

Developing Socioentrepreneurship for Students at The University

Sajidan, Idam Ragil WA, M.

Masykuri, Baskoro Adi P

sajidan@fkip.uns.ac.id, idamragil@fkip.uns.ac.id, masykuri@staff.uns.ac.id

baskoroadip@staff.uns.ac.id

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

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

Pendahuluan

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

Dalam sebuah negara yang mengadopsi sistem pasar bebas, berwirausaha merupakan sebuah keniscayaan untuk mendukung perangkat negara dalam menyejahterakan masyarakat. Terkadang, karena keterbatasan sumber daya dan dana, negara tidak memiliki kemampuan maksimal dalam mewujudkan tujuan negara itu sendiri. Bahkan banyak ditemukan bahwa negara tidak memiliki kemampuan yang mumpuni untuk menyiapkan kesempatan kerja bagi para lulusan sekolah atau perguruan tinggi yang

solutif untuk mengurangi kesenjangan kehidupan masyarakat dan atau untuk mengurangi, bila tidak dapat mengikis habis, tingkat pengangguran yang menunjukkan grafik yang meningkat.

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

Sesuai dengan karakter dasarnya, berwirausaha merupakan sebuah upaya untuk 'bekerja sendiri (self-employment), membeli dengan harga yang telah ditentukan, kemudian menjualnya di toko atau di pasar dengan harga yang belum ditentukan. Berwirausaha dapat pula diartikan sebagai 'semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar (Cantillon, 2010). Dari karakter dasar dan pengertian ini, dapat dipahami bahwa berwirausaha pada prinsipnya sejauh mana usaha mandiri dengan kreatifitas dan inovasi yang dikembangkan, dengan memberikan keuntungan yang lebih baik bagi pelakunya (Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/-M/XI/1995).

Metode

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis wacana kritis. Menurut Moleong (2005), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut Badara (2012), analisis wacana kritis adalah studi mendalam yang berupaya mengungkap kegiatan, pandangan, dan identitas berdasarkan bahasa yang digunakan dalam wacana. Penelitian ini membandingkan berbagai penelitian dengan tema yang sama, yaitu pengembangan socioentrepreneurship pada mahasiswa di perguruan tinggi dengan berbagai pendapat ahli melalui literatur yang mendalam.

Hasil dan Pembahasan

Stevenson dan Jarillo (1990) dalam (Amir, 2016) mengemukakan bahwa entrepreneurship merupakan suatu proses penciptaan nilai dengan mengombinasikan berbagai sumber daya secara unik untuk memanfaatkan peluang yang ada. Entrepreneurship adalah suatu proses yang menunjukkan adanya tahapan yang berkelanjutan, yang menempatkan dan menggunakan semua sumber daya dikelola dan dikombinasikan sehingga menghasilkan nilai. Kegiatan ini digerakkan oleh entrepreneurs, yang melibatkan opportunity-driven, yang selalu memanfaatkan peluang untuk tujuan kebaikan, yang menoleransi sumber daya yang terbatas, sehingga selalu mencari cara untuk tetap dapat memanfaatkan peluang tersebut. Jadi, entrepreneurs (pemilik usaha) adalah orang-orang yang mencari cara untuk menghasilkan nilai melalui penciptaan atau ekspansi kegiatan ekonomi, dengan melakukan identifikasi dan

eksploitasi produk-produk baru, proses dan pasar yang baru (Ahmad & Richard, 2016).

Karakteristik yang dimiliki oleh para entrepreneurs ini umumnya terkait dengan innovation, risk-taking, problem-solving, cost-concern (Amir, 2016), dan economic value creation. Para entrepreneurs memiliki kreatifitas dan inovasi yang tinggi dalam menyesuaikan dan menggunakan pendekatan, konsep, metode, model, atau rancangan teknologi yang baru (Peredo, 2005). Selain itu, mereka juga berani mengambil risiko dalam setiap pengambilan keputusannya dan juga memiliki kemampuan dalam mengantisipasi, menganalisis masalah dan mengambil keputusan secara efektif dan efisien. Terakhir, mereka selalu mempertimbangkan nilai tambah ekonomi dari setiap biaya yang dikeluarkan.

Dari karakteristik entrepreneurs ekonomi/bisnis kemudian lahir istilah social entrepreneurship. Perbedaan mendasar entrepreneurship dan social entrepreneurship adalah pada preposisi nilai (value preposition) itu sendiri. Bagi business entrepreneur, preposisi nilai tersebut diantisipasi dan dikelola untuk melayani pasar yang dapat membayar produk atau layanan baru, dan dengan demikian didesain untuk menghasilkan keuntungan finansial. Jadi harapan business entrepreneur dan para investornya adalah memperoleh keuntungan pribadi. Sebaliknya, social entrepreneur, bertujuan menciptakan nilai dalam lingkup yang besar, manfaat yang transformasional baik bagi lingkup masyarakat yang signifikan atau untuk masyarakat yang lebih luas. Johnson mengemukakan bahwa mereka umumnya menekankan individu yang memiliki karakteristik entrepreneurial yang melakukan kegiatan bisnis untuk kepentingan sosial (Dees, 1998); tidak membiarkan keterbatasan sumberdaya menjadi kendala penciptaan nilai (Dees, 1998, Henton, et.al, 1997); toleransi yang lebih tinggi terhadap ketidakpastian (Prabhu, 1999); yang memiliki ide-ide yang dahsyat yang mengombinasikan antara dunia isioner dengan kreatifitas pemecahan masalah untuk melakukan perubahan (Bornstein, 1998), berfokus pada visi dan peluang di masa depan dengan memberdayakan masyarakat untuk mewujudkan visi tersebut menjadi sebuah realitas dengan keinginan yang kuat untuk keadilan sosial (Catford, 1998).

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

Social entrepreneurship memiliki tiga komponen berikut: (1) mengidentifikasi ekuilibrium stabil namun tidak adil secara inheren yang

menyebabkan pengecualian, marginalisasi, atau penderitaan bagi sekelompok masyarakat yang tidak memiliki sarana keuangan atau kekuatan politik untuk mencapai manfaat transformatif dengan kekuatan mereka sendiri; (2) mengidentifikasi kesempatan dalam kesetimbangan yang tidak adil ini, mengembangkan preposisi nilai sosial, dan memiliki, kreativitas, aksi langsung, keberanian, dan keuletan, sehingga menantang hegemoni negara yang stabil ini; serta (3) menempa keseimbangan baru dan stabil, yang melepaskan potensi yang terperangkap atau menghilangkan penderitaan kelompok masyarakat yang disasar, dan melalui imitasi dan penciptaan ekosistem yang stabil di sekitar ekuilibrium baru untuk memastikan masa depan yang lebih baik bagi kelompok masyarakat yang disasar dan bahkan masyarakat secara luas (Martin, 2016).

Untuk kondisi Indonesia, beberapa universitas di bawah Kementerian Riset dan Teknologi, baik yang negeri maupun swasta juga telah menunjukkan perhatian terhadap isu-isu seputar kewirausahaan sosial. Universitas Sebelas Maret, misalnya, dicanangkan untuk mejadi universitas kewirausahaan social. Penelitian dan pengabdian yang dilakukan di universitas harus memiliki tanggungjawab untuk melakukan perubahan pada berbagai sektor, baik pemerintahan, industri maupun untuk kepentingan masyarakat secara umum dan tidak hanya untuk kepentingan peneliti semata. Untuk mendukung hal tersebut, UNS akan membenahi kurikulum yang berkaitan dengan social entrepreneurship. Hal ini dimaksudkan agar seluruh mahasiswa UNS dalam program studi apa pun yang digeluti akan mendapatkan mata kuliah yang dapat mengasah kemampuan dan kretifitas mereka dalam bidang social entrepreneurship (Sindo, 29 Juni 2015).

UNS yang mempunyai semboyan ACTIVE (mengusung tag sebagai universitas entrepreneurship juga menunjukkan perhatian kepada pengajaran social entrepreneurship. UNS menyatakan bahwa salah satu peminatan bagi lulusan program sarjana adalah menunjukkan capaian social entrepreneurship. Peminatan ini ditujukan bagi para professional ataupun penggerak sektor nirlaba dan bidang sosial agar mereka dapat meningkatkan kemampuan entrepreneurial dalam mengelola institusi mereka (<http://www.uc.ac.id/pascasarjana/peminatan/>). Secara spesifik, UNS menawarkan konsentrasi Government and Social Entrepreneurship yang menysar para Pegawai Negeri Sipil yang hendak melanjutkan pendidikan mereka di bidang Magister Manajemen (<http://www.uc.ac.id/pascasarjana/keunggulan/>).

Pertanyaan yang kemudian menyeruak adalah langkah apa yang telah diambil oleh lembaga-lembaga pendidikan tinggi di bawah koordinasi Kementerian Agama sebagai respon terhadap perkembangan di bidang social entrepreneurship? Apakah telah ada langkah konkrit untuk memasukkan social entrepreneurship dalam kurikulum atau matakuliah yang disajikan? Disadari bahwa perhatian lembaga pendidikan tinggi di bawah Kementerian Agama terhadap entrepreneurship, terlebih lagi social entrepreneurship masih belum tampak di permukaan. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor. Yang pertama, lembaga pendidikan tinggi di bawah Kementerian Agama selama beberapa dekade hanya bergelut dengan kajian keagamaan sebagai amanat layaknya sebuah lembaga pendidikan tinggi bernama Institut. Perhatian terhadap kurikulum di luar kajian keagamaan masih belum mendominasi. Kedua, kewirausahaan merupakan matakuliah yang banyak terkait dengan program studi ekonomi dan turunannya, sementara program studi tersebut masih merupakan program studi yang baru setelah perguruan tinggi di bawah Kementerian Agama mendapat mandat yang lebih luas dengan beralihnya beberapa lembaga pendidikan tinggi tersebut menjadi universitas. Ketiga,

masih minimnya tenaga pengajar yang memiliki kapasitas untuk mengampu matakuliah kewirausahaan. Ketersediaan tenaga pengajar yang ada lebih didominasi oleh tenaga-tenaga kependidikan yang beralih dari status pegawai setelah menjalani pendidikan di tingkat magister, baik manajemen maupun konsentrasi yang sebidang. Faktor-faktor ini disinyalir telah menjadi kendala dalam mengarusutamakan kewirausahaan, apatah lagi kewirausahaan sosial di perguruan tinggi di bawah Kementerian Agama. Namun demikian, kondisi ini telah mengalami pergeseran di beberapa perguruan tinggi Islam walau masih secara perlahan.

Upaya inisiatif untuk memperkenalkan Social entrepreneurship di UNS dapat dilakukan dalam bentuk penyajian matakuliah Social entrepreneurship. Matakuliah tersebut dapat berdiri sendiri, dapat pula diintegrasikan dengan matakuliah kewirausahaan yang telah ada sebagai matakuliah wajib universitas. Untuk mendukung hal tersebut berikut ini adalah usulan matakuliah Social Entrepreneurship secara tersendiri dengan menggunakan pendekatan kooperatif dan berbasis proyek.

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

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

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

Silabi mata kuliah Social Entrepreneurship di UNS diupayakan akan memadukan konsep Service Learning yang telah banyak dipergunakan di beberapa perguruan tinggi di Amerika Serikat dan Kanada dengan konsep pengabdian masyarakat yang telah diterapkan di UNS, baik berupa PKL (Praktik Kerja Lapangan), PPL (Praktik Pengalaman Lapangan), PBL (Praktik

Belajar Lapangan), dan PK (Praktik Klinik). Panduan pelaksanaan Service Learning ini menyajikan konsep pelaksanaan yang dibagi atas tiga bagian yaitu pra-implementasi, dimana di tahapan ini akan dilakukan survei, komunikasi dengan pihak terkait, identifikasi masalah, pengajuan dan presentasi proposal. Tahap kedua adalah implementasi dan tahap ketiga adalah pasca implementasi yang merupakan tahap evaluasi dan penilaian atas kegiatan Service Learning yang dilakukan.

Tahap Pra Implementasi Mata Kuliah Social Entrepreneurship terdiri dari (1) Survey Lapangan/Tudang Sipulung; (2) Penemuan Masalah/Identifikasi Aset; (3) Perjanjian Kerjasama dan Kemitraan; dan (4) Pelatihan Mahasiswa/Dosen. Sebelum pelaksanaan Service Learning mata kuliah Social Entrepreneurship, perlu diadakan survey atau observasi terhadap persoalan di suatu daerah, sekaligus menilai kemampuan daerah tersebut mengacu pada aset daerah dan kemampuan sumber daya manusianya. Persoalan-persoalan ini kemudian dikaji oleh mahasiswa dengan pendampingan oleh dosen. Setelah dikaji kemudian persoalannya dikategorisasikan, ditelaah dan dikonsepsikan menjadi proposal social venture/enterprise. Perjanjian kerjasama perlu dibuat antara institusi kampus dan masyarakat, untuk membuat batasan-batasan yang jelas dari lingkup kerja Service Learning yang diprogramkan dan disepakati bersama. Selain itu kerjasama dan program ini perlu juga didukung pihak swasta/pihak ketiga, utamanya dalam hal mensponsori kegiatan tersebut. Sebelum diturunkan untuk melakukan implementasi Service Learning, mahasiswa dan juga dosen harus tahu apa yang akan dilakukan melalui proposal social venture/enterprise yang telah dibuat bersama. Pelatihan bagi mahasiswa sangat perlu dilakukan agar tujuan dari proposal yang telah dibuat dapat tercapai. Selain aktif menjalankan proposal social venture yang disepakati, mahasiswa juga harus tahu membuat pengukuran terhadap pencapaian program sekaligus membuat laporan terhadap kegiatan tersebut. Pada bagian akhir, pengalaman tersebut harus dapat direfleksikan dalam kelas.

Tahap Implementasi terdiri dari: (1) Membangun Komunikasi & Kerjasama Dengan Komunitas dan (2) Membangun Kerjasama dengan Pihak Ketiga. Pada tahap membangun komunikasi dan kerjasama dengan komunitas meliputi kegiatan praktik dan pelibatan masyarakat. Praktik Service Learning dimulai saat mahasiswa mulai ditempatkan dan mulai berinteraksi di lingkungan masyarakat. Selanjutnya mahasiswa harus memastikan bahwa persoalan yang ada dalam proposal memang merupakan persoalan nyata yang harus diselesaikan. Selain itu, peran masyarakat harus jelas, tidak hanya didominasi oleh aktivitas mahasiswa, tapi keberhasilan Service Learning juga sangat ditunjang oleh seberapa besar keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan rencana kerja. Hal seperti ini akan terlihat dari peran aktif dalam kerja di lingkungan masyarakat. Tentunya harus juga ada parameter penilaian terhadap keterlibatan masyarakat yang dituangkan dalam form pengukuran dan penilaian kegiatan. Pelibatan pihak ketiga (pemerintah daerah dan pihak swasta) sangat dimungkinkan, utamanya dalam mendukung dari segi finansial atau dalam bentuk fasilitas lainnya. Biasanya Pemda di daerah memiliki program kerja dan anggaran untuk masyarakatnya, sehingga pihak universitas dapat membangun mitra kerjasama dengan daerah untuk menyelesaikan masalah di daerah tersebut dengan pendekatan Service Learning.

Peran dosen dalam tahap implementasi sebagai fasilitator, pendengar, professional, arsiparis/dokumentator, dan evaluator. Adapun tanggung jawab utama dosen dalam pembelajaran dengan metode service learning terbagi dalam 3 bagian, yaitu tugas pra aktif, tugas interaktif dan tugas pasca aktif.

Tugas Pra Aktif adalah tanggung jawab Dosen dalam memotivasi dan mengembangkan proses belajar. Tugas Interaktif adalah untuk mengembangkan dan menjaga kerjasama mahasiswa, dinamika kelompok dan kreativitas mandiri. Tugas Pasca Aktif adalah sebagai penghubung antara mahasiswa dengan Dosen/institusi. Mahasiswa dan dosen pendamping yang akan melakukan SL adalah representasi dari universitas. Mereka akan terlibat kontak langsung dengan masyarakat dalam kurun waktu yang tidak singkat, karena itu diminta untuk selalu berhati-hati dalam bertindak dan bersikap agar bisa menunjukkan yang terbaik di masyarakat.

Tahap Pasca Implementasi terdiri dari refleksi di Lapangan dan dalam Kelas; (2) Monitoring; dan (3) Meletakkan Landasan Pengetahuan bagi Service Learning Berikutnya. Refleksi adalah bagian penting dari kegiatan SL bertujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan. Refleksi mendorong untuk mengeksplorasi pertanyaan, tantangan, dan wawasan yang muncul sebelum, selama dan setelah pelaksanaan kegiatan. Refleksi diberikan kepada mahasiswa, masyarakat, stakeholder terkait dan pemerintah lokal guna mendapatkan masukan-masukan untuk perbaikan kegiatan SL berikutnya. Refleksi dapat dilakukan dengan berbagai metode misalnya wawancara, angket, presentasi kelas, telling stories, menulis pengalaman dalam bentuk essay, menggambar, video kegiatan dan berbagai metode lainnya.

Refleksi adalah tahap paling akhir, dapat juga digunakan untuk menggantikan fungsi ujian akhir atau final. Pada tahapan ini mahasiswa diminta mengkaji pengalaman-pengalamannya selama berinteraksi dengan masyarakat, dihubungkan dengan bidang keilmuannya dan mereka diminta memaparkan tingkat keberhasilan yang dapat mereka capai mengacu pada ketentuan-ketentuan awal dari program kerja yang diberikan kepada mereka. Pemahaman yang mendalam dan penerapan materi pelajaran serta pengembangan keterampilan tertentu (misalnya, komunikasi, kerja sama tim, pemecahan masalah) atau sikap dan disposisi (misalnya, rasa keberhasilan, kebersamaan dan komitmen dalam pengabdian masyarakat). Refleksi juga untuk mendorong mahasiswa untuk berfikir kritis terhadap permasalahan-permasalahan yang ditemui di lapangan. Refleksi oleh masyarakat dan pemerintah lokal dapat berupa wawancara langsung maupun berupa kuesioner. Kuesioner ini memberikan kesempatan kepada komunitas untuk merefleksikan umpan balik terhadap kegiatan SL yang telah dilakukan oleh mahasiswa dalam hal ini oleh jurusan penyelenggara.

Proses monitoring dilakukan selama aktivitas service learning berlangsung, dosen penanggung jawab Service Learning harus melakukan monitoring paling tidak seminggu sekali untuk memantau progres atau perkembangan aktivitas Service Learning. dan evaluasi dilakukan di akhir kegiatan Service Learning, untuk meninjau tingkat keberhasilan dari kegiatan tersebut, mengacu pada parameter-parameter yang telah ditentukan sebelumnya yang dapat dinilai menggunakan form penilaian akhir dan form evaluasi. Kegiatan service learning diharapkan menjadi kegiatan pembelajaran yang berkelanjutan. Untuk mendukung hal tersebut maka perlu dibangun konsep dan komitmen yang kuat dari semua pihak yang terkait baik itu mahasiswa, dosen, jurusan, fakultas dan universitas.

Salah satu manfaat dari kegiatan service learning yang diaplikasikan pada mata kuliah Social Entrepreneurship adalah untuk membangun kemitraan antara universitas dan masyarakat melalui aktivitas yang dilakukan oleh mahasiswa. Indikator penilaian mahasiswa pada kegiatan Service Learning mengacu pada peningkatan kemampuan mahasiswa dalam hal: (1) pembelajaran akademik yang berupa penguasaan konsep/teori/metode/teknik

dan bagaimana aplikasi maupun realitas sesungguhnya yang terkait; (2) pembelajaran personal berupa apa yang dirasakan mahasiswa dan bagaimana perasaan tersebut membentuk pola pikir bagi pengembangan diri; (3) pembelajaran sosial yaitu bagaimana mahasiswa menyikapi konteks sosial dan sejauhmana mahasiswa merasakan ikut bertanggungjawab dalam membantu komunitas.

Simpulan

Social Entrepreneurship merupakan salah satu isu menarik, baik di perguruan tinggi maupun di beberapa lembaga nirlaba di berbagai belahan dunia. Social Entrepreneurship mengombinasikan antara kegiatan bisnis dengan orientasi sosial meniscayakan lahirnya dunia usaha yang peduli terhadap isu-isu sosial kemasyarakatan di sekitarnya. Namun demikian, pengajaran di berbagai ruang kelas, utamanya di Indonesia, masih sangat minim. Pengajaran Social Entrepreneurship di Indonesia, utamanya di perguruan tinggi yang berada di bawah Kementerian Agama, masih belum memperlihatkan perhatian yang memadai bila dibandingkan dengan universitas-universitas di berbagai belahan dunia. Dari data yang ditemukan, perhatian terhadap Social Entrepreneurship masih terserak dan bahkan masih sulit ditemukan sajian mata kuliah yang secara integratif menyajikan Social Entrepreneurship sebagai matakuliah tersendiri. Pengetahuan dan keterampilan berwirausaha adalah salah satu langkah strategis, utamanya yang memiliki misi sosial yang kuat.

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

Daftar Pustaka

- Ahmad, Nadim and Richard G. Seymour. (2016). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*, diunduh tanggal 27 Juni 2016 dari www.oecd.org/std/business-stats/39651330.pdf.
- Amir M. Taufiq. 2016. *Corporate Entrepreneurship & Innovation*. Jakarta: Penerbit Kencana
- Biro Pusat Statistik, Agustus 2015: Tingkat Pengangguran Terbuka, diunduh dari <https://www.bps.go.id/Brs/view/id/1196>, tanggal 20 Juni 2016.
- Bornstein, David. (2004). *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*. New York: Oxford University Press.
- Cantillon, Richard. (2010). *Essay sur La Nature du Commerce un General*, diterjemahkan oleh Chantal Saucier dengan judul *An Essay on Economic Theory*. Auburn: Mises Institute.
- Dees, J. Gregory, *The Meaning of Social Entrepreneurship*, diunduh tanggal 28 Juni 2016 dari <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/>
- Dorado, S. (2006). Social entrepreneurial ventures: Different values so different process of creations, no? *Journal of Developmental Entrepreneurship* 11: 319-343.
- Fowler, A., (2000). *NGDOs as a moment in history: beyond aid to social*

- Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/-M/XI/1995.
- Mair, J., I. Marti. (2009). Entrepreneurship in and around institutional voids: A case study from Bangladesh. *J. Bus. Venturing* 24(5)419–435.
- Martin, Roger L., Osberg, Sally, Social Entrepreneurship: The Case of Definition, *Stanford Social Innovation Review*, Spring 2007, diunduh tanggal 28 Juni 2016, dari http://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition.
- Peredo, Ana Maria., McLean, Murdith. (2005). Social *Entrepreneurship*: A Critical Review of the Concept, *The Journal of World Business*
- Peredo, A. M., and J. J. Chrisman. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review* 31(2):309–328.
- Sindo edisi 29 Juni 2015. Meningkatkan Social Entrepreneurship Mahasiswa. <http://nasional.sindonews.com/read/1018002/162/meningkatkan-social-entrepreneurship-mahasiswa-1435552094>. Diakses pada tanggal 23 Juni 2016.
- The Jakarta Post, Monday Nov 24, 2014 ‘Dwikorita, Aims to Make UGM A Social Entrepreneur University,’ <https://www.thejakartapost.com/news/2014/11/24/dwikorita-aims-make-ugm-a-social-entrepreneur-university.html>
- Waddock, S. dan J. E. Post (1991). Catalytic Alliances for Social Problem Solving. *Human Relations*, 48 (8), 951-973.
- <http://www.uc.ac.id/pascasarjana/peminatan/>. Diakses pada tanggal 23 Juni 2016.
- <http://www.uc.ac.id/pascasarjana/keunggulan/>. Diakses pada tanggal 23 Juni 2016.