

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Perilaku Produsen

Kata perilaku dalam KBBI merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan¹. Perilaku juga dapat diartikan sebagai tindakan nyata yang dapat diobservasi secara langsung². Selain itu perilaku juga dapat diartikan sebagai respon individu terhadap stimulus atau suatu tindakan yang diamati dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak disadari yang merupakan kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi sehingga perilaku manusia memiliki bentangan yang sangat luas³. Produsen secara sederhana adalah pembuat produk. Dalam kamus besar ekonomi, produsen merupakan penghasil produk atau pihak yang menghasilkan atau mengolah atau menyediakan jasa kepada konsumen⁴. Produsen adalah orang yang melakukan kegiatan produksi untuk menghasilkan suatu barang produksi yang akan dijual kepada konsumen dengan tujuan mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya dari barang yang diproduksinya⁵.

Beberapa ahli mendefinisikan perilaku produsen sebagai berikut. Muhammad memberikan definisi mengenai perilaku produsen sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh para produsen untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya dengan cara menghasilkan produk dengan biaya yang paling sedikit dan menggunakan faktor-faktor maupun variabel yang memiliki pengaruh kuat didalamnya⁶. Khaf juga mendefinisikan perilaku produsen sebagai sebuah kegiatan manusia yang memiliki tujuan untuk memperbaiki kesejahteraan hidup dan tidak hanya

¹ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008, 1083

² Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015, 76.

³ A.Wawan dan Dewi M, *Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Manusia*, (Yogyakarta : Nuha medika, 2010), 49

⁴ Sigit Winaryo dan Sujana Ismaya, *Kamus Besar Ekonomi*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2010, 357.

⁵ Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran* (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014), 14.

⁶ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, 2004), Hal. 256

kesejahteraan duniawi tetapi juga moralitas untuk mencapai tujuan-tujuan islam yaitu kesejahteraan dunia dan akhirat⁷.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku produsen sebagai tindakan seseorang atau organisasi dalam pengaturan produksi mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan hingga menghasilkan produk yang memiliki kualitas dan mutu yang tinggi serta dapat diterima oleh masyarakat.

Seorang produsen yang memegang prinsip *Social Entrepreneurship* harus mencakup perilaku produsen yang mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis yang dilakukan. Aspek perilaku produsen yang harus ada ketika bisnis tersebut menganut *Social Entrepreneurship* yaitu menyebarkan informasi produk dan nilai filosofi usaha sosial secara efektif, memperhatikan nilai-nilai spiritualisme, serta mempertimbangkan dampak sosial (*social return*) dari produksi. Selain itu, produsen yang berprinsip *Social Entrepreneurship* juga harus memperhatikan kebutuhan dasar masyarakat dan nilainya harus dijadikan penyeimbang dalam melakukan produksi. Dalam konteks ini perilaku produsen yang berprinsip *social entrepreneurship* mencakup aspek-aspek etis, spiritual, dan sosial dalam menjalankan kegiatan produksi mereka⁸.

Perilaku produsen dibedakan menjadi dua, yakni perilaku positif dan negatif. Perilaku positif adalah tindakan atau sikap yang diambil oleh seorang produsen untuk menjalankan kegiatan produksi yang memberikan manfaat bagi pihak lain. Contohnya, produsen dapat memproduksi barang dengan tetap memperhatikan kualitas bahan baku dan memperhatikan kelestarian lingkungan tempat memproduksi barang/jasa. Perilaku negatif yaitu tindakan atau sikap yang diambil oleh seorang produsen guna menjalankan suatu kegiatan produksi yang memberikan dampak negatif dan cenderung merugikan pihak lain. Contohnya produsen kurang memperhatikan kualitas bahan baku produksi maupun barang hasil produksi, produsen tidak memperhatikan kelestarian lingkungan, dan produsen tidak taat dalam membayar pajak⁹.

⁷ Sri Laksmi Pardanawati, Perilaku Produsen Islam, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.1, No.1, 2015, Hal. 38

⁸Perilaku Produsen : Etika Dan Faktor-Faktor Produksi Islam, <https://dosen.perbanas.id/perilaku-produsen-etika-dan-faktor-faktor-produksi-islam/?print=print>. Diakses 12 Desember 2023

⁹ Darmiyati Zuchdi, "Pembentukan Sikap", Jurnal Cakrawala Pendidikan Volume 14 Nomor 3 November 1995, 52.

Terdapat beberapa prinsip perilaku produsen yang harus dimiliki sebagai landasan dalam menjalankan usaha yakni sebagai berikut

- a. Prinsip efisiensi. Seorang produsen harus memproduksi barang sesuai dengan permintaan. Jika produksi melebihi permintaan maka barang akan sia-sia. Efisiensi juga mencakup biaya produksi yang seminim mungkin dengan sumber daya terbaik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan peningkatan kualitas SDM dan penggunaan teknologi yang tepat.
- b. Prinsip inovatif, proaktif dan kreatif. Inovatif bermakna bahwa seorang produsen senantiasa meningkatkan kualitas produk mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Ini dapat berdampak positif terhadap produk yang dihasilkan. Konsumen akan puas dengan inovasi. Inovasi semestinya diarahkan pada efisiensi sehingga dapat dihasilkan produk yang lebih murah namun berkualitas. Selanjutnya, proaktif berarti bahwa usaha yang gigih harus tetap dilakukan dalam keseluruhan proses produksi. Sedangkan kreatif dimaknai sebagai usaha menciptakan produk yang lebih baik dari waktu ke waktu
- c. Prinsip orientasi dalam membuat produk. Prinsip ini berarti sebuah produk dihasilkan karena memiliki orientasi kebutuhan pasar dengan analisa yang tepat. Orientasi produk juga harus berfokus pada asas kemaslahatan. Kemudian produk juga harus bermanfaat terhadap internal produsen maupun eksternal, selain itu juga harus memperhatikan norma, budaya dan aturan yang berlaku di masyarakat dan tidak bertentangan dengan undang-undang yang berlaku.
- d. Menjaga keramahan lingkungan
- e. Memprediksi dan Mengantisipasi dampak negatif dari kegiatan produksi¹⁰.

2. Pemberdayaan

Kata pemberdayaan sendiri berasal dari makna kata *empower* yang mengandung dua arti. Arti yang pertama adalah *to give power or authority to*, yang diartikan sebagai memberi kekuasaan, mengalihkan kekuatan atau mendelegasikan otoritas kepada pihak lain. Arti yang kedua adalah *to give ability or enable* yang

¹⁰Heri Jatmiko dan Nuraini Asriati. *Perilaku Produsen Berbasis Sumber Daya Manusia dalam Dunia Industri*. Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora DOI: 10.37567/alwatzikhoebillah.v9i2.1714. 2023.

diartikan sebagai upaya untuk memberi kemampuan atau keberdayaan¹¹. Pemberdayaan adalah suatu proses kepada masyarakat agar menjadi berdaya, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan pilihan hidupnya, pemberdayaan juga harus ditujukan pada kelompok atau lapisan masyarakat yang tertinggal¹².

Terdapat beberapa ahli yang mendefinisikan pemberdayaan. Widjaja mendefinisikan pemberdayaan masyarakat sebagai upaya menumbuhkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik dibidang ekonomi, sosial, agama dan budaya¹³. Sumodiningrat mendefinisikan pemberdayaan masyarakat sebagai kemampuan individu yang bersenyawa dengan masyarakat dalam membangun keberdayaan atau kekuatan masyarakat yang bersangkutan¹⁴.

Pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya memberikan daya (*empowerment*) atau penguatan (*strengthening*) kepada masyarakat¹⁵. Sasaran utamanya adalah masyarakat lemah yang tidak memiliki daya, kekuatan atau kemampuan dalam mengakses sumber daya produktif atau masyarakat terpinggirkan dalam pembangunan. Kelompok ini biasanya ditandai dengan pengangguran, keterbelakangan sosial ataupun kemiskinan¹⁶.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pemberdayaan merupakan suatu upaya yang dilakukan melalui beberapa tahapan kegiatan untuk memperkuat keberdayaan suatu individu maupun kelompok masyarakat yang lemah untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Pemberdayaan bukanlah proses yang dapat terjadi secara alamiah, namun

¹¹ Prio Tri Isyanto. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMD) Desa Gogik Ungaran Barat Semarang*. UNNES. 2017 h.23

¹² Onny. S, Prijono. *Pemberdayaan, Konsep, Kebijakan dan Implementasi*, Centre for Strategic, (Jakarta: CSIS, 1996), 55

¹³ Widjaja, HAW. *Otonomi Desa Merupakan Otonomi Asli Bulat dan Utu Jakarta*: PT. Raja Grafindo Persada. 2003., 169.

¹⁴ G. Sumodiningrat, *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat*, Edisi Kedua. (Jakarta: Bina Reka Pariwisata, 1997), 5.

¹⁵ Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, Cet. Ke-3. (Bandung: Alfabeta, 2015), 23.

¹⁶ Kurniawati, D. P. *Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Usaha Ekonomi (Studi Pada Badan Pemberdayaan Masyarakat kota Mojokerto)*. (Universitas Brawijaya: Jurnal Administrasi Publik. 2013), 9-14.

merupakan suatu proses yang disengaja dan dibuat yang dilakukan secara konsisten dan terus menerus pada individu, keluarga, kelompok maupun masyarakat.

Konsep pemberdayaan masyarakat dalam konteks pembangunan, yang melibatkan konsep kemandirian, partisipasi, jaringan kerja, dan keadilan. Program pemberdayaan bertujuan untuk melibatkan masyarakat dalam upaya penanggulangan kemiskinan, bukan hanya sekadar memberikan bantuan langsung kepada penduduk miskin, tetapi juga melibatkan mereka sebagai pelaku untuk membangun kualitas hidup melalui pengembangan potensi dan penguatan kapasitas kelompok masyarakat¹⁷.

Dalam pelaksanaannya, pemberdayaan melibatkan tiga hal utama, yaitu pengembangan (*enabling*), pemberdayaan (*empowering*), dan terciptanya kemandirian. Pemberdayaan tidak hanya ditujukan kepada masyarakat yang tidak memiliki kemampuan, tetapi juga kepada masyarakat yang memiliki potensi namun masih terbatas, yang kemudian dikembangkan melalui program melalui pemberdayaan¹⁸. Pemberdayaan masyarakat juga melibatkan perubahan perilaku, di mana upaya yang dilakukan merupakan tahapan dari proses pemberdayaan dalam mengubah perilaku dan kebiasaan lama menuju perilaku baru yang baik dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan mereka¹⁹.

Pemberdayaan sebagai upaya nyata yang dilakukan untuk meningkatkan harkat dan martabat masyarakat dengan tujuan memandirikan masyarakat, memampukan dan meningkatkan kemampuan masyarakat serta membangkitkan kesadaran akan kemampuan yang dimiliki untuk mencapai kehidupan yang lebih baik dan berkelanjutan²⁰. Tujuan yang paling utama dari pemberdayaan masyarakat adalah untuk meningkatkan kesejahteraan dalam masyarakat melalui potensi yang dimiliki

¹⁷ Wulan, Y. C., Ati, N. U., & Widodo, R. P. *Implementasi Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan Melalui Program Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Bersama (KUBE) (Studi Tentang Program Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Kelurahan Pakistaji Kecamatan Wonoasih Kota Probolinggo, Jawa Timur)*. (Universitas Islam Malang: Jurnal Respon Publik. 2019), 104-109.

¹⁸ Ambar Teguh Sulistyani. *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*, Yogyakarta: Gava media(2004)., 79.

¹⁹ M. Anwas, *pemberdayaan masyarakat di era global*, bandung : alfabeta. 2019.hal 50

²⁰ Umi Uswatun Hasana *Implementasi Social Entreprenur dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus pada PT. Rumah Mocaf Indonesia)*. IAIN Purwokerto. 2021., 30.

agar mampu meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik dari sebelumnya melalui kegiatan swadaya²¹.

Setidaknya terdapat enam tahapan yang harus dilalui ketika melakukan pemberdayaan. Pertama, membantu masyarakat menemukan masalahnya. Kedua, melakukan analisis masalah secara partisipatif, curah pendapat, pembentukan kelompok diskusi dan peretemuan warga secara periodik. Ketiga, menentukan tingkat prioritas masalah. Menaruh masalah mana yang paling penting dan harus cepat diselesaikan. Keempat, mencari cara untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Kelima, melakukan tindakan nyata untuk menyelesaikan masalah dan yang terakhir menilai rangkain pemberdayaan berhasil atau tidak²².

Terdapat lima strategi pendekatan yang dapat digunakan dalam melakukan pemberdayaan. Pertama, *Need Oriented*, yakni pendekatan yang berorientasi pada kebutuhan. Kedua, *endogenous*, yakni pendekatan yang berorientasi pada kondisi lapangan masyarakat. Ketiga, *self reliance*, yakni pendekatan yang berorientasi pada penciptaan rasa percaya diri, kemampuan diri dan mandiri. Keempat, *ecologically sound*, yaitu pendekatan dengan memperhatikan lingkungan ekologi. Terakhir, *based on structural transformation*, yakni pendekatan yang berorientasi pada perubahan struktur dan sistem²³.

3. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Kecil Mikro dan Menengah merupakan usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi²⁴. UMKM adalah usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya²⁵. UMKM adalah usaha yang

²¹ Fauzi, *Pembangunan Hutan Berbasis Kehutanan Sosial*, (Bandung : Karya Putra Darwati, 2012)

²² Abu Huraerah, *Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat* (Bandung:Humaniora, 2011), Cet.ke-2, h.102.

²³ Fahrudin dkk., *Pemberdayaan, Partispasi dan Penguatan Kapasitas Masyarakat*, h.76.

²⁴ Tulus Tambunan. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta:

LP3ES, 2.

²⁵ Rudjito. Strategi pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis, dalam Makalah yang disampaikan pada seminar peran perbankan dalam memperkuat ketahanan nasional kerjasama Lemhanas RI dengan BRI. 2003., 3

dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tenaga kerja yang digunakan tidak melebihi 50 orang²⁶.

Pengertian UMKM di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM²⁷. Pasal 1 menyatakan bahwa:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan dan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki penghasilan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikroma usaha kecil atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjuluan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah)²⁸.

²⁶ Warkum SUmित्रo, Azas-azas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait (Jakarta:

Raja Grafindo Persada, 2004), 168

²⁷ Tulus T. Tambunan, UMKM di Indonesia, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), hlm.16.

²⁸ Republik Indonesia, Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Bab 1, Pasal 1

Terdapat kriteria umum UMKM yang dapat dilihat melalui ciri-cirinya yaitu UMKM memiliki sistem organisasi yang sangat sederhana, berdiri tanpa staf yang berlebihan, pembagian kerja yang kendur, memiliki hirarki manajerial yang pendek, aktivitasnya sedikit yang menggunakan perencanaan dan formal serta kurangnya pembedaan antara aset pribadi dan aset perusahaan²⁹. Kemudian UMKM biasanya memiliki ciri memiliki modal yang terbatas, margin usaha yang cenderung tipis karena ketatnya persaingan, skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit menekan biaya efisiensi jangka panjang serta kemampuan pemasaran, negosiasi dan diversifikasi pasar yang sangat terbatas³⁰.

UMKM juga dapat diklasifikasikan paling tidak menjadi empat kelompok yakni

- a. *Livelihood activities*, UMKM yang hanya memiliki tujuan untuk mencari nafkah dan tidak memiliki jiwa kewirausahaan.
- b. *Micro enterprise*, UMKM yang memiliki kemampuan pengrajin tetapi masih belum memiliki jiwa kewirausahaan.
- c. *Small dynamic enterprise*, UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor
- d. *Fast moving enterprise*, UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB)³¹.

Setiap hal pasti memiliki keunggulan dan kelemahan, begitu juga dengan UMKM. Adapun keunggulan UMKM adalah antara lain :

- a. Inovasi dalam teknologi yang dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk
- b. Rasa kekeluargaan yang tinggi antar pegawai dalam usaha kecil
- c. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibandingkan

²⁹ TitikSP. dan Abd Rachman S, *Ekonomi Skala Kecil Menengah dan Koperasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002., 15.

³⁰ Pandji Anoraga. *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*. (Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana 2010), 32.

³¹ Ade Resalawati, Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta, 2011), 15-16.

dengan perusahaan dengan skala besar yang pada umumnya lebih birokratis.

- d. Terdapat dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan³²
- e. Terjalannya hubungan baik antara pembeli dan pelanggan
- f. Mutu produk yang baik³³

Sedangkan kelemahan yang dimiliki UMKM adalah :

- a. Kesulitan pemasaran
- b. Keterbatasan modal finansial
- c. Keterbatasan sumber daya alam (bahan baku) dan manusia
- d. Keterbatasan teknologi³⁴
- e. Rendahnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM³⁵

4. *Social Entrepreneurship*

Definisi *Social Entrepreneurship* banyak dikembangkan diberbagai bidang yang berbeda. Bill Drayton mengungkapkan bahwa dalam *sosial Entrepreneur* terdapat dua kunci utama. Pertama adanya inovasi sosial yang mampu mengubah sistem yang ada di masyarakat. Kedua, hadirnya individu bervisi, kreatif, berjiwa wirausaha dan beretika dalam gagasan inovatif tersebut³⁶. Hulgard mendefinisikan *Social Entrepreneurship* sebagai penciptaan nilai sosial yang dibentuk dengan cara berkolaborasi dengan kelompok masyarakat didalam inovasi sosial yang biasanya menyiratkan suatu kegiatan ekonomi³⁷.

Kewirausahaan sosial atau *Social Entrepreneurship* merupakan kewirausahaan yang bertujuan untuk kepentingan masyarakat dan bukan hanya untuk memaksimalkan keuntungan atau kepentingan pribadi³⁸. Kewirausahaan sosial merupakan

³² Soedjono, Abd. Rachman dan Tiktik Sartika Pratomo. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah Dan Koperasi*, (Jakarta: Grafindo Persada. 2004), 20.

³³ Alfi Amalia, Wahyu Hidayat, Agung Budiarmo, "Analisis Pengembangan Usaha Pada Usaha UMKM Batik Semarang Di Kota Semarang", *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, h.8

³⁴ Soedjono, Abd. Rachman dan Tiktik Sartika Pratomo. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah Dan Koperasi*, (Jakarta: Grafindo Persada. 2004), 21

³⁵ Panji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro*, (Yogyakarta : Dwi Chandra Wacana, 2010), 32

³⁶ Hulgard. Lars, *Discourses of Social Entrepreneurship-Variation of The Same Theme?* EMES European Research Network, 2010

³⁷ Sofia, I. P. (2015). *Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian*. *Jurnal Universitas Pembangunan Jaya*, 2(2), 5.

³⁸ Tundzirawati, "Sekilas Tentang kewirausahaan Sosial", <http://indonesiaberwirausaha.sosial.blogspot.co.id/2014/12/sekilas-tentang-kewirausahaan-sosial.html>, diakses tanggal 17

pemanfaatan perilaku kewirausahaan yang lebih berorientasi untuk pencapaian tujuan sosial yang tidak mengutamakan perolehan laba, atau laba yang diperoleh untuk dimanfaatkan guna kepentingan sosial³⁹. *Social Entrepreneurship* merupakan suatu proses yang melibatkan penggunaan dan penggabungan sumber daya secara inovatif untuk membuka peluang dalam mempercepat perubahan sosial atau memenuhi kebutuhan sosial⁴⁰.

Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *Social Entrepreneurship* merupakan perpaduan antara kegiatan kewirausahaan dan kegiatan sosial. Inovasi diciptakan melalui kegiatan kewirausahaan dengan tujuan untuk menyelesaikan permasalahan sosial sehingga dalam pelaksanaannya *Social Entrepreneurship* tidak hanya mementingkan profit namun juga memperhatikan masalah sosial seperti kemiskinan dan kesejahteraan sebagai misi yang harus diselesaikan. Oleh sebab itu kemampuan yang dimiliki oleh *Social Entrepreneur* berbeda dengan seorang *entrepreneur*.

Social Entrepreneur adalah seorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan *Entrepreneurship* untuk melakukan perubahan sosial terutama dalam bidang kesejahteraan, pendidikan serta kesehatan⁴¹. *Social Entrepreneur* merupakan seorang yang selalu berusaha untuk melakukan perubahan di masyarakat (menciptakan nilai sosial) melalui kegiatan ekonomi dengan berbagai inovasi dalam mengidentifikasi dan mengeksplorasi mengenai produk dan pasar⁴². Seorang *Social Entrepreneur* juga harus mampu memadukan ide-ide kreatif dan progresif dalam memberdayakan masyarakat dengan prinsip kemandirian bagi keberlanjutan hidupnya. Selain itu *Social Entrepreneur* juga harus mampu menciptakan peluang dan ide baru ditengah permasalahan sosial,

November 2016.

³⁹ Hardi Utomo, Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Sosial, Jurnal Among Makarti, Vol. 7 No. 14 2014, 2.

⁴⁰ Azel Raoul Reginald dan Imron Mawardi, "Kewirausahaan Sosial pada Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan", Jurnal JESTT, Vol. 1, No. 5 (2014), 336.

⁴¹ Cukier, Wendy, Susan Trenholm, dan Dale Carl, *Social Entrepreneurship: A Content Analysis*, Journal of Strategic Innovation and Sustainability, Vol. 7 (1) 2011, p.101

⁴² Achmad Room Fitrianto, Modul Kegiatan Belajar Leadership, Tata Kelola Organisasi dan *Social Entrepreneurship*, 9.

fokus dalam pelaksanaan ide dan dapat membangkitkan energi semua orang yang terlibat dalam tim⁴³.

Dalam hal ini kewirausahaan sosial terdiri dari empat elemen utama yakni:

a. *Social Value*

Social entrepreneurship hadir harus dengan menciptakan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

b. *Civil Society*

Kewirausahaan sosial berasal dari inisiatif dan partisipasi masyarakat sipil dengan mengoptimalkan modal sosial yang ada dimasyarakat.

c. *Innovation*

Kewirausahaan sosial memecahkan masalah sosial dengan cara-cara inovatif yakni dengan cara memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial.

d. *Economic activity*

Kewirausahaan sosial menyeimbangkan antara aktivitas-aktivitas sosial dan aktivitas-aktivitas bisnis yang keduanya nanti dikembangkan untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial organisasi⁴⁴.

Social entrepreneurship adalah suatu konsep yang diperlukan dalam menyelesaikan masalah sosial dan ekonomi. Hal ini karena **social entrepreneurship** sendiri adalah bentuk dan pelaksanaannya yang sesuai dengan perilaku kebajikan yang diperintahkan dalam Islam. Contohnya, kebajikan untuk membantu orang lain yang membutuhkan dengan memberikan bantuan namun tidak berupaya untuk mengambil kesempatan dalam kesempitan, serta tidak mengambil keuntungan sama sekali dalam bantuan tersebut (ikhlas). Dalam Islam, sikap kebajikan dilihat sebagai suatu yang komprehensif, artinya kebajikan yang dilakukan dalam Islam tidak hanya bertujuan untuk kepentingan yang ada di dunia saja, melainkan juga bersifat meluas dari itu dan demi mencapai falah untuk kepentingan di akhirat dengan kegiatan mencari keridhoan Allah SWT.

⁴³ Awan Santosa, *Perekonomian Indonesia (Masalah, Potensi dan Alternatif Solusi)*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), 207.

⁴⁴ Hardi Utomo, Menumbuhkan Minat Kewirausahaan sosial, *Jurnal among makarti*, Vol. 7 No. 14 2014, 6

Dengan demikian, peran dan tujuan kegiatan social entrepreneurship dalam ekonomi itu sesuai dengan adanya tuntunan proses tujuan bermuamalah dalam ekonomi Islam. Misalnya:

- a. Menjangkau permasalahan sosial dan turut membantu dalam pemenuhan masyarakat.

Kegiatan social entrepreneurship berawal karena perhatian dari perilaku entrepreneur kepada masyarakat yang ada, kemudian pelaku entrepreneur mencoba untuk bekerja sama dengan pihak lain dalam usaha kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan masyarakat berdasarkan dari gagasan usaha masyarakat yang kemudian diaplikasikan sebagai usaha. Kegiatan ini sesuai dengan firman Allah dalam Surah Al Isra(17):26 yang artinya *“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan. Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan hartamu secara boros”*

- b. Menghindari adanya ketimpangan sosial yang sangat jauh

Dalam islam ketimpangan sosial memang diakui adanya, namun sebaiknya ketimpangan sosial ini dikurangi tingkat kecuramannya. dalam Islam kita diwajibkan untuk memberikan harta kita kepada masyarakat miskin, pemberian ini dapat berupa infaq, sedekah, zakat dan bantuan lainnya dengan tujuan dapat menyebarkan harta bukan hanya kepada satu kelompok saja, tetapi juga untuk masyarakat umum. Bahkan dalam social entrepreneurship kegiatan untuk mengurangi ketimpangan sosial bukan hanya dilakukan dengan melakukan pemberian bantuan dalam bentuk infaq, sedekah atau zakat saja yang sifatnya hanya sekali, namun lebih dari itu kegiatan yang dilaksanakan pada lembaga social entrepreneurship adalah dengan memberikan bantuan berupa pemanfaatan sumber daya ekonomi yang tidak dapat dijangkau oleh masyarakat kurang mampu, sehingga masyarakat mendapatkan kesempatan yang sama untuk dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

- c. Menciptakan keadilan dan menjaga keseimbangan lingkungan

Kegiatan social entrepreneurship dalam pelaksanaannya menuju kepada kegiatan kewirausahaan yang mengembangkan bentuk keadilan bagi seluruh lapisan masyarakat. Dalam Islam etika dalam kegiatan kewirausahaan harus mengedepankan adanya bentuk

keadilan antara kedua pelaku ekonomi tersebut. Sesuai dengan firman Allah SWT pada surat An-Nahl ayat 90. Artinya: *“Sesungguhnya Allah menyuruh(kamu)berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan, dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”*

Kajian itu adalah keseimbangan menjaga lingkungan disini dimaksudkan dengan bagaimana cara pengelolaan social entrepreneurship terhadap sumber daya yang ada, yaitu dengan cara tidak merusak ekosistem alam dan masih berfikir akan adanya dampak sosial yang ditimbulkan. Keseimbangan juga dapat berarti bagaimana cara manajemen social entrepreneurship memberdayakan sumber daya manusia yang ada sehingga tidak terjadi adanya angka pengangguran tinggi dan komposisi tenaga kerja yang ada didaerah tersebut dapat efektif

d. Menghindari riba

Seperti dalam berbagai kajian ekonomi yang menyatakan bahwa perbedaan mendasar daripada ekonomi Islam dan Konvensional adalah pengharaman riba dan sejenisnya dalam segala kegiatan transaksional⁴⁵

B. Penelitian Terdahulu

Dalam pembahasan ini terdapat beberapa penelitan yang hampir memiliki kesamaan topik yaitu :

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
1.	“ <i>Social Entreprenurship as an Instrument to Empowering Small and Medium Enterprises: An Islamic Perspective</i> ”.		Metode kualitatif	UMKM saat ini dihadapkan dengan persaingan global yang semakin ketat akibat globalisasi dan liberalisasi. Dengan adanya hal ini maka kewirausahaan

⁴⁵ M. Hizbullah Hasibuan and Zuhrinal M. Nawawi, —Kewirausahaan Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam,| Economic Reviews Journal 2, no. 1 (2022): 68–80, <https://doi.org/10.56709/mrj.v2i1.42>.

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
	M. A. Abdullah dan A. Hoetoro 2011			sosial Islam diusulkan menjadi model dalam memberdayakan UMKM yang ada di kalangan masyarakat muslim. Pada dasarnya model ini memanfaatkan stok modal sosial Islam dan kerja sama antar wirausahawan muslim yang sangat umum ditemukan dalam alQuran dan Sunnah. Tujuan utamanya yaitu menghasilkan lapangan kerja dan nilai bagi masyarakat dan bukan hanya berorientasi pada profitabilitas semata namun juga peningkatan kesejahteraan masyarakat ⁴⁶ .
2	“ <i>Social Entrepreneurship</i> (Kewirausahaan Sosial) dalam Perspektif Ekonomi Islam” Muhammad Isnain		Kualitatif	Islam merupakan agama yang rahmatan lil alamin menganggap bahwa <i>Social Entrepreneurship</i> sebagai bentuk

⁴⁶ M.A. Abdullah dan A. Hoetoro. *Social Entrepreneurship as an Instrument to Empowering Small and Medium Enterprises: An Islamic Perspective*. Department of Economics, Kulliyah of Economics and Management Sciences, International Islamic University, Kuala Lumpur, Malaysia. 2011.

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
	Nurfaqih dan Rizqi Anfanni Fahmi 2018			<p>penyelesaian masalah sosial yang baik bagi dan sesuai dengan tujuan dari adanya ekonomi islam yang mengatur segala aspek kehidupan begitu pula dengan muamalah.</p> <p>Kesesuaian tersebut dapat dilihat dari adanya peran <i>Social Entrepreneurship</i> bagi perekonomian negara yang mana dapat mensejahterakan rakyat secara general dan bukan hanya mensejahterakan suatu kelompok tertentu saja. Terdapat juga bentuk keterkaitan antara <i>Social Entrepreneurship</i> dengan islam yang sangat jelas dan dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari⁴⁷.</p>
3	"Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat		Metode Kualitatif dengan studi	Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui

⁴⁷ Muhammad Isnan Nur faqih dan Rizqi Anfanni Fahmi, *Social Entrepreneurship (Kewirausahaan Sosial) dalam Prespektif Ekonomi Islam*. UII. Working Paper Keuangan Publi No 8 Seri 1 2018

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
	<p>Melalui Kewirausahaan Sosial di Desa Kutamandiri Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang”. Ratnia Solihah, Mustabsyrotul Ummah Mustofa dan Siti Witanti 2019</p>		literatur.	<p>kewirusahaan sosial yang dilakukan oleh tim PPM dan difasilitasi KKN UNPAD desa Kutamandiri menunjukkan hasil yang positif dimana UMKM yang ada di desa tersebut menjadi lebih baik. Kegiatan pemasaran juga dapat berkembang melalui pemanfaatn internet. Meningkatnya peran BUMDes serta pemanfaatan sumber daya alam yang ada di desa kutamandiri lebih optimal. Dengan adanya pemanfaatan Sumber daya alam menjadikan adanya lapangan pekerjaan dari program pemebrdayaan ekonomi masyarakat⁴⁸.</p>
4	<p>“A Social Enterprise Approach to Empowering</p>		Metode kualitatif	Terdapat kesenjangan kekayaan antar wilayah jawa dan

⁴⁸ Ratna Sholihah, dkk. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Kewirausahaan Sosial di Desa Kutamandiri Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang. Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat Vol. 11, No. 3, September 2022 183-192 ISSN 1410-5675 eISSN 2614-2392 DOI: 1024198/dharmakarya.vol11i3.24953

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
	Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia”. Irfan Ridwan Maksum 2020			luar jawa yang disebabkan oleh adanya rencana pembangunan nasional dari tahun 1975-2009. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat diperluas dengan memasukkan pendekatan statistik tentang bagaimana wirausaha sosial mempengaruhi kebijakan inovasi sosial di tingkat akar rumput ⁴⁹ .
5	“Pengaruh Modal, Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Promosi Terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Pada Umkm Di Kecamatan Rambah)”. Yofi Darmadi 2021.	X1: Modal X2 :Kualitas Sumber Daya Manusia X3: Promosi Y : Pemberdayaa n UMKM	Metode kuantitatif dengan uji validitas dan uji reabilitas. Analisis deskriptif dengan menggunakan rumus TCR	Modal, Kualitas sumber daya manusia dan promosi memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap pemberdayaan UMKM di kecamatan Rambah. Modal, kualitas sumber daya manusia dan dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan secara stimulan terhadap pemberdayaan UMKM di

⁴⁹ Irfan Ridwan Maksum, Dkk., A Social Enterprise Approach to Empowering Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.* 2020, 6, 50; doi:10.3390/joitmc6030050

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
6	<p>Community Economic Empowerment Through The Development Of Micro And Small And Medium Enterprises: A Case Study In Alamendah Tourism Village". Willya Achmad, Nunung Nurwati dan Rd. Siti Sofro Sidiq 2023</p>		<p>Metode kualitatif dengan analisis deskriptif.</p>	<p>Kecamatan Rambah. Pengembangan ekonomi masyarakat desa wisata Alamendah melalui pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Desa Wisata Alamendah Kabupten Bandung merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan dan masyarakat dan potensi ekonomi lokal. Dengan mendorong kewirausahaan lokal, memberikan akses pembiayaan yang memadai, meningkatkan kualitas produk dan melibatkan masyarakat secara aktif maka desa wisata alamendah ini akan dapat mengoptimalkan potensi daya tarik wisata dan menciptakan lapangan kerja. Melalui konsep CBT, partisipasi masyarakat sebagai pelaku urama dalam</p>

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
				pengelolaan dan pengembangan objek wisata menjadi kunci keberhasilan mencapai pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan peningkatan taraf hidup masyarakat desa ⁵⁰ .

C. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini dikembangkan suatu kerangka berpikir dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Dengan adanya kerangka berpikir ini maka tujuan dilakukan penelitian semakin jelas terkonsep terlebih dahulu. Penelitian ini dilakukan karena melihat kondisi yang sebenarnya dilapangan bahwa Stik Rambak WS Mandiri sebagai suatu UMKM dengan menganut *Social Entrepreneurship* yang memberdayakan masyarakat sekitar agar mendapatkan pekerjaan dan masyarakat dapat hidup dengan layak serta ekonomi yang cukup.

Social Entrepreneurship atau kewirausahaan sosial merupakan suatu usaha yang menciptakan nilai sosial dengan cara menemukan solusi terhadap masalah-masalah sosial yang ada di masyarakat. Masalah yang terjadi dimasyarakat adanya keterbatasan ekonomi yang disebabkan karena pengangguran dan kemiskinan.

Melihat permasalahan tersebut, maka perlu adanya suatu usaha untuk pemberdayaan masyarakat. Permasalahan tersebut perlu adanya campur tangan pihak lain seperti Stik Rambak WS Mandiri untuk melakukan pemberdayaan terhadap masyarakat sekitar. Usaha tersebut membentuk sebuah usaha bernama Rambak Stik WS Mandiri sebagai wadah dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. Maka dari sinilah peran Rambak Stik WS Mandiri dalam memberdayakan masyarakat sekitar Desa Sendangrejo Ngawen

⁵⁰ Willya Achmad Dkk, Community Economic Empowerment Through The Development Of Micro And Small And Medium Enterprises: A Case Study In Alamendah Tourism Village. Journal of Economic Empowerment Strategy (JEES) Vol. 06, Number 02,2023

Kudus. Hampir seluruh pekerja yang bekerja di Stik Rambak WS Mandiri merupakan masyarakat sekitar yang telah diberdayakan. Usaha pemberdayaan masyarakat tentunya memiliki hambatan. Hambatan tersebut dapat di atasi melalui solusi yang diterapkan oleh Rambak Stik WS Mandiri.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



D. Pertanyaan Penelitian

2. Wawancara dengan pemilik Rambak Stik WS Mandiri

- a. Bagaimana sejarah singkat berdirinya kerupuk rambak WS Mandiri?
- b. Siapakah yang memiliki ide pertama kali untuk masuk ke dunia kerupuk rambak?
- c. Apa visi misi serta motivasi Bapak dalam mendirikan usaha ini serta mengapa memilih untuk memulai usaha kerupuk, bukan yang lain seperti tahu atau tempe, ataupun menjadi pegawai?
- d. Apa bahan baku dan bagaimana proses produksi serta packing kerupuk rambak stik ini?
- e. Bagaimana pendistribusian kerupuk ini hingga sampai ke konsumen?
- f. Bagaimana pandangan Bapak mengenai *Social Entrepreneurship*?
- g. Sadarkah Bapak jika WS Rambak Mandiri ini termasuk ke dalam *Social Entrepreneurship*?
- h. Mengapa Rambak Stik WS Mandiri mengutamakan kepedulian sosial terhadap masyarakat sekitar?

- i. Bagaimana struktur organisasi dan sistem perekrutan karyawan di Rambak Stik WS Mandiri ini?
 - j. Berapa jumlah karyawan yang bekerja di Rambak Stik WS Mandiri inidan darimana saja pekerja tersebut?
 - k. Mengapa Rambak Stik WS Mandiri mengutamakan kepedulian sosial terhadap masyarakat sekitar?
 - l. Seperti apa bentuk pemberdayaan masyarakat disekitar Rambak Stik WS Mandiri?
 - m. Apakah ada pelatihan khusus untuk menjadi bagian dari Rambak Stik WS Mandiri?
 - n. Bagaimana sistem upah yang diberikan kepada karyawan?
 - o. Seberapa besar peran Rambak Stik WS Mandiri dalam peningkatan ekonomi masyarakat dan apakah ada perbedaan ekonomi masyarakat masyarakat seperti peningkatan penghasilan sekitar sejak bergabung dengan Rambak Stik WS Mandiri dengan sebelum bergabung Rambak Stik WS Mandri?
 - p. Apa saja kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha ini dan bagaimana cara menghadapi kendala tersebut?
 - q. Bagaimana harapan kedepannya terhadap usaha Rambak Stik WS Mandiri serta harapan kedepan terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat disekitar Rambak Stik WS Mandiri?
- 3. Wawancara dengan karyawan Rambak Stik WS Mandiri**
- Indikator pertanyaan**
- a. Apa saja bahan baku serta bagaimana proses produksi serta packing kerupuk ini?
 - b. Bagaimana proses pendistribusian krupuk sehingga sampai ke konsumen?
 - c. Sejak kapan bekerja di WS mandiri?
 - d. Apakah masyarakat merasa bahwa WS Mandiri merupakan sebuah *Social Entreprenurship*?
 - e. Pelatihan apa yang telah diterima ketika masuk ke dalam WS Mandiri?
 - f. Manfaat apa yang telah dirasakan ketika masuk ke WS Mandiri?
 - g. Bagaimana sistem upah karyawan WS Mandiri?
 - h. Berapa rata-rata upah yang di dapatkan saat bekerja di WS Mandiri?
 - i. Apakah upah tersebut meningkatkan penghasilan dan membantu perekonomian karyawan?
Adakah perbedaan ekonomi sebelum dan sesudah menjadi karyawan WS Mandiri?