

Peran Perempuan Melalui Kewirausahaan Sosial dalam Pemberdayaan Perempuan

Renjana¹ Dosen Ilmu Administrasi Bisnis

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai peran perempuan melalui kewirausahaan sosial dalam pemberdayaan perempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran perempuan melalui kewirausahaan sosial yang dilakukan oleh Muslimah, pemilik Industri Kecil Menengah (IKM), keripik Singkong Cantir dalam memberdayakan peran perempuan. Metode penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi, studi literatur dan wawancara mendalam kepada Muslimah, pemilik Industri Kecil dan Menengah (IKM) Keripik Singkong Cantir. Hasil penelitian ini yaitu peran Muslimah dalam memberdayakan perempuan melalui kewirausahaan sosial ditunjukkan dalam tiga dimensi antara lain, sumber daya, agensi dan pencapaian. Ketiga dimensi ini merupakan proses pemberdayaan yang dilakukan oleh Muslimah. Pertama, Muslimah memberdayakan sumber daya manusia melalui pemberian pelatihan mengolah sumber daya alam untuk dapat dijual. Kedua, Muslimah berinisiatif untuk menjadi agen perubahan dalam lingkungannya dengan memotivasi perempuan untuk dapat mandiri dan berwirausaha. Ketiga, hasil yang dicapai pada pemberdayaan ini yaitu bertambahnya jumlah perempuan yang berwirausaha dalam lingkungannya. Sehingga, kewirausahaan sosial yang dilakukan berdampak pada peningkatan kesejahteraan sosial pada perempuan.

This study discusses the role of women through social entrepreneurship in empowering women. The purpose of this study was to analyze the role of women through social entrepreneurship carried out by Muslimah, the owner of Small and Medium Industries (IKM), Cassava Cantir Chips in empowering the role of women. This research method is a qualitative research method, using data collection techniques conducted by observation, literature study and interviews about Muslimah, The owners of Small and Medium Industries (IKM) Cassava Cantir Chips. The results of this study regarding the role of Muslimah in empowering women through social entrepreneurship through three dimensions, such as, resources, agency and achievement. These three dimensions are the empowerment processes carried out by Muslimah. First, Muslimah empower human resources through training in processing natural resources for sale. Second, Muslimah take the initiative to become agents of change in their environment by motivating women to be independent and entrepreneurial. Third, the results achieved in this empowerment are the amount obtained by women who are entrepreneurs in their environment. Improving social entrepreneurship that is carried out on increasing social welfare in women.

Key Words: *women's role, women's empowerment, social entrepreneurship*

¹ Alamat: IISIP Jakarta, Jl. Raya Lenteng Agung No. 32, Jakarta Selatan, Telepon 0251-9671330, E-mail: renjana@iisip.ac.id

Pendahuluan

Pada dunia kewirausahaan di Indonesia, peran perempuan dalam mengelola usahanya masih memiliki jumlah yang lebih sedikit dibandingkan dengan pelaku usaha laki-laki. Perempuan cenderung lebih memilih untuk bekerja dibandingkan dengan memulai usaha. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada survey angkatan kerja nasional 2016 menyebutkan bahwa jumlah penduduk perempuan yang bekerja berjumlah sekitar 45,5 juta. Sebanyak 13,7 juta jiwa atau sekitar lebih dari 30% wanita bekerja pada sektor pertanian, kehutanan, perburuan, dan perikanan. Kemudian diikuti oleh sektor perdagangan besar dan eceran sebesar 10,4 juta jiwa, serta pada sektor jasa kesehatan dan kegiatan sosial sebesar 1,2 juta (<https://databoks.katadata.co.id>).

Sharma et al (2012) menyatakan bahwa industri kecil dan menengah (IKM) merupakan salah satu solusi yang efektif bagi pertumbuhan ekonomi, dengan memberdayakan perempuan miskin. Selain itu, usaha mikro kecil dan menengah juga dinilai sebagai suatu strategi terencana yang membuat keseimbangan dalam perekonomian bagi perempuan miskin. Oleh karena itu, peran perempuan dalam kewirausahaan memiliki kontribusi yang besar bagi perekonomian, khususnya perekonomian daerah.

Humbert (2012) mengungkapkan bahwa perempuan dapat memberikan dampak sosial yang positif dalam third sector, dengan mengedepankan masalah-masalah seperti anak, keluarga, kekerasan, dan diskriminasi. Kewirausahaan sosial merupakan suatu upaya yang dilakukan seseorang untuk mengatasi permasalahan sosial melalui kewirausahaan. Kewirausahaan sosial dipandang sebagai salah satu solusi untuk menangani permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat miskin, khususnya pada perempuan. Hal tersebut juga menjadi salah satu alasan peneliti mengambil topik penelitian ini.

Di Indonesia, perbedaan gender menjadi salah satu permasalahan yang terjadi di lingkungan sosial. Lelaki menganggap bahwa

tugas perempuan adalah bekerja di rumah dan bergantung secara ekonomi kepada laki-laki. Hal ini mengindikasikan bahwa perempuan tidak memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan laki-laki. Oleh karena itu, untuk dapat mandiri secara ekonomi, maka banyak perempuan yang mulai berwirausaha. Hal ini dapat mengubah pandangan menjadi kedudukan perempuan dapat setara dengan laki-laki. Humbert (2012) mengungkapkan bahwa salah satu munculnya kewirausahaan sosial, dipicu oleh berbagai macam faktor, diantaranya faktor yang berasal dari latar belakang individu, keluarga, dan pengalaman bekerja. Kemudian, kewirausahaan sosial juga merupakan hasil akhir dari perjalanan hidup panjang yang matang, yang telah melewati berbagai pengalaman positif maupun negatif dalam suatu waktu, dan hal ini bergantung pada konteks budaya, sosial, dan pribadi seseorang.

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan Muslimah, dan seperti yang telah diutarakan oleh Humbert (2012), salah satu yang menjadi alasan untuk Muslimah berwirausaha yaitu karena persoalan ekonomi. Di samping itu, Muslimah juga mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan dalam rumah tangganya yang disebabkan oleh perekonomian. Oleh sebab itu, Muslimah berpikir untuk ingin mandiri secara ekonomi dengan mulai berwirausaha. Muslimah memulai usaha keripik singkongnya dari tahun 2010. Sebelum memulai usaha, Muslimah berprofesi sebagai tenaga kerja wanita Indonesia yang bekerja di Negara Malaysia selama dua tahun. Profesi sebagai tenaga kerja wanita dipilih karena Muslimah menjadi tulang punggung keluarga dikarenakan masalah keluarga yang dihadapi. Setelah itu, Muslimah kembali pulang ke Indonesia dan mulai berwirausaha. Dalam memulai usahanya yang masih kecil, Muslimah hanya memiliki modal senilai Rp 50.000. Usaha yang dijalankan berjalan dengan sukses karena mencapai keuntungan yang besar dan produknya diekspor ke luar negeri. Sumber dana dan pengelolaan keuangan dikendalikan oleh Pemberi dana yaitu komunitas Geng Motor Gede. Keuntungan yang dihasilkan, digunakan

oleh Muslimah untuk mengembangkan usaha keripik singkongnya.

Pada saat itu, tujuan utama Muslimah dalam memulai usahanya adalah untuk memenuhi tuntutan keluarga dikarenakan Muslimah harus menghidupi keluarganya. Seiring berjalannya waktu, Muslimah merasa ingin melakukan sesuatu yang lebih selain menghasilkan uang dari usahanya. Sebagai seorang perempuan, Muslimah pernah mengalami keputusasaan dikarenakan harus bergantung secara ekonomi dari sang suami. Muslimah merasa dirinya harus memiliki suatu keahlian yang dapat menjadikan dirinya mandiri secara finansial. Pemikiran ini yang menuntun Muslimah memiliki misi atau tujuan sosial dalam usahanya. Berdasarkan riwayat pekerjaan yang dijalani, pengalaman hidup, dan pengalaman berwirausahanya, Muslimah berpikir untuk menularkan kesuksesannya ini kepada para perempuan. Muslimah menjadi pembicara atau narasumber dalam kegiatan pelatihan untuk wirausaha pemula. Muslimah memiliki pandangan bahwa perempuan juga dapat sukses berwirausaha walaupun memiliki pendidikan yang rendah dan berprofesi sebagai Tenaga Kerja Wanita.

Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah mengkaji tentang bagaimana peran Muslimah dalam memberdayakan perempuan melalui kewirausahaan sosial. Untuk dapat menjawab permasalahan tersebut, yang akan dibahas pertama kali adalah mengenai perbedaan konsep kewirausahaan dan kewirausahaan sosial. Setelah itu, dibahas pula tentang peran perempuan dalam kewirausahaan sosial.

Tinjauan Literatur

Dalam penelitian ini, teori yang akan digunakan untuk membahas adalah teori kewirausahaan dan karakteristiknya, kewirausahaan sosial dan karakteristiknya, perbedaan kewirausahaan dan kewirausahaan sosial, perempuan dalam kewirausahaan sosial dan pemberdayaan.

Kewirausahaan

Zahra et al (2008) menjelaskan

kewirausahaan adalah orang-orang biasa yang menyusun ide-ide kreatif dan inovatif, mengurus bagian produksi, mengambil resiko, dan mengikutsertakan pelanggan sampai pada mengakumulasi kekayaan atau mengarahkan ke dampak sosial, yang seringkali melintasi perbatasan nasional. Selain itu, kewirausahaan juga memberdayakan orang-orang untuk mencari peluang pada lokasi yang jauh, serta mengubah energi yang dimiliki menjadi pergerakan di dunia untuk memperbaiki kondisi sosial dan meningkatkan kualitas keberadaan manusia.

Kewirausahaan memiliki karakteristik yaitu dapat melihat suatu masalah sebagai peluang, sehingga seorang wirausaha dapat memberikan solusi baru terhadap masalah melalui produk, layanan, atau proses yang ditawarkan. Pada kondisi yang dianggap tidak nyaman, wirausaha dapat melihatnya menjadi sesuatu yang berbeda, yang menjadikan masalah tersebut menjadi kesempatan untuk membuat suatu hal yang baru. Seorang wirausaha memiliki karakteristik pribadi yang unik, yang dibawa ke kondisi masalah tertentu, yaitu seperti adanya inspirasi, kreativitas, aksi, keberanian serta ketabahan (Martin & Osberg, 2007).

Selanjutnya Martin dan Osberg (2007) menjelaskan karakteristik yang dimiliki oleh wirausaha. Wirausaha memiliki inspirasi dan termotivasi untuk mengubah kondisi yang tidak menyenangkan, disebabkan karena wirausaha adalah salah satu orang yang tertekan dalam kondisi tersebut, atau merasa berempati pada orang-orang tersebut. Kemudian, wirausaha memiliki keinginan yang kuat untuk menghapuskan status quo. Wirausaha memiliki sifat kreatif dan membuat solusi baru atas permasalahan yang ada. Wirausaha tidak berusaha untuk menggunakan cara yang sudah ada, akan tetapi wirausaha menemukan cara baru untuk mendekati masalah.

Karakteristik lain dari wirausaha adalah wirausaha mengambil tindakan secara langsung. Wirausaha tidak menunggu orang lain untuk campur tangan atau meyakinkan seseorang untuk menyelesaikan masalah, akan tetapi wirausaha langsung mengambil tindakan dengan membuat

produk atau layanan dan berusaha untuk memajukannya. Selain itu, wirausaha juga harus dapat mempengaruhi orang lain seperti investor, teman dan keluarga, rekan kerja untuk bekerja bersama, dan pelanggan untuk membeli ide dan inovasi yang dimiliki. Sifat keberanian menjadi karakteristik lain yang dimiliki oleh wirausaha melalui proses inovasi, menanggung beban resiko, dan menghadapi kegagalan dengan sikap yang tepat. Hal ini juga yang menjadi syarat untuk wirausaha untuk dapat mengambil resiko yang besar dan melakukan sesuatu yang dianggap orang sebagai hal yang aneh dan bahkan tidak dapat dilakukan. Karakteristik terakhir yang dimiliki wirausaha adalah ketabahan untuk menggerakkan solusi kreatifnya melalui adopsi pasar. Wirausaha pasti melewati suatu proses yang mengharuskan bisnisnya mengalami kemunduran atau perubahan yang tidak dapat diprediksi, sehingga wirausaha harus dapat menemukan cara-cara kreatif dalam hambatan dan tantangan yang dihadapi.

Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan sosial secara sederhana didefinisikan sebagai suatu upaya seseorang dalam mengatasi permasalahan sosial dengan memanfaatkan prinsip bisnis atau kewirausahaan. Kewirausahaan sosial merupakan kegiatan yang berkelanjutan. Kata kunci dalam kewirausahaan sosial adalah adanya misi sosial, pemberdayaan, pengamalan prinsip bisnis yang etis, dan monitoring dampak dalam lingkungan sosial. Prinsip bisnis yang ada dalam kewirausahaan sosial harus sesuai dengan etika bisnis. Prinsip bisnis dalam kewirausahaan sosial utamanya pada memaksimalkan manfaat yang dapat diberikan kepada masyarakat, bukan pada memaksimalkan profit.

Joshwa dan George mendefinisikan kewirausahaan sosial sebagai suatu kegiatan kewirausahaan yang menggabungkan inovasi, sumber daya, dan kesempatan, untuk mengatasi situasi krisis sosial dan tantangan dari lingkungan. Fokus kewirausahaan sosial adalah pada sistem dan praktik transformasi, yang merupakan akar permasalahan dari kemiskinan, marginalisasi,

kerusakan lingkungan, dan hilangnya martabat manusia. Kewirausahaan sosial merupakan suatu wadah untuk wirausaha melakukan kegiatan berwirausaha dengan tujuan akhir menciptakan nilai sosial. Oleh Karena itu, pelaku wirausaha sosial seringkali tidak mengutamakan keuntungan pribadi pada tindakannya. Pengusaha sosial menggabungkan semangat misi sosial dengan citra bisnis seperti disiplin, inovasi, dan tekad.

Selanjutnya, Mair dan Marti (2004) berpendapat kewirausahaan sosial adalah proses membentuk nilai dengan mengkombinasikan sumber daya yang ada dengan cara yang baru. Kemudian, kombinasi sumber daya ini diperuntukkan untuk mengeksplorasi dan memanfaatkan peluang untuk membentuk nilai sosial dengan mendorong perubahan sosial.

Kewirausahaan sosial pertama kali muncul karena adanya “panggilan”. Individu merasa terpanggil untuk mencoba menyelesaikan suatu permasalahan yang muncul dalam suatu lingkungan. Setelah individu merasa terpanggil, maka muncul ide untuk mengatasi masalah tersebut. Ide atau gagasan yang timbul dalam pikiran, diubah ke dalam penjabaran konsep mengenai bagaimana ide yang dimiliki dapat mengatasi permasalahan secara kongkrit melalui bisnis. Kemudian, konsep tersebut digambarkan dalam bentuk model bisnis. Dalam model bisnis dijelaskan mengenai mitra bisnisnya, aktivitas utama yang dilakukan, sumber daya yang dibutuhkan, struktur biayanya, proposisi nilainya, membangun hubungan dengan konsumen, saluran distribusinya, dan segmentasi konsumennya.

Martin dan Osberg (2007) menyebutkan bahwa kewirausahaan sosial memiliki tiga komponen diantaranya;

1. Menyeimbangkan kondisi yang stabil, yang tidak terpisahkan dengan kondisi seimbang yang tidak adil. Hal ini menyebabkan pengecualian, marginalisasi, atau penderitaan dari golongan masyarakat yang kekurangan finansial atau kekuasaan politik demi memperoleh keuntungan pribadi.
2. Mengidentifikasi peluang dalam kondisi

ketidakadilan, membangun proposisi nilai, menginspirasi, kreatif, langsung bertindak, berani, dan tabah, dengan demikian menantang hegemoni Negara.

3. Meringankan penderitaan kelompok yang menjadi target.

Haryanti, et al (2016, hal.175) mengungkapkan Indonesia memiliki empat corak utama dalam kewirausahaan sosial, yaitu *Community Based*, *Not-for-profit*, *Hybrid*, dan *Profit for Benefit*. Sampai dengan saat ini, definisi mengenai terminologi dari kewirausahaan sosial masih menjadi perdebatan dan terdapat perbedaan dalam segi kriteria dan definisi pada berbagai Negara. Kewirausahaan sosial memiliki lima kriteria dasar diantaranya Misi/Dampak Sosial, Pemberdayaan, Prinsip Bisnis yang sesuai dengan Etika Bisnis, Reinvestasi Untuk Misi Sosial, dan Orientasi Berkelanjutan (Haryanti, et al, 2016, hal.179).

Dalam pelaksanaan kewirausahaan Sosial, tentunya yang akan diingat adalah apakah kewirausahaan Sosial sama dengan tanggung jawab Sosial perusahaan. Pengalokasian keuntungan dalam suatu organisasi bisnis, pada umumnya sekitar satu sampai empat persen yang akan dialokasikan pada kegiatan tanggung jawab Sosial perusahaan. Hal ini berbeda dengan kewirausahaan Sosial, yang mengalokasikan keuangannya untuk kegiatan Sosial sebesar 51-100%. Fokus utama kewirausahaan Sosial adalah adanya misi Sosial yang menjadi inti atau esensi dari organisasi kewirausahaan Sosial. Dalam kegiatan kewirausahaan sosial tentunya harus memiliki misi/dampak sosial.

Kewirausahaan sosial akan berdampak dengan adanya pemberdayaan. Pemberdayaan diawali dengan membangun kesadaran masyarakat dengan adanya potensi atau kemampuan yang besar di dalam diri mereka (Haryanti, et al, 2016, hal.182). Dalam proses pemberdayaan ini, terdapat empat aspek mendasar yang wajib ada pada setiap kewirausahaan sosial, yaitu *ethical* (beretika), *responsible* (bertanggungjawab), *accountable* (akuntabilitas), dan *transparency* (transparansi) yang disingkat menjadi ERAT. (Haryanti, et al, 2016, hal.190).

Pada temuan yang dilakukan oleh Haryanti, et al (2016, hal 191), salah satu aspek yang dapat membedakan kewirausahaan sosial dengan organisasi lain terletak pada nilai (*value*) dan modal sosial (*trust*). Dalam nilai, terdapat visi atau cita-cita, keyakinan dan cara pandang, yang memotivasi pelaku kewirausahaan sosial untuk dapat terus bertahan dan konsisten dalam menjalankan kewirausahaan sosial. Kemudian, selain harus mengandung suatu nilai, kewirausahaan Sosial harus memiliki modal sosial, berupa kepercayaan. Kepercayaan dapat dibangun dengan adanya komunikasi yang intens antara pelaku kewirausahaan sosial dengan masyarakat sekitar. Sehingga ketika kepercayaan itu sudah terbangun dengan baik, maka masyarakat dapat mengikuti dan mengubah cara hidup mereka sesuai dengan misi pelaku kewirausahaan sosial.

Dalam kewirausahaan Sosial, bisnis yang dijalankan harus dapat dipertanggungjawabkan secara Sosial. Prinsip tanggung jawab ini dapat bersifat pasif, yang berarti mengurangi segala tindakan yang dapat merusak lingkungan sekitar, dan juga bersifat aktif, artinya, melakukan hal-hal yang memberikan efek langsung yang positif bagi masyarakat serta lingkungan sekitar.

Selain itu, dalam kewirausahaan sosial juga diperlukan adanya akuntabilitas. Akuntabilitas didefinisikan sebagai sebuah hubungan pertanggungjawaban dalam tata kelola organisasi. Prinsip akuntabilitas ini dapat dikatakan suatu kegiatan dalam hal pencatatan dan pelaporan kegiatan kewirausahaan sosial yang terkait dengan pencapaian target yang telah dibuat. Prinsip ini dapat dikatakan bahwa kewirausahaan sosial harus memiliki pertanggungjawaban yang jelas terhadap lingkungan sosial atau masyarakat sekitar.

Prinsip transparansi dalam pengelolaan kewirausahaan sosial ini mencakup keterbukaan, kejelasan, dan akurasi informasi untuk pemangku kepentingan yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung. Transparansi ini berkaitan dengan kondisi keuangan, kepemilikan, pelaksanaan manajemen organisasi, dan capaian dampak sosialnya (Haryanti, et al, 2016, hal.193).

Pelaku kewirausahaan sosial harus memiliki komitmen untuk melakukan reinvestasi, minimal 51% dari keuntungan yang didapatkan untuk misi Sosial organisasi. Pada pelaksanaannya, kewirausahaan Sosial dapat dilakukan melalui dua cara tergantung pada tipe organisasinya, yaitu yang pertama kewirausahaan Sosial yang manfaatnya diberdayakan melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan kewirausahaan Sosial, baik sebagai konsumen atau sebagai mitra produksi. Pada kewirausahaan Sosial ini, melakukan reinvestasi keuntungan untuk ekspansi bisnis berdampak pada perluasan jangkauan masyarakat yang menerima manfaat. Dalam hal ini, melakukan perluasan bisnis sama halnya dengan memperluas dampak sosial. Cara yang kedua adalah manfaat yang diberikan tidak berkaitan langsung dengan kegiatan bisnis.

Orientasi keberlanjutan kewirausahaan Sosial dapat dilihat dalam dua aspek, yaitu aspek internal dan aspek eksternal. Jika dilihat pada aspek internal, ada dua hal yang dapat dilihat yaitu keberlanjutan organisasi dan keberlanjutan finansial. Pada keberlanjutan organisasi, organisasi harus tetap berdiri dan berjalan secara mandiri tanpa bergantung pada pendirinya. Kewirausahaan sosial memiliki batasan konsep karena jika gagal dalam mengidentifikasi batasan maka cakupan terminologi kewirausahaan sosial menjadi tidak spesifik atau terlalu luas.

Perbedaan Kewirausahaan dan Kewirausahaan Sosial

Certo dan Miller (2008) menyatakan kewirausahaan adalah suatu kegiatan mengidentifikasi atau mengenali, mengevaluasi dan memanfaatkan peluang atau kesempatan. Hal yang membedakan dengan kewirausahaan sosial yaitu kewirausahaan sosial berujung pada pembentukan nilai sosial. Kewirausahaan sosial ini tidak berfokus pada laba, akan tetapi fokus pada pemenuhan kebutuhan dasar dan berjangka waktu panjang, pada kelompok masyarakat yang membutuhkan, seperti penyediaan makanan, air, pendidikan, dan layanan kesehatan.

Salah satu hal mendasar yang membedakan kewirausahaan dan kewirausahaan sosial adalah

pada motivasinya. Kewirausahaan didorong oleh menghasilkan uang, sedangkan kewirausahaan sosial digerakkan oleh wirausaha yang lebih mementingkan kepentingan orang lain. Kemudian perbedaan penting lainnya adalah pada proposisi nilai (Martin dan Osberg, 2007). Bagi wirausaha, proposisi nilainya adalah melayani konsumen dengan nyaman untuk membeli produk atau layanan baru, yang menuju pada keuntungan finansial. Pada kewirausahaan, mendapatkan keuntungan merupakan hal yang mutlak, sehingga hal tersebut menjadi harapan bagi wirausaha dan investor. Keuntungan yang didapatkan, digunakan untuk keberlanjutan usaha dan untuk memperluas pasar pada skala yang lebih besar, yang akhirnya akan menuju ke kondisi yang seimbang.

Berbeda halnya dengan proposisi nilai pada kewirausahaan yang menganggap pasar dapat membayar inovasi, proposisi nilai pada kewirausahaan sosial menargetkan pada kelompok masyarakat yang kurang terlayani, ditelantarkan, atau masyarakat yang sangat kurang beruntung dalam segi finansial atau kekuasaan politik, untuk memperoleh manfaat bagi dirinya sendiri. Akan tetapi hal ini bukan berarti kewirausahaan sosial mengabaikan keuntungan. Usaha yang dijalankan pada kewirausahaan sosial pasti menghasilkan keuntungan, yang akan diatur baik pada usaha yang berorientasi keuntungan maupun yg tidak berorientasi keuntungan. Zahra et al (2008) menambahkan, perbedaan kewirausahaan sosial dengan kegiatan kewirausahaan lainnya, yaitu pada kewirausahaan sosial, ada peluang sosial yang dapat dimanfaatkan oleh wirausaha, sedangkan jika di kewirausahaan, tidak adanya peluang sosial.

Shaw dan Carter (2007) menyatakan terdapat tiga perbedaan antara kewirausahaan dengan kewirausahaan sosial. Pertama adalah nilai etika yang memandu pelaku kewirausahaan sosial untuk membantu meyakinkan bahwa uang masyarakat digunakan dengan baik, ide-ide tidak dirusak untuk kepentingan pribadi. Kemudian yang kedua, tujuan dan misi pelaku kewirausahaan sosial. Ketika kewirausahaan

mengejar keuntungan untuk pemangku kepentingan, kewirausahaan sosial fokus pada pemenuhan tujuan sosial. Perbedaan yang ketiga terletak pada inovasi. Untuk menjadi wirausaha yang sukses, dimungkinkan untuk tidak selalu berinovasi, lain halnya dengan kewirausahaan sosial yang selalu menggunakan cara-cara yang inovatif untuk mencapai tujuan sosialnya.

Persamaan yang ada pada kewirausahaan dan kewirausahaan sosial yaitu keduanya sangat termotivasi pada peluang yang akan diidentifikasi, mengejar visi dengan sekuat tenaga, dan dapat mengubah masalah besar menjadi ide-ide yang brilian.

Perempuan Dalam Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan identik dengan suatu profesi yang diperankan oleh laki-laki, memiliki sifat maskulin. Laki-laki fokus dalam bidang teknologi, sedangkan perempuan fokus pada sektor bisnis yang pertumbuhannya lambat dan membutuhkan keterampilan yang rendah, seperti ritel dan jasa. Sebagian besar, tokoh wirausaha sukses yang banyak dibahas cenderung laki-laki, seperti Steve Jobs, Bill Gates, dan Donald Trump.

European Institute for Gender Equality (EIGE) meneliti ketidaksetaraan gender dalam wilayah kebijakan pada kegiatan berwirausaha, diantaranya yaitu akses untuk mendapatkan pinjaman dalam permodalan usaha, peluang membangun jaringan, horizontal gender segregation, reconciling work and family life, pandangan tentang perempuan berwirausaha.

Goyal dan Parkash (2011) mendefinisikan wirausaha perempuan yaitu sebagai seorang perempuan atau sekelompok perempuan yang memprakarsai, mengorganisasi, dan mengoperasikan usaha bisnis. Alasan perempuan untuk terlibat dalam bisnis dikarenakan perempuan menginginkan pekerjaan mandiri dan berdiri di atas kakinya sendiri. Lebih lanjut lagi, Goyal dan Parkash (2011) menyebut adanya faktor “tarik-ulur” dalam melakukan kegiatan berwirausaha. Dalam faktor “Tarik”, perempuan berada dalam situasi yang terikat pada tanggung jawab dan pekerjaan dalam rumah tangga. Oleh sebab itu, wirausaha perempuan memilih profesi

wirausaha sebagai suatu tantangan dan keinginan untuk melakukan sesuatu hal yang baru. Sementara itu, dalam faktor “ulur”, perempuan yang terlibat dalam wirausaha dikarenakan paksaan keluarga dan tanggung jawab diarahkan kepadanya.

Goyal dan Parkash (2011) menjelaskan perempuan yang berwirausaha adalah perempuan yang menghadapi tantangan untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan menjadi pribadi yang ekonomi secara mandiri. Selanjutnya, alasan perempuan memulai berwirausaha diantaranya yaitu adanya latar belakang pendidikan dan kualifikasi, membantu perekonomian keluarga, ingin menjadi contoh untuk orang lain, terinspirasi oleh cerita sukses berbisnis dari teman dan kerabat, masa depan yang menjanjikan, kebutuhan akan penghasilan tambahan, meneruskan bisnis keluarga, adanya kebijakan dan prosedur pemerintah yang kondusif, kebebasan dalam mengambil keputusan dan mandiri, pergantian jabatan dalam pekerjaan, ingin mendapatkan tantangan dan peluang baru, dapat mengaplikasikan pemikiran yang inovatif, dapat merefleksikan identitas diri dan status sosial (Goyal dan Parkash, 2011).

Shamar et al (2012) menambahkan alasan perempuan berwirausaha yaitu karena adanya faktor kemandirian secara ekonomi. Akan tetapi, dalam melakukan kewirausahaan sosial, perempuan seringkali menghadapi hambatan seperti halnya yang dihadapi oleh laki-laki. Hambatan tersebut meliputi tuntutan yang lebih besar pada waktu dalam komitmen keluarga, kurang percaya diri terhadap keterampilan dan kemampuan yang dimiliki, sedikit memiliki Role model, dan adanya prasangka dari masyarakat dan diskriminasi.

Garg dan Agarwal (2017) menjelaskan, ketika perempuan memutuskan untuk berwirausaha, terdapat beberapa masalah yang akan dihadapi, diantaranya memiliki tingkat pendidikan yang rendah, hambatan sosial, masalah keuangan, masalah personal, kepercayaan diri dan takut kegagalan, tidak memiliki bakat kewirausahaan, hambatan masuk pasar, kurangnya keahlian berwirausaha, hambatan terkait operasional.

Salah satu tujuan kewirausahaan sosial yaitu adanya pemberdayaan. Secara sederhana, definisi teminologi pemberdayaan adalah memberikan kekuatan. Menurut International Encyclopedia (1999) dalam Shamar et al (2012), pemberdayaan merupakan suatu kegiatan yang bertujuan mengarahkan kehidupan seseorang menuju kondisi ekonomi, sosial dan pengakuan status yang diinginkan. Pemberdayaan perempuan secara ekonomi adalah suatu kondisi yang menggambarkan perempuan dapat memiliki kontrol yang lebih besar atas sumber daya yang tersedia, seperti pendapatan, pengetahuan, informasi, teknologi, keahlian dan pelatihan. Untuk dapat diberdayakan secara ekonomi, perempuan harus terlibat secara ekonomi. Dengan begitu, perempuan yang diberdayakan akan membuat status perempuan meningkat, sehingga memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan di lingkungan masyarakat.

Pemberdayaan

Vera (2014) mengemukakan pemberdayaan adalah suatu proses perubahan. Pemberdayaan dapat juga didefinisikan sebagai suatu proses memperoleh kemampuan dalam membuat pilihan. Ketika seorang perempuan diberdayakan, artinya perempuan tersebut tidak memiliki cukup kekuatan, sehingga tidak memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan yang strategis dalam hidupnya. Keputusan tersebut terkait dengan pilihan dalam mata pencaharian, tempat tinggal, status, dan kebebasan untuk menjalani kehidupan seperti yang diinginkan. Datta dan Gailey (2012) Selanjutnya, Kabeer (2009) dalam Vera (2014) mengatakan bahwa pemberdayaan memiliki tiga dimensi yang saling berkaitan dalam membuat pilihan, yaitu sumber daya (prakondisi), agensi (proses), dan pencapaian (hasil). Sumber daya meliputi sumber daya ekonomi, material, sumber daya manusia, dan sosial seperti pengetahuan, keterampilan, kreativitas, hubungan dan jaringan. Dimensi yang kedua, yaitu agensi adalah kemampuan untuk menentukan pilihan hidup seseorang dan bertindak atas pilihan tersebut. Kemudian, dimensi yang ketiga adalah pencapaian yang merupakan hasil dari

kemampuan untuk memberlakukan agensi dalam konteks tertentu.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode studi kasus, dengan pendekatan fenomenologi. Alasan peneliti menggunakan pendekatan ini adalah karena penelitian ini fokus pada pengalaman pribadi individu, yakni Muslimah sebagai pelaku wirausaha sosial. Tujuan peneliti menggunakan metode ini yaitu agar dapat tergambar dengan jelas bagaimana peran Muslimah dalam memberdayakan perempuan di sekitarnya melalui kewirausahaan sosial. *Key informant* penelitian ini adalah Muslimah, wirausaha yang memberikan dampak sosial melalui usaha keripik singkongnya. Kemudian, *informant* nya yaitu Ibu Wiwi, yang merupakan kerabat dekat Muslimah, sekaligus orang kepercayaan dalam menjalankan usaha keripik singkong. Untuk menghindari subjektivitas dalam penelitian ini, maka peneliti menambahkan informan lain yaitu anggota Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) yang pada awalnya bekerja dalam proses produksi keripik singkong. Anggota PKK tersebut pernah menjadi karyawan dan sekarang telah membuka usaha secara mandiri. Karyawan yang diwawancarai berjumlah lima orang.

Hasil

Berdasarkan hasil penelitian, Muslimah melakukan kewirausahaan sosial, yang ditandai dengan adanya misi sosial. Misi sosial yang ada dalam usaha keripik singkong Cantir adalah mencetak perempuan untuk memiliki keterampilan dan motivasi untuk memulai usaha, dengan memberikan pelatihan produksi hasil-hasil pertanian kepada para karyawan perempuannya. Seperti yang dijelaskan oleh Shaw dan Carter (2007) bahwa pembeda kewirausahaan yang bertujuan profit dengan kewirausahaan yang bertujuan sosial, salah satunya ada pada tujuan atau misi usaha yang dijalankan.

Motivasi terbesar Muslimah melakukan kewirausahaan sosial adalah pada pengalaman

hidup yang membuat Muslimah menjadi kuat dan tangguh menghadapi berbagai rintangan yang muncul. Pengalaman yang dimiliki didapatkan ketika Muslimah harus berjuang menghidupi keluarga dengan berwirausaha. Hal lain yang menjadi cambuk tersendiri bagi Muslimah adalah adanya suatu pandangan bahwa perempuan tidak lebih baik dalam hal kompetensi dibandingkan dengan laki-laki, yang lebih berkuasa. Pandangan ini seringkali membuat Muslimah merasa tidak dihargai dan direndahkan. Oleh karena itu, Muslimah ingin membuat suatu perubahan sosial yang dapat membuat para perempuan dapat mandiri secara finansial, sehingga laki-laki tidak boleh menganggap rendah pada perempuan.

Kisah awal Muslimah dalam berwirausaha juga diwarnai dengan jatuh bangunnya keripik Singkong dalam permodalan. Muslimah bercerita bahwa modal awal memulai berwirausaha yaitu berasal dari modal pribadi senilai Rp 50.000. Kemudian dilanjutkan dengan meminjam uang dari organisasi Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) sebesar Rp 500.000 sampai dengan Rp 3.000.000. Dana yang terkumpul belum mencukupi modal, maka Muslimah beralih ke Kredit Usaha Rakyat BRI sebesar Rp 5.000.000 sampai dengan Rp 50.000.000. Setelah itu, Cantir sempat mengalami jatuh bangun dalam berbisnis. Sampai pada suatu hari, Muslimah diberikan kesempatan untuk bertemu dengan pihak akademisi (Universitas Gunadarma) dan diberikan modal untuk berbisnisnya sebesar Rp 12.000.000., ditambah karyawan untuk membantu bisnis Cantir, yang digaji oleh Universitas Gunadarma. Modal yang didapatkan tersebut menghasilkan keuntungan yang mencapai Rp 200.000.000. Selain disibukkan dengan kegiatan berbisnis, Muslimah juga menjadi Motivator untuk kegiatan seminar-seminar dan pelatihan. Dalam kegiatan ini, Muslimah dipertemukan dengan komunitas Motor Gede Harley Davidson. Dalam komunitas tersebut, para anggotanya bekerja pada PT Pertamina. Sampai dengan saat ini, Komunitas Moge menjadi donator dalam usaha Cantir sebesar Rp 100.000.000, selanjutnya modal ditambahkan menjadi Rp 200.000.000.

Selain mendanai Cantir, Komunitas Moge ini juga mengelola manajemennya yaitu laporan keuangan dan penggajian karyawan.

Pada awalnya tujuan Muslimah berbisnis adalah untuk memenuhi kebutuhan perekonomian keluarga. Akan tetapi, karena tuntutan hidup memaksa Muslimah harus menjadi tulang punggung keluarga. Muslimah merasa bahwa perempuan lain harus memiliki kemandirian agar tidak mengalami nasib yang serupa dengan dirinya. Muslimah berfikir bahwa uang memang dibutuhkan untuk kebutuhan hidup, akan tetapi uang bukanlah segalanya. Terdapat suatu keharusan untuk dapat membesarkan usaha ini, sehingga dapat merubah lingkungan sosial. Selain itu, dalam lingkungan bisnisnya, Muslimah sering bertemu dengan teman-teman wirausahawan yang sudah sukses, yang seringkali bersifat tidak ramah kepada para wirausahawan pendatang baru. Oleh karena itu, Muslimah melakukan perubahan dengan merangkul para pemula bisnis dengan mengadakan pelatihan dan bimbingan teknis untuk wirausaha muda serta menjadi pembicara pada universitas dan instansi pemerintah, salah satunya Badan Nasional Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BNP2TKI) untuk mendorong motivasi dalam berwirausaha.

Kemudian, peran Muslimah dalam pemberdayaan ditunjukkan dengan sampai dengan saat ini, Muslimah rutin untuk menjadi Narasumber di BNP2TKI, berbagi pengalaman yang dialami selama menjadi tenaga kerja wanita (TKW). Pengalaman pahit yang didapatkan salah satunya yaitu, mengalami Kekerasan Dalam Rumah Tangga. Oleh karena itu, Muslimah memiliki kepedulian terhadap para perempuan yang mengalami kasus yang serupa dengan dirinya. Sebelum berbisnis keripik singkong, Muslimah bekerja menjadi tenaga kerja wanita di Malaysia. Walaupun dalam pekerjaannya, Muslimah diperlakukan dengan baik, akan tetapi Muslimah juga berpikir bahwa para wanita harus memiliki keberanian untuk berwirausaha agar tidak lagi menjadi tenaga kerja wanita (TKW) di luar negeri.

Hal ini yang juga menyebabkan, Muslimah

juga sangat peduli dengan perempuan yang memiliki profesi sebagai tenaga kerja wanita. Selain itu, Muslimah juga sering diundang untuk menjadi narasumber sebagai mantan tenaga kerja wanita (TKW) yang sukses menjadi wirausaha kepada para tenaga kerja wanita (TKW). Mengutip pernyataan Drucker (1999) dan Leadbetter (1997) dalam Shaw dan Carter (2007), Kewirausahaan sosial merupakan seseorang yang memulai suatu inovasi atau perubahan sosial. Muslimah bertekad untuk mengubah kondisi perempuan menjadi sama kuatnya dibandingkan dengan laki-laki.

Dalam proses produksi keripik singkong Cantir, Muslimah mengutamakan perempuan sebagai karyawannya. Setelah bekerja di Cantir, karyawan perempuan terinspirasi untuk dapat mandiri secara ekonomi. Pengalaman yang didapatkan dari bekerja di Cantir menjadi bekal untuk karyawan perempuan Cantir memulai usaha mandiri. Hal ini merupakan tujuan utama Muslimah yang mengutamakan mempekerjakan perempuan, agar perempuan memiliki keberanian untuk membuka bisnis dan keahlian dalam membuat sesuatu. Proses pembelajaran ini umumnya berlangsung tidak lebih dari tiga tahun. Setelah karyawan perempuannya meminta ijin untuk berhenti dari pekerjaan dan memulai bisnis barunya, Muslimah kembali merekrut perempuan lain. Sampai dengan saat ini yang masih tetap memilih sebagai karyawan Cantir berjumlah 4 orang, dan jumlah karyawan yang telah sukses mengembangkan usahanya secara mandiri berjumlah 10 orang dalam wilayah Depok dan Jagakarsa.

Untuk dapat memulai kegiatan wirausaha, seseorang harus memiliki keahlian atau kompetensi. Keahlian dapat dihasilkan melalui pendidikan formal maupun non formal. Dalam pendidikan formal, seseorang dapat mengikuti kegiatan sekolah. Kemudian untuk pendidikan non formal, seseorang dapat mengikuti kegiatan pelatihan. Untuk mewujudkan keinginan Muslimah dalam membuat lebih banyak perempuan untuk memiliki keahlian dalam memulai usaha, Muslimah menjadi ketua pada Pusat Pelatihan Pertanian dan Pedesaan

Swadaya (P4S) Kenanga, yang merupakan pelatihan dalam mengolah hasil pertanian seperti singkong, pisang, pepaya, dan juga kolong kaling. Singkong diolah menjadi keripik singkong dan singkong pelangi. Pepaya diolah menjadi manisan pepaya, serta kolong kaling diolah menjadi manisan kolong-kaling. Sampai dengan saat ini Keripik Singkong yang diberi merek Cantir, diproduksi mencapai 1 kuintal atau sama dengan 350 bungkus, dan sudah diekspor ke Negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, dan Brunei Darussalam (www.swadayaonline.com). Produk lainnya seperti manisan pepaya dan manisan kolong kaling diproduksi jika ada permintaan dari konsumen. Muslimah merasa bahwa kegiatan pelatihan ini sangat bermanfaat untuk para wanita yang ingin mandiri dalam memulai berwirausaha.

Muslimah belum memiliki rencana ke depan untuk membuat komunitas yang membantu perempuan agar bisa mandiri secara finansial. Hal ini dikarenakan untuk membuat suatu komunitas diperlukan fasilitas pendukung dan sumber daya manusia yang memadai untuk mengelola komunitas tersebut, sehingga hal tersebut belum dapat dipenuhi oleh Cantir. Rencana kedepannya yaitu Muslimah akan lebih memfokuskan diri dengan berbagi ilmu dan pengalamannya dalam bentuk kegiatan seminar, bimbingan teknis, dan kegiatan motivasi lainnya yang berkaitan dengan pemberdayaan perempuan.

Diskusi

Menurut Martin dan Osberg (2007), Kewirausahaan memiliki karakteristik yaitu pertama dapat melihat suatu masalah sebagai peluang. Dalam kondisi yang sedang dalam tekanan dan banyak masalah, Muslimah melihatnya dari sudut pandang yang berbeda. Ia berkeinginan untuk memiliki usaha agar dapat menjadi wanita yang mandiri terutama secara finansial. Pada saat itu, Muslimah mulai mencari ide kira-kira usaha apa yang akan dijalankan. Pertama yang terbesit dalam pikirannya adalah ingin menjual makanan dengan bahan baku yang murah serta mudah didapatkan. Kemudian, ia mendapat inspirasi untuk membuat

keripik yang berbahan dasar singkong. Dengan kegigihan yang dimiliki dan juga adanya kreativitas, aksi, keberanian dan ketabahan, Ia berhasil memproduksi keripik singkong dan menjualnya sampai ekspor ke Malaysia dan Brunei Darussalam. Hal ini membuktikan bahwa pada kondisi yang dirasa tidak nyaman, seorang wirausaha dapat melihatnya menjadi sesuatu yang berbeda, yang menjadikan masalah tersebut menjadi kesempatan untuk membuat suatu hal yang baru dan menguntungkan.

Muslimah melakukan kegiatan pemberdayaan perempuan melalui usaha keripik singkongnya. Kabeer (2009) dalam Vera (2014) mengatakan bahwa pemberdayaan memiliki tiga dimensi yang saling berkaitan dalam membuat pilihan, yaitu sumber daya, agensi, dan pencapaian. Sumber daya meliputi sumber daya ekonomi, material, sumber daya manusia, dan sosial seperti pengetahuan, keterampilan, kreativitas, hubungan dan jaringan.

Pada dimensi yang pertama, yaitu sumber daya, Muslimah berperan untuk menjadikan sumber daya manusia (perempuan) yang memiliki kemampuan, serta memanfaatkan sumber daya alam yang ada. Hal ini dapat ditunjukkan dengan bergabungnya Muslimah sebagai ketua Pusat Pelatihan Pertanian dan Pedesaan Swadaya (P4S) Kenanga. Pusat pelatihan ini berisi kegiatan-kegiatan pelatihan dan bimbingan teknis dalam mengolah hasil pertanian seperti singkong, pisang, pepaya, dan juga kolang kaling untuk dijual. Singkong diolah menjadi keripik singkong dan singkong pelangi. Pepaya diolah menjadi manisan papaya, serta kolang kaling diolah menjadi manisan kolang-kaling. Muslimah merasa bahwa kegiatan pelatihan ini sangat bermanfaat untuk para wanita yang ingin mandiri dalam memulai berwirausaha.

Dimensi yang kedua, yaitu agensi adalah kemampuan untuk menentukan pilihan hidup seseorang dan bertindak atas pilihan tersebut. Peran Muslimah dalam hal ini yaitu pemberian motivasi dan arahan untuk dapat memulai bisnis kepada para perempuan di sekitarnya. Dalam menjalankan kehidupan, seseorang dihadapkan oleh berbagai macam pilihan. Dengan

pengalaman yang dimiliki oleh Muslimah, Ia mengajak kepada para perempuan untuk dapat mandiri secara finansial dengan memiliki usaha sendiri. Dengan memiliki usaha mandiri, maka para perempuan juga dapat membantu perekonomian keluarga dan memiliki kebebasan dalam mengambil keputusan dalam hidupnya serta dapat merefleksikan identitas diri dan status sosialnya.

Selanjutnya, dimensi yang ketiga adalah pencapaian yang merupakan hasil dari kemampuan untuk memberlakukan agensi dalam konteks tertentu. Usaha yang dijalankan oleh Muslimah selama kurang lebih 7 tahun ini memiliki hasil dalam hal finansial juga dalam sosial. Dalam hal finansial, Muslimah telah mengembangkan usaha dengan memproduksi dalam skala yang besar. Dalam 1 hari, minimal keripik singkong yang terjual adalah 100 bungkus. Penjualannya juga melayani pelanggan yang berada di luar negeri. Kemudian berkaitan dengan aksi sosialnya, Muslimah menularkan energi positifnya dengan menumbuhkan semangat dan motivasi dalam bentuk seminar, pelatihan dan memberdayakan lebih banyak perempuan lagi untuk dapat memproduksi sesuatu produk dan menjualnya. Muslimah menginginkan, perempuan yang berada di lingkungan sekitarnya dapat memiliki kesejahteraan hidup yang baik serta sukses dalam berbisnis, seperti yang dialaminya.

Kesimpulan

Peran Muslimah dalam melakukan pemberdayaan melalui kewirausahaan sosial ditunjukkan dalam tiga dimensi pemberdayaan, yaitu sumber daya, agensi dan pencapaian. Pada dimensi sumber daya, Muslimah berperan dalam meningkatkan sumber daya manusia, yaitu perempuan yang tinggal di lingkungannya untuk memperoleh keahlian dalam mengolah sumber daya alam, untuk meningkatkan perekonomian keluarga. Kemudian dalam dimensi agensi, Muslimah memutuskan untuk memperbaiki kesejahteraan para perempuan yang tinggal di lingkungan sekitarnya dengan mengajak ibu-ibu untuk dapat mandiri secara finansial, memiliki keahlian dalam berwirausaha dan menghasilkan

suatu produk.

Selain itu Muslimah juga membuka akses kepada para perempuan untuk berwirausaha dengan mengutamakan karyawan perempuan untuk bekerja di Cantir. Para karyawan yang bekerja di Cantir selalu diberikan motivasi untuk memulai usaha sendiri dan diajarkan dalam mengelola hasil-hasil pertanian untuk dijual. Oleh sebab itu, Muslimah melakukan transfer pemikiran dan ide kepada para perempuan agar dapat mandiri secara ekonomi. Selain itu, kepedulian Muslimah kepada masyarakat, khususnya perempuan, dipraktekan secara nyata dalam Pusat Pelatihan Pertanian dan Pedesaan Swadaya (P4S) Kenanga. Wujud lain dari pemberdayaan yang dilakukan oleh Muslimah yaitu berbagi ilmu dan pengalaman yang dimilikinya pada pelatihan untuk para pebisnis pemula, pelatihan membuat keripik singkong, sebagai motivator untuk tenaga kerja wanita, yang bekerja sama dengan BNP2TKI.

Pada dimensi pencapaian, peran Muslimah dalam memberdayakan perempuan menghasilkan banyak wirausaha yang berasal dari generasi ibu-ibu dan perempuan, yang memulai usahanya dengan memproduksi produk secara mandiri. Hal ini merupakan hasil dari keaktifan Muslimah dalam Pusat Pelatihan Pertanian dan Pedesaan Swadaya (P4S) Kenanga

Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa melalui kewirausahaan sosial, perempuan dapat berbuat sesuatu untuk membantu kesejahteraan perempuan lain yang memiliki latar belakang yang hamper sama. Perempuan dinilai lebih peka terhadap masalah-masalah sosial, apalagi jika masalah tersebut berkaitan dengan pengalaman hidup yang pernah dialami. Sehingga hal tersebut menjadi motivasi yang paling kuat dalam menjalankan kewirausahaan sosial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa wirausaha sosial yang sedang dijalankan oleh Muslimah memiliki dampak yang besar dalam memberdayakan perempuan.

Daftar Pustaka

British Council. "Activist To Entrepreneur: The Role Of Sosial Enterprise In Supporting

- Women's Empowerment In The US"
- Certo, S. Trevis., Miller, Toyah (2008). "Sosial Entrepreneurship: Key Issues and Concepts". Elsevier. Business Horizons (2008) 51, 267-271.
- Garg, S., Agarwal, P. (2017). " Problems and Prospects of Woman Entrepreneurship- A Review of Literature". IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) Volume 19, issue 1, Ver VI.
- Goyal, Meenu. Parkash, Jai (2011). "Women Entrepreneurship in India-Problems and Prospects". International Journal of Multidisciplinary Research Vol.1 Issue 5,
- Haryanti, et al (2016), *Berani Jadi Wirausaha Sosial? Membangun Solusi Atas Permasalahan Sosial Secara Mandiri dan Berkelanjutan*, PT Bank DBS Indonesia.
- Humbert, A.L. (2012). "Woman As Sosial Entrepreneurs". Working Paper 72. Third Sector Research Centre.
- Joshwa, L. & George, Susan. "Sosial Entrepreneurship and Woman Empowerment: A Study Conducted in Ernakulam District.
- https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj6K-nq6PdAhUdSI8KHSIFDZQQFjAAegQIARAC&url=http%3A%2F%2Fwww.denovo.in%2FDownload%2FWomen_Empowerment.pdf&usg=AOvVaw3pMhgbf8zWv58UQYrZRau_
- Martin, Robert.L. Osberg, Sally. (2007). "Sosial Entrepreneurship: The Case for Definition". Stanford Sosial Innovation Review Spring 2007.
- Sharma et al (2012). "Micro Enterprise Development and Rural Women Entrepreneurship: Way For Economic Empowerment". A Journal of Economic and Management Vol. 1 Issue 6.
- Vera, Haataja (2014). "Is There Empowerment In Entrepreneurship? A Systematic Literature Review". Working Paper No 2014/16. Maastricht School Of Management.
- Zahra, A. Shaker., et.al (2008). "Globalization of

Sosial Entrepreneurship Opportunities”.
Strategic Entrepreneurship Journal.
<https://databoks.katadata.co.id>
<file:///D:/international%20conference/>

Woman%20in%20Social%20
Entrepreneur/White-Paper-Womens-
Social-Entrepreneurship-and-Birth-
Outcomes.pdf