untuk menjual produknya secara internasional yaitu di Jepang (Du Anyam, 2017). Kemudian seiring berjalannya bisnis Du Anyam, baik Du Anyam maupun para pengrajin anyaman ini memiliki perannya tersendiri. Ibu-ibu berperan dalam membuat anyaman khas Nusa Tenggara Timur, mengambil berbagai posisi penting dalam masyarakat dalam upaya mengenalkan budaya anyaman Nusa Tenggara Timur di Indonesia, membuat keputusan yang berpengaruh secara langsung terhadap anak dan keluarganya yang akhirnya dapat meningkatkan rasa percaya diri agar dapat mengubah hidup mereka agar menjadi lebih baik dengan menggunakan *skill* anyaman yang dimana Ibu-ibu di sana sudah sangat terbiasa dengan proses anyaman. Mereka sering menggunakan hasil anyaman daun lontar yang mereka buat sendiri untuk berbagai keperluan, mulai dari menyimpan hasil panen, membawa air, hingga keperluan upacara adat. Ini menunjukkan bahwa mereka memiliki keterampilan untuk membuat barang-barang tersebut (Wedari, 2016) Sedangkan Du Anyam berperan dalam memfasilitasi para pengrajin ini dalam berbagai hal, seperti bahan baku, distribusi produk anyaman, promosi, dan sistem administrasi dalam proses *transfer* pembayaran produk kepada pelanggan. Hingga bisnis Du Anyam berjalan, perusahaan *Social Entrepreneurship* ini telah meningkatkan kesejahteraan para perempuan di Flores Timur, Nusa Tenggara Timur dengan

meningkatnya pendapatan sebesar 40% dan juga para perempuan tersebut juga mendapatkan edukasi tentang pentingnya keuangan (Harness, 2021). Berikut ini adalah berdasarkan pada gambar 1.7 yang merupakan produk Dua Anyam yang sedang diproduksi oleh ibu-ibu dari Nusa Tenggara Timur.



Gambar 1. 7 Bisnis Kerajinan Du Anyam yang Diproduksi oleh Ibu-ibu dari Nusa Tenggara Timur

Sumber: LinkedIn Duanyam

Secara umum, berdasarkan pada gambar 1.8 dibawah yang merupakan daftar data *Global Entrepreneurship Indonesia*, di tahun 2022 Indonesia berada pada angka 75, sebuah angka yang jauh jika dibandingkan dengan negara tetangganya seperti Malaysia dan Singapura yang mencapai 43 dan 27. Secara khusus masih sedikit individu yang melirik usaha bisnis di bidang *social entrepreneurship*, padahal berdasarkan pada *UNESCAP-British Council*, usaha pada *social entrepreneurship* dapat menyumbang perekonomian sebesar 1,91% untuk GDP nasional Indonesia (Rizal, 2023). Bisnis *Social Entrepreneurship* tidak seperti bisnis lainnya yang dimana bisnis ini kurang dilirik, padahal selain menyumbang PDB ekonomi bagi Indonesia, bisnis juga cukup memiliki peluang bagi seseorang yang ingin meraup keuntungan dikarenakan masalah sosial dan lingkungan yang cukup banyak di Indonesia membuat bisnis ini memiliki prospek jangka panjang. Contoh masalah sosial yang terjadi di Indonesia seperti masalah fenomena yang sudah dibahas diatas, mengenai ketimpangan ekonomi di Indonesia terlebih lagi di Indonesia yang dimana angka Rasio Gini nya sudah diangka yang cukup mengkhawatirkan sehingga harus melakukan berbagai hal untuk mengatasi ketimpangan ekonomi di Indonesia karena pastinya akan berpengaruh terhadap daya beli ekonomi Indonesia secara keseluruhan. Sebuah usaha bisnis selalu muncul jika ada suatu permasalahan. Maka dari

kasus yang terkait dengan sosial maka bisa dikatakan bahwa selain bisnis *Social Entrepreneurship* cukup memiliki prospek yang cerah untuk perekonomian Indonesia, kemudian membuat kualitas negara Indonesia semakin menjadi lebih baik dan tentu bisnis dibidang ini cukup memberikan peluang dalam menghasilkan keuntungan. Terdapat beberapa contoh dari bisnis *Social Entrepreneurship*, salah satunya adalah usaha dengan nama Waste4Change, Kita bisa, dan Sukka Citta (Rizaly, 2023).

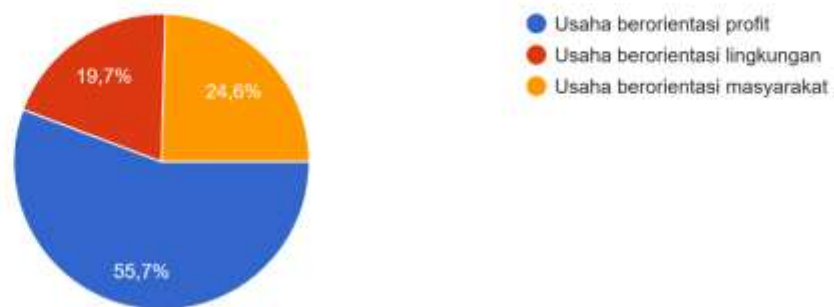
Global rank	Country	Score
1	United States	86.8
2	Switzerland	82.2
3	Canada	80.4
4	Denmark	79.3
5	United Kingdom	77.5
6	Australia	73.1
7	Iceland	73.0
8	Netherlands	72.3
9	Ireland	71.3
10	Sweden	70.2
11	Finland	70.2
12	Israel	67.9
13	Hong Kong	67.9
14	France	67.1
15	Germany	66.7
16	Austria	64.9
17	Belgium	62.2
18	Taiwan	62.1
19	Chile	58.3
20	Luxembourg	58.1
21	Korea	58.1
22	Estonia	57.8
23	Slovenia	56.5
24	Norway	56.1
25	United Arab Emirates	54.2
26	Japan	53.3
27	Singapore	52.4
28	Qatar	51.6
29	Poland	49.5
30	Puerto Rico	48.7
31	Spain	46.9
32	Portugal	46.3
33	Hungary	46.2
34	China	45.9
35	Cyprus	45.6
36	Italy	45.1
37	Lithuania	44.1
38	Bahrain	43.8
39	Oman	43.6
40	Czech Republic	43.5
41	Slovakia	42.6
42	Saudi Arabia	42.1
43	Malaysia	40.1
44	Turkey	39.8
45	Latvia	39.3
46	Romania	38.6
47	Kuwait	37.4
48	Brunei Darussalam	36.5
49	Croatia	36.1
50	Greece	35.4
51	Botswana	34.4
52	Colombia	34.1
53	Tunisia	34.0
54	Thailand	33.5
55	Barbados	32.2
56	Azerbaijan	32.1
57	Montenegro	31.8
58	South Africa	31.6
59	Kazakhstan	31.0
60	Uruguay	30.1
61	Bulgaria	30.1
62	Namibia	30.0
63	Jordan	29.4
64	Iran	29.4
65	Costa Rica	28.8
66	Lebanon	28.8
67	Serbia	28.6
68	Morocco	28.3
69	Peru	27.7
70	Mexico	27.1
71	Georgia	26.2
72	Belize	26.2
73	Vietnam	26.0
74	Argentina	26.0
75	Indonesia	26.0
76	Panama	25.5
77	Ukraine	25.2
78	India	25.1
79	Jamaica	24.8
80	Russia	24.8
81	Egypt	24.6
82	Armenia	24.3
83	Gabon	23.8
84	Dominican Republic	23.6
85	Macedonia	23.1
86	Philippines	23.0
87	Albania	22.5
88	Algeria	22.4
89	Bolivia	22.1
90	Trinidad and Tobago	21.7
91	Ghana	21.6
92	Nigeria	20.8
93	Senegal	20.8
94	Moldova	20.2
95	Rwanda	20.0
96	Kenya	19.8
97	Bosnia and Herzegovina	19.5
98	Tajikistan	19.4
99	Kyrgyz Republic	19.2
100	Côte d'Ivoire	19.1
101	Sri Lanka	19.1
102	Lao PDR	19.1
103	Swaziland	18.8
104	Guatemala	18.7
105	Ecuador	18.5
106	Suriname	18.4
107	Myanmar	18.1
108	Cambodia	17.7
109	Pakistan	17.3
110	Tanzania	17.3
111	Ethiopia	17.2
112	Honduras	17.2
113	Gambia, The	17.1
114	Libya	16.6
115	Paraguay	16.6
116	Zambia	16.3
117	Guyana	16.3
118	Brazil	16.1
119	Nicaragua	16.1
120	El Salvador	15.7
121	Cameroon	15.6
122	Guinea	15.5
123	Mali	15.3
124	Angola	15.1
125	Uganda	14.8
126	Liberia	14.8
127	Burkina Faso	13.4
128	Benin	13.3
129	Venezuela	13.1
130	Mozambique	12.8
131	Sierra Leone	12.7
132	Bangladesh	12.5
133	Malawi	11.6
134	Mauritania	10.5
135	Burundi	10.2
136	Madagascar	9.1
137	Chad	8.8

Gambar 1. 8 Daftar *Global Entrepreneur Index* yang Dimana Indonesia Berada pada Urutan 75

Sumber: Research Gate

Mengenai topik ini, penulis melakukan penelitian *mini survey* yang berjudul “Minat Ketertarikan Generasi Z Terhadap Usaha *Social Entrepreneur*” yang dimana kuesioner ini bertujuan untuk seberapa besar minat anak muda generasi z dalam mendirikan bisnis dibidang *social entrepreneurship* nanti. Target responden yaitu generasi z usia 17-23 tahun, berdomisili di Indonesia, belum memiliki bisnis, dan pernah mengikuti kegiatan organisasi yang bersifat sosial. Berikut adalah hasilnya.

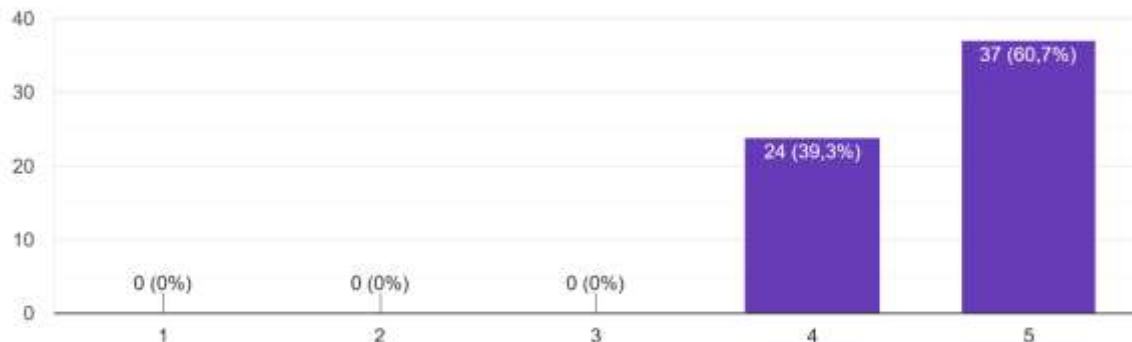
Jika suatu saat Anda berwirausaha, orientasi bisnis seperti apa yang Anda inginkan
61 jawaban



Gambar 1. 9 Persentase Tingkat Orientasi Usaha Kewirausahaan Sosial

Sumber: Data Internal Penulis

Seberapa besar kemungkinan anda ingin menjadi seorang wirausaha sosial/Social Entrepreneur?
61 jawaban



Gambar 1. 10 Penilaian Skala Terhadap Keinginan Seseorang Menjadi Seorang *Social Entrepreneur*

Sumber: Data Internal Penulis

Pada gambar 1.10, terlihat bahwa pada setiap responden memiliki jawaban yang beragam mulai dari usaha berorientasi *profit*, lingkungan dan masyarakat. Akan tetapi, pada Indonesia yang dilakukan oleh penulis didominasi oleh responden usaha yang berorientasi profit. Kemudian pada pertanyaan ke 2 yaitu skala dari 1-5, hasilnya adalah mayoritas responden menjawab ketika mendirikan bisnis nanti, ingin mendirikan bisnis dibidang *Social Entrepreneurship* dengan memberikan skala penilaian 4 dan 5. Dari sini penulis dapat

menyimpulkan bahwa responden dari penulis ingin memberikan kontribusinya dalam menyelesaikan masalah terhadap lingkungan dan masyarakat, akan tetapi juga mendapatkan keuntungan dari hasil kontribusi tersebut, sehingga dapat terus menambahkan motivasinya untuk memberikan kontribusi dalam menyelesaikan masalah sosial.

Selain penulis mencari bukti bahwa generasi z telah memiliki minat untuk membangun bisnis *Social Entrepreneurship* melalui pertanyaan kuesioner, penulis juga memperkuat bukti tersebut melalui sebuah penelitian yang di kemukakan oleh Sherlywati Sherlywati dan Eliot Simangunsong dengan penelitian yang berjudul “*Willingness To Embed Social Sustainability: A Case Of Gen Y and Gen Z Entrepreneurs In Indonesia*” dengan mengambil populasi gen z, menyatakan pada hasil kesimpulannya dalam generasi z memiliki kesadaran dan menunjukkan kepedulian akan isu-isu sosial yang terjadi dan bahkan bersedia untuk mengeluarkan modal untuk membangun bisnis dibidang sosial secara berkelanjutan serta ingin berkontribusi kepada masyarakat dengan menanamkan praktik *Social Entrepreneur* kepada manajemen internalnya. Kemudian ia juga mengemukakan bagi generasi z, dengan membangun bisnis dibidang sosial berguna untuk mempertahankan citra bisnis mereka kepada *customer* dan dapat menciptakan inovasi baru yang dimana hal ini berarti disebabkan oleh motivasi internal pada perusahaan yang membuat ingin membangun bisnis dibidang *Social Entrepreneurship* secara berkelanjutan serta konsisten (Sherlywati & Simangunsong, 2023)

Selain penelitian, penulis memperkuat bukti tersebut dengan memberikan contoh generasi z yang menjalankan bisnis dibidang sosial. Terdapat beberapa contoh generasi z yang mendirikan bisnis dibidang sosial, salah satunya adalah seorang *Influencer* yang berasal dari Jakarta, yaitu Karin Novilda Silaiman atau orang mengenalnya dengan nama Awkarin yang merupakan seorang model, selebriti, penyanyi dan juga pengusaha. Ia telah membangun berbagai bisnis yaitu dibidang kecantikan dan juga dibidang pariwisata yang bernama *Sea Families* (Prima, 2021). Latar belakangnya terdapat pada wilayah Nusa Tenggara Timur yang memiliki masalah pada provinsi tersebut yang pada akhirnya membuat daerah tersebut mengalami kemiskinan yang dimana jumlah masyarakat yang mengalami kemiskinan di wilayah NTT mencapai 1.141.110 orang (Lewokeda, 2023) dari total populasi warga NTT yang sebesar 6,6 juta orang (Umbu, 2023). Hal ini disebabkan karena pekerjaan yang ada pada provinsi NTT tidaklah banyak, tidak seperti di kota-kota seperti Surabaya, Jakarta, Medan, dan kota lainnya. Hal ini yang membuat masyarakat yang ada pada provinsi NTT memenuhi kebutuhan hidup mereka hanya dengan bekerja sebagai petani, sedangkan jika melihat dari sisi geografis pada provinsi NTT, wilayah tersebut telah sering mengalami kekeringan akibat curah

hujan yang rendah yang membuat tanah menjadi tandus serta kering. Oleh karena itu dengan lebih seringnya musim panas di daerah tersebut membuat pendapatan masyarakat sebagai petani berkurang yang mengakibatkan kemiskinan di wilayah tersebut kian terjadi (Seo, 2023). Tetapi bukan karena hal tersebut membuat wilayah Nusa Tenggara Timur tidak memiliki keunggulan pada setiap aspeknya. Dilain sisi, Provinsi Nusa Tenggara terkenal memiliki destinasi pantai yang bahkan terkenal hingga kancah internasional, seperti pantai yang berada di Labuan Bajo yang bahkan dapat menarik perhatian bagi masyarakat internasional untuk dapat berkunjung ke wilayah tersebut, tentu bukan hanya masyarakat internasional, tetapi juga masyarakat Indonesia yang berada di kota provinsi yang berbeda seperti Karin Novilda yang mempunyai pengalaman dan kenangan yang mengesankan tentang Labuan Bajo. Akhirnya ia berkeinginan untuk berkontribusi dalam menaikkan ekonomi NTT dengan membuat pekerjaan baru untuk masyarakat disana.

Kemudian terdapat contoh gen z lainnya yang menjalankan bisnis yang memiliki dampak terhadap masyarakat yaitu Mantappu Corp yang didirikan oleh dua orang yaitu Jerome Polin Sijabat dan Jehian Panangian Sijabat. Pada era perkembangan teknologi informasi, merupakan era dimana terjadi perubahan pada struktur pekerjaan dan di era ini lah yang menjadi ancaman bagi karyawan yang tidak mengembangkan *skill* mereka, karena terdapat beberapa pekerjaan yang akan diancam punah yang dimana untuk menghindari hal tersebut, seseorang harus menyesuaikan diri dengan mempeleajari *skill* dan keterampilan baru karena jika tidak bisa menyesuaikan, maka seseorang yang pada awalnya berstatus sebagai karyawan, karena pekerjaan tersebut sudah tidak tersedia lagi atau punah dan orang tersebut tidak mengembangkan kemampuannya, maka ia akan mengalami pengangguran (Berita Update, 2023). Pada era perkembangan teknologi informasi, terdapat beberapa pekerjaan yang akan punah, akan tetapi juga muncul peluang atau kesempatan yang baru yaitu adalah profesi *Content Creator*. *Content Creator* adalah seseorang yang membuat atau menyampaikan suatu informasi kepada *audience* nya melalui media digital atau media sosial yang dimana informasi yang disampaikan dapat bersifat menghibur dan edukatif dengan cara penyampaian yang menarik bagi *audience* (Firdiansyah, 2023). *Content Creator* terbukti dapat mengatasi masalah pengangguran dan dapat menjadi solusi untuk calon karyawan yang belum mendapatkan pekerjaan atau sulit mencari pekerjaan, bahkan profesi ini mendapatkan fasilitas pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Tenaga Kerja dengan peserta yang mencapai 30 peserta dimana para peserta ini dilatih untuk dapat menjadi seorang *Content Creator* (Basalamah, 2023), hal ini dikarenakan *Content Creator* merupakan pekerjaan yang sangat menguntungkan bagi negara

dengan menyumbang PDB Indonesia sebanyak Rp. 7,4 Triliun (Fitri, 2023). Terdapat berbagai nama *Content Creator* di Indonesia, dan dari fenomena tersebut, dimanfaatkan dengan baik oleh Jerome Polin Sijabat yang merupakan seorang selebritas internet, dan *Youtuber* yang memiliki *channel Youtube* yang bernama Nihonggo Mantappu yang cukup sukses dalam men *influence viewernya*, selain itu ia juga seorang pengusaha dengan mendirikan sebuah perusahaan bernama Mantappu Corp bersama dengan kakaknya Jehian Panangian Sijabat. Mantappu Corp adalah bisnis yang bertujuan untuk melakukan pemberdayaan para *Content Creator* dan mendukung *Content Creator* yang masih berkembang dengan memberikan salah satunya adalah fasilitas promosi untuk meningkatkan *Personal Branding Content Creator* agar dapat dikenal tidak hanya di Indonesia, tetapi dalam kancah internasional dan memberikan pelatihan agar dapat membangun *influencer-influencer* yang baru yang semua itu dilakukan oleh berbagai talent yang ada di perusahaan Mantappu Corp yang mencapai 17 talent (Pricila, 2023). Dengan adanya perusahaan Mantappu Corp inilah yang membuat lahir startup bisnis baru. Kemudian juga pada 16 Agustus tahun 2023, perusahaan ini juga melakukan kerjasama dengan DBL untuk melakukan donasi atau galang dana di aplikasi Kitabisa yang bertujuan untuk biaya pembangunan sekolah dan fasilitas-fasilitas sekolah di NTT dan diberikan kepada anak-anak yang ada di Lembata agar bisa mendapatkan kesempatan pendidikan berkat donasi dari perusahaan Mantappu Corp yang berkolaborasi dengan DBL (Anggraini, 2023).

Dalam hal ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *social entrepreneurship intentions*. Mulai dari faktor *Experience, Empathy, Moral Obligation, Self-Efficacy, Perceived Social Support* yang dari kelima faktor tersebut terhubung dan mempengaruhi *Social Entrepreneurship Intentions*.

Empati, seperti halnya rasa malu, cemburu, bangga, dan bersalah, adalah salah satu ekspresi emosional yang mencerminkan kesadaran diri. Menurut Darwin, emosi-emosi tersebut berawal dari perkembangan kesadaran diri dan melibatkan penguasaan peraturan dan standar (LaFreniere, 2000) (Ahyani, 2015). Berdasarkan studi sebelumnya oleh Hockerts (2017), yang meneliti mahasiswa tahun kedua yang mengikuti program *Master of Science in Management* di Sekolah Bisnis Skandinavia, ditemukan bahwa tingkat empati seseorang memiliki dampak positif terhadap kecenderungan untuk berwirausaha sosial di kalangan mahasiswa. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ayob et al., (2013) pada mahasiswa sarjana bisnis dan ekonomi di Malaysia, yang menunjukkan bahwa tingkat empati berkontribusi positif terhadap minat berwirausaha sosial. Empati, yang dijelaskan sebagai kemampuan untuk mengakui, memahami, dan menghargai perasaan serta pemikiran orang lain (Stein dan Book, 2002), dianggap sebagai

faktor kunci dalam hal ini. Tingkat empati yang tinggi pada seseorang dapat mendorong partisipasi mereka dalam menangani masalah-masalah sosial dan memperdalam keterlibatan mereka. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat empati yang dimiliki oleh seorang mahasiswa, semakin besar pula kecenderungan atau keinginan mereka untuk terlibat dalam wirausaha sosial (Wijaya, 2022). Temuan dari penelitian oleh Soerjoatmodjo (2017) diharapkan dapat memberikan kontribusi dengan memfokuskan pada proses pemaknaan, yakni interpretasi berkelanjutan terhadap pengetahuan, pengalaman, emosi, keyakinan, dan sikap terhadap situasi tertentu yang disusun dalam bentuk narasi (Stelter, 2007). Garud dan Gulliani (2013) mengemukakan bahwa proses pemaknaan tidak bisa dilepaskan dari interaksi antara individu dan komunitas dalam konteks kewirausahaan sosial. Busenitz et al. (2003) juga menyarankan adanya penelitian lebih lanjut di bidang kewirausahaan untuk mengeksplorasi keterkaitan antara individu dalam lingkungan yang dinamis. Secara keseluruhan, tulisan ini mengadvokasi potensi kewirausahaan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat, dengan menekankan peran empati sebagai pintu masuk utama dalam proses pemaknaan para pelaku wirausaha sosial di Indonesia, sebuah negara yang subur bagi kewirausahaan sosial (Soerjoatmodjo, 2018).

Kewajiban moral, seperti etika, prinsip hidup, dan perasaan bersalah, adalah moral individu yang bersifat personal dan tidak selalu dimiliki oleh setiap orang. Kaitannya dengan pemenuhan kewajiban perpajakan menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat akan status sebagai warga Negara yang patuh terhadap hukum dapat mendorong kepatuhan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan (Artha & Setiawan, 2019). Mair dan Noboa pertama kali memperkenalkan konsep kewajiban moral dalam model mereka tentang intensi berwirausaha sosial (Mair & Noboa 2006). Dalam studi mereka, mereka mengemukakan bahwa faktor yang membedakan antara wirausaha sosial dan wirausaha konvensional adalah Kewajiban Moral. Dalam konteks intensi berwirausaha sosial, Kewajiban Moral mencerminkan sejauh mana seseorang yang bermaksud untuk berwirausaha sosial berkomitmen penuh pada ide mereka dan merasa memiliki tanggung jawab moral untuk mewujudkannya (Beugré 2016) (Tiwari, 2017). Menurut Cahyono (2019), untuk mempertahankan konsistensi sebuah perusahaan sosial, terutama dalam menekankan misi sosial sebagai fokus utama lembaga, keberadaan Kewajiban Moral sangatlah vital. Oleh karena itu, pendidikan dianggap sebagai alat untuk membentuk karakter ideal seorang wirausaha sosial. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kewajiban moral, pendidikan dalam konteks kewirausahaan sosial, dan niat untuk menjadi seorang wirausaha sosial perlu dipelajari lebih lanjut sesuai dengan situasi individu masing-masing (Singgalen, 2023).

Kemudian terdapat *Self-Efficacy*, Baron dan Byrne (1991) mendefinisikan *Self-Efficacy* sebagai evaluasi seseorang mengenai kemampuan atau kompetensi lainnya untuk melakukan tugas, mencapai, dan mengatasi hambatan (Mu'arofah, 2015). Menurut penelitian Ghufro dan Risnawati (2017), *Self-Efficacy* adalah salah satu bagian penting dari pemahaman diri yang memiliki dampak signifikan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini karena *Self-Efficacy* memengaruhi individu dalam menentukan tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan, termasuk dalam memperkirakan berbagai kejadian yang akan dihadapi. Motivasi dalam belajar sangat penting untuk mencapai tujuan proses belajar-mengajar yang diinginkan, sehingga penting untuk membangun motivasi belajar siswa. Motivasi belajar adalah dorongan psikologis yang mendorong siswa untuk belajar, menjaga konsistensi dalam belajar, dan memberikan arah pada aktivitas belajar untuk mencapai tujuan tertentu. Secara umum, *Self-Efficacy* memiliki dampak positif terhadap peningkatan motivasi belajar. Proses berpikir mengaitkan faktor internal sebagai salah satu faktor yang membentuk *Self-Efficacy*, yang kemudian memicu motivasi belajar. *Self-Efficacy* memberikan pengaruh yang sangat penting terhadap motivasi belajar siswa yang memiliki keyakinan diri yang tinggi terhadap kemampuan yang dimiliki. Motivasi semacam itu relevan dalam kewirausahaan sosial karena wirausahawan memerlukan motivasi yang kuat untuk mengatasi konflik antara tujuan sosial dan fungsi ekonomi kewirausahaan. Dengan demikian, *Self-Efficacy* wirausaha dapat menjelaskan sumber motivasi wirausahawan untuk mewujudkan niat mereka, meskipun keadaan mungkin tidak sesuai dengan niat tersebut (Yolandita, 2022).

Menurut Zimet, Dahlem, Zimet dan Farley (1988) *Perceived Social Support* merupakan cara individu mengartikan ketersediaan sumber dukungan yang berasal dari orang terdekat yaitu keluarga (*family*), teman (*friends*) dan orang penting lainnya (*significant other*) yang dapat meningkatkan kemampuan individu dalam menghadapi kesulitan yang dialami termasuk gejala dan peristiwa stres (Aliyah & Sulisworo Kusdiyati, 2021). Dukungan keluarga dan lingkungan sosial terhadap individu dalam konteks kewirausahaan sosial dapat meningkatkan intensi menjadi seorang wirausaha sosial. Marco (2022) menunjukkan bahwa keyakinan diri, dukungan sosial, dan dukungan pendidikan memiliki pengaruh pada niat untuk berwirausaha sosial. Kimura & Masykur (2017) menemukan bahwa dukungan keluarga juga berpengaruh pada niat untuk berwirausaha sosial. Wijaya & Handoyo (2022) menunjukkan bahwa dukungan sosial, empati, dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh pada niat untuk berwirausaha sosial. Nazwirman et al. (2019) menekankan bahwa dukungan sosial dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti kedekatan emosional, harmonis integrasi sosial, pengakuan, ketergantungan yang dapat

diandalkan, bimbingan, kesempatan untuk mengasuh, dan kesempatan untuk membantu. Kempa & Bilviary (2022) menunjukkan bahwa intensi kewirausahaan dipengaruhi oleh kondisi lingkungan internal dan eksternal serta berbagai variabel lainnya, termasuk dukungan keluarga dan lingkungan sosial (Singgalen, 2023).

Swastha dan Irawan (2008) menyatakan bahwa pengalaman merupakan faktor yang memengaruhi cara seseorang mengamati dan berperilaku. Pengalaman tersebut dapat berasal dari semua tindakan yang dilakukan di masa lalu atau dapat dipelajari, sebab dengan belajar seseorang dapat memperoleh pengalaman (Aulia, 2019). Hockert (2017) mengungkapkan bahwa pengalaman praktis dalam bekerja dengan organisasi sektor sosial dapat meningkatkan keakraban dengan masalah yang ingin dipecahkan oleh perusahaan sosial, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi pembentukan niat untuk memecahkan masalah tersebut. Penelitian Hamdani (2022) menunjukkan bahwa pengalaman praktis ini berpengaruh signifikan terhadap niat untuk berwirausaha sosial, sesuai dengan temuan Hockerts (2017). Ernst (2011) juga menemukan bahwa pengetahuan terdahulu tentang masalah sosial dapat memprediksi sikap terhadap niat kewirausahaan sosial. Oleh karena itu, pemerintah dan perguruan tinggi dapat mengembangkan program-program yang mendorong mahasiswa untuk aktif dalam organisasi sosial atau kemahasiswaan yang bergerak dalam bidang sosial, dengan harapan bahwa partisipasi dalam aktivitas tersebut akan meningkatkan minat dan niat mahasiswa untuk menjadi wirausaha sosial (Hamdani, 2022).

Berdasarkan pada fenomena diatas, penulis ingin mengkaji lebih dalam mengenai bisnis *Social Entrepreneurship* dimana penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang dilakukan oleh “Sousa-Filho, JosÃ© Milton de; Matos, Stelvia; da Silva Trajano, Samara; de Souza Lessa, Bruno (2020)” mengenai “*Determinants of Social Entrepreneurial Intentions in a Developing Country Context*” sehingga penulis dapat mengetahui “Pengaruh *Experience, Empathy, Moral Obligations, Self-Efficacy* dan *Perceived Social Support* terhadap *Social Entrepreneurship Intentions* pada Generasi Z di Jakarta”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang disampaikan oleh para peneliti dan ilmuwan, *Social Entrepreneurship* memiliki peran baik itu secara ekonomi suatu negara maupun dampak yang dialami oleh masyarakat. Hal ini berbeda dengan *entrepreneurship* yang berfungsi untuk

mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya melalui suatu inovasi, *Social entrepreneurship* cenderung kepada membuat usaha yang dapat memberikan dampak ke masyarakat.

Kedatangan bisnis yang berjalan dibidang *Social Entrepreneurship* bertugas untuk membantu pemerintah serta menyelesaikan berbagai masalah yang berkaitan dengan masalah sosial yang terjadi dimasyarakat baik itu masalahnya dalam skala kecil maupun dalam skala yang besar. Negara Indonesia merupakan negara yang masih dalam status berkembang, tentunya ini adalah sebuah peluang untuk para pengusaha di Indonesia karena negara Indonesia sebagai negara berkembang masih memiliki banyak masalah yang harus diselesaikan. Oleh karena itu, edukasi mengenai *Social Entrepreneurship* menjadi peran penting bagi Universitas agar dapat dipahami oleh generasi z sehingga akan ada banyak dari generasi z yang dapat memberikan kontribusinya kepada Indonesia dalam bentuk kontribusi secara sosial.

Dalam penelitian ini menggunakan metode yang dikembangkan oleh Hockerts (2017) yang dibuat oleh Mair and Noboa's (2006). Dalam Studi Mair and Noboa (2006) tentang *Social Entrepreneurship Intention* membaginya dalam 4 antesenden: yaitu *Empathy*, *Moral Obligation*, *Perceived Social Support* dan *Self-Efficacy*. Penelitian yang dilakukan Mair and Noboa mengacu pada perilaku social dan perilaku terencana Ajzen (1991) sebuah pendekatan teori yang meneliti bagaimana suatu individu mengubah niat mereka untuk melakukan *Entrepreneur Action* dengan cara menganalisisnya. Dengan menggunakan berbagai data dari berbagai negara, model penelitian ini ditambahkan oleh Hockerts (2017) tentang masalah sosial yang mempengaruhi niat dalam membangun bisnis *Social Entrepreneurship*. Hockerts (2017) melakukan penelitian di Brasil salah satu negara berkembang yang memiliki masalah sosial, melakukan penelitian dengan observasi dilihat dari kebijakan pemerintah, usia, jenis kelamin, dan latar belakang pendidikan dalam pengumpulan datanya sehingga dapat ditemukan pentingnya *Empathy*, *Moral Obligation*, *Self-Efficacy*, dan *Perceived Social Support* terhadap masyarakat di Brazil.

Dari masalah dan model penelitian yang telah dijelaskan, maka berikut adalah pertanyaan penelitian yang telah disusun.

1. Apakah *Empathy* berpengaruh positif terhadap *Social Entrepreneurship Intention*?
2. Apakah *Moral Obligation* berpengaruh terhadap *Social Entrepreneurship Intention*?
3. Apakah *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap *Social Entrepreneurship Intention*?
4. Apakah *Perceived Social Support* berpengaruh terhadap *Social Entrepreneurship Intention*?

5. Apakah *Experience* terhadap masalah sosial berpengaruh positif terhadap *Social Entrepreneurship Intention*?
6. Apakah *Experience* terhadap masalah sosial berpengaruh positif terhadap *Empathy*?
7. Apakah *Experience* terhadap masalah sosial berpengaruh positif terhadap *Moral Obligation*?
8. Apakah *Experience* terhadap masalah sosial berpengaruh positif terhadap *Self-Efficacy*?
9. Apakah *Experience* terhadap masalah sosial berpengaruh positif terhadap *Perceived Social Support*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang dibuat, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal apa yang dapat mempengaruhi *Social Entrepreneurship Intention* dari generasi z sebagai yang akan diteliti. Dalam melakukan penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh lingkungan yang disebabkan oleh berbagai aspek dalam membentuk *Social Entrepreneurship Intention* kepada generasi z. berikut adalah tujuan penelitian yang dilakukan:

1. Mengetahui dan mengukur *Empathy* berpengaruh positif terhadap *Social Entrepreneurship Intention*.
2. Mengetahui dan mengukur *Moral Obligation* berpengaruh positif terhadap *Social Entrepreneurship Intention*.
3. Mengetahui dan mengukur keyakinan atau *Self-Efficacy* seseorang untuk menghasilkan sesuatu dan mengimplementasikan dapat berpengaruh positif terhadap *Social Entrepreneurship Intention*.
4. Mengetahui dan mengukur apakah *Perceived Social Support* berpengaruh positif terhadap *Social Entrepreneurship Intention*.
5. Mengetahui dan mengukur *Experience* berpengaruh positif terhadap *Social Entrepreneurship Intention*.
6. Mengetahui dan mengukur apakah *Experience* berpengaruh positif terhadap *Empathy*.
7. Mengetahui dan mengukur apakah *Experience* berpengaruh positif terhadap *Moral Obligation*.
8. Mengetahui dan mengukur apakah *Experience* berpengaruh positif terhadap *Self-Efficacy*.

9. Mengetahui dan mengukur apakah *Experience* berpengaruh positif terhadap *Perceived Social Support*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis

Penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan dapat menjadi sebuah ilmu pengetahuan, wawasan serta dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya untuk membahas mengenai topik yang memiliki jenis topik yang sama yaitu “PENGARUH *EXPERIENCE*, *EMPATHY*, *MORAL OBLIGATIONS*, *SELF-EFFICACY* DAN *PERCEIVED SOCIAL SUPPORT* TERHADAP *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP INTENTIONS* PADA GENERASI Z DI JAKARTA”.

Manfaat Praktis

Penulis mengharapkan bahwa penelitian yang penulis lakukan ini bisa menjadi pertimbangan untuk generasi z di Indonesia untuk mempertimbangkan memulai bisnis dibidang *Social Entrepreneurship*. Untuk pemerintah, penulis berharap dari penelitian yang penulis lakukan ini dapat menyelesaikan masalah sosial khususnya mengenai ketimpangan ekonomi dan diharapkan jumlah orang yang menjalankan *Social Entrepreneurship* semakin banyak.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini memiliki beberapa kriteria yang bertujuan agar penelitian yang dibuat tetap sesuai dengan relevansi tema yang dibawa. Beberapa Batasan dari penelitian ini yaitu:

1. Penulis menggunakan fitur *Google Form* untuk menyebarkan kuesioner secara *online*.
2. Responden penelitian merupakan anak muda generasi z yang berusia 17 hingga 23 tahun, berdomisili di Jakarta, belum mempunyai bisnis serta pernah mengikuti kegiatan organisasi dibidang sosial.
3. Variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya dibatasi pada 9 hipotesis.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian dengan judul “PENGARUH *EXPERIENCE*, *EMPATHY*, *MORAL OBLIGATIONS*, *SELF-EFFICACY* DAN *PERCEIVED SOCIAL SUPPORT* TERHADAP *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP INTENTIONS* PADA GENERASI Z DI JAKARTA” disusun dengan lima bab. Berikut adalah sistematika penulisan penelitian;

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini merupakan alasan mengapa penulis melakukan penelitian. Disini dijelaskan fenomena-fenomena apa saja yang terjadi, dan dirumuskan menjadi suatu pertanyaan penelitian. Tujuan dan manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian juga tertera pada bagian ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bagian ini menjabarkan teori yang digunakan penulis untuk mendukung penelitian. Teori tentunya berkorelasi dengan topik dari penelitian, seperti *entrepreneurship*, *social entrepreneurship*, serta faktor-faktor lainnya yang diteliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini membahas tentang objek penelitian yang telah ditentukan, metode penelitian, metode pengujian variabel, teknik atau prosedur pengumpulan untuk menganalisis data.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas data dan hasil analisa informasi yang telah didapatkan dari responden melalui kuesioner yang disebarkan. Hasil dari setiap indikator akan ditampilkan pada bab ini.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi kesimpulan atas hasil yang telah didapatkan dari data-data yang sudah dikelola. Bagian ini juga merupakan kesempatan untuk memberikan masukan kepada pihak terkait yang berkorelasi dengan hasil penelitian.