

**Kewirausahaan; Kewirausahaan Komersial dan Sosial (Studi Literatur)**

**Entrepreneurship; Commercial and Social Entrepreneurship (Literature Study)**

Sawal Sartono, SE., MM  
Dr. Sri Sutrismi, SE, MM  
[sawalsartono@yahoo.com](mailto:sawalsartono@yahoo.com)  
[srisutrismi.lecture@gmail.com](mailto:srisutrismi.lecture@gmail.com)

Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung

Abstrak

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, peran kewirausahaan adalah sebagai mesin pendorong dalam produksi barang dan jasa. Banyak penelitian tentang kewirausahaan yang telah dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang dua jenis kewirausahaan. Penelitian menggunakan studi literatur yang berhubungan dengan pendefinisian kewirausahaan komersial dan kewirausahaan sosial.

Kata kunci : Definisi, kewirausahaan komersial, kewirausahaan sosial

*Abstract*

*Entrepreneurship has an important role in economic growth, the role of entrepreneurship is as a driving machine in the production of goods and services. Much research has been done on entrepreneurship research. This study aims to provide an understanding of two types of entrepreneurship. This study uses literature studies related to defining commercial entrepreneurship and social entrepreneurship.*

*Keyword : Definition, commercial entrepreneurship, social entrepreneurship.*

**PENDAHULUAN**

Kewirausahaan merupakan sebuah tema penelitian yang banyak menarik perhatian para peneliti. Peran penting kewirausahaan dalam perekonomian menjadikan tema kewirausahaan menjadi magnet para peneliti. Pertumbuhan pelaku wirausaha menjadi prioritas pemerintah dalam meningkatkan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja dalam masyarakat.

McClelland (dalam Fakhri, 2008) berpendapat bahwa faktor penentu pembangunan ekonomi bukanlah faktor eksternal, melainkan faktor internal. Faktor internal tersebut adalah motivasi serta nilai-nilai yang mendorong untuk menangkap peluang dan memanfaatkan kesempatan. Ini berarti masyarakat secara individu berusaha untuk melakukan usaha/bisnis.

Kewirausahaan pada dasarnya bersifat pribadi. Meskipun beberapa penelitian kewirausahaan telah menunjukkan bahwa ada beberapa pribadi, organisasi, dan dari pihak eksternal dapat menciptakan usaha baru yang sukses (Baum, Locke, & Smith, 2001; Rauch,

& Frese, 2000), hal tersebut membutuhkan visi, niat, dan pekerjaan untuk memahami dan mengubah ide bisnis menjadi produk dan layanan yang sukses. Melalui pemikiran dan tindakan mereka, para wirausahawan sendiri mengintegrasikan sumber daya manusia dan keuangan untuk mengatur, memproduksi, dan memasarkan produk dan layanan yang menghasilkan nilai bagi pelanggan dan pekerja. (Baum & Frese, 2007)

Kewirausahaan menjadi mesin penggerak yang mendorong sebagian besar pertumbuhan sektor bisnis serta pendorong di balik perluasan pesat sektor sosial. Studi ini melakukan perbandingan analitik antara kewirausahaan sosial dan komersial. Analisis komparatif berdasarkan hasil penelitian terdahulu, artikel, majalah dan lain-lain.. tujuannya untuk mencari perbedaan antara wirausahawan sosial dan komersial. Analisis tersebut menyoroti persamaan dan perbedaan utama antara kedua bentuk kewirausahaan ini dan menyajikan kerangka kerja tentang bagaimana mendekati proses kewirausahaan sosial secara lebih sistematis dan efektif.

## **STUDI LITERATUR**

Sejak Waddock dan Post (1991) menciptakan istilah "wirausaha sosial" untuk menggambarkan individu disektor swasta yang bertindak sebagai katalisator untuk perubahan dalam proses kebijakan publik, penelitian tentang kewirausahaan sosial terus mengalami peningkatan. Peningkatan perhatian akademis ini adalah peningkatan serupa dalam konteks di mana kewirausahaan sosial terjadi. Pada awalnya kewirausahaan sosial merupakan fenomena kebijakan publik (Roberts & King, 1991; Waddock & Post, 1991), kemudian kewirausahaan sosial telah berkembang dan masuk dalam kajian di sektor nirlaba (Badelt, 1997; Dees, 1998), dalam organisasi nirlaba tradisional (Hemingway, 2005), dan campuran tersebut diatas (Anderson, Dana, & Dana, 2006; Peredo & McLean, 2006). Dilain sisi kewirausahaan sosial telah dijelaskan dengan berbagai tingkat kekhususan, dalam makalah ini, mengadopsi definisi kewirausahaan sosial sebagai proses penciptaan nilai sosial di mana sumber daya digabungkan dengan cara baru untuk memenuhi kebutuhan sosial, merangsang perubahan sosial, atau membuat organisasi baru (Mair & Marti, 2006). Definisi ini mengintegrasikan baik sifat sosial usaha, fokus kewirausahaan pada penciptaan nilai baru, dan keragaman sektor tempat kewirausahaan sosial telah dipelajari.

### **1.1 Definisi Kewirausahaan**

Ekonom Austria Joseph Schumpeter membangun konsep dasar penciptaan nilai ini, menyumbangkan apa yang bisa dibidang ide paling berpengaruh tentang kewirausahaan. Schumpeter mengidentifikasi dalam wirausaha merupakan kekuatan yang dibutuhkan untuk mendorong kemajuan ekonomi. Kewirausahaan yang sukses, menurutnya, memicu

reaksi berantai, mendorong wirausahawan lain untuk meniru dan pada akhirnya menyebarkan inovasi.

Istilah "wirausaha" berasal dari ilmu ekonomi Prancis pada abad ke-17 dan ke-18. Dalam bahasa Prancis, ini berarti seseorang yang "melakukan," bukan "pengurus" tetapi seseorang yang melakukan proyek atau kegiatan yang signifikan. Individu yang berani mendorong kemajuan ekonomi dengan menemukan cara baru dan lebih baik dalam melakukan sesuatu. Ekonom Prancis yang paling sering dinobatkan dengan memberikan istilah arti khusus ini adalah Jean Baptiste Say. Pada awal abad ke-19, Say yang menyatakan, "Seorang wirausahawan memindahkan sumber daya ekonomi dari yang produktifitas rendah ke arah produktifitas yang lebih tinggi dan hasil yang lebih besar." Jadi wirausahawan menciptakan "nilai".(Dees, 2001)

Schumpeter melihat wirausahawan sebagai agen perubahan dalam ekonomi makro. Peter Drucker, di sisi lain, tidak melihat wirausahawan sebagai agen perubahan itu sendiri, melainkan sebagai penggali perubahan yang cerdas dan berkomitmen. Menurut Drucker, "wirausahawan selalu mencari perubahan, menanggapinya, dan memanfaatkannya sebagai peluang", sebuah premis yang diambil oleh Israel Kirzner, yang mengidentifikasi "kewaspadaan" sebagai kemampuan paling kritis dari wirausahawan.

Dees menyatakan bahwa kewirausahaan mengacu pada kemampuan individu untuk mengubah ide menjadi tindakan. Ini melibatkan kreativitas, inovasi dan pengambilan risiko, dan kemampuan untuk merencanakan dan mengelola proyek untuk mencapai tujuan" (Dees, 1998). Mazhab Austria percaya bahwa dalam ekonomi pasar, inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk membeli dengan harga murah dan menjual dengan harga mahal. Dengan cara ini motivasi wirausahawan absolut adalah memaksimalkan keuntungan dengan mencari cara terbaik meminimalkan biaya dan meningkatkan pendapatan. Dari model perspektif GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) kewirausahaan melibatkan alokasi sumber daya oleh perusahaan *Start-up* dan pembentukan pasar sampai pekerjaan selesai.

Terlepas dari apakah mereka menganggap wirausahawan sebagai inovator terobosan, para ahli teori secara universal mengaitkan kewirausahaan dengan peluang. Pengusaha diyakini memiliki kemampuan luar biasa untuk melihat dan memanfaatkan peluang baru, berkomitmen dan memiliki dorongan untuk mengejarnya, dan kemauan yang kuat untuk menanggung risiko yang melekat.( Martin, 2007)

## **1.2 Kewirausahaan Komersial**

Istilah wirausaha mengalami perkembangan dari waktu ke waktu, banyak ekonom menawarkan berbagai definisi, yang menunjukkan karakteristik serupa untuk mengungkapkan struktur yang sangat kompleks dari orang yang menjadi wirausaha sukses

(Scarborough, et al. 2009, Hatten, 2009, a Borza et al. at all, 2009), beberapa karakteristik yang dimiliki oleh wirausahawan sebagai berikut (Crisan-mitra & Borza, 2011):

- 1) Kreativitas; keinginan secara kontinu untuk mengambil inisiatif
- 2) Semangat inovatif; membutuhkan pandangan yang konstan untuk menerapkan kreativitas
- 3) Berani mengambil resiko (Pengambil risiko); pemilik harus mempertimbangkan risiko awal yang dikenakan, dengan asumsi potensi kerugian atau potensi kegagalan bisnis.
- 4) Keinginan untuk mencapai kinerja setinggi-tingginya; harapan tinggi pada keuntungan dan peningkatan yang diinginkan
- 5) Tanggung jawab; memiliki rasa tanggung jawab yang besar terhadap hasil bisnis mereka; bersemangat untuk mengontrol dan menggunakan sumber daya yang mereka miliki untuk mencapai tujuan
- 6) Keyakinan akan kemampuan mereka untuk sukses; untuk menjadi optimis atas peluang sukses mereka
- 7) Menginginkan umpan balik segera; perlu tahu apakah mereka bertindak benar dengan setiap saat mencari umpan balik yang cepat
- 8) Semangat yang tinggi; memiliki semangat lebih daripada orang biasa, bersedia bekerja lembur.
- 9) Perseptif dalam Visi; pandangan mereka memiliki spektrum yang luas, lebih fokus pada apa yang dapat mereka lakukan di masa depan daripada apa yang mereka lakukan di masa lalu; melihat potensi di mana sebagian besar melihat masalah
- 10) Fleksibilitas; wirausahawan memiliki kemampuan yang tinggi untuk beradaptasi dengan perubahan, menyadari bahwa ekonomi global yang kaku mengarah pada kegagalan

### **2.3. Kewirausahaan Sosial**

Kewirausahaan sosial adalah salah satu bagian dari kewirausahaan. Kewirausahaan sosial memiliki misi sosial. Namun, karena misi ini, mereka menghadapi beberapa tantangan berbeda dan definisi apa pun harus mencerminkan hal ini. (Austin et al., 2012)

Kewirausahaan sosial adalah Bisnis dengan misi sosial yang keuntungannya pada prinsipnya diinvestasikan kembali dalam bisnis atau diberikan komunitas untuk tujuan itu daripada untuk kebutuhan untuk memaksimalkan keuntungan bagi pemegang saham dan pemilik. (Kickul et al., 2020)

Kewirausahaan sosial dapat didefinisikan sebagai pengembangan inovatif, pendukung misi, pendapatan yang diperoleh, penciptaan pekerjaan atau perizinan, usaha

yang dilakukan oleh wirausahawan sosial individu, organisasi nirlaba, atau organisasi nirlaba yang terkait dengan keuntungan (Peredo & McLean, 2006).

Kewirausahaan sosial memainkan peran sebagai agen perubahan di sektor sosial dengan cara mengadopsi misi yang bercirikan nilai-nilai seperti menciptakan dan mempertahankan nilai sosial (dan bukan kepentingan pribadi), mengidentifikasi dan mengejar peluang baru, serta terlibat dalam proses yang berkelanjutan dengan melibatkan inovasi, pembelajaran dan mengatasi keterbatasan yang disebabkan oleh sumber daya yang langka dan mereka menunjukkan tanggung jawab yang lebih besar untuk hasil dan nilai yang dicapai. (Crisan-mitra & Borza, 2011)

Crisan menyatakan beberapa sifat dari kewirausahaan sosial yaitu :

- a) Mereka adalah agen perubahan.

Kewirausahaan sosial merevolusi reformasi sosial, membuat perubahan mendasar dalam fungsi sistem sosial. Mereka fokus pada bagaimana meningkatkan masyarakat dan lingkungan melalui implementasi visi mereka (Yunus, 1982). Kreativitas kewirausahaan sosial ditekankan melalui identifikasi sumber daya baru, melalui menemukan cara untuk membiayai kegiatan mereka atau untuk meningkatkan nilai sosial, dll. Inovasi adalah keinginan terus-menerus untuk mempromosikan kewirausahaan sosial, dan bukan sesaat. Hal ini harus didukung oleh proses penelitian, pengetahuan, dan perbaikan yang berkelanjutan.

- b) Untuk kewirausahaan sosial, misi sosial adalah yang terpenting.

Mereka mengadopsi misi yang dicirikan oleh nilai-nilai seperti menciptakan dan mempertahankan nilai sosial (dan bukan keuntungan pribadi). Inilah elemen dasar yang membedakan wirausaha sosial dengan wirausaha komersial. Untuk misi sosial wirausaha sosial adalah fundamental, mempromosikan kesejahteraan sosial yang tidak dapat direduksi menjadi keterlibatan untuk pendapatan manfaat pribadi (dan pribadi). Keuntungan dicapai dengan melayani kebutuhan mereka yang membutuhkan dan juga dengan mempertahankan orientasi organisasi melalui penciptaan nilai sosial, tetapi itu harus dianggap sebagai instrumen untuk mencapai tujuan sosial.

- c) Terdapat orang (tokoh) yang percaya diri dan dikenal dalam komunitas tempat mereka beroperasi serta memiliki kualitas kepemimpinan yang baik.

Untuk mendukung kewirausahaan sosial perlu dilakukan kegiatan yang transparan, sesuai dengan prinsip etika dan moral karena hanya dengan demikian akan menarik banyak pengikut.

- d) Dapat menghilangkan penyebab masalah sosial dan memecahkannya bukan hanya mengatasi gejala.

Ini dicapai dengan pengembangan diri dan kemajuan yang berkelanjutan. Kewirausahaan sosial tidak mencari hasil jangka pendek tetapi ingin menciptakan

dampak sosial yang langgeng dan hasil yang berkelanjutan. Meskipun mereka bertindak secara lokal, tindakan mereka dapat memicu perubahan global, seperti di bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, seni, atau bidang lainnya.

e) Kewirausahaan sosial menganggap kegagalan sebagai bagian dari perkembangan. Kewirausahaan sosial harus menganggap kegagalan sebagai bagian dari proses inovasi dan bukan sebagai tragedi pribadi. Pengusaha sosial memiliki toleransi yang tinggi terhadap ambiguitas dalam mencoba mengatasi masa-masa sulit semudah mungkin (Borza et al., 2009)

f) Mereka menciptakan bisnis yang memberikan solusi paling menarik untuk masalah sosial (Scarborough et al., 2009).

Mereka dapat mengembangkan organisasi yang menopang pendidikan bagi mereka yang tidak memiliki kemampuan, dapat menyediakan perumahan murah bagi masyarakat berpenghasilan rendah di negara berkembang, organisasi yang berorientasi pada mendidik kaum muda untuk mengurangi konsumsi sumber daya. Selain itu, wirausahawan sosial menggabungkan perhatian terhadap masalah sosial yang tepat dengan keinginan untuk mempromosikan kehidupan yang lebih baik.

g) Kewirausahaan sosial tidak mudah menyerah ketika menghadapi tantangan.

Mereka sibuk mengidentifikasi cara terbaik untuk mengatasi kelemahan melalui inovasi, adaptasi dan penelitian. Kewirausahaan sosial tidak menjadikan sumber daya yang langka menjadi penghalang dalam mengejar visi mereka. Mereka memiliki kekuatan untuk melakukan lebih banyak dengan sumber daya yang sedikit daripada sekedar gagasan untuk mempromosikan efisiensi dan efektivitas. Mereka menggunakan sumber daya yang tersedia untuk memaksimalkan hasil dengan mempromosikan kemitraan dan kolaborasi dengan organisasi lain, memanfaatkan sumber daya yang berasal dari kegiatan filantropi dan ekonomi. Mereka sadar akan risiko yang ditoleransi oleh pemangku kepentingan dan bersedia berbagi dengan mereka yang ingin terlibat dalam kegiatan semacam itu (Mair & Noboa, 2006)

Menurut Dees (Dees, 2001) kewirausahaan sosial berperan sebagai agen perubahan di sektor sosial, dengan cara:

- a) Mengadopsi misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai sosial (bukan hanya nilai pribadi),
- b) Mengenali dan tanpa henti mengejar peluang baru untuk melayani misi itu,
- c) Terlibat dalam proses inovasi, adaptasi, dan pembelajaran yang berkelanjutan,
- d) Bertindak berani tanpa dibatasi oleh sumber daya yang tersedia, dan
- e) Menunjukkan akuntabilitas yang tinggi kepada para anggota yang dilayani dan untuk hasil yang diciptakan.

Peran kewirausahaan sosial sebagai agen perubahan menurut Schumpeter sebagai tokoh kewirausahaan sosial, mereka adalah merupakan reformis dan revolusioner tetapi dengan misi sosial. Mereka secara fundamental membuat perubahan mendasar dalam cara melakukan sesuatu di sektor sosial.

Pengusaha sosial dikonseptualisasikan sebagai individu yang melihat inovasi di dunia dan meraih peluang untuk menciptakan nilai-nilai sosial. (Daud-Fhiri et al., 2018). Mereka memanfaatkan peluang yang tidak akan diperhatikan orang lain. Mereka akan mengambil risiko secara berbeda dari yang lain. Bahkan istilah kewirausahaan sosial digunakan oleh perekonomian yang berkembang pesat, pengetahuan bidang kewirausahaan sosial masih kurang dan masih baru dibandingkan dengan bidang kewirausahaan komersial. Keberhasilan individu dalam memecahkan masalah sosial yang kompleks digunakan untuk melegitimasi bidang kewirausahaan sosial.

Kewirausahaan sosial adalah kegiatan inovatif dengan tujuan sosial baik dalam sektor keuntungan kelembagaan, seperti dalam usaha komersial tujuan sosial [19,25] dalam kewirausahaan sosial perusahaan [4] di sektor nirlaba, lintas sektor, seperti bentuk struktural hibrida yang menggabungkan pendekatan laba dan nirlaba [20].

## **PEMBAHASAN**

Terdapat tiga istilah yang saling berhubungan dengan kewirausahaan sosial. yaitu *sosial entrepreneurship* (kewirausahaan sosial), *sosial entrepreneur* (wirausaha sosial atau orang yang melakukannya) dan *sosial enterprise* (lembaga/institusi atau perusahaan sosial yang menaungi aktivitas kewirausahaan sosial)

Kewirausahaan sosial menjadi kajian menarik karena sifat dari kewirausahaan sosial yang berbeda dengan kewirausahaan komersial.

Pengusaha harus yakin bahwa mereka telah mengevaluasi kebutuhan komunitas dan berusaha untuk memuaskan mereka. (Crisan-mitra & Borza, 2011) Mereka berusaha memberikan kepuasan kepada penerima manfaat, masyarakat dan pada saat yang sama berusaha memberikan hasil yang menarik (baik finansial maupun sosial) bagi investor. komunitas merupakan bagian penting dari tantangan yang diperlukan oleh pengusaha dan menciptakan hubungan antara investor dan nilai yang diperoleh, Pengusaha komersial seringkali bertindak sesuai dengan kepeduliannya terhadap lingkungan dan masyarakat. Jadi mereka menyumbangkan uang ke organisasi nirlaba, atau mereka terlibat dalam bisnis yang tidak sesuai dengan praktik sosial, menggunakan bahan dan praktik yang lebih aman untuk lingkungan dan memperlakukan karyawan mereka dengan bermartabat dan hormat. Semua ini mengagumkan, tetapi upaya mereka secara tidak langsung terkait dengan masalah sosial.

Pengusaha sosial berbeda karena strateginya dalam memperoleh pendapatan terkait langsung dengan misi sosial. Bagi wirausahawan sosial, pendapatan penting untuk mendukung tujuan sosial. Mereka adalah individu yang mengembangkan bisnis untuk menghasilkan solusi inovatif bagi masalah sosial terbesar, mereka menjadi seperti agen perubahan dalam masyarakat. Pengusaha sosial menggunakan kreativitas mereka untuk menemukan solusi atas masalah sosial.

## **KESIMPULAN**

Kewirausahaan sosial dan bisnis memiliki banyak kesamaan tetapi banyak aspek yang membedakan. Ketika wirausahawan komersil ingin berinvestasi, mereka berkepentingan untuk membuat investasi yang menguntungkan, sementara wirausahawan sosial berinvestasi dengan pertimbangan apakah akan berdampak yang diinginkan pada masyarakat dan lingkungan, dan apakah investasi ini akan membantu mereka memperoleh hasil finansial. Kewirausahaan sosial karena memiliki misi sosial tidak hanya mengejar keuntungan tetapi tetap memperhatikan misi sosial yang memberikan dampak pada masyarakat. Kewirausahaan sosial memiliki peran sebagai agen perubahan dalam membantu masalah sosial dalam masyarakat.

## **SARAN**

Belajar dari konsep kewirausahaan komersial dan sosial yang dapat disarankan adalah kita para wirausaha hendaknya menyeimbangkan antara kewirausahaan komersial dan sosial agar keuntungan tetap diperoleh, tetapi kepedulian kita terhadap masyarakat juga terjaga.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2012). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Revista de Administração*, 47(3), 370–384. <https://doi.org/10.5700/rausp1055>
- Baum, J. R., & Frese, M. (2007). Entrepreneurship as an area of psychology study: An introduction. *The Psychology of Entrepreneurship.*, May, 1–18.
- Crisan-mitra, C., & Borza, A. (2011). Sosial Entrepreneurs versus Commercial Entrepreneurs . *Entrepreneurship in the Global Economy: Economics, Innovation, Competition and Sosial Change, INFER, London, May 2016.*
- Daud-Fhiri, N. S., DIyana Ishak, S. I., Abdullah, S., Azmi, A. A., Ishak, A. S., & Ahmad,



Z. (2018). The Discussion of Sosial Entrepreneurship: Review of the Literature. *MATEC Web of Conferences*, 150(July).  
<https://doi.org/10.1051/mateconf/201815005095>

Dees, J. G. (2001). **【Reformatted and revised】** *The Meaning of “Sosial Entrepreneurship.”* 1–5. [https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article\\_Deess\\_MeaningofSosialEntrepreneurship\\_2001.pdf](https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSosialEntrepreneurship_2001.pdf)

Kickul, J., Lyons, T. S., Kickul, J., & Lyons, T. S. (2020). Defining and Distinguishing Sosial Entrepreneurship. *Understanding Sosial Entrepreneurship*, 11–36.  
<https://doi.org/10.4324/9780429270406-2>

Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. *Sosial Entrepreneurship*, 121–135.  
<https://doi.org/10.1057/9780230625655>

Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56–65.  
<https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007>