

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan sosial ialah bagaimana mempraktikkan pendekatan yang praktis, inovatif, serta berkelanjutan guna memberikan imbas yang positif kepada masyarakat, khususnya masyarakat kelas ekonomi bawah serta yang terpinggirkan. Kewirausahaan sosial umumnya bermaksud guna menangani masalah-masalah ekonomi atau sosial. Pada dasarnya, kewirausahaan sosial adalah suatu bisnis yang dibangun dengan tujuan mengatasi masalah-masalah yang ada di suatu kelompok masyarakat, seperti masalah ekonomi, kesehatan masyarakat, pendidikan, lingkungan, dan lain sebagainya. Dengan terus berinovasi menggunakan teknologi terkini, perusahaan-perusahaan sosial terus berupaya untuk mengisi celah-celah kesenjangan yang terdapat dalam kehidupan di sekitar mereka. Tidak hanya itu, suatu bisnis atau usaha yang dijalankan untuk kebaikan kelompok masyarakat akan meningkatkan keyakinan terhadap suatu identitas lokal, dan membantu mengembangkan kepercayaan diri masyarakat lokal akan kemampuan mereka untuk mandiri secara finansial.

Kewirausahaan sosial menurut Seelos dan Mair (2004) yang dikutip dari (Rusdianti et al., 2019) definisi kewirausahaan sosial terbagi ke dalam tiga bentuk. Pertama, kewirausahaan sosial mengacu pada gagasan organisasi nirlaba yang berupaya mencari pembiayaan untuk aktivitasnya sehubungan dengan adanya penghentian dukungan finansial dari

pemerintah, penghentian bantuan dari individu atau perusahaan sementara kebutuhan sosial terus meningkat. Bentuk pertama ini menggambarkan tuntutan agar bertindak inovatif untuk menyelesaikan permasalahan sehubungan dalam upaya mencari sumber pembiayaan agar aktivitas yang bertujuan sosial tetap berjalan. Kedua, kewirausahaan sosial menekankan pada aspek individual yang memiliki gagasan untuk memperjuangkan pengurangan permasalahan sosial. Aspek individual lebih melihat pada perilaku sebagai wirausaha sosial. Hal ini menggambarkan bagaimana ciri atau karakter dari seorang wirausaha sosial. Ada aspek kepemimpinan di dalamnya. Ketiga, kewirausahaan sosial dipandang sebagai praktik tanggung jawab sosial dari suatu entitas bisnis melalui mekanisme kerjasama dalam penyelenggaraannya. Bentuk ketiga ini lebih dikenal sebagai *corporate social responsibility* (CSR) dan kini berkembang sebagai *corporate social entrepreneurship* (CSE). (Firdaus, 2014)

Konsep kewirausahaan sosial digagas oleh Bill Dryton, pendiri Ashoka Foundation. Dryton menyatakan bahwa terdapat dua aspek penting dalam kewirausahaan sosial, yaitu (1) Adanya inovasi sosial yang memiliki potensi untuk mengubah sistem yang terdapat dalam masyarakat dan (2) Adanya individu yang memiliki semangat berwirausaha, dan beretika. Dalam berjalannya proses pemberdayaan masyarakat, dapat ditemukan kedua aspek tersebut yang dimulai dengan munculnya individu-individu yang berpotensi. Kewirausahaan sosial menurut Hulgard (2010) yang dikutip dari (Palesangi, 2012), kewirausahaan sosial dapat didefinisikan sebagai proses pembentukan suatu nilai sosial yang didapat dari hasil kolaborasi antara orang dan organisasi dari masyarakat sipil yang terikat dalam inovasi sosial yang biasanya

menceritakan aktivitas ekonomi. Munculnya kewirausahaan sosial ditandai dengan munculnya berbagai seminar yang membahas topik kewirausahaan sosial dan terbentuknya AKSI atau Asosiasi Kewirausahaan Sosial Indonesia pada tahun 2009. Kewirausahaan sosial memiliki beberapa tujuan, seperti untuk menyelesaikan masalah sosial, mengembangkan potensi yang ada di masyarakat, dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kewirausahaan sosial memberikan penekanan pada inovasi, kreativitas, kerjasama, pengembangan jejaring, dan pengenalan peluang baru. Biasanya, kewirausahaan sosial tidak semata-mata fokus pada keuntungan finansial atau profit, melainkan memiliki niat yang luhur untuk mencapai tujuan sosial. Kemiskinan adalah salah satu contoh dari berbagai macam masalah sosial yang ada. Kewirausahaan sosial hadir sebagai solusi untuk menyelesaikan masalah-masalah sosial tersebut. Jean Baptise Say dan Joseph Schumpeter menyatakan bahwa inovasi dan pembaharuan dalam proses produksi barang atau jasa merupakan karakteristik utama yang dimiliki oleh seorang wirausahawan. Kewirausahaan sosial dapat menjadi sarana untuk memecahkan masalah sosial di masyarakat. Dalam banyak kasus, wirausahawan sosial menciptakan solusi berkelanjutan bagi permasalahan-permasalahan sosial tersebut.

Permasalahan sosial dalam penanganannya yang dilakukan oleh negara-negara berkembang termasuk Indonesia adalah kegiatan kewirausahaan sosial. Kewirausahaan sosial memiliki tujuan untuk menyelesaikan masalah sosial yang ada di masyarakat terutama kemiskinan. Kewirausahaan sosial merupakan salah satu solusi yang bisa diterapkan untuk menyalurkan bantuan secara terus menerus bahkan bisa memperdayakan

masyarakat miskin, sehingga bisa terbebas dari kemiskinan tanpa mengandalkan bantuan. (Tenrinippi, 1980)

Kewirausahaan sosial kini menjadi tren di tengah masyarakat yang ada di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Banyak isu sosial di era sekarang yang tentunya para pelaku wirausaha sangat berperan didalamnya. Dengan memanfaatkan teknologi dan inovasi terbaru, para wirausaha inspiratif ini selalu berusaha untuk menciptakan dampak positif yang dapat meningkatkan kualitas kehidupan di sekitarnya. Dalam dunia kewirausahaan sosial, mengejar uang bukanlah motivasi yang utama. Menjadi agen perubahan untuk dunia adalah hal yang paling penting bagi mereka. Menurut Scwab, (2010), bahwa wirausahawan sosial memiliki peran penting untuk berbagi dalam krisis ekonomi saat ini. Melalui kewirausahaan sosial, masalah krisis keuangan dapat dipecahkan bahkan dapat memajukan pembangunan perekonomian khususnya di Asia dengan cara memaksimalkan peran masyarakat dan lingkungan melalui model bisnis yang inovatif dan efektif (Martiningtyas et al., 2023).

Kewirausahaan sosial memiliki dampak yang baik bagi kehidupan sosial masyarakat. Pada dasarnya, dalam mencari sebuah ide usaha sosial, dampak yang ingin diciptakan merupakan titik awal untuk membangun usaha sosial. Ada sebuah permasalahan di masyarakat dan tentu ada peluang usaha untuk menciptakan dampak sosial sekaligus keuntungan finansial. Dampak yang diciptakan bergantung dari jenis usaha sosial yang dilakukan. Adapun dampak positif dari kewirausahaan sebagai berikut: (Sosial et al., 2013)

1. Dampak Ekonomi

Dampak ekonomi adalah dampak dari hasil menciptakan lapangan pekerjaan

dan bisa meraih pendapatan. Contohnya:

- 1) Mengurangi angka pengangguran, khususnya bagi komunitas atau kelompok masyarakat yang dibantu
- 2) Menciptakan keuntungan komersial dari hasil produk usaha sosial yang dibuat

2. Dampak Sosial

Dampak dimana komunitas yang dibantu maupun konsumen mampu meningkatkan kualitas hidup mereka, pengetahuan, perilaku dan juga ide kreatif secara positif. Contohnya:

- 1) Semakin banyak konsumen yang tertarik dan mendukung visi dan misi usaha sosial yang dibuat
- 2) Peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup komunitas atau kelompok masyarakat yang dibantu

3. Dampak Lingkungan

Dampak lingkungan adalah dampak yang dihasilkan karena usaha sosial yang dibuat berkontribusi pada kelestarian lingkungan. Contohnya:

- 1) Jika bergerak dalam bidang pengolahan limbah plastik, kewirausahaan sosial tersebut berkontribusi dalam pengurangan limbah sampah plastik
- 2) Jika bergerak dalam bidang produksi produk ramah lingkungan, dapat berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan

4. Dampak Kebijakan Publik

Dampak kebijakan publik adalah dampak dimana kewirausahaan sosial yang dibuat mampu menarik perhatian pemangku kebijakan sampai menciptakan regulasi untuk mengembangkan usaha sosial di wilayah bersangkutan.

Contoh:

- 1) Pemerintah daerah setempat mengadakan pelatihan untuk mengembangkan kewirausahaan sosial di daerah bersangkutan
 - 2) Dibuatnya regulasi untuk peringanan pajak bagi kewirausahaan sosial
- Wirausahawan dalam kewirausahaan tidak bisa hanya bergerak di zona itu-itu saja, perlu adanya pengembangan baik dari segi produk atau jasa hingga pada proses pemasaran produk, jasa dan lainnya. Saat ini perkembangan teknologi internet di dunia khususnya di Indonesia sudah sangat jauh berkembang. Perkembangan teknologi tersebut tentunya sangat dimanfaatkan pula oleh kelompok penyandang disabilitas yang memang memiliki kewirausahaan.

Mereka (penyandang disabilitas) juga tidak ingin tertinggal oleh masyarakat umum lainnya. Tentunya internet atau media sosial jika dimanfaatkan dengan baik, akan memberikan keuntungan yang baik pula bagi pengembangan suatu usaha. Melihat bahwa saat ini banyak sekali pengguna media sosial khususnya, ini merupakan peluang bagi dunia kewirausahaan karena sudah banyak fakta usaha yang sukses dengan memanfaatkan media sosial.

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia *virtual*. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi

dialog interaktif. Media sosial juga kini menjadi sarana atau aktivitas digital marketing, seperti *Social Media Maintenance*, *Social Media Endorsement* dan *Social Media Activation*. Oleh karena itu, Media sosial kini menjadi salah satu servis yang ditawarkan oleh *Digital Agency*. (Cahyono, 2018)

Media sosial menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman- teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Hadirnya internet di era globalisasi saat ini tentunya sangat dibutuhkan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, baik dalam bersosialisasi, pendidikan, bisnis, dan lainnya. Dengan semakin majunya perkembangan internet maka media sosial pun ikut berkembang secara pesat. Media sosial adalah situs dimana seseorang dapat membuat *web page* pribadi dan dapat terhubung dengan siapa saja yang tergabung pula di dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan komunikasi.

Hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terdapat 210,03 juta pengguna internet di indonesia pada periode 2021-2022. Angka tersebut meningkat 6,7% dari periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta pengguna internet. (Melly,2022). Pesatnya pertumbuhan media sosial juga disebabkan oleh fakta bahwasetiap orang seolah-olah memiliki medianya sendiri. Pengguna media sosial memiliki akses ke internet tanpa mengeluarkan banyak uang dan dapat melakukannya sendiri dengan mudah, pengguna media sosial juga bebas

berkomentar dan mengungkapkan pendapatnya tanpa rasa khawatir. Ini karena begitu mudahnya memalsukan identitas atau melakukan kejahatan di Internet, terutama media sosial. (Cahyono, 2018)

Pengguna internet dan media sosial di Indonesia tentunya sangat membuka peluang bagi para pelaku usaha, mereka sangat memanfaatkan media sosial sebagai media promosi usaha, jual beli produk, media komunikasi, dan lainnya. Banyak dampak positif yang muncul dengan adanya media sosial di tengah masyarakat khususnya bagi dunia kewirausahaan. Dari mulai usaha yang awalnya sepi, namun dengan memanfaatkan media sosial sebagai ajang promosi, usahanya berubah menjadi ramai konsumen, ada yang usahanya sudah ramai konsumen kemudian memanfaatkan media sosial sebagai ajang promosi dan memperluas jaringan jual beli, usahanya bisa tambah ramai dan penjualannya bisa sampai keluar kota, bahkan hingga ke luar negeri.

Kelompok penyandang disabilitas tentunya penting memanfaatkan keberadaan media sosial dalam upaya meningkatkan kinerja penjualan produknya, dengan memanfaatkan media sosial maka hambatan jarak, ruang dan waktu, serta harga barang, bisa tereliminir. Tidak perlu dan tidak membutuhkan ruang yang besar untuk memamerkan atau memajang produknya. Disamping itu jarak juga tidak menjadi hambatan untuk mengirim barang, karena sudah banyak perusahaan jasa kurir untuk mengantar barang dengan harga yang murah dan cepat sampai ke konsumen. Jangkauan pemasaran pun bisa mendunia. Tenaga kerja juga bisa dimanfaatkan dengan efektif dan efisien. Oleh karena itu, para pelaku usaha kecil menengah khususnya di Indonesia sudah mulai melangkah mempromosikan dan

menjual produknya melalui media sosial agar tidak tergilas zaman. (Danang Sanggabuana, 2018)

Media sosial banyak jenisnya, ada beberapa media sosial yang dapat mengembangkan suatu usaha, yang paling banyak digunakan yaitu Facebook, Instagram, Whatsapp, Tiktok, dan lainnya.

Penelitian terdahulu tentang peran media sosial sebagai pengembangan kewirausahaan sosial yang menjadi acuan peneliti dalam mencari perbandingan serta menemukan inspirasi baru dalam menentukan judul penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Penelitian berjudul “Berwirausaha Memanfaatkan Media Sosial pada Daerah Sepatan” meyakini bahwa wirausaha sosial merupakan salah satu solusi bagi permasalahan sosial dampak dari Covid-19. Pemanfaatan media sosial Facebook menjadi strategi alternatif dalam penyelesaian masalah tersebut agar tetap menjaga keuntungan yang didapat (Ajimat et al., 2021).

Penelitian berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Untuk Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)” menyatakan bahwa UKM yang di observasi telah menggunakan media sosial dalam perusahaannya. Media sosial yang banyak digunakan oleh UKM tersebut ialah, Facebook, Twitter, dan Instragram. Bagi mereka, manfaat dari media sosial bisa melakukan pemasaran atau iklan, mendata kebutuhan konsumen, dan bisa menjadi forum diskusi Bersama konsumen (Purwiantoro et al., 2016).

Penelitian berjudul “Peningkatan Omset Penjualan Melalui Media Sosial pada Usaha Kecil Menengah Alas Kaki Berbahan Kulit” menyatakan dengan adanya *social commerce* melalui media sosial, metode pemasaran yang awalnya hanya mengandalkan metode *direct selling* atau penjualan

langsung menciptakan Batasan dalam ruang lingkup pangsa pasar. Dengan adanya media sosial pemasaran pun semakin luas tidak hanya nasional bahkan ke internasional. Media sosial yang menjadi pemanfaatan ialah, Twitter, Instagram, dan Facebook (Utomo et al., 2019).

Penelitian berjudul “Membangun Branding Produk UMKM Melalui Media Sosial Tiktok” menyatakan bahwa media sosial Tiktok pada saat ini bukan lagi hanya sebagai media hiburan saja, tetapi sebagai cara kerja baru dalam dunia usaha atau bisnis dalam promosi produk. Melakukan promosi produk melalui aplikasi Tiktok merupakan cara yang murah dan mudah dilakukan melihat pengguna aplikasi tersebut sangatlah banyak. Ketika suatu produk bisa viral di media sosial Tiktok, maka akan membuka peluang bahwa produk tersebut mulai dikenal lebih luas (Zarkasyi, 2021).

Penelitian yang berjudul “Pemberdayaan Kelompok Disabilitas Melalui Kegiatan Keterampilan *Handcraft dan Woodwork* Di Yayasan Wisma Chesire Jakarta Selatan”. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pemberdayaan yang dilakukan Yayasan untuk penyandang disabilitas tersebut, dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kegiatan pemberdayaan tersebut bagi penyandang disabilitas. Dalam penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif yang menjelaskan tentang kondisi dan fenomena yang sebenarnya. Kesimpulan dari skripsi tersebut adalah bahwa dalam kegiatan *Handcraft dan Woodwork*, pelatihan khusus dilakukan oleh Yayasan dengan menggunakan sistem "*Learning by Doing*" di antara anggota program. Hal ini memungkinkan mereka saling berbagi, bertukar pikiran, dan saling belajar satu sama lain (Rodiah, 2014).

Penelitian yang berjudul “Peran Yayasan Penyandang Cacat Mandiri

Dalam Meningkatkan Ekonomi Di Cabean, Sewon, Bantul”. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui peran yang dilakukan Yayasan tersebut dalam meningkatkan perekonomian penyandang disabilitas dan bagaimana cara yang dilakukan Yayasan tersebut selain untuk meningkatkan ekonomi penyandang disabilitas juga, Yayasan melatih keterampilan yang nantinya menunjang untuk bekerja dan memenuhi kebutuhannya sendiri. Metodologi penelitian yang digunakan menggunakan deskriptif kualitatif yang menggambarkan atas peristiwa-peristiwa yang diteliti dan diambil kesimpulan dari kegiatan tersebut. Kesimpulan dari skripsi tersebut: terdapat tiga peran yang dilakukan Yayasan Penyandang Cacat mandiri untuk meningkatkan ekonomi penyandang disabilitas yaitu melakukan pendampingan untuk memotivasi, pendampingan sebagai komunikator, terakhir melakukan pendampingan sebagai fasilitator. Dan hasil peningkatan ekonomi Yayasan Penyandang Cacat Mandiri melakukan peningkatan kualitas sumber daya manusia untuk penyandang disabilitas agar bisa menjadi lebih baik, penyandang disabilitas mendapat hidup layak karena mempunyai keterampilan yang menghasilkan ekonomi, partisipasi penyandang disabilitas dalam kelembagaan agar Yayasan lebih maju (Kusumaningrum, 2015).

Penelitian yang akan diteliti kali ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Pertama, sasaran penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini yaitu penyandang disabilitas di Dinas Sosial Kota Bandung yang mendapatkan pelatihan *Digital Marketing* yang difasilitasi oleh Dinas Sosial Kota Bandung. Kedua, jika di tinjau ada beberapa penelitian terbaru yang membahas media sosial yang digunakan untuk pengembangan kewirausahaan namun tidak dikaji sampai

mana upaya pengembangan dan dampaknya yang dilakukan oleh sasaran penelitiannya. Penelitian ini memiliki keunggulan terhadap pengembangan kewirausahaan sosial yang di fokuskan pada media sosial yang sedang banyak penggunaanya di masyarakat dan juga meneliti bagaimana upaya pengembangan media sosial tersebut, untuk mengembangkan usahanya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang Analisis Penerapan Media Sosial Untuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial Penyandang Disabilitas di Dinas Sosial Kota Bandung. Dengan mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana Penerapan Media Sosial untuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial Penyandang Disabilitas di Dinas Sosial Kota Bandung.
- 2) Bagaimana Upaya Pengembangan Promosi Produk pada Media Sosial sebagai Bentuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial Penyandang Disabilitas di Dinas Sosial Kota Bandung
- 3) Bagaimana Faktor Peluang dan Penghambat Penggunaan Media Sosial sebagai Bentuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial Penyandang Disabilitas di Dinas Sosial Kota Bandung.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti menentukan tujuan dari penelitian untuk memperoleh data dan informasi yang dapat menjawab segala bentuk pertanyaan penelitian tentang analisis peran

media sosial untuk pengembangan kewirausahaan sosial penyandang disabilitas di Dinas Sosial Kota Bandung sebagai berikut :

- 1) Menganalisis Penerapan Media Sosial Untuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial Penyandang Disabilitas di Dinas Sosial Kota Bandung.
- 2) Menggambarkan Upaya Pengembangan Promosi Produk pada Media Sosial sebagai Bentuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial Penyandang Disabilitas di Dinas Sosial Kota Bandung
- 3) Menggambarkan Faktor Peluang dan Penghambat Penggunaan Media Sosial sebagai Bentuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial Penyandang Disabilitas di Dinas Sosial Kota Bandung.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian dibutuhkan untuk memberi manfaat yang signifikan dalam suatu kondisi realitas kehidupan sosial. Penelitian ini difokuskan pada analisis penerapan media sosial untuk pengembangan kewirausahaan sosial. Maka dari itu kegunaan atau manfaat penelitian dapat diharapkan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut :

1) Kegunaan Teoritis

Secara teoritis kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan teori-teori dan konsep-konsep kesejahteraan sosial yang berkaitan dengan analisis peran media sosial untuk pengembangan kewirausahaan sosial penyandang disabilitas di Dinas Sosial Kota Bandung

2) Kegunaan Praktis

Secara praktis kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi sebagai bentuk pemecahan masalah-masalah yang berkaitan dengan analisis peran media sosial untuk pengembangan kewirausahaan sosial penyandang disabilitas di Dinas Sosial Kota Bandung.