



Social Entrepreneurial Motivation during the Covid-19 Pandemic: A Literature Study

Muhammad Nazif A'zam, Jihan Salsa Dila, Yollowati Arifi, Aftina Nurul Husna 

Department of Psychology, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

 anhusna@ummgl.ac.id

 <https://doi.org/10.53017/ujsah.49>

Received: 10/02/2021

Revised: 20/03/2021

Accepted: 26/03/2021

Abstract

Social entrepreneurship is an activity to identify social problems and use entrepreneurial principles to create efforts to achieve change in social interests. In running a business, motivation is needed to keep doing what has been established. This study aims to gather information through literature studies regarding how social entrepreneurs are able to survive running their economies during a pandemic. This research method uses a systematic literature review by summarizing the results of previous studies. Based on this study, it was found that there are five aspects that influence the motivation of social entrepreneurship, including: personal fulfillment, helping society, non-monetary focus, achieving orientation, and closeness to social problems.

Keywords: Entrepreneur; Social entrepreneurship; Pandemic

Motivasi Wirausaha Sosial di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Studi Literatur

Abstrak

Wirausaha sosial merupakan sebuah aktivitas untuk mengenali masalah sosial dan menjadikan prinsip-prinsip berwirausaha untuk menciptakan usaha guna mencapai perubahan dalam kepentingan sosial. Dalam menjalankan suatu usaha diperlukan motivasi untuk tetap menjalankan apa yang sudah didirikan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi melalui studi literatur terkait bagaimana para wirausaha sosial mampu bertahan menjalankan ekonomi mereka di masa pandemi. Metode penelitian ini menggunakan review literatur sistematis dengan merangkum hasil dari penelitian-penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan. Berdasarkan kajian tersebut ditemukan bahwa terdapat lima aspek yang mempengaruhi motivasi wirausaha sosial, antara lain: pemenuhan pribadi, membantu masyarakat, fokus non-moneter, mencapai orientasi, dan kedekatan dengan masalah social.

Kata-kata kunci: Wirausaha; Wirausaha sosial; Pandemi

1. Pendahuluan

Wirausaha sosial merupakan sebuah aktifitas untuk mengenali masalah sosial dan menjadikan prinsip-prinsip berwirausaha untuk menciptakan suatu usaha guna mencapai perubahan dalam kepentingan social [1]. Kewirausahaan sosial juga bisa diartikan sebagai proses dengan melibatkan penggunaan dan penggabungan sumber daya untuk mempercepat perubahan dan memenuhi kebutuhan social [2]. Bill Drayton selaku penggagas kewirausahaan sosial mengungkapkan dua kunci mengenai wirausaha sosial. Pertama,

inovasi sosial yang mampu mengubah sistem yang berlaku di masyarakat. Kedua, keterlibatan individu yang memiliki visi, kreatif, inovatif, dan memiliki jiwa wirausaha [3].

Hasil penelitian yang dilakukan oleh British Council (2018) telah menunjukkan terdapat 340.000 kewirausahaan sosial di Indonesia. Terdapat tiga faktor yang diminati dalam dunia wirausahawan sosial, yakni industri kreatif sebanyak 22%, agrikultur dan perikanan sebanyak 16%, dan dibidang pendidikan sebanyak 15%. Pelaku bisnis di bidang sosial ini berasal dari generasi muda yang rata-rata berusia 18-34 tahun dengan presentase sebanyak 67%.

Covid-19 yang melanda Indonesia sejak bulan Maret berdampak pada beberapa aspek, terutama perekonomian. Aktifitas bisnis pun menjadi terhambat karena salah satunya ketika munculnya kebijakan *social distancing*. Banyak *entrepreneur* yang akhirnya terpaksa menutup usahanya dikarenakan terjadinya penurunan pendapatan yang signifikan dan tidak mampu menyesuaikan dengan kondisi yang terjadi. Akhirnya, banyak masyarakat yang harus memulai untuk memanfaatkan sumber daya sebaik mungkin untuk dapat memperbaiki kondisi ekonomi. Untuk menjaga konsistensi dalam berwirausaha ditengah pandemi maka sangat diharuskan untuk setiap penggeraknya memanfaatkan peluang yang ada seperti minat, modal dan relasi yang dimiliki [4]. Contoh dari peluang yang bisa diambil adalah layanan internet. Dengan adanya media sosial dan *e-commerce*, penjual dan pembeli tidak perlu melakukan kontak fisik secara langsung untuk melakukan sebuah transaksi jual-beli. Akhirnya, muncul istilah *Stay at Home Economy* [5].

Kaitan antara wirausaha sosial dengan masa pandemi yang sedang terjadi, kewirausahaan sosial mampu memberi dampak positif bagi masyarakat dengan mewujudkan masyarakat yang mandiri. Kita ambil contoh penelitian yang dilakukan Saragih dan Elisabeth (2020) pada usaha Bisnis Purba Plastik yang berada di daerah Lau Cih, Medan yang dimana mereka memanfaatkan para pemulung barang bekas untuk menjadi karyawannya. Dampak positif lainnya yang dirasakan oleh masyarakat adalah lingkungan yang bersih.

Dalam berwirausaha dibidang sosial, diperlukan motivasi untuk tetap menjalankan usaha yang sudah didirikan. Terdapat motivasi bersifat proporsional yang terdiri dari tiga motif yang berorientasi pada pengasuhan, keadilan sosial dan rasa kewajiban [6]. Rasa untuk berwirausaha sosial pun didasari karena individu merasa bahwa kembali ke masyarakat adalah kewajiban bagi setiap orang [7]. Memastikan keberlanjutan usaha yang sudah didirikan merupakan salah satu tantangan yang harus dihadapi wirausahawan dibidang social [8] karena wirausaha sosial terdapat dua tipe, yakni yang mengutamakan laba dari sebuah penjualan dan usaha yang hadir dari perspektif sosial yang biasanya berupa organisasi atau komunitas yang tidak mengambil keuntungan [7].

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggali informasi melalui studi literatur terkait bagaimana para wirausaha sosial mampu bertahan menjalankan ekonomi mereka di masa pandemi.

2. Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur. Metode penelitian ini merangkum 15 artikel dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menentukan topik penelitian dengan cara mengeksplorasi tentang wirausahawan sosial, masalah yang ingin diselesaikan, teori psikologi kewirausahaan yang terjadi pada peneliti, hingga dicapai suatu kesimpulan untuk menggali lebih lanjut tentang "Motivasi Wirausaha Sosial"

- 2) Menentukan kata kunci yang akan digunakan untuk mencari literatur, yaitu: motivasi. Wirausaha, wirausaha sosial.
- 3) Mencari artikel mengenai kata kunci yang telah ditentukan, baik artikel nasional maupun internasional. Jumlah artikel yang dicari sebanyak mungkin namun tetap relevan dengan topik yang dibahas.
- 4) Artikel yang terkumpul ada 13 artikel yang kemudian masih disaring lagi agar relevan maka hasilnya terdapat 11 artikel. Kemudian artikel yang telah lolos penyaringan direview satu persatu agar sesuai dengan topik yang telah ditentukan.
- 5) Membuat review artikel dengan menuliskan insight-insight dari setiap artikel yang didapat dan faktor-faktor penyebab dari topik yang telah ditentukan.

Mulai disusun artikel berdasarkan hal-hal penting yang ditemukan dalam literature yang telah disaring sebelumnya dengan memperhatikan topik yang telah ditentukan.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil studi literatur dari berbagai sumber ditemukan ada beberapa kajian yang diperoleh:

3.1. Kewirausahaan dan kewirausahaan sosial

Perbedaan utamanya adalah bahwa dalam kewirausahaan komersial, fokus utamanya adalah keuntungan ekonomi, sementara pada kewirausahaan sosial berfokus pada pengembalian sosial. Disisi lain, pengusaha sosial umumnya mencari untuk mencapai tujuan sosial berdasarkan keberlanjutan ekonomi [8].

3.2. Kewirausahaan sosial

Kewirausahaan sosial sebagai proses yang melibatkan penghargaan, evaluasi, dan eksploitasi peluang yang menghasilkan nilai sosial yang melibatkan penyediaan kebutuhan dasarnya seperti pengantar makanan, layanan kesehatan, dan pendidikan [8]. Kewirausahaan sosial adalah aktifitas dengan tujuan komunitas yang diharapkan dapat menguntungkan dan keuntungan itu dapat dimanfaatkan untuk berinvestasi kembali di dalam organisasi itu sendiri [8]. Ini lebih mungkin terjadi dalam konteks masalah sosial-ekonomi, lingkungan dan budaya. Entrepreneur Sosial adalah orang-orang yang mengidentifikasi sebuah kegagalan dalam kehidupan sosial dan mentransformasikannya ke dalam sebuah peluang bisnis, mereka merekrut dan memotivasi yang lain kepada maksud mereka dan membangun jaringan dengan orang-orang yang memerlukan di waktu yang sama. Juga, mereka menghadapi berbagai hambatan dan rintangan dan memperkenalkan sistem mereka sendiri untuk mengatus bisnis sosial mereka [8].

3.3. Motivasi kewirausahaan sosial

Sedikit penelitian tentang motivasi untuk kewirausahaan sosial dan kewirausahaan sosial masuk ke dalam sub tipe yang berbeda dalam misi dan cara memulai bisnis mereka, maka perlu mempertimbangkan literatur yang ada tentang motivasi kewirausahaan komersial dan konvensional.

Adapun penelitian yang dilakukan Germak dan Robinson [7] tentang motivasi kewirausahaan meliputi lima aspek, diantaranya: 1) *Pemenuhan pribadi*. pada aspek ini wirausahawan sosial tidak hanya termotivasi hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar yang berbasis kewirausahaan semata, mereka memiliki motivasi yang lebih tinggi dari itu. Pemenuhan pribadi. 2) *Membantu masyarakat*. Sebagian literatur yang membahas hal ini terkait motivasi kewirausahaan sosial sebagai pendorong utama. 3) *Fokus nonmoneter*. Memulai bisnis, baik bisnis komersial dengan motif keuntungan murni atau usaha sosial

dengan keuntungan ganda atau tripel, membutuhkan fokus manajemen keuangan dan kenyamanan tertentu dengan urusan uang. Tapi, hampir dari para responden tidak berfokus pada keuntungan atau keuangan ketika memikirkan tentang usaha sosial mereka. 4) *Mencapai orientasi*, faktor pendorong lainnya adalah mencapai sesuatu yang signifikan prestasi dan mendapatkan semacam pengakuan untuk itu, entah sebagai pencapaian peluang atau untuk menciptakan sesuatu. 5) *Kedekatan dengan masalah sosial*. dimana hampir semua responden membahas tentang ini, salah satu aspek pendorong motivasi kewirausahaan sosial adalah adanya ketertarikan pada masalah sosial sehingga para pelaku KS memilih pekerjaannya.

Dalam artikel penelitian Braga, Proenca, dan Ferreira [8] yang berjudul *Motivations for Social Entrepreneurship*, menyebutkan bahwa motivasi kewirausahaan memiliki tiga aspek, 1) *Motivasi dalam penciptaan usaha sosial*. Altruisme adalah alasan yang paling banyak disebutkan, sebagai keinginan untuk bekerja demi kesejahteraan masyarakat dan kepedulian untuk membahagiakan orang lain. Semangat dan minat pribadi masuk kedalam komponen sebagai yang kedua paling banyak disebutkan dilanjut dengan role model. 2) *Variasi motivasi dari waktu ke waktu*. terdapat tiga jenis persepsi mengenai perubahan motivasi, a) motivasi tetap ada, b) motivasi lebih tinggi dengan pertumbuhan dan keberhasilan proyek, dan c) motivasi berbeda. 3) *perbedaan antara motivasi untuk membuat perusahaan komersial dan usaha sosial*. Mengenai ini hanya mereka yang pernah terlibat dalam usaha komersial, namun memiliki motivasi yang sama yaitu kemauan untuk berinovasi dan berekreasi baik dalam pencapaian usaha sosial maupun usaha komersial yang digelutinya.

Masa pandemi Covid-19 saat ini yang menyerang berbagai sektor termasuk ekonomi adalah ancaman yang dapat merugikan kewirausahaan, meski begitu tidak dapat dipungkiri wirausahawan diluar sana memiliki cara tersendiri untuk mempertahankan perekonomian mereka, termasuk dengan kewirausahaan sosial. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar motivasi kewirausahaan sosial berpegang pada nilai sosial dan kesejahteraan masyarakat dalam membangun usahanya. Adanya pandemi memungkinkan mereka untuk tetap berjalan dengan berekreasi dan berinovasi demi mencapai tujuan mereka sebagai wirausahawan sosial.

4. Kesimpulan

Wirausaha sosial merupakan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan suatu usaha yang berlandaskan pada kepentingan sosial. Wirausaha sosial pada masa pandemi ini memang tidak menghasilkan banyak keuntungan, namun tetap menjalankan usahanya. Wirausaha sosial tidak melaksanakan usahanya hanya untuk meraup keuntungan semata, wirausaha sosial juga mementingkan kesejahteraan sosial. Aspek utama motivasi seorang wirausaha sosial, yakni: pemenuhan pribadi, membantu masyarakat, fokus nonmoneter, mencapai orientasi, dan kedekatan dengan masalah sosial.

Referensi

- [1] Nurhayati. Social entrepreneurship Muhammad Yunus "Grameen Bank". *Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan*. 2016; 2(1):31-48.
- [2] Reginald R. Kewirausahaan sosial pada Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan. *JESTT*. 2014 ; 1(5):333-345.
- [3] Palesangi M. Pemuda Indonesia dan kewirausahaan sosial *Seminas Competitive Advantage I*. 2012; 1(2):1-6.

- [4] Saragih R, Elisabeth M. Kewirausahaan sosial dibalik pandemi Covid 19: penelusuran profil dan strategi bertahan. *Jurnal Manajemen*. 2020; 6(1):47-56.
- [5] Marlinah L. Peluang dan tantangan UMKM dalam upaya memperkuat perekonomian nasional tahun 2020 ditengah pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*. 2020; 22(2).
- [6] Ruskin J, Seymour R, Webster C. Why create value for others? An exploration of social entrepreneurial motives. *Journal of Small Business*. 2016.
- [7] Germak A, Robinson J. Exploring the motivation of nascent social entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2013; 5(1):5-12.
- [8] Bragaa J, Proenca T, Ferreira M. Motivations for entrepreneurship-evidences from Portugal. *Review of Applied Management Studies*. 2015; 12:11-21.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
