

Social Entrepreneurship; Initiative Efforts from Higher Education Classrooms

SALMAH SAID

Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Alauddin Makassar
salmahsaid@uin-alauddin.ac.id

ANDI MUHAMMAD ALI AMIRUDDIN

Faculty of Ushuluddin, Philosophy and Politics, UIN Alauddin Makassar
andiamiruddin@uin-alauddin.ac.id

Abstract: Inevitably, entrepreneurs contribute significantly in the economic development of a state, due to its limited resources to provide welfare for its citizens. Entrepreneurs as agents of change require a set of personal characteristics to identify and pursue opportunities, to think creatively in developing new innovative solutions or approaches, and to possess fortitude to take risk when challenges and barriers arise in creating beneficial changes for society. Grounded in the same elements, the term of business entrepreneurs is now shifted to social Entrepreneurs, which aims at creating values and benefits that have significantly massive and sustainable impact. To achieve this, social entrepreneurship requires changes in education. Ideally, the characteristics of entrepreneurs should be introduced in the early stage of education. It is important to raise students' willingness to adopt new ideas, to take initiatives, to solve problems, and develop empathy. For that reason, university plays significant roles to integrate the idea that students can be the agents of change by developing comprehensive standard of curriculum and methods of learning, and providing the opportunity to learn directly from the first hand.

Keywords: Social entrepreneurship, agents of change, students, classroom, university

Pendahuluan

Berwirausaha merupakan sebuah langkah inovatif yang kian menggeliat di berbagai kalangan untuk mewujudkan kemandirian. Kegiatan kewirausahaan tidak saja menjadi daya tarik kalangan yang masih mencari

peluang mendapatkan penghasilan, tetapi juga menjadi obyek sasar para pemilik modal dan pemilik usaha dalam rangka meningkatkan pundi-pundi penghasilan mereka. Berwirausaha dalam konteks mencari peluang usaha yang baru dan inovatif telah banyak disasar oleh kalangan luaran baru lembaga pendidikan, bahkan mahasiswa yang masih pada tahap tingkat pendidikan level awal pun telah banyak melakukan aktifitas-aktifitas kewirausahaan. Banyaknya peminat dari kalangan mahasiswa dan luaran baru dalam kompetisi wirausaha mandiri yang digagas oleh salah satu Bank plat merah di Indonesia pun menjadi bukti yang kuat betapa berwirausaha telah menjadi salah satu sarana untuk menunjukkan kemandirian dan tekad yang kuat para generasi muda untuk melahirkan ide-ide usaha yang kreatif untuk mendukung masa depan mereka.

Berwirausaha dalam konteks menghasilkan keuntungan yang maksimal bagi kepentingan pemilik modal dan para pemegang saham merupakan sebuah keniscayaan dan telah lumrah di tengah-tengah pelaku bisnis dan wirausaha. Dengan berwirausaha, tujuan utama yang hendak dicapai adalah pencapaian target usaha dengan melibatkan berbagai unsur yang terlibat di dalamnya, memaksimalkan potensi yang ada, mengalokasikan modal yang tersedia dan melakukan teknik-teknik pemasaran yang inovatif dan kreatif. Didukung oleh kiat-kiat yang tepat sasaran dan berdayaguna, berwirasuha dapat menjadi langkah konkrit dalam upaya menyejahterakan para wirausahawan dan mereka-mereka yang terlibat di dalamnya.

Dalam sebuah negara yang mengadopsi sistem pasar bebas, berwirausaha merupakan sebuah keniscayaan untuk mendukung perangkat negara dalam menyejahterakan masyarakat. Terkadang, karena keterbatasan sumber daya dan dana, negara tidak memiliki kemampuan maksimal dalam mewujudkan tujuan negara itu sendiri. Bahkan banyak ditemukan bahwa negara tidak memiliki kemampuan yang mumpuni untuk menyiapkan kesempatan kerja bagi para lulusan sekolah atau perguruan tinggi yang jumlahnya terus bertambah. Pada titik ini, berwirausaha dapat menjadi langkah solutif untuk mengurangi kesenjangan kehidupan masyarakat dan atau untuk mengurangi, bila tidak dapat mengikis habis, tingkat pengangguran yang menunjukkan grafik yang meningkat.

Berdasarkan data Biro Pusat Statistik per Agustus 2015,¹ jumlah angkatan kerja Indonesia adalah sebanyak 122,4 juta orang, dengan jumlah orang bekerja sebanyak 114,8 juta orang. Hal ini berarti bahwa terdapat 7,6 juta orang yang menganggur atau sebesar 6,18 persen. BPS juga merilis bahwa tingkat pendidikan SD masih mendominasi penduduk bekerja yaitu sebesar 44,27 persen, sementara penduduk bekerja dengan pendidikan Sarjana ke atas hanya sebesar 8,33 persen.

Sesuai dengan karakter dasarnya, berwirausaha merupakan sebuah upaya untuk 'bekerja sendiri (*self-employment*), membeli dengan harga yang telah ditentukan, kemudian menjualnya di toko atau di pasar dengan harga yang belum ditentukan.² Berwirausaha dapat pula diartikan sebagai 'semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.³ Dari karakter dasar dan pengertian ini, dapat dipahami bahwa berwirausaha pada prinsipnya sejauh mana usaha mandiri dengan kreatifitas dan inovasi yang dikembangkan, dengan memberikan keuntungan yang lebih baik bagi pelakunya.

Penganut teori ekonomi klasik dan neo-klasik telah berupaya memberikan definisi yang tepat terhadap '*entrepreneurship*', namun tidak ada definisi tunggal terhadap kata ini. Semua definisi yang ada tergantung pada sudut pandang yang digunakan: ekonomi, sosiologi, dan psikologi. Satu kelompok ahli menganalisisnya berdasarkan perspektif manajemen, sedangkan yang lain dari perspektif sosial. Dengan demikian, *entrepreneurship* memiliki konsep yang multidimensi.

Stevenson dan Jarillo (1990)⁴ mengemukakan bahwa *entrepreneurship* merupakan suatu proses penciptaan nilai dengan

¹ Biro Pusat Statistik, *Agustus 2015: Tingkat Pengangguran Terbuka*, diunduh dari <https://www.bps.go.id/Brs/view/id/1196>, tanggal 20 Juni 2016.

² Richard Cantillon, *Essay sur La Nature du Commerce un General*, diterjemahkan oleh Chantal Saucier dengan judul *An Essay on Economic Theory*, (Auburn: Mises Institute, 2010), h. 75.

³ Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/-M/XI/1995.

⁴ Lihat M. Taufiq Amir, *Corporate Entrepreneurship & Innovation*, (Jakarta: Penerbit Kencana, 2016), h. 9-10.

mengombinasikan berbagai sumber daya secara unik untuk memanfaatkan peluang yang ada. *Entrepreneurship* adalah suatu proses yang menunjukkan adanya tahapan yang berkelanjutan, yang menempatkan dan menggunakan semua sumber daya dikelola dan dikombinasikan sehingga menghasilkan nilai. Kegiatan ini digerakkan oleh *entrepreneurs*, yang melibatkan *opportunity-driven*, yang selalu memanfaatkan peluang untuk tujuan kebaikan, yang menoleransi sumber daya yang terbatas, sehingga selalu mencari cara untuk tetap dapat memanfaatkan peluang tersebut. Jadi, *entrepreneurs* (pemilik usaha) adalah orang-orang yang mencari cara untuk menghasilkan nilai melalui penciptaan atau ekspansi kegiatan ekonomi, dengan melakukan identifikasi dan eksploitasi produk-produk baru, proses dan pasar yang baru.⁵

Teori *entrepreneurship* sebagai sebuah fungsi ekonomi utamanya dicirikan dengan melihat peran seorang *entrepreneur* dalam ekonomi lebih pada tataran agregat bukan pada tataran perusahaan. Richard Cantillon (1755) adalah orang pertama yang mengakui peran penting dari seorang *entrepreneur* dalam teori ekonomi.⁶ Seorang *entrepreneur* termotivasi untuk terlibat dalam kegiatan-kegiatan *entrepreneurial* untuk memperoleh keuntungan. Cantillon mengemukakan bahwa *entrepreneur* adalah aktor utama ekonomi dengan menekankan fungsi *entrepreneur* tersebut, bukan pada personalitasnya, serta menekankan fungsi ekonomi *entrepreneur* daripada status sosialnya.⁷ Serupa dengan Cantillon, Jean Baptiste Say (1800), seorang ekonom Perancis mengemukakan definisi *entrepreneur* sebagai pihak yang mengubah sumber daya ekonomi dari wilayah yang produktifitasnya rendah ke wilayah produktifitas yang lebih tinggi dengan

⁵ Nadim Ahmad and Richard G. Seymour, *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*, diunduh tanggal 27 Juni 2016 dari www.oecd.org/std/business-stats/39651330.pdf.

⁶ Kristian Philipsen, *Entrepreneurship as Organizing: A Literature Study of Entrepreneurship*, paper to be presented at the DRUID Summer Conference, June 9 – 11, 1998, Bornholm, Denmark, h. 3. Lihat pula Hannah Orwa Bula, Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective, *International Journal of Business and Commerce*, Vol. 1, No 11: Jul 2012 (81 – 96), www.

⁷ Kristian Philipsen, *Entrepreneurship as Organizing:...*, h. 3

hasil yang lebih besar.⁸ Dengan kata lain, *entrepreneurs* menciptakan sebuah nilai.⁹

Seabad kemudian, ekonom Austria, Joseph Schumpeter mengemukakan kekuatan yang dibutuhkan untuk mendorong kemajuan ekonomi adalah peluang-peluang komersial (bahan, produk, layanan, atau bisnis) dan mengelola sebuah bisnis untuk mewujudkannya. Schumpeter menilai seorang *entrepreneur* adalah seorang agen perubahan dalam dunia ekonomi yang lebih luas.¹⁰ Hal ini dipertegas oleh Peter F. Drucker, tidak menilai seorang *entrepreneur* sebagai agen perubahan hanya bagi dirinya sendiri, tetapi juga sebagai pencetus dan berkomitmen sebagai penyebab bagi perubahan. Menurut Drucker, seorang *entrepreneur* selalu mencari perubahan, merespon terhadap perubahan tersebut, dan memanfaatkan perubahan itu sebagai sebuah peluang.¹¹ Seorang *entrepreneur* diyakini memiliki kemampuan untuk melihat dan merebut peluang-peluang baru, komitmen dan dorongan dibutuhkan untuk mengejarnya, serta kemauan gigih untuk menanggung risiko yang melekat pada setiap upaya mewujudkan peluang tersebut.

Karakteristik yang dimiliki oleh para *entrepreneurs* ini umumnya terkait dengan *innovation, risk-taking, problem-solving, cost-concern*,¹² dan *economic value creation*.¹³ Para *entrepreneurs* memiliki kreatifitas dan inovasi yang tinggi dalam menyesuaikan dan menggunakan pendekatan, konsep, metode, model, atau rancangan teknologi yang baru. Selain itu, mereka juga berani mengambil risiko dalam setiap pengambilan keputusannya dan juga memiliki kemampuan dalam mengantisipasi,

⁸ Kristian Philipsen, *Entrepreneurship as Organizing:...*, h. 3

⁹ J. Gregory Dees, *The Meaning of Social Entrepreneurship*, diunduh tanggal 28 Juni 2016 dari <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurs-hip/>.

¹⁰ Roger L. Martin, Sally Osberg, Social Entrepreneurship: The Case of Definition, *Stanford Social Innovation Review, Spring 2007*, diunduh tanggal 28 Juni 2016, dari http://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition

¹¹ Roger L. Martin, Sally Osberg, Social Entrepreneurship: The Case of Definition...Liha pula J. Gregory Dees, *The Meaning of Social Entrepreneurship...*

¹² M.Taufiq Amir, *Corporate Entrepreneurship & Innovation*, (Jakarta: Penerbit Kencana, 2016), h. 10

¹³ Ana Maria Peredo, Murdith McLean, Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept, *the Journal of World Business*, 2005, h. 9. .

menganalisis masalah dan mengambil keputusan secara efektif dan efisien. Terakhir, mereka selalu mempertimbangkan nilai tambah ekonomi dari setiap biaya yang dikeluarkan.

Martin dan Osberg menjelaskan lebih detil mengenai karakteristik seorang *entrepreneur* ini: *inspiration, creativity, direct action, courage, and fortitude*.¹⁴ Seorang *entrepreneur* terinspirasi untuk menghilangkan '*unpleasant equilibrium*' dengan menyodorkan solusi baru: produk, layanan atau sebuah proses, karena melihat kondisi ini sebagai sebuah peluang sedangkan yang lainnya menerima kondisi tersebut apa adanya. Seorang *entrepreneur* selalu berpikir kreatif dan mengembangkan solusi baru yang secara dramatis menggantikan yang telah ada. Hal ini berarti *entrepreneur* selalu menemukan cara yang sama sekali baru dalam melihat persoalan daripada mengoptimalkan sistem yang telah mapan di masyarakat. Setelah terinspirasi dan memiliki sebuah solusi yang kreatif, *entrepreneur* lalu bertindak secara langsung menciptakan produk/layanan/proses baru, tanpa menunggu orang lain atau meyakinkan orang lain untuk melakukannya. Seorang *entrepreneur* juga menunjukkan keberanian selama proses inovasi berlangsung, menanggung risiko dan menghadapi kegagalan demi kegagalan. Akhirnya, seorang *entrepreneur* memiliki keuletan untuk mendorong solusi kreatif mereka membuahkan hasil.

Dari karakteristik *entrepreneurs* ekonomi/bisnis kemudian lahir istilah *social entrepreneurship*. Perbedaan mendasar *entrepreneurship* dan *social entrepreneurship* adalah pada preposisi nilai (*value preposition*) itu sendiri. Bagi *business entrepreneur*, preposisi nilai tersebut diantisipasi dan dikelola untuk melayani pasar yang dapat membayar produk atau layanan baru, dan dengan demikian didesain untuk menghasilkan keuntungan finansial. Jadi harapan *business entrepreneur* dan para investornya adalah memperoleh keuntungan pribadi. Sebaliknya, *social entrepreneur*, bertujuan menciptakan nilai dalam lingkup yang besar, manfaat yang transformasional baik bagi lingkup masyarakat yang signifikan atau untuk masyarakat yang lebih luas. Preposisi nilai bagi *business entrepreneur*, mengasumsikan sebuah pasar yang dapat membayar inovasi yang dihasilkan dan bahkan menyediakan keuntungan yang signifikan bagi investor. Sedangkan target preposisi nilai seorang *social entrepreneur* masyarakat yang tidak terlayani, diabaikan, sangat tidak beruntung, yang tidak memiliki dukungan finansial

¹⁴ Roger L. Martin, Sally Osberg, *Social Entrepreneurship: The Case of Definition...*

dan kekuatan politik untuk mencapai manfaat transformatif dengan kekuatan mereka.

Karakteristik seorang *social entrepreneurs*, menurut beberapa pakar, tidak jauh dari karakteristik *business entrepreneurs*.¹⁵ Johnson mengemukakan bahwa mereka umumnya menekankan individu yang memiliki karakteristik *entrepreneurial* yang melakukan kegiatan bisnis untuk kepentingan sosial (Dees, 1998, dan James, 2001); tidak membiarkan keterbatasan sumberdaya menjadi kendala penciptaan nilai (Dees, 1998, Henton, *et.al*, 1997); toleransi yang lebih tinggi terhadap ketidakpastian (Prabhu, 1999); yang memiliki ide-ide yang dahsyat yang menggabungkan antara dunia isioner dengan kreatifitas pemecahan masalah untuk melakukan perubahan (Bornstein, 1998), berfokus pada visi dan peluang di masa depan dengan memberdayakan masyarakat untuk mewujudkan visi tersebut menjadi sebuah realitas dengan keinginan yang kuat untuk keadilan sosial (Catford, 1998).

Lebih jauh, *social entrepreneurs* bekerja dalam lingkungan masyarakat yang dinamis dan penuh ketidakpastian (De Leeuw, 1999), proses yang kompleks, pentingnya pengembangan dewan penasihat yang bersedia menanggung risiko (Burnham, 2002); kepemimpinan kolaboratif yang melibatkan pihak lain untuk mengambil tindakan bersama (Henton, *et.al*, 1997), serta membangun *network* untuk menjalin kerjasama dengan masyarakat dan pihak lain (Thompson, 2000; Prabhu, 1999).¹⁶

Saifan mengemukakan definisi *social entrepreneur* sebagai '*a mission-driven individual who uses a set of of entrepreneurial behavioursto deliver a social value to the less privileged, all through an entrepreneurially oriented entity that is financially independent, self sufficient, or sustainable.*'¹⁷ Dari definisi ini, dapat disimpulkan terdapat empat faktor yang membedakan *social entrepreneurs* dengan *business entrepreneurs*:¹⁸ 1). *Mission-driven*, mereka mendedikasikan diri untuk memenuhi misi mereka memberikan nilai sosial bagi masyarakat yang tidak terlayani oleh pemerintah dan swasta; 2). *Entrepreneurially*, bertindak secara *entrepreneur* yang merupakan

¹⁵ Sherill Johnson, *Young Social Entrepreneurs in Canada*, A Case Study prepared for Canadian Centre for Social Entrepreneurship, May, 2003, h. 6.

¹⁶ Sherill Johnson, *Young Social Entrepreneurs in Canada*, h. 6.

¹⁷ Samer-Abu Saifan, Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries, *Technology Innovation Management Review*, February 2012, h. 25, www.timreview.ca

¹⁸ Samer-Abu Saifan, Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries,... h. 25.

kombinasi karakteristik yang menjadikan mereka berbeda dengan *profit-oriented entrepreneurs* (*mission leader, emotionally charged, change agent, opinion leader, social value creator, socially alert, manager, visionary, highly accountable*); 3). *Entrepreneurially oriented organizations*, yakni bertindak dalam organisasi yang berorientasi entrepreneur yang memiliki budaya inovasi dan keterbukaan yang kuat; serta 4). *Financially independent organizations*, yaitu mereka bertindak dalam organisasi yang independen secara finansial yang merencanakan dan melaksanakan strategi-strategi yang menguntungkan, tujuannya adalah memberikan nilai sosial yang diharapkan dengan dukungan finansial yang mapan.

Bagi *social entrepreneur*, menurut Dees,¹⁹ misi sosialnya jelas dan menjadi utama, yang memengaruhi cara pandang dan menilai peluang yang ada. Hasil yang terkait misi menjadi kriteria utama, bukan penciptaan kekayaan, karena kekayaan hanyalah alat untuk mencapai tujuan akhir bagi *social entrepreneur*. Sebaliknya, bagi *business entrepreneur*, penciptaan kekayaan adalah alat ukur bagi penciptaan nilai. Hal ini disebabkan *business entrepreneur* tunduk pada prinsip-prinsip pasar, yang menentukan apakah mereka menciptakan nilai atau tidak. Apabila mereka tidak mampu mengubah sumber daya ke arah penggunaan yang lebih produktif, maka mereka cenderung akan tersingkir dari persaingan bisnis.

Social Entrepreneurship

Social entrepreneurship telah berkembang menjadi gerakan global yang menghasilkan solusi bagi banyak persoalan berat dunia dan mengubah cara pandang masyarakat tentang perubahan sosial. Menumbuhkan masyarakat yang inovatif untuk mencapai perubahan sosial di seluruh dunia selalu membutuhkan perubahan pola pikir (*mindset*) seluruh masyarakat tersebut, dan *social entrepreneur* berperan penting dalam mewujudkan perubahan pola pikir ini. Umumnya, anggota masyarakat berpegang teguh pada keyakinan yang sudah ada dalam masyarakat dan mengikuti pola perilaku yang telah mapan, yang tidak lagi sesuai dengan kondisi masyarakat global saat ini dan menjadi penghalang bagi kemajuan kelompok masyarakat tertentu dengan kekurangan yang dirasakannya, seperti kemiskinan dan disabilitas. *Social entrepreneurs* mengubah pola pikir dengan membantu masyarakat melihat potensi mereka yang belum tergali dan menghargai konektifitas masyarakat global. Lebih jauh, *social entrepreneurs* mengubah

¹⁹ J. Gregory Dees, *The Meaning of Social Entrepreneurship...*

cara pandang masyarakat dari 'aku' menjadi 'kami' dan akhirnya 'kami semua'.²⁰

Beberapa ahli telah melakukan riset tentang *social entrepreneurship* ini dengan istilah yang beragam: ²¹ (1). Peredo dan Chrisman (2006) menggunakan istilah *community entrepreneurship*, dimana masyarakat sebagai pelaku dan sekaligus pengguna kegiatan-kegiatan *entrepreneurial*, contohnya sebuah desa terlibat dalam perkebunan, penjualan, dan perdagangan kopi yang adil; (2). Waddock dan Post (1991) menggunakan istilah *social change agents*, yang menggambarkan individu-individu yang menghilangkan persepsi masyarakat tentang isu-isu sosial yang spesifik, contohnya John Elkington pendiri 'Sustainability' hingga Bono, anggota band U2; (3). Mair dan Marti (2008), menggunakan istilah *institutional entrepreneurs*, individu atau organisasi yang mengubah tatanan sosial dan institusi yang menghambat pembangunan; (4). Dorado (2006) yang meneliti tentang *social ventures*, perusahaan bisnis yang menghasilkan produk atau jasa yang menciptakan manfaat sosial atau manfaat lingkungan seperti memproduksi botol minuman yang ramah lingkungan; (5). Fowler (2000) yang meneliti tentang *entrepreneurial not-for-profit organizations* yang terlibat dalam kegiatan-kegiatan komersial untuk menciptakan aliran pendapatan dan meningkatkan keberlangsungan finansial; (6). Borzaga dan Defourny (2001) yang meneliti tentang *social enterprise*, yaitu organisasi yang mengikuti prinsip-prinsip koperasi; dan (7). Alvord *et.al* (2004) menggunakan istilah *social innovation*, dimana inovasi diartikan secara luas dan melibatkan proses dan teknologi untuk kepentingan sosial.

Kegiatan *social entrepreneurship* sebenarnya bukanlah hal yang baru karena Florence Nightingale telah memulainya pada tahun 1860, ketika Nightingale mendirikan rumah sakit St. Thomas dan *the Nightingale School for Nurses* pada rumah sakit tersebut.²² *Social entrepreneurship* juga dapat ditelusuri dari aktifitas Robert Owen sebagai penggerak koperasi pertama

²⁰ David Bornstein, Susan Davis, *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*, (New York Oxford: University Press, 2010), h. 15.

²¹ Johanna Mair, *Social Entrepreneurship: Taking Stock and Looking Ahead*, *World Entrepreneurship Forum 2008 Edition*, IESE Business School.

²² Anonim, *Florence Nightingale Biography, Nurse (1820 – 1910)*, Publisher A&E Television Networks diunduh tanggal 27 Juni 2016 dari <http://www.biography.com/people/florence-nightingale-9423539>.

dengan mendirikan kelompok koperasi seperti *Grand National Consolidated Trades Union (1834)* and *Association of All Classes of All Nations (1835)*.²³

Selain itu, terdapat Muhammad Yunus yang mendirikan Grameen Bank (*banking for the poor*) di Bangladesh pada tahun 1983 juga merupakan salah satu contoh *social entrepreneurship*.²⁴ Yunus bukan hanya menyediakan kredit mikro, tetapi lebih dari itu, merintis ide bisnis sosial, sebuah cara yang sama sekali baru dengan menggunakan semangat kreatif bisnis untuk mengatasi masalah-masalah sosial, mulai dari kemiskinan dan polusi sampai pada layanan kesehatan dan pendidikan yang tidak memadai.²⁵ Melalui Grameen Bank, Muhammad Yunus memberdayakan masyarakat Bangladesh, dengan nasabah sekitar 97% adalah perempuan, yang hidup di bawah garis kemiskinan. Bukan hanya membuat mereka bertahan hidup tetapi juga membebaskan masyarakat luas dari himpitan kemiskinan dengan meningkatkan standar hidup dengan swadaya mereka sendiri. Saat ini, Grameen Bank di Bangladesh memiliki 2.564 cabang dengan total staf sebanyak 19.800 orang yang melayani sekitar 8,29 juta orang peminjam dari 81.367 desa tersebar di seluruh Bangladesh. Grameen Bank juga mampu mengumpulkan dana angsuran sekitar US\$1,5 juta setiap pekan. Selain itu, metode Grameen Bank telah diaplikasikan pada proyek-proyek *microfinance* di 58 negara di dunia, termasuk Amerika Serikat, Kanada, Perancis, Belanda, dan Norwegia.²⁶

Dari gambaran di atas, dapat disimpulkan bahwa *social entrepreneurship* memiliki tiga komponen berikut:²⁷ (1) mengidentifikasi ekuilibrium stabil namun tidak adil secara inheren yang menyebabkan pengecualian, marginalisasi, atau penderitaan bagi sekelompok masyarakat yang tidak memiliki sarana keuangan atau kekuatan politik untuk mencapai manfaat transformatif dengan kekuatan mereka sendiri; (2) mengidentifikasi

²³ Anonim, *Robert Owen Biography*, diunduh tanggal 27 Juni 2016 dari <http://www.biographyonline.net/business/robert-owen.html>

²⁴ Anonim, *Muhammad Yunus, Grameen Founder*, diunduh, tanggal 26 Juni 2016 dari <http://www.grameen-info.org/grameen-founder-muhammad-yunus/>.

²⁵ Anonim, *Muhammad Yunus, Creating A World without Poverty*, diunduh tanggal 26 Juni 2016 dari <http://www.muhammadyunus.org/index.php/professor-yunus/publications/creating-a-world-without-poverty>,

²⁶ Anonim, *Muhammad Yunus, Grameen Founder*, diunduh tanggal 26 Juni 2016 dari <http://www.grameen-info.org/grameen-founder-muhammad-yunus/>.

²⁷ Roger L. Martin, Sally Osberg, *Social Entrepreneurship: The Case of Definition...*

kesempatan dalam kesetimbangan yang tidak adil ini, mengembangkan preposisi nilai sosial, dan memiliki, kreativitas, aksi langsung, keberanian, dan keuletan, sehingga menantang hegemoni negara yang stabil ini; serta (3) menempa keseimbangan baru dan stabil, yang melepaskan potensi yang terperangkap atau menghilangkan penderitaan kelompok masyarakat yang disasar, dan melalui imitasi dan penciptaan ekosistem yang stabil di sekitar ekuilibrium baru untuk memastikan masa depan yang lebih baik bagi kelompok masyarakat yang disasar dan bahkan masyarakat secara luas.

Sejalan dengan hal tersebut, Dees mengemukakan aspek *entrepreneurial* dalam *social entrepreneurship* tersebut adalah termasuk tiga hal:²⁸ a). Pengakuan dan upaya tak kenal lelah mencari peluang-peluang baru untuk mencapai penciptaan nilai sosial; b). Keterlibatan yang kontinu dalam inovasi dan modifikasi; serta c). Aksi nyata yang dilakukan dengan tidak menghiraukan keterbatasan sumberdaya yang ada. Dees menghasilkan tiga hal ini dengan memadukan konsep penciptaan nilai dari Say, konsep inovasi dan perubahan dari Schumpeter, konsep mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang-peluang dari Drucker, serta konsep *resourcefulness* dan penolakan terhadap keterbatasan sumberdaya dari Stevenson.²⁹ Ketiga hal ini dan didukung dengan kemampuan untuk menanggung risiko merupakan faktor utama pendorong terciptanya *social entrepreneurship*.

Social entrepreneurship sebagai suatu disiplin ilmu baru memasuki tahap awal perkembangannya dan menyimpan peluang besar untuk membangun konsep dan melakukan riset empiris untuk menentukannya secara operasional. Hal ini disebabkan dalam realitasnya sampai saat ini belum ada teori dominan yang dapat menggambarkan secara jelas mana yang termasuk *social entrepreneurship* dan mana yang bukan. Umumnya, referensi-referensi yang ada saat ini hanya menjelaskan kasus-kasus tertentu

²⁸ Ana Maria Peredo, Murdith McLean, Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept, *the Journal of World Business*, 2005, h. 9.

²⁹ Ana Maria Peredo, Murdith McLean, Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept, h. 9.

dan pertimbangan praktis bagi pengembangan dan praktik dari *social entrepreneurship* dan *social entrepreneur*.³⁰

The Roles of University

Menurut Ciputra, seorang pengusaha properti bertaraf internasional, *entrepreneurship* penting diajarkan di bangku sekolah dengan beberapa alasan, antara lain:³¹ a). Umumnya, generasi muda tidak dibesarkan dalam budaya wirausaha, inspirasi dan latihan usaha tidak banyak diajarkan di bangku sekolah; b). Tingginya pengangguran di Indonesia yang mencapai angka 10,93 juta jiwa pada tahun 2006; c). Lapangan kerja sangat terbatas, tidak sebanding dengan jumlah pencari kerja; d). Pertumbuhan *entrepreneur* selain dapat menampung tenaga kerja, juga dapat menciptakan kesejahteraan masyarakat secara luas. Lebih lanjut Ciputra mengemukakan bahwa menurut David McClelland, seorang sosiolog terkemuka, suatu negara akan maju jika terdapat *entrepreneur* sedikitnya sebanyak 2% dari jumlah penduduk. Ciputra berpendapat bahwa istilah *entrepreneur* tidak hanya berkaitan dengan dunia usaha, atau pengusaha, tetapi juga berkaitan dengan bidang lain. Menurutnya terdapat empat kelompok *Entrepreneur*:³²

1. *Business Entrepreneur*. Kelompok ini terbagi menjadi dua yaitu *Owner Entrepreneur* and *professional Entrepreneur*. *Owner Entrepreneur* adalah para pencipta dan pemilik bisnis. *Professional Entrepreneur* adalah orang-orang yang memiliki daya wirausaha akan tetapi mempraktikkannya pada perusahaan orang lain.
2. *Government Entrepreneur*: pemimpin negara yang mampu mengelola dan menumbuhkan jiwa dan kecakapan wirausaha penduduknya, contohnya Lee Kuan Yew, pemimpin negara Singapura.
3. *Social Entrepreneur*: para pendiri organisasi-organisasi social kelas dunia yang berhasil menghimpun dana masyarakat untuk melaksanakan tugas

³⁰ John Frederick A. Lauron, *ADVOCACY PLAN: Social Entrepreneurship as A Social Movement Program of the Ateneo de Manila Senior High School in the K-12 Curriculum*, diunduh tanggal 26 Juni 2016, dari [http://www.academia.edu/7815617/ADVOCACY PLAN Social Entrepreneurship as a Social Involvement Program of the Ateneo de Manila Senior High School in the K-12 Curriculum](http://www.academia.edu/7815617/ADVOCACY_PLAN_Social_Entrepreneurship_as_a_Social_Involvement_Program_of_the_Ateneo_de_Manila_Senior_High_School_in_the_K-12_Curriculum)

³¹ Disampaikan Ciputra dalam kuliah perdana mahasiswa baru Program Pascasarjana Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, angkatan 2007, pada hari Senin, 10 September 2007, diunduh dari <http://pasca.ugm.ac.id/v3.0/news/id/1>, tanggal 23 Juni 2016.

³² Disampaikan oleh Ciputra dalam kuliah perdana mahasiswa baru Program Pascasarjana Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, angkatan 2007.

sosial yang mereka yakini, seperti Muhammad Yunus, pendiri Grameen Bank dan peraih Nobel perdamaian tahun 2006.

4. *Academic Entrepreneur*: para akademisi yang mengajar atau mengelola lembaga pendidikan dengan pola dan gaya *entrepreneur* sambil tetap menjaga tujuan mulia pendidikan, contohnya Harvard dan Stanford Universities.

Ciputra berpendapat bahwa menjadi *entrepreneur* dapat dipelajari dan untuk menciptakan jumlah *entrepreneur* yang memadai di Indonesia, maka Indonesia perlu melakukan *quantum leap*. Menurutnya, terdapat tiga gagasan dalam *quantum leap*:³³ a). Harus terdapat kurikulum yang mengajarkan tentang kewirausahaan pada level pendidikan dasar dan menengah; b). *Entrepreneur* juga harus diciptakan dan dikembangkan pada level perguruan tinggi; dan c). Harus terdapat gerakan nasional pelatihan kewirausahaan yang dilakukan oleh pemerintah maupun masyarakat, agar gerakan ini dapat menjangkau masyarakat luas yang berada di luar bangku sekolah.

Universitas sebagai lembaga pendidikan tinggi tentu saja dapat memainkan peran yang sangat penting dalam rangka melahirkan wirausaha-wirausaha mumpuni. Sebagai pusat keunggulan dengan dukungan tenaga-tenaga handal dan professional, baik dari segi metodologi dan konten, universitas dapat menjadi pemicu lahirnya bidang-bidang keilmuan yang potensial menciptakan lapangan kerja yang baru dan kreatif. Hal ini dapat berlaku pada upaya untuk melahirkan tenaga-tenaga wirausahawan social yang relative baru dalam dunia pendidikan tinggi.

Secara umum, relasi universitas dan kewirausahaan sosial memang masih relatif baru. Di banyak universitas ternama di luar negeri, kewirausahaan sosial baru mulai diperkenalkan pada pertengahan 1990an. Mata kuliah *Social Entrepreneurship* pertama kali diperkenalkan oleh Gregory J. Dees pada tahun 1994 di Harvard University.³⁴ Hal ini kemudian diikuti oleh beberapa universitas ternama di Amerika seperti Stanford, Berkeley, dan Columbia. Sejak saat itu, banyak ditemukan pengajaran kewirausahaan sosial di berbagai universitas yang lain. Untuk kawasan Eropa, matakuliah kewirausahaan sosial pertama kali diajarkan oleh

³³ Disampaikan oleh Ciputra dalam kuliah perdana mahasiswa baru Program Pascasarjana Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, angkatan 2007.

³⁴ David Bornstein, Susan Davis, *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*, Oxford University Press, New York, 2010, h. 14.

Maximilian Martin dari Universitas Genewa di Swiss dan Pamela Hartigan dari Yayasan Schwab pada tahun 2003.³⁵

Dalam pantauan *the Ashoka Foundation* pada tahun 2002, ditemukan paling tidak terdapat 10 universitas di Amerika Serikat yang secara aktif mengajarkan *Social Entrepreneurship*. Kesepuluh universitas tersebut adalah Columbia University, Georgetown College, Harvard University, Northwestern University, Stanford University, UCLA, University of California Berkeley, University of Michigan, University of North Carolina-Chapel Hill dan Yale University.³⁶

Beberapa tahun kemudian, pengajaran *Social Entrepreneurship* pun makin menjamur di beberapa belahan dunia yang lain. Said Business School (bagian integral Oxford University) di Inggris menjadi universitas pertama yang menawarkan konsentrasi *Social Entrepreneurship* kepada para mahasiswa program MBA.³⁷ Kehadiran Skoll Centre for Social Entrepreneurship di Oxford bahkan menjadi pelopor utama perkembangan *social entrepreneurship* dengan melakukan berbagai kegiatan seperti penelitian, menghadirkan narasumber dalam berbagai forum seminar, dan bahkan menginisiasi pertemuan tahunan yaitu Skoll World Forum on Social Entrepreneurship. The Tata Institute of Social Sciences (TISS) di India untuk pertama kalinya menawarkan program MBA untuk *social entrepreneurship* pada tahun 2007-2009.³⁸ Program ini didesain untuk melahirkan pendekatan-pendekatan inovatif dan berkelanjutan untuk mengatasi berbagai isu yang bersentuhan dengan kaum papa, kaum lemah dan mereka yang selama ini berada pada posisi yang terpinggirkan. Sistem pembelajaran yang diterapkan oleh Tata Institute merupakan gabungan yang seimbang antara penyajian materi di ruang kelas dengan pembelajaran berbasis praktikum. Sementara The Asian Institute of Management the Philippines di Manila, dianggap menawarkan program *social entrepreneurship* yang paling

³⁵ Debbi D. Brock and Susan D. Steiner, "Social Entrepreneurship Education: Is It Achieving the Desired Aims?." Diunduh tanggal 20 Juni 2016 dari <http://ssrn.com/abstract=1344419>.

³⁶ Debbi D. Brock and Susan D. Steiner, "Social Entrepreneurship Education: Is It Achieving the Desired Aims?."

³⁷ Debbi D. Brock and Susan D. Steiner, "Social Entrepreneurship Education: Is It Achieving the Desired Aims?."

³⁸ Rama Krishna Reddy Kummitha, Satyajit Majumdar, Dynamic Curriculum Development on Social Entrepreneurship – A Case Study of TISS, *The International Journal of Management Education*, 13 (2015),

inovatif dimana para wirausahawan sosial yang dididik, tidak dinyatakan lulus dalam program yang mereka ikuti selama lembaga-lembaga yang mereka pimpin belum mencapai tujuan yang telah mereka tentukan.³⁹

Untuk kondisi Indonesia, beberapa universitas di bawah Kementerian Riset dan Teknologi, baik yang negeri maupun swasta juga telah menunjukkan perhatian terhadap isu-isu seputar kewirausahaan sosial. Universitas Gadjah Mada, misalnya, dicanangkan untuk mejadi universitas kewirausahaan sosial sebagaimana disampaikan oleh rektor Dwikorita Karnawati di awal-awal masa jabatannya pada tahun 2014. Menurutnya, penelitian yang dilakukan di universitas harus memiliki tanggungjawab untuk melakukan perubahan pada berbagai sektor, baik pemerintahan, industri maupun untuk kepentingan masyarakat secara umum dan tidak hanya untuk kepentingan peneliti semata.⁴⁰ Untuk mendukung hal tersebut, UGM akan membenahi kurikulum yang berkaitan dengan *social entrepreneurship*. Hal ini dimaksudkan agar seluruh mahasiswa UGM dalam program studi apa pun yang digeluti akan mendapatkan mata kuliah yang dapat mengasah kemampuan dan kretifitas mereka dalam bidang *social entrepreneurship*.⁴¹

Universitas Ciputra yang mengusung *tag* sebagai universitas *entrepreneurship* juga menunjukkan perhatian kepada pengajaran *social entrepreneurship*. Universitas Ciputra menyatakan bahwa salah satu peminatan bagi lulusan program Magister Manajemen Universitas Ciputra adalah menunjukkan capaian *social entrepreneurship*. Peminatan ini ditujukan bagi para professional ataupun penggerak sektor nirlaba dan bidang sosial agar mereka dapat meningkatkan kemampuan *entrepreneurial* dalam mengelola institusi mereka.⁴² Secara spesifik, Universitas Ciputra menawarkan konsentrasi *Government and Social Entrepreneurship* yang

³⁹ Debbi D. Brock and Susan D. Steiner, "Social Entrepreneurship Education: Is It Achieving the Desired Aims?."

⁴⁰ 'Dwikorita, Aims to Make UGM A Social Entrepreneur University,' dalam *The Jakarta Post*, Monday Nov 24, 2014, diunduh tanggal 23 Juni 2016 ddari <http://www.the-jakartapost.com/news/2014/11/24/dwikorita-aims-make-ugm-a-social-entrepreneur-university.html>.

⁴¹ Lihat, <http://nasional.sindonews.com/read/1018002/162/meningkatkan-social-entrepreneurship-mahasiswa-1435552094>. Diakses pada tanggal 23 Juni 2016.

⁴² Lihat <http://www.uc.ac.id/pascasarjana/peminatan/>. Diakses pada tanggal 23 Juni 2016.

menyasar para Pegawai Negeri Sipil yang hendak melanjutkan pendidikan mereka di bidang Magister Manajemen.⁴³

Pertanyaan yang kemudian menyeruak adalah langkah apa yang telah diambil oleh lembaga-lembaga pendidikan tinggi di bawah koordinasi Kementerian Agama sebagai respon terhadap perkembangan di bidang *social entrepreneurship*? Apakah telah ada langkah konkrit untuk memasukkan *social entrepreneurship* dalam kurikulum atau matakuliah yang disajikan? Disadari bahwa perhatian lembaga pendidikan tinggi di bawah Kementerian Agama terhadap *entrepreneurship*, terlebih lagi *social entrepreneurship* masih belum tampak di permukaan. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor. Yang pertama, lembaga pendidikan tinggi di bawah Kementerian Agama selama beberapa dekade hanya bergelut dengan kajian keagamaan sebagai amanat layaknya sebuah lembaga pendidikan tinggi bernama Institut. Perhatian terhadap kurikulum di luar kajian keagamaan masih belum mendominasi. Kedua, kewirausahaan merupakan matakuliah yang banyak terkait dengan program studi ekonomi dan turunannya, sementara program studi tersebut masih merupakan program studi yang baru setelah perguruan tinggi di bawah Kementerian Agama mendapat mandat yang lebih luas dengan beralihnya beberapa lembaga pendidikan tinggi tersebut menjadi universitas. Ketiga, masih minimnya tenaga pengajar yang memiliki kapasitas untuk mengampu matakuliah kewirausahaan. Ketersediaan tenaga pengajar yang ada lebih didominasi oleh tenaga-tenaga kependidikan yang beralih dari status pegawai setelah menjalani pendidikan di tingkat magister, baik manajemen maupun konsentrasi yang sebidang. Faktor-faktor ini disinyalir telah menjadi kendala dalam mengarusutamakan kewirausahaan, apatah lagi kewirausahaan sosial di perguruan tinggi di bawah Kementerian Agama. Namun demikian, kondisi ini telah mengalami pergeseran di beberapa perguruan tinggi Islam walau masih secara perlahan.

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, sebagai salah satu lembaga pendidikan tinggi di bawah administrasi Kementerian Agama, sejak beberapa tahun terakhir telah menjadikan matakuliah kewirausahaan sebagai matakuliah universitas yang wajib disajikan di semua program studi yang dibinanya. Hal ini merupakan sebuah langkah maju untuk menjadikan kewirausahaan sebagai modal dasar bagi para mahasiswa untuk mendapatkan pencerahan terkait segala aspek kewirausahaan.

⁴³ Lihat <http://www.uc.ac.id/pascasarjana/keunggulan/>. Diakses pada tanggal 23 Juni 2016.

Initiative Efforts to Foster Social Entrepreneurship from Classroom

Upaya inisiatif untuk memperkenalkan *Social entrepreneurship* di UIN Alauddin Makassar dapat dilakukan dalam bentuk penyajian matakuliah *Social entrepreneurship*. Matakuliah tersebut dapat berdiri sendiri, dapat pula diintegrasikan dengan matakuliah kewirausahaan yang telah ada sebagai matakuliah wajib universitas. Untuk mendukung hal tersebut berikut ini adalah usulan matakuliah *Social Entrepreneurship* secara tersendiri dengan menggunakan pendekatan *Service Learning* sebagai salah satu model baru pendekatan pembelajaran yang diadopsi dari proyek SILE (*Supporting Islamic Leadership*) di UIN Alauddin Makassar.

Silabi Matakuliah Social Entrepreneurship

Berikut ini outline topik yang akan dibahas dalam matakuliah Social Entrepreneurship:

1. Pengantar Entrepreneurship dan Social Entrepreneurship
2. Perbedaan Karakteristik Entrepreneurship dan Social Entrepreneurship
3. Identifikasi Masalah Sosial
4. Identifikasi *Opportunity : Innovation, Scalability, Resources*
5. Model bisnis yang berkelanjutan
6. *Measuring Outcomes: Social Return on Investment, Social Impact Analysis, Triple Bottom Line (social, environmental, financial), Balance Scorecard for Social Venture*
7. *Service Learning: (pertemuan 7 – 15)*
8. Survei lapangan dan ‘tudang sipulung’
9. Penyusunan proposal Social Venture
10. Presentasi proposal Social Venture
11. Implementasi proposal Social Venture (Pertemuan 11 – 15)
12. Refleksi dan penilaian

Metode Penyajian Matakuliah Social Entrepreneurship

Service Learning merupakan salah satu metode pembelajaran yang memberikan penekanan pada aspek praktis yaitu penerapan pengetahuan perkuliahan di tengah-tengah masyarakat sekaligus berinteraksi dan menjadi solusi terhadap persoalan-persoalan yang dihadapi oleh masyarakat, sehingga mampu menjabarkan peran mahasiswa dan kampus dalam melakukan pengabdian kepada masyarakat.

Bagi mahasiswa, *Service Learning* memberikan model pembelajaran aktif yang tidak hanya terpaku pada kegiatan perkuliahan di ruang kelas. Di samping itu, pendekatan ini memberikan rasa tanggung jawab sebagai bagian dari masyarakat, dapat membantu aktivitas masyarakat dengan membantu dalam proyek kemasyarakatan, sehingga mahasiswa dapat menjadi lebih bertanggung jawab terhadap masyarakat di sekitarnya dan memahami bagaimana penerapan ilmunya di lapangan. Bagi dosen dan staf, *Service Learning* memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk merefleksikan tanggung jawab kepada masyarakat, termasuk memberikan kesempatan dalam membentuk karakter mahasiswa sebagai dampak dari pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Selain itu, *Service Learning* memberikan ruang bagi dosen untuk membangun proyek-proyek penelitian dan pengabdian, baik yang bersifat profit maupun non-profit di tengah-tengah masyarakat sebagai bentuk pengabdian pada masyarakat.

Silabi mata kuliah *Social Entrepreneurship* di UIN Alauddin Makassar diupayakan akan memadukan konsep *Service Learning* yang telah banyak dipergunakan di beberapa perguruan tinggi di Amerika Serikat dan Kanada dengan konsep pengabdian masyarakat yang telah diterapkan di UIN Alauddin Makassar, baik berupa PKL (Praktik Kerja Lapangan), PPL (Praktik Pengalaman Lapangan), PBL (Praktik Belajar Lapangan), dan PK (Praktik Klinik). Panduan pelaksanaan *Service Learning* ini menyajikan konsep pelaksanaan yang dibagi atas tiga bagian yaitu pra-implementasi, dimana di tahapan ini akan dilakukan survei, komunikasi dengan pihak terkait, identifikasi masalah, pengajuan dan presentasi proposal. Tahap kedua adalah implementasi dan tahap ketiga adalah pasca implementasi yang merupakan tahap evaluasi dan penilaian atas kegiatan *Service Learning* yang dilakukan.

Tahap 1. Pra Implementasi Mata Kuliah *Social Entrepreneurship*

a. Survey Lapangan/Tudang Sipulung

Sebelum pelaksanaan *Service Learning* mata kuliah *Social Entrepreneurship*, perlu diadakan survey atau observasi terhadap persoalan di suatu daerah, sekaligus menilai kemampuan daerah tersebut mengacu pada aset daerah dan kemampuan sumber daya manusianya. Selain melakukan survey dan observasi daerah, sangat penting juga di awal pelaksanaan, dosen, mahasiswa dan atau lembaga pengabdian masyarakat universitas duduk bersama atau dalam istilah daerah Sulawesi Selatan ‘Tudang Sipulung’ dengan masyarakat atau pemimpin masyarakat atau orang-orang yang dituakan dan dihormati di suatu daerah. Pembicaraan ini

harus fokus pada persoalan-persoalan di daerah yang mungkin dapat dicarikan solusi dengan menempatkan mahasiswa untuk melakukan praktik *Service Learning*. Hasil Tudang Sipulung ini kemudian diramu oleh mahasiswa mata kuliah *Social Entrepreneurship* untuk menghasilkan output yang kemudian dianalisis dan dibuat menjadi konsep kerja *Service Learning*.

b. Penemuan Masalah/Identifikasi Aset

Keluaran dari Tudang Sipulung merupakan persoalan-persoalan yang telah diidentifikasi bersama oleh dosen, mahasiswa dan masyarakat. Persoalan-persoalan ini kemudian dikaji oleh mahasiswa dengan pendampingan oleh dosen. Setelah dikaji kemudian persoalannya dikategorisasikan, ditelaah dan dikonsepskan menjadi proposal *social venture/enterprise*.

c. Perjanjian Kerjasama dan Kemitraan

Perjanjian kerjasama perlu dibuat antara institusi kampus dan masyarakat, untuk membuat batasan-batasan yang jelas dari lingkup kerja *Service Learning* yang diprogramkan dan disepakati bersama. Selain itu kerjasama dan program ini perlu juga didukung pihak swasta/pihak ketiga, utamanya dalam hal mensponsori kegiatan tersebut. Kerjasama ini bisa menjadi kemitraan dengan universitas atau masyarakat, tergantung dari mana pihak ketiga tersebut terlibat dalam aktivitas ini.

d. Pelatihan Mahasiswa/Dosen

Sebelum diturunkan untuk melakukan implementasi *Service Learning*, mahasiswa dan juga dosen harus tahu apa yang akan dilakukan melalui proposal *social venture/enterprise* yang telah dibuat bersama. Pelatihan bagi mahasiswa sangat perlu dilakukan agar tujuan dari proposal yang telah dibuat dapat tercapai. Selain aktif menjalankan proposal *social venture* yang disepakati, mahasiswa juga harus tahu membuat pengukuran terhadap pencapaian program sekaligus membuat laporan terhadap kegiatan tersebut. Pada bagian akhir, pengalaman tersebut harus dapat direfleksikan dalam kelas.

Tahap 2. Implementasi

1. Membangun Komunikasi & Kerjasama Dengan Komunitas

a. Praktik

Praktik *Service Learning* dimulai saat mahasiswa mulai ditempatkan dan mulai berinteraksi di lingkungan masyarakat. Selanjutnya mahasiswa harus memastikan bahwa persoalan yang ada dalam proposal memang merupakan persoalan nyata yang harus diselesaikan. Karenanya, mahasiswa harus senantiasa berkonsultasi dengan dosen terkait dengan hal-hal yang harus dilakukan sesuai dengan rancangan proposal. Dalam pelaksanaan ini, mahasiswa harus dilengkapi dengan form-form pengukuran dan penilaian terhadap kinerja yang dilakukan setiap mahasiswa.

b. Pelibatan Masyarakat

Masyarakat merupakan unsur utama dalam *Service Learning*. Peran masyarakat harus jelas, tidak hanya didominasi oleh aktivitas mahasiswa, tapi keberhasilan *Service Learning* juga sangat ditunjang oleh seberapa besar keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan rencana kerja. Hal seperti ini akan terlihat dari peran aktif dalam kerja di lingkungan masyarakat. Tentunya harus juga ada parameter penilaian terhadap keterlibatan masyarakat yang dituangkan dalam form pengukuran dan penilaian kegiatan.

2. Membangun Kerjasama dengan Pihak Ketiga

Pelibatan pihak ketiga (pemerintah daerah dan pihak swasta) sangat dimungkinkan, utamanya dalam mendukung dari segi finansial atau dalam bentuk fasilitas lainnya. Biasanya Pemda di daerah memiliki program kerja dan anggaran untuk masyarakatnya, sehingga pihak universitas dapat membangun mitra kerjasama dengan daerah untuk menyelesaikan masalah di daerah tersebut dengan pendekatan *Service Learning*. Demikian juga dengan perusahaan yang memiliki *Corporate Social Responsibility* (CSR) biasanya menyediakan anggaran untuk membantu kegiatan-kegiatan sosial yang dapat memajukan daerah tempat perusahaan itu berada.

3. Aturan Main Dosen

- a. Dosen sebagai fasilitator,
- b. Dosen sebagai pendengar,
- c. Dosen sebagai professional,

- d. Dosen sebagai arsiparis/dokumentator,
- e. Dosen sebagai evaluator

Adapun tanggung jawab utama Dosen dalam pembelajaran dengan metode *Service Learning* terbagi dalam 3 bagian, yaitu tugas pra aktif, tugas interaktif dan tugas pasca aktif.

1. Tugas Pra Aktif

Tugas Pra Aktif adalah tanggung jawab Dosen dalam memotivasi dan mengembangkan proses belajar yang meliputi:

- Dosen mengetahui struktur dan latar belakang model pembelajaran yang akan diterapkan dalam pembelajaran.
- Dosen memahami tentang referensi yang telah disiapkan dalam seluruh materi,
- Dosen berusaha memperoleh gambaran yang jelas tentang pengetahuan awal mahasiswa,
- Dosen menjaga proses diskusi, kerja kelompok dan kerja mandiri di dalam kelas dan di lapangan dan tetap konsisten dengan tujuan pembelajaran,
- Dosen perlu mengetahui proses kognitif mahasiswa, antara lain konsep yang berkembang pada anggota kelompok dan/atau individu, termasuk kemungkinan terjadinya konflik di dalamnya,
- Dosen memberikan fasilitas belajar mahasiswa, antara lain dengan mengajukan pertanyaan, menggunakan pertanyaan, menggunakan analogi dan metafora atau melakukan klarifikasi konsep,
- Dosen mengajukan pertanyaan dan memotivasi mahasiswa dalam penalaran, evaluasi kritis terhadap ide dan hipotesis yang muncul,
- Dosen mendiagnosis proses belajar dan mendorong perubahan konseptual,
- Dosen mendiagnosis adanya miskonsepsi dan mendorong elaborasi gagasan, terutama pada tahap aplikasi atau praktikum,
- Dosen mengamati alasan-alasan yang diajukan mahasiswa dan kemungkinan munculnya problem solving (dalam kerangka *Service Learning*),
- Dosen mencegah terjadinya analisis masalah dan sintesis temuan-temuan yang bersifat supervisial,
- Dosen mendorong mahasiswa untuk melaksanakan Student Directed Learning,

- Dosen mengevaluasi diri sendiri, apakah telah menghambat atau mendorong proses kognitif mahasiswa
- Dosen mengevaluasi secara teratur apakah para mahasiswa termotivasi dengan proses yang diterapkan dan mereka dapat memberikan saran untuk perbaikan sistem *Service Learning*.

2. Tugas Interaktif

Tanggung jawab Dosen dalam bagian Interaktif ini adalah untuk mengembangkan dan menjaga kerjasama mahasiswa, dinamika kelompok dan kreativitas mandiri, meliputi:

- Dosen memotivasi mahasiswa untuk menemukan ide-ide baru yang selaras dengan standar pembelajaran yang telah ditetapkan,
- Dosen mendorong mahasiswa untuk membuat permufakatan di antara mereka dalam hal prosedur kerja, partisipasi dan peran anggota kelompok maupun individu,
- Dosen mendorong semua partisipan perkuliahan dan/atau anggota kelompok untuk terlibat aktif,
- Dosen membina kepemimpinan kelompok maupun proses kerja mandiri,
- Dosen mengamati potensi permasalahan yang mungkin timbul dari perilaku mahasiswa (dominan, pasif, mengganggu teman, dll) sekaligus berusaha untuk mencari solusi bersama,
- Dosen mengevaluasi proses diskusi, kerja kelompok dan kerja mandiri,
- Dosen memperhatikan efisiensi waktu dan memberikan arahan kepada tiap mahasiswa untuk dapat menyusun skedulnya secara kelompok maupun individu sehingga setiap tenggat tugas dapat diselesaikan dengan baik,
- Dosen mencatat kehadiran mahasiswa,
- Dosen memberikan tanggapan dan menciptakan iklim belajar yang nyaman,
- Dosen memotivasi individu dan/atau kelompok untuk membuat evaluasi terhadap proses pembelajaran yang sedang berlangsung,
- Dosen menjaga proses diskusi, kerja kelompok dan kerja mandiri, tetap berlangsung secara dinamis,
- Dosen memberikan umpan balik dan mengevaluasi perkembangan/-kemajuan kelompok maupun individu.

3. Tugas Pasca Aktif

Tanggung jawab Dosen dalam tahapan Pasca Aktif ini adalah sebagai penghubung antara mahasiswa dengan Dosen/institusi yang meliputi:

- Dosen membantu mahasiswa untuk mencari narasumber/konsultan,
- Dosen memberi umpan balik kepada mahasiswa tentang mutu tugas mereka,
- Dosen menghadiri tatap muka pada periode diskusi, kerja kelompok dan kerja mandiri sesuai dengan jadwal, standar dan sistem pembelajaran yang telah disepakati.

4. Apa yang Boleh dan tidak Boleh

Mahasiswa dan dosen pendamping yang akan melakukan SL adalah representasi dari universitas. Mereka akan terlibat kontak langsung dengan masyarakat dalam kurun waktu yang tidak singkat, karena itu diminta untuk selalu berhati-hati dalam bertindak dan bersikap agar bisa menunjukkan yang terbaik di masyarakat. Beberapa hal yang perlu diperhatikan agar SL dapat berjalan dengan baik di antaranya:

Untuk Dosen Pendamping *Service Learning*:

- Dosen pendamping mengenalkan mahasiswa dengan prosedur, kebijakan dan kemungkinan resiko dalam kegiatan *Service Learning*.
- Dosen pendamping berdiskusi dengan mahasiswa tentang rencana pembelajaran *Service Learning* agar mahasiswa mengetahui tujuan dan sasaran pembelajaran, memahami tanggung jawab mereka serta menandatangani form persetujuan mengikuti *Service Learning*
- Dosen pendamping melakukan survey lokasi untuk pengenalan area sebelum melakukan *Service Learning* termasuk berkoordinasi dengan pemerintah dan masyarakat setempat.
- Dosen pendamping memastikan bahwa kegiatan SL di bawah tanggung jawab dan perlindungan universitas khususnya jika terlibat dengan hukum dengan catatan bahwa semua unsur yang terlibat bekerja sesuai prosedur.
- Dosen pendamping mengetahui nomor kontak layanan darurat yang terdekat dengan lokasi kegiatan SL
- Dosen pendamping memastikan keamanan moda transport yang digunakan ke lokasi, jika memungkinkan tidak mengijinkan mahasiswa menggunakan kendaraan pribadi terutama untuk lokasi SL yang jaraknya jauh dari kampus.

- Dosen pendamping melakukan survey lokasi untuk pengenalan area sebelum melakukan SL termasuk meng
- Dosen selalu memberikan pendampingan secara intensif sejak pra SL, pelaksanaan hingga evaluasi akhir

Untuk Mahasiswa Peserta *Service Learning*:

a. Pendampingan

- Mahasiswa sebaiknya bertanya, berdiskusi dan meminta bantuan kepada pembimbing bila ragu dalam bertindak.
- Mahasiswa wajib mengikuti arahan, aturan dan pedoman yang telah ditetapkan bersama dengan pendamping untuk menghindari resiko yang dapat membahayakan keselamatan peserta dan hal-hal yang tidak diinginkan terutama untuk kegiatan di luar kampus.
- Mahasiswa mengetahui nomor kontak layanan darurat.

b. Kompetensi dan skill

- Setiap mahasiswa yang akan terlibat dalam SL harus memahami latar belakang dan karakter komunitas, hukum dan aturan yang berlaku dalam komunitas serta tema SL yang diusung.
- Kegiatan SL dapat melibatkan tenaga ahli tertentu jika dibutuhkan.
- Program kegiatan dibuat fleksibel, tidak membatasi kreativitas mahasiswa dan warga.

c. Komunikasi dan retorika

- Mahasiswa menggunakan kemampuan komunikasi dan negosiasi yang bisa diterima oleh masyarakat
- Mahasiswa tidak melakukan diskriminasi terhadap individu atas dasar usia, ras, jenis kelamin, agama atau etnis

d. Etika berpakaian

- Mahasiswa berpakaian sopan, nyaman, tepat serta dapat diterima oleh masyarakat
- Mahasiswa wajib menunjukkan jati diri sebagai insan akademis yang terdidik

e. Waktu

- Jadwal kegiatan disusun bersama atau mendapat persetujuan warga untuk menghindari tumpang tindih dengan kegiatan warga dan pemerintah lokal.
- Mahasiswa dan dosen pendamping harus dapat menunjukkan disiplin waktu dan komitmen yang kuat

- Mahasiswa wajib menginformasikan kepada pembimbing jika berhalangan hadir atau terlambat hadir pada tiap kegiatan SL.
- f. Etika dan moral
 - Menghormati privasi warga dan instansi mitra SL baik perorangan maupun kelompok. Jika mengetahui informasi yang sifatnya pribadi (misalnya, file, diagnostik, kisah-kisah pribadi, dll), sangat penting untuk menjaga dan mengikuti semua aturan dan standar etika yang berlaku.
 - Memperlakukan masyarakat secara profesional dan sebagai mitra yang baik bukan kelompok minoritas yang diperlakukan dengan egoisme akademik
 - Tidak menerima atau memberikan bantuan khusus kepada perorangan dalam masyarakat yang kemungkinan dapat menimbulkan masalah di kemudian hari misalnya pinjam-meminjam uang atau barang pribadi lainnya.
 - Tidak membuat komitmen atau janji kepada komunitas dengan sesuatu yang tidak bisa dipenuhi atau tidak bisa dilaksanakan
 - Tidak melakukan hal-hal yang melanggar norma kesusilaan
 - Tidak menawarkan bisnis atau menjual produk tertentu kepada komunitas selama pelaksanaan *Service Learning*
- g. *Stakeholder* dan sumber dana
 - Kegiatan *Service Learning* dapat menggandeng stakeholder yang mempunyai visi yang sama
 - Tidak melibatkan organisasi politik termasuk atribut parpol tertentu atau pihak yang memiliki kepentingan di luar dari tujuan *Service Learning* dalam rangka kampanye atau promosi.
 - *Service Learning* dapat menerima sumbangan sukarela dari seluruh kalangan baik perorangan, perusahaan, instansi pemerintah maupun swasta
 - Menghindari pungutan liar sebagai metode pengumpulan dana

Tahap 3. Pasca Implementasi

1. Refleksi di Lapangan dan dalam Kelas

Refleksi adalah bagian penting dari kegiatan SL bertujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan. Refleksi mendorong untuk mengeksplorasi pertanyaan, tantangan, dan wawasan yang muncul sebelum, selama dan setelah pelaksanaan kegiatan. Refleksi diberikan kepada mahasiswa, masyarakat, stakeholder terkait dan pemerintah lokal

guna mendapatkan masukan-masukan untuk perbaikan kegiatan SL berikutnya. Refleksi dapat dilakukan dengan berbagai metode misalnya wawancara, angket, presentasi kelas, telling stories, menulis pengalaman dalam bentuk essay, menggambar, video kegiatan dan berbagai metode lainnya.

Refleksi oleh mahasiswa:

Refleksi adalah tahap paling akhir, dapat juga digunakan untuk menggantikan fungsi ujian akhir atau final. Pada tahapan ini mahasiswa diminta mengkaji pengalaman-pengalamannya selama berinteraksi dengan masyarakat, dihubungkan dengan bidang keilmuannya dan mereka diminta memaparkan tingkat keberhasilan yang dapat mereka capai mengacu pada ketentuan-ketentuan awal dari program kerja yang diberikan kepada mereka. Pemahaman yang mendalam dan penerapan materi pelajaran serta pengembangan keterampilan tertentu (misalnya, komunikasi, kerja sama tim, pemecahan masalah) atau sikap dan disposisi (misalnya, rasa keberhasilan, kebersamaan dan komitmen dalam pengabdian masyarakat). Refleksi juga untuk mendorong mahasiswa untuk berfikir kritis terhadap permasalahan-permasalahan yang ditemui di lapangan.

Beberapa metode refleksi untuk mahasiswa:

a. Kuesioner Pre dan Post *Service Learning*

Kuesioner ini diberikan pada awal dan akhir kegiatan *Service Learning* untuk mengukur dampak dari kegiatan *Service Learning* terhadap tingkat kepekaan dan tanggung jawab mahasiswa.

b. Refleksi model “What? So What? Now What?”

Refleksi menggunakan model ini dilaksanakan oleh mahasiswa dan komunitas, yaitu:

- What? (mendeskripsikan apa yang terjadi pada kondisi awal sebelum SL). Tanpa penilaian atau interpretasi, peserta menjelaskan secara rinci fakta-fakta dan peristiwa dari pengalaman SL.
- So What? (intervensi yang dilakukan terhadap masalah yang ditemukan, pembelajaran apa yang didapatkan? Apa bedanya dengan metode lain?) Peserta mendiskusikan perasaan mereka, ide-ide, dan analisis dari pengalaman SL.

- Now What? (refleksi, Bagaimana berpikir atau bertindak di masa depan sebagai hasil dari pengalaman ini?)
- c. Refleksi Model Clayton
Refleksi model ini dibangun dari 3 perspektif yaitu:
 - Pembelajaran akademik
 - Pembelajaran personal
 - Pembelajaran sosial
- d. Refleksi Model DEAL (Describe, Examine, Articulate Learning)
 - Describe: Mendeskripsikan pengalaman secara objektif.
 - Examine: mengevaluasi tentang pengetahuan, keterampilan, nilai, motivasi dari pihak mahasiswa.
 - Articulate Learning bertujuan untuk mengartikulasikan lesson learnt dari pembelajaran tersebut.

Refleksi untuk community partner:

Refleksi oleh masyarakat dan pemerintah lokal dapat berupa wawancara langsung maupun berupa kuesioner. Kuesioner ini memberikan kesempatan kepada komunitas untuk merefleksikan umpan balik terhadap kegiatan SL yang telah dilakukan oleh mahasiswa dalam hal ini oleh jurusan penyelenggara.

2. Monitoring

Proses monitoring dilakukan selama aktivitas *Service Learning* berlangsung, dosen penanggung jawab *Service Learning* harus melakukan monitoring paling tidak seminggu sekali untuk memantau progres atau perkembangan aktivitas *Service Learning*. dan evaluasi dilakukan di akhir kegiatan *Service Learning*, untuk meninjau tingkat keberhasilan dari kegiatan tersebut, mengacu pada parameter-parameter yang telah ditentukan sebelumnya yang dapat dinilai menggunakan Form Penilaian Akhir dan Form Evaluasi.

3. Meletakkan Landasan Pengetahuan bagi *Service Learning* Berikutnya

Kegiatan *Service Learning* diharapkan menjadi kegiatan pembelajaran yang berkelanjutan. Untuk mendukung hal tersebut maka perlu dibangun konsep dan komitmen yang kuat dari semua pihak yang terkait baik itu mahasiswa, dosen, jurusan, fakultas dan universitas. Beberapa hal yang perlu dilakukan sebagai usaha tahap awal di antaranya:

- a. Membuat pedoman *Service Learning* yang akan menjadi panduan bagi semua jurusan.
- b. Mengintegrasikan kegiatan *Service Learning* ke dalam kurikulum
- c. Kegiatan *Service Learning* tidak dilakukan secara parsial, namun memungkinkan kolaborasi antar matakuliah, antar jurusan, antar fakultas bahkan antar universitas.
- d. Agar dapat terkoordinasi dengan baik maka untuk tahap awal perlu menentukan daerah binaan sehingga kegiatan *Service Learning* dapat dipusatkan pada daerah tersebut.
- e. Membangun kerjasama dengan pihak lain baik itu perusahaan, LSM, instansi pemerintah maupun swasta agar kegiatan *Service Learning* dapat berjalan dengan baik terutama dalam hal support pendanaan.
- f. Mendata dan menganalisis masukan, saran dan kritik dari refleksi SL baik dari mahasiswa, warga maupun pemerintah sebagai landasan perbaikan bagi kegiatan *Service Learning* berikutnya.

4. Dasar-dasar Penilaian Kegiatan *Service Learning*

Salah satu manfaat dari kegiatan *Service Learning* yang diaplikasikan pada mata kuliah *Social Entrepreneurship* adalah untuk membangun kemitraan antara universitas dan masyarakat melalui aktivitas yang dilakukan oleh mahasiswa. Indikator penilaian mahasiswa pada kegiatan *Service Learning* mengacu pada peningkatan kemampuan mahasiswa dalam hal:

- a. Pembelajaran Akademik
 - Penguasaan konsep/teori/metode/teknik
 - Bagaimana aplikasi maupun realitas sesungguhnya yang terkait
- b. Pembelajaran Personal
 - Apa yang dirasakan mahasiswa
 - Bagaimana perasaan tersebut membentuk pola pikir bagi pengembangan diri
- c. Pembelajaran sosial
 - Bagaimana mahasiswa menyikapi konteks sosial
 - Sejauhmana mahasiswa merasakan ikut bertanggungjawab dalam membantu komunitas

Conclusion

Social Entrepreneurship merupakan salah satu isu menarik, baik di perguruan tinggi maupun di beberapa lembaga nirlaba di berbagai belahan

dunia. *Social Entrepreneurship* mengombinasikan antara kegiatan bisnis dengan orientasi sosial meniscayakan lahirnya dunia usaha yang peduli terhadap isu-isu sosial kemasyarakatan di sekitarnya. Namun demikian, pengajaran di berbagai ruang kelas, utamanya di Indonesia, masih sangat minim. Pengajaran *Social Entrepreneurship* di Indonesia, utamanya di perguruan tinggi yang berada di bawah Kementerian Agama, masih belum memperlihatkan perhatian yang memadai bila dibandingkan dengan universitas-universitas di berbagai belahan dunia. Dari data yang ditemukan, perhatian terhadap *Social Entrepreneurship* masih terserak dan bahkan masih sulit ditemukan sajian mata kuliah yang secara integratif menyajikan *Social Entrepreneurship* sebagai matakuliah tersendiri.

UIN Alauddin Makassar merupakan salah satu universitas Islam Negeri di bawah koordinasi Kementerian Agama yang secara faktual banyak berinteraksi dan diperhadapkan pada kenyataan masyarakat, utamanya masyarakat Muslim, tidak hanya di Sulawesi Selatan secara khusus, tapi juga di kawasan timur Indonesia. Hal ini tentu saja menuntut perhatian serius bagi UIN Alauddin Makassar untuk meningkatkan kemampuannya agar dapat menjadi katalisator dan *problem solver* bagi berbagai isu sosial kemasyarakatan di lingkungan sekitarnya. Mempersiapkan para mahasiswa UIN Alauddin agar dapat menguasai pengetahuan dan keterampilan hidup tentu saja adalah sebuah keharusan. Pengetahuan dan keterampilan berwirausaha adalah salah satu langkah strategis, utamanya yang memiliki misi sosial yang kuat.

Tawaran silabi dan pendekatan untuk pengajaran mata kuliah *Social Entrepreneurship* merupakan langkah awal untuk mempersiapkan para mahasiswa UIN Alauddin Makassar untuk siap baik dari segi pengetahuan tentang *Social Entrepreneurship*, pendekatan dan langkah-langkah yang dapat dilakukan dan dilengkapi dengan praktik lapangan dalam bentuk *Service Learning*. Silabi dan pendekatan ini merupakan langkah awal memperkenalkan mahasiswa tentang *Social Entrepreneurship* dari ruang-ruang kelas UIN Alauddin Makassar. Diharapkan, langkah ini menjadi modal awal untuk dilakukan perbaikan dan penyempurnaan di masa datang. []

Bibliography

Ahmad, Nadim., Seymour, Richard G., *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*, diunduh tanggal 27 Juni 2016 dari www.oecd.org/std/business-stats/39651330.pdf.

- Amir, M. Taufiq, *Corporate Entrepreneurship & Innovation*, Jakarta: Penerbit Kencana, 2016.
- Bloom, Gordon M., the Social *Entrepreneurship* Collaboratory (SE Lab): A University Incubator for a Rising Generation of Leading Social *Entrepreneurs*, the Hauser Center for Nonprofit Organization and the John F. Kennedy School of Government Harvard University, Working Paper No. 31, September 2006.
- Bloom, Paul N., Chatterji, Aaron K., *Scaling Social Entrepreneurial Impact*, December 2008.
- Bornstein, David, *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*, Oxford University Press, New York, 2004.
- Bornstein, David., Davis, Susan, *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*, Oxford University Press, New York, 2010.
- Brock, Debbi B., Steiner., Susan D., *Social Entrepreneurship Education: Is It Achieving the Desired Aims?* <http://www.ssrn.com/abstract=1344419>
- Bula, Hannah Orwa, Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective, *International Journal of Business and Commerce*, Vol. 1, No 11: Jul 2012 (81 – 96), www.ijbcnet.com
- Cantillon, Richard, *Essay sur La Nature du Commerce un General*, diterjemahkan oleh Chantal Saucier dengan judul *An Essay on Economic Theory*, Auburn: Mises Institute, 2010.
- Dees, J. Gregory, *The Meaning of Social Entrepreneurship*, diunduh tanggal 28 Juni 2016 dari <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/>.
- Dwikorita, Aims to Make UGM A Social Entrepreneur University,' dalam *The Jakarta Post*, Monday Nov 24, 2014, diunduh tanggal 23 Juni 2016 ddari <http://www.thejakartapost.com/news/2014/11/24/dwikorita-aims-make-ugm-a-social-entrepreneur-university.html>
- Frankel, Carl., Bromberger, Allen, *The Art of Social Enterprise: Business as if People Mattered*, New Society Publisher, Canada, 2013.
- Johnson, Sherrill, *Young Social Entrepreneurs in Canada*, A Case Study prepared for Canadian Centre for Social Entrepreneurship School of Business University of Alberta, May, 2003.

- Kummitha, Rama Krishna Reddy., Majumdar, Satyajit, Dynamic Curriculum Development on Social *Entrepreneurship* – A Case Study of TISS, *The International Journal of Management Education*, 13 (2015), pp. 260 – 267.
- Lauron, John Frederick A., *ADVOCACY PLAN: Social Entrepreneurship as A Social Movement Program of the Ateneo de Manila Senior High School in the K-12 Curriculum*, diunduh tanggal 26 Juni 2016, dari http://www.academia.edu/7815617/ADVOCACY_PLAN_Social_Entrepreneurship_as_a_Social_Involvement_Program_of_the_Ateneo_de_Manila_Senior_High_School_in_the_K-12_Curriculum
- Mair, Johanna, Social Entrepreneurship: Taking Stock and Looking Ahead, *World Entrepreneurship Forum 2008 Edition*, IESE Business School.
- Martin, Roger L., Osberg, Sally, Social Entrepreneurship: The Case of Definition, *Stanford Social Innovation Review*, Spring 2007, diunduh tanggal 28 Juni 2016, dari http://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition.
- McDowall, Hannah., Cullinan, Eva Rose, *Supporting Social Entrepreneurship in Higher Education Sector*, Higher Education Funding Council for England, 2014.
- Peredo, Ana Maria., McLean, Murdith, Social *Entrepreneurship*: A Critical Review of the Concept, *the Journal of World Business*, 2005.
- Philipsen, Kristian, *Entrepreneurship as Organizing: A Literature Study of Entrepreneurship*, paper to be presented at DRUID Summer Conference, June 9-11, 1998, Bornholm, Denmark, diunduh tanggal 27 Juni 2016 dari www.druid.dk/uploads/tx_picturedb/ds1998-33.pdf.
- Saifan, Samer-Abu, Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries, *Technology Innovation Management Review*, February 2012, www.timreview.ca
- Wilson, Kim., Harper, Malcolm., Griffith, Matthew, *Financial Promise for the Poor*, Kumarian Press, USA, 2010
- <http://nasional.sindonews.com/read/1018002/162/meningkatkan-social-entrepreneurship-mahasiswa-1435552094>. Diakses pada tanggal 23 Juni 2016.

<http://www.uc.ac.id/pascasarjana/peminatan/>. Diakses pada tanggal 23 Juni 2016.

<http://www.uc.ac.id/pascasarjana/keunggulan/>. Diakses pada tanggal 23 Juni 2016.