

GERAKAN SOSIAL DAN WIRAUSAHA SOSIAL DI INDONESIA DUA SISI YANG BERBEDA DALAM SATU TUJUAN

Natalia Sari Pujiastuti

Fakultas Ilmu Teknologi dan Komunikasi, Universitas Semarang

Email : natalia@usm.ac.id

ABSTRAK

Kata kunci:
kewirausahaan sosial,
gerakan sosial, Indonesia,
pembangunan ekonomi
bangsa, dan pilar ekonomi
masyarakat

Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara gerakan sosial dan kewirausahaan sosial di Indonesia, menyoroti bagaimana keduanya, meskipun berbeda dalam pendekatan, memiliki tujuan akhir yang sama dalam mencapai perubahan sosial dan ekonomi yang positif. Dengan menggunakan metode studi kepustakaan, penelitian ini menganalisis hasil-hasil penelitian terdahulu yang diperoleh melalui penelusuran jurnal-jurnal di media elektronik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gerakan sosial telah menciptakan perubahan signifikan dalam berbagai bidang, sementara kewirausahaan sosial terbukti efektif dalam mengatasi masalah sosial secara berkelanjutan. Kombinasi kedua pendekatan ini menawarkan potensi besar untuk memperkuat pembangunan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat di Indonesia, menegaskan bahwa keduanya berkontribusi signifikan terhadap tujuan bersama dalam menciptakan perubahan sosial yang positif.

ABSTRACT

Keywords:
social entrepreneurship,
social movements,
Indonesia, the nation's
economic development, and
the economic pillars of
society

This research explores the relationship between social movements and social entrepreneurship in Indonesia, highlighting how the two, although different in approach, have the same ultimate goal of achieving positive social and economic change. Using the literature study method, this study analyzes the results of previous research obtained through searching journals in electronic media. The results showed that social movements have created significant changes in various fields, while social entrepreneurship has proven effective in addressing social problems in a sustainable manner. The combination of these two approaches offers great potential to strengthen economic development and community empowerment in Indonesia, affirming that they contribute significantly to the common goal of creating positive social change.

PENDAHULUAN

Menurut catatan British Council (2019), minat terhadap wirausaha sosial di Indonesia semakin meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan kewirausahaan secara umum. Dari sebaran artikel penelitian yang terindeks jurnal bereputasi nasional ataupun internasional sejak tahun 2017 hingga tahun 2022 menunjukkan peningkatan seiring dengan meningkatnya pemahaman, pelatihan ataupun program pendampingan tentang kewirausahaan sosial di Indonesia (Pujiastuti et al., 2023).

Sebagai negara yang akan mengalami bonus demografi di tahun 2030 dengan 180 juta generasi muda yang siap memasuki dunia kerja, lonjakan jumlah wirausaha sosial di Indonesia yang mengalami peningkatan stabil sejak tahun 2018 hingga saat ini dengan dominasi pemimpin / pendiri wirausaha sosial berusia 25 – 34 tahun adalah pertanda positif bagi pertumbuhan

wirausaha sosial di Indonesia. British Council (British Council, 2018) secara kuantitatif mengungkapkan bahwa para pemimpin muda mulai mendominasi sektor wirausaha sosial dengan rentang usia 18 – 44 tahun (75%) dan 25 -34 (46%). Tiga sektor utama yang dominan bergerak di bidang kreatif industry (22%), perkebunan dan perikanan (16%) serta pendidikan (15%).

Terdapat sekitar 342.000 organisasi di Indonesia yang bergerak di wirausaha sosial dan sekitar 2.000 yang baru teridentifikasi sebagai wirausaha sosial. Dengan jumlah tersebut, tantangan utama yang paling banyak dihadapi oleh wirausaha sosial adalah permodalan (47%) diikuti dengan tantangan lainnya seperti kesulitan memperoleh hibah (32%), keterbatasan kemampuan manajerial (31%), permasalahan rekrutmen (29%) dan kapasitas produksi yang rendah (27%). Kondisi ini menunjukkan masa depan yang optimis bagi wirausaha sosial di Indonesia berdasarkan pesatnya pertumbuhan wirausaha sosial dan lingkungan pendukung yang kuat selama lima tahun terakhir.

Secara international, Indonesia sebagai negara yang berada di peringkat 9 dari 44 negara sebagai *The best countries to be social entrepreneurs 2019*. Peringkat ini berarti Indonesia dinyatakan sebagai negara dengan kondisi yang sangat menguntungkan bagi pelaku wirausaha sosial untuk memulai dan mengembangkan bisnis sosial yang berdampak positif. Survey ini berdasarkan jajak pendapat 20 ahli kewirausahaan dari 43 negara seperti akademisi, pengusaha sosial, investor, pembuat kebijakan dan staf jaringan pendukung (Thomson Reuters Foundation Poll, 2019).

Fakta ini merupakan kabar baik untuk perkembangan wirausaha sosial di Indonesia mengingat Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar ke-4 di dunia, memiliki struktur masyarakat yang majemuk (*plural society*) yakni suatu masyarakat yang terdiri atas dua atau lebih elemen yang hidup sendiri sendiri tanpa pembaruan di dalam suatu kesatuan politik dengan perbedaan sukubangsa, agama, adat dan kedaerahan (Furnival, 1967). Kemajemukan ini berpotensi munculnya masalah-masalah sosial yang cukup menantang. Terlebih Indonesia juga mengalami penjajahan selama berabad-abad, yang meninggalkan jejak yang mendalam hingga kini. Seperti kemiskinan dan ketimpangan sosial (Reid, 1988), Pendidikan terbatas yang mengakibatkan rendahnya motivasi belajar dan literasi di kalangan masyarakat Indonesia (Kartodirdjo, 1993), disintegrasi Sosial dan Budaya karena *mental inlander* yang menyebabkan hilangnya nilai dan tradisi lokal tergeser oleh budaya asing (Taylor, 2003) dan keterbelakangan

ekonomi. Suatu tantangan besar yang harus dihadapi untuk membangun dan memajukan negara serta upaya menciptakan lingkungan yang mendorong inovasi dan partisipasi aktif dalam pembangunan bangsa.

Untuk menjawab tantangan itu, diperlukan gerakan untuk memecahkan masalah sosial yakni pergerakan kewirausahaan sosial yang inklusif dan berupaya mengatasi kesenjangan serta muncul dari individu yang terlibat (agen perubahan) atau dorongan masyarakat dengan proses “*bottom up*” , bukan dari pemerintah atau Perusahaan swasta (Pratono , et al., 2019). Kewirausahaan sosial digambarkan memiliki potensi besar dalam kegiatan ekonomi sosial yang menjadi faktor pendorong pertumbuhan ekonomi dan distribusi kesejahteraan yang merata (Haryanti, et al., 2016). Dengan demikian penekanan wirausaha sosial ada pada pencapaian misi sosial yang dilakukan untuk perubahan guna memenuhi kebutuhan sosial, mengatasi masalah sosial dan mempertahankan nilai nilai sosial (Dees & Anderson, 2006) dalam (Sijabat, 2015).

Gerakan sosial di Indonesia telah memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan memberdayakan masyarakat, terutama dalam sektor-sektor tertentu seperti pertanian, kerajinan, dan industri kreatif. Gerakan sosial ini sering kali melibatkan koperasi, kelompok usaha bersama, dan inisiatif kewirausahaan sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal. Contoh yang paling relevan adalah gerakan koperasi pertanian di Indonesia, yang bertujuan untuk meningkatkan akses petani ke pasar, teknologi, dan modal. Koperasi pertanian bahkan telah membantu memperkuat posisi tawar petani, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan pendapatan mereka (Lumintang et al., 2016). Selain itu, gerakan kerajinan tradisional dan industri kreatif juga telah menjadi sumber penghidupan bagi banyak masyarakat di Indonesia. Inisiatif kewirausahaan sosial seperti kampung kreatif dan desa wisata telah membantu mempromosikan dan mengembangkan potensi lokal dalam bidang seni dan kerajinan, sambil menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat lokal (Adhitya et al., 2019).

Oleh karena itu, gerakan sosial adalah upaya kolektif dari sekelompok individu atau organisasi yang bertujuan untuk mencapai perubahan sosial atau politik dalam masyarakat. Gerakan sosial sering kali muncul sebagai respons terhadap ketidakpuasan atau ketidakadilan dalam masyarakat, dan melibatkan mobilisasi massa, kampanye advokasi, dan berbagai bentuk aksi langsung. Pergerakan gerakan sosial telah memainkan peran penting dalam memperjuangkan

hak-hak masyarakat, mengadvokasi isu-isu lingkungan, serta memperjuangkan keadilan dan kesetaraan. Salah satu contoh pergerakan gerakan sosial yang signifikan adalah gerakan reformasi pada tahun 1998, yang melibatkan demonstrasi besar-besaran dan tuntutan untuk mengakhiri rezim otoriter pada saat itu. Gerakan sosial di Indonesia disebutkan telah mengalami transformasi yang signifikan sepanjang sejarahnya, dari perjuangan kemerdekaan hingga gerakan demokratisasi dan hak asasi manusia pada era reformasi (Wahyuni, 2019). Gerakan-gerakan ini menunjukkan keberagaman dalam taktik, strategi, dan agenda, tetapi secara konsisten menegaskan keinginan untuk memperjuangkan keadilan dan kebebasan bagi semua warga negara. Melalui upaya-upaya gerakan sosial seperti ini, masyarakat Indonesia telah berhasil memperoleh beberapa kemajuan dalam hal demokratisasi, perlindungan lingkungan, hak-hak perempuan, serta kebebasan berekspresi. Meskipun demikian, tantangan-tantangan masih ada, dan gerakan sosial terus berperan sebagai agen perubahan yang penting dalam memperjuangkan keadilan dan kesejahteraan bagi semua lapisan masyarakat.

Perjalanan Wirausaha Sosial di Indonesia

Berbicara tentang awal mula munculnya wirausaha sosial di Indonesia, bisa dimulai dari gerakan sosial yang muncul sejak jaman penjajahan (Hati & Idris, 2019). Seperti sekolah pelatihan ketrampilan untuk meningkatkan pendidikan dan kemandirian perempuan oleh Kartini di tahun 1903, Dewi Sartika yang mendirikan sekolah bidan di antara tahun 1904 dan 1912. Sementara di tahun 1922, Sekolah Taman Siswa, pendidikan inklusif bagi penduduk asli oleh Ki Hadjar Dewantara, (Pratono , et al., 2019, p. 80). Kemunculan gerakan sosial di Indonesia saat itu dikenal sebagai era “Kebangkitan Nasional” sebagai respon terhadap meningkatnya sentimen nasional pemimpin pribumi saat itu. Sama halnya organisasi keagamaan yang ikut berkontribusi menyelesaikan permasalahan sosial, seperti Komunitas Perdagangan Muslim (Syarikat Dagang Islam) pada tahun 1905 guna mendukung persaingan sehat di industri tekstil dan memberdayakan industri batik lokal. Ada juga komunitas lintas agama, Persatuan Pedatang Indonesia (Himpunan Saudagar Indonesia) yang sepakat untuk fokus membantu usaha kecil dan mengalokasikan surplus mereka guna mengajukan kredit ke Lembaga keuangan mikro yaitu Bank Nasional di Surabaya. (Pratono , et al., 2019, p. 81). Pergerakan ini yang menjadi embrio lahirnya Koperasi Indonesia yang disahkan oleh pada 12 Juli 1960, Moh. Hatta, Wakil Presiden yang merupakan ahli ekonomi.

Gerakan organisasi islam di Indonesia yang paling menonjol adalah Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama. Muhammadiyah berdiri sejak 1912 sementara organisasi Muslim tradisional Nahdlatul Ulama (NU) berdiri tahun 1926 sebagai tanggapan untuk memperkuat peran pemimpin cendekiawan muslim (kyai) dalam pesantren. Kedua organisasi ini sampai saat ini masih tetap hadir ditengah masyarakat dengan berbagai program mulai dari pendidikan, kesehatan ataupun layanan organisasi kemasyarakatan lainnya.(Pratono , et al., 2019, p. 81). Ini menunjukkan bahwa masa pra-kemerdekaan, gerakan sosial dan kewirausahaan sosial adalah dua sisi dari mata uang yang sama tumbuh sebagai respon terhadap kolonialisasi dan tuntutan rakyat untuk kemerdekaan (Hati & Idris, 2014).

Berjalannya waktu, mulai terjadi transisi pemerintahan serta perubahan pola pikir masyarakat. Organisasi non-pemerintah (LSM) lokal mengalami peningkatan dratis khususnya sejak pemerintah Indonesia meratifikasi Konvensi ILO No.87 tentang Kebebasan Berserikat dan Perlindungan Hak Berorganisasi pada tahun 1998, jumlah LSM dan asosiasi yang menyatakan diri untuk menjadi bagian dari solusi permasalahan sosial di masyarakat mulai meningkat. Salah satunya Asosiasi Kewirausahaan Sosial Indonesia (AKSI) didirikan pada tahun 2009, untuk meningkatkan jaringan bagi lebih dari 100.000 usaha sosial untuk berbagi pengetahuan dan praktik terbaik dengan gerakan berkelanjutan. Inisiatif lain datang dari ASHOKA, kemudian British Council Indonesia, yang mulai membina kewirausahaan sosial berbasis masyarakat dari tahap *start-up* dan *semi-establishment* di seluruh Indonesia (A. H. Pratono & Sutanti, 2016). British Council cukup agresif dalam melakukan serangkaian lokakarya untuk mendukung masyarakat sipil dan LSM menjadi kewirausahaan sosial dan memfasilitasi universitas untuk mendukung pendirian ekosistem kewirausahaan sosial ke dalam pengajaran, memajukan inkubasi, dan pengembangan masyarakat (A. Pratono & Sutanti, 2016)

Meski masih terdapat banyak perselisihan mengenai definisi wirausaha sosial di Indonesia, beberapa pendidik dan aktivis sosial mulai tertarik untuk mengeksplorasi penerapan wirausaha sosial di Indonesia . Beberapa definisi tentative wirausaha sosial yang berfokus pada tujuan sosial dan dampak sosial mulai bermunculan meski masih belum baku. Terungkap bahwa selama satu decade dari tahun 2013 hingga 2023, ada 6 dimensi utama isu penelitian yang banyak dilakukan penelitian wirausaha sosial di Indonesia mulai dari isu organisasi dan kebijakan, model bisnis, dampak sosial dan ekonomi, pendidikan dan inovasi, religiusitas dan gender (Pujiastuti et al.,

2023). Hal ini mengungkapkan bahwa kewirausahaan social di Indonesia menjadi suatu terobosan baru sebagai aktivitas bisnis dalam mengatasi masalah social yang melibatkan penggunaan semua sumber daya yang inovatif dan mempercepat perubahan social dalam memenuhi kebutuhan social masyarakat. Penerapan kewirausahaan social dipandang penting karena memiliki karakteristik terobosan baru dalam memecahkan fenomena social melalui pendekatan yang tidak hanya mencari keuntungan tapi juga menciptakan nilai social terutama bagi masyarakat marjinal (Tenrinippi, 2019).

Dengan menempatkan inklusivitas sebagai inti dari pembangunan ekonomi, wirausaha social telah menjadi platform yang setara sebagai komunitas dari pedesaan dan perkotaan untuk dapat bersama sama menciptakan dampak melalui pendekatan kreatif dan kolaborasi (Haryanti, et al., 2016).

Konsep Bisnis Wirausaha Sosial

Dees (2002) dalam (Wibowo. & Nulhaqim, 2015) menjelaskan bahwa cara terbaik mengukur kesuksesan kewirausahaan sosial adalah bukan dengan menghitung jumlah profit yang dihasilkan, melainkan pada tingkatan mana nilai nilai sosial (*social values*) telah dicapai dan berdampak. Hal ini diperkuat bahwa definisi kewirausahaan sosial adalah gerakan dengan misi sosial yang diusahakan dengan upaya menemukan peluang, kemudian diolah secara inovatif, melalui proses pembelajaran tiada henti serta kesiapan untuk bertindak tanpa menunggu kesiapan dukungan sumber daya yang memadai. Wirausaha sosial juga dipercaya tidak menggantungkan diri pada sumber donasi tertentu, tapi mendorong proses inovasi, adaptasi dan belajar yang berkelanjutan.

Lebih jelasnya, wirausaha sosial menurut (Palesangi, 2012), terdiri dari empat elemen yakni *social value, civil society, innovations* dan *economic activity*. *Social value* merupakan elemen paling inti sebagai wirausaha sosial, dimana bisnis yang dilaksanakan menciptakan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. *Civil society*, artinya bahwa usaha yang dilakukan berasal dari inisiatif dan partisipasi masyarakat sekitar dengan mengoptimalkan modal sosial yang ada. Artinya ada unsur pemberdayaan masyarakat dalam menjalankan usaha tersebut. *Innovations*, yang berarti adanya kemampuan inovasi untuk memecahkan masalah sosial yang memadukan antara kearifan lokal dan inovasi sosial. *Economic*

activity , yang berarti adanya keseimbangan antara profit dan social agar bisnis terus dapat berlanjut. Dalam hal ini wirausaha sosial menurut Alter (2006) dalam (Irma Pramita Sofia, 2015) berada di posisi tengah antara profit dan non profit bisnis.

Gerakan Sosial di Indonesia

Gerakan sosial di Indonesia merupakan fenomena yang kaya dan beragam dan berperan penting dalam membentuk dinamika sosial dan politik. Dari perjuangan kemerdekaan hingga era modern, berbagai gerakan sosial telah muncul untuk memperjuangkan berbagai isu, seperti hak asasi manusia, demokrasi, kesetaraan gender, dan perlindungan lingkungan. Seiring dengan perkembangan masyarakat, bentuk gerakan sosial yang muncul, strategi yang digunakan serta visi dan perubahan yang dicapai tentunya terus bergerak mengikuti jaman seiring dengan bentuk masyarakat dan relasi sosial yang semakin kompleks.

Berdasarkan penelitian, terdapat gerakan sosial baru yang memiliki beberapa ciri antara lain (1) memiliki partisipan yang plural dari usia, gender dan orientasi seksual atau profesi (2) ideologi tidak lagi sebagai alat pemersatu tapi cenderung menggunakan identitas dan nilai kultural yang beragam yang memperbesar partisipasi public agar semakin demokratis (4) isu kultural yang berkaitan dengan identitas lebih digunakan untuk melawan dominasi. (5) adanya semangat yang sama dalam menghapus ketertindasan, ketidakadilan dan ketimpangan sosial (Prasisko, 2016) .

Perkembangan studi tentang gerakan sosial tidak lepas dari pemahaman bahwa gerakan sosial sebagai kekuatan yang mendorong perubahan dan dianggap sebagai kekuatan yang efektif dalam masyarakat (Hasanuddin, 2013). Namun demikian, McAdam dkk (1996) dalam (Hasanuddin, 2013) menjelaskan bahwa keberhasilan atau kegagalan gerakan sangat tergantung pada kemampuan organisasi dalam menghadirkan tiga faktor organisasional yaitu (1) taktik mengganggu (*disruptive tactics*), yang berarti inovatif dan disruptif erat terkait dengan efektivitas gerakan sosial, karena pada umumnya gerakan sosial tidak memiliki sumber daya yang memadai, seperti dana, suara dan akses sehingga harus berfikir kreatif dan inovatif dalam menggerakkan isu sosial yang akan disampaikan dan mendapatkan perhatian (2) *radical flank effects*, yang berarti bahwa gerakan sosial harus mampu menimbulkan kepercayaan masyarakat untuk mendapatkan legitimasi dan dukungan terhadap gerakan tersebut (3) *goals*, atau tujuan yang luas, jelas dan

berdampak bagi sebagian besar masyarakat, bukan berdasarkan kepentingan individu atau kelompok semata.

Dari beberapa literatur dapat disimpulkan bahwa, keberhasilan dan kegagalan suatu gerakan sosial dapat dipengaruhi berbagai variable yang kompleks. Faktor keberhasilan dalam melakukan gerakan sosial adalah (1) adanya mobilisasi massa yang kuat dari berbagai lapisan masyarakat untuk bersama sama memperjuangkan tujuan, (2) memiliki struktur organisasi yang efisien dan terorganisir agar mampu mengkoordinir aktivitas dan strategi secara efektif (3) Penggunaan strategi komunikasi yang efektif dan framing pesan agar mendapat dukungan luas dari masyarakat dan mempengaruhi opini public serta kebijakan pemerintah. Sementara faktor kegagalan yang mengakibatkan gerakan sosial tidak dapat berjalan dengan baik karena (1) perpecahan, perbedaan pendapat, perselisihan internal dan persaingan kepentingan dalam mencapai tujuan bersama (2) Respon represif dari pemerintah atau otoritas yang menghambat gerakan sosial (3) tidak ada atau hilangnya dukungan dari masyarakat terhadap isu yang diperjuangkan (McAdam et al., 1996), (Tarrow, 2011)(Gamson, 1990),(Snow & Benford, 1998), (Porta & Diani, 2009)(Jasper, 2011).

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kepustakaan atau studi dokumen, yang berpedoman pada hasil-hasil penelitian sebelumnya. Hasil-hasil penelitian ini diperoleh melalui penelusuran jurnal-jurnal yang tersedia di berbagai media elektronik yang mudah diakses melalui internet, seperti koneksi jurnal perpustakaan, situs web yang relevan, serta perpustakaan digital. Pencarian penelitian dilakukan dengan memanfaatkan situs-situs penyedia jurnal yang terindeks secara nasional maupun internasional, seperti *Google Scholar* dan *Google Browser*. Penelusuran berfokus pada kata kunci yang relevan dengan judul penelitian, yaitu: Kewirausahaan Sosial, Gerakan Sosial, Prinsip Kewirausahaan sosial, Kajian Kewirausahaan Sosial di Indonesia. Hasil dari setiap penelusuran dianalisis lebih lanjut dan kemudian diaplikasikan untuk memperkuat analisis terkait dengan judul penelitian “Gerakan Sosial Dan Wirausaha Sosial Di Indonesia Dua Sisi Yang Berbeda Dalam Satu Tujuan”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Relevansi antara gerakan sosial dan kewirausahaan terletak pada peran keduanya dalam menciptakan perubahan sosial yang positif melalui inovasi, kolaborasi, dan pemberdayaan masyarakat. Gerakan sosial sering kali menjadi katalisator untuk menyuarkan isu-isu sosial dan memobilisasi masyarakat untuk bertindak, sementara kewirausahaan sosial mengambil pendekatan inovatif untuk mengatasi masalah sosial melalui bisnis dan model bisnis yang berkelanjutan. Sebagai contoh, gerakan sosial seperti kampanye advokasi atau demonstrasi dapat memunculkan kesadaran akan isu-isu sosial tertentu, seperti kemiskinan atau perubahan iklim. Kemudian, kewirausahaan sosial dapat merespons isu-isu tersebut dengan menciptakan solusi inovatif, seperti teknologi ramah lingkungan atau model bisnis inklusif, yang tidak hanya memberikan manfaat sosial tetapi juga menghasilkan keuntungan finansial yang berkelanjutan (Dacin et al., 2010).

Tabel 1. Gerakan Sosial dan Kewirausahaan Sosial

Aspek	Gerakan Sosial	Kewirausahaan Sosial
Definisi	Upaya kolektif yang diorganisir untuk mencapai perubahan sosial atau politik.	Penggunaan prinsip-prinsip bisnis untuk mengatasi masalah sosial dengan cara yang inovatif dan berkelanjutan.
Tujuan Utama	Mengadvokasi perubahan dalam kebijakan publik, norma sosial, atau kondisi masyarakat.	Mengatasi masalah sosial dan menciptakan nilai sosial, sering kali dengan keuntungan finansial yang juga diperhitungkan.
Pendekatan	Advokasi, mobilisasi massa, kampanye publik, dan aksi langsung.	Menggabungkan misi sosial dengan metode bisnis, inovasi produk, dan layanan yang berdampak sosial.
Sumber Daya	Dukungan dari anggota masyarakat, organisasi non-pemerintah, donor, dan relawan.	Kombinasi dari investasi sosial, pendanaan dari organisasi filantropi, pendapatan dari produk atau layanan, dan sukarelawan.
Keberlanjutan	Bergantung pada keberhasilan kampanye dan dukungan berkelanjutan dari publik dan donor.	Berfokus pada model bisnis berkelanjutan yang mendukung misi sosial dalam jangka panjang.
Contoh	Gerakan perempuan, gerakan lingkungan, gerakan hak-hak sipil.	Grameen Bank (mikrofinansial), TOMS Shoes (satu untuk satu model bisnis).

Sumber : olahan peneliti (2022)

Dengan dukungan gerakan sosial ini, banyak masyarakat di Indonesia telah dapat meningkatkan taraf hidup mereka, mengurangi kemiskinan, dan menciptakan peluang ekonomi

yang berkelanjutan untuk masa depan. Kolaborasi antara gerakan sosial dan kewirausahaan sosial dapat menghasilkan dampak yang lebih besar dalam menciptakan perubahan sosial yang berkelanjutan. Dengan memadukan kekuatan advokasi gerakan sosial dan inovasi bisnis kewirausahaan sosial, kita dapat mencapai hasil yang lebih signifikan dalam menangani masalah-masalah sosial yang kompleks di masyarakat.

Hal ini sesuai dengan pemahaman bahwa wirausaha sosial lahir bukan dari kondisi serba ada, tapi justru lahir dari masalah atau kekurangan yang dihadapi. Dengan 1001 masalah sosial yang harus diatasi, Indonesia justru seharusnya menjadi ladang subur bagi wirausaha sosial. Rhenald Kasali, penggiat Kewirausahaan Sosial dan Pendiri Rumah Perubahan juga mengungkapkan bagi sebagian orang, masalah sosial adalah tragedi yang menimpa manusia. Bagi seorang wirausaha sosial, itu adalah peluang untuk melakukan perubahan (Haryanti, et al., 2016, pp. 117 - 121). Untuk mencapai hal tersebut, kewirausahaan sosial tidak dibatasi hanya pada kegiatan sederhana seperti berusaha mengumpulkan donasi untuk disalurkan kepada yang membutuhkan namun menjadi usaha massif dalam upaya peningkatan kesejahteraan public pada umumnya (Wibowo. & Nulhaqim, 2015).

KESIMPULAN

Melalui koneksi yang erat antara gerakan sosial dan kewirausahaan sosial, dapat diciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan kemajuan dalam upaya menciptakan masyarakat yang lebih adil, berkelanjutan, dan inklusif. Dalam penelitian ini, dinamika tentang Gerakan Sosial dan Kewirausahaan Sosial di Indonesia, mengidentifikasi dua sisi yang berbeda tetapi memiliki tujuan yang sama untuk menciptakan perubahan sosial yang positif. Gerakan sosial telah menjadi kekuatan utama dalam memperjuangkan hak-hak masyarakat, memobilisasi massa, dan mempengaruhi kebijakan pemerintah dalam berbagai isu, mulai dari hak asasi manusia hingga lingkungan hidup. Di sisi lain, kewirausahaan sosial menyediakan pendekatan inovatif untuk memecahkan masalah sosial dengan memanfaatkan prinsip-prinsip bisnis yang berkelanjutan.

Penelitian ini menyoroti pentingnya kolaborasi antara gerakan sosial dan kewirausahaan sosial dalam mencapai tujuan bersama untuk menciptakan perubahan sosial yang lebih luas dan berkelanjutan di Indonesia. Melalui kerja sama ini dapat diketahui bahwa pemanfaatan kekuatan mobilisasi dan advokasi gerakan sosial serta inovasi dan efisiensi kewirausahaan sosial dapat menciptakan dampak yang lebih besar dalam memecahkan masalah sosial kompleks. Oleh karena

itu, meskipun gerakan sosial dan kewirausahaan sosial adalah dua sisi yang berbeda, mereka memiliki tujuan yang saling melengkapi untuk menciptakan perubahan sosial positif di Indonesia. Dengan menggabungkan kekuatan keduanya, kita dapat mempercepat kemajuan menuju masyarakat yang lebih adil, berkelanjutan, dan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Furnival, J. (1967). *Netherlands India: A Study of Plural Economy*. Cambridge at The University Press.
- Gamson, W. A. (1990). *The strategy of social protest*. Wadsworth Publishing.
- Hasanuddin. (2013). Dinamika Dan Pengerucutan Teori Gerakan Sosial. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 10(1), 59. <https://doi.org/10.35967/jipn.v10i1.1601>
- Hati, S. R. H., & Idris, A. (2014). Antecedents of customers' intention to support Islamic social enterprises in Indonesia: The role of socioeconomic status, religiosity, and organisational credibility. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(5), 707–737. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2014-0126>
- Hati, S. R. H., & Idris, A. (2019). The role of leader vs organisational credibility in Islamic social enterprise marketing communication. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1128–1150. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2017-0018>
- Irma Pramita Sofia. (2015). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian | Sofia | WIDYAKALA: JOURNAL OF PEMBANGUNAN JAYA UNIVERSITY. *LP2M (Lembaga Dan Pengabdian Masyarakat)*, 2. http://ojs.upj.ac.id/index.php/journal_widya/article/view/7
- Jasper, J. M. (2011). *The emotions of protest*. University of Chicago Press.
- Mcadam, D., mccarthy, J. D., & Zald, M. N. (1996). Comparative perspectives on social movements: Political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings. In *Cambridge University Press*.
- Palesangi, M. (2012). Pemuda Indonesia Dan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 1(2), 1–6. <http://www.journal.unipdu.ac.id/index.php/seminas/article/view/198>
- Porta, D. Lla, & Diani, M. (2009). *Social movements: An introduction*. John Wiley & Sons, Inc. PP - Oxford.
- Prasisko, Y. G. (2016). Gerakan Sosial Baru Indonesia: Reformasi 1998 dan Proses Demokratisasi

- Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 3(2), 9. <https://doi.org/10.22146/jps.v3i2.23532>
- Pratono, A. H., & Sutanti, A. (2016). The ecosystem of social enterprise: Social culture, legal framework, and policy review in Indonesia. *Pacific Science Review B: Humanities and Social Sciences*, 2(3), 106–112. <https://doi.org/10.1016/j.psrb.2016.09.020>
- Pratono, A., & Sutanti, A. (2016). Pacific Science Review B : Humanities and Social Sciences The ecosystem of social enterprise : Social culture , legal framework , and policy review in Indonesia. *Pacific Science Review A: Natural Science and Engineering, December*, 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.psrb.2016.09.020>
- Pujiastuti, N. S., Prabawani, B., Pradhanawati, A., & Listyorini, S. (2023). *Dinamika Penelitian Wirausaha Sosial Indonesia : Tinjauan Sistematis Literatur Review (SLR) dalam satu dekade (2013 - 2023)* (Vol. 43, Issue 4).
- Sijabat, R. (2015). The Role of Social Entrepreneurship in Enabling Economic Opportunities for the Poor: A Synthesis of the Literature and Empirical Works. *International Journal of Business and Social Science*, 6(11), 35–41. www.sksindia.com
- Snow, D. A., & Benford, R. D. (1998). *Ideology, frame resonance, and participant mobilization*. International Social Movement Research.
- Tarrow, S. (2011). *Power in movement: Social movements and contentious politics*. Cambridge University Press PP - Cambridge.
- Wibowo., H., & Nulhaqim, S. A. (2015). Kewirausahaan Sosial (Merevolusi Pola Pikir Menginisiasi Mitra Pembangunan Kontemporer). In *Program Manager*. [Dhttps://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2015/03/6-Kewirausahaan-Sosial.pdf](https://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2015/03/6-Kewirausahaan-Sosial.pdf)



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License