

SOCIOPRENEURSHIP MASYARAKAT GUSURAN DALAM MEMBANGUN KONSEP KAMPUNG WISATA TEMATIK TOPENG MALANGAN

SOCIOPRENEURSHIP OF SOCIAL COMMUNITY IN TOPENG MALANGAN COMMUNITY BASED TOURISM

Faizal Kurniawan

IKIP Budi Utomo Malang
faizal.pssbu@gmail.com

Krisna Abdi Parela

IKIP Budi Utomo Malang
woodkris62@gmail.com

ABSTRACT

The research which has been funded by the Ministry of Research and Technology in the beginner lecturer research scheme is to find out the general description of sociopreneurship in the evicted community who live in the Kampung Topeng Malangan village in Baran region, Tlogowaru village, Malang regency. This study concludes a result, that sociopreneurship raises a new innovation for the people of Malangan mask tourism village. The community of the kampung topeng malangan is a community consisting of a combination of street children, homeless and beggars from several areas in Malang City. This community is fostered by social services and given capital of five million rupiah as capital to start a new business. From the results of depth interviews with local residents it was found that sociopreneurship or social activity-based businesses became a new solution for people who first started a new business and left their jobs as scavengers, buskers and beggars. But this sociopreneurship does not only have a good impact. Some people also find it difficult to start a new business. In fact, there are those who want to go back to their old jobs as homeless and beggars. In this communal community they have to help each other so that their business continues so that they can continue to carry out their sociopreneurship activities. They carry out the sociopreneur for the sake of support for the implementation of the concept of a thematic tourist village typical of Malang, namely the Malangan mask.

Keywords : *Sociopreneurship, Displaced Community, Community Based Tourism*

ABSTRAK

Penelitian yang telah didanai oleh kemenristek pada skim penelitian dosen pemula ini untuk mengetahui gambaran umum *sociopreneurship* masyarakat gusuran yang bermukim di kawasan kampung wisata kampung 1000 topeng malangan di dusun Baran, Kelurahan Tlogowaru, Kabupaten Malang. Penelitian ini menyimpulkan sebuah hasil, bahwa *sociopreneurship* menimbulkan sebuah inovasi baru bagi masyarakat kampung wisata topeng malangan. Masyarakat kampung topeng malangan adalah masyarakat yang terdiri dari gabungan anak jalanan, gelandangan dan pengemis yang berasal dari beberapa kawasan di Kota Malang. Masyarakat ini dibina oleh dinas sosial dan diberikan modal sebesar lima juta rupiah sebagai modal untuk memulai usaha baru. Dari hasil *depth interview* dengan warga sekitar ditemukan bahwa *sociopreneurship* atau usaha berbasis kegiatan sosial menjadi solusi baru bagi masyarakat yang pertama kali memulai usaha baru dan meninggalkan pekerjaan mereka sebagai pemulung, pengamen, dan pengemis. Akan tetapi *sociopreneurship* ini tidak hanya memberikan dampak baik. Beberapa orang pun merasa kesulitan dalam memulai usaha barunya. Bahkan, ada yang ingin kembali melakoni pekerjaan lamanya sebagai gelandangan dan pengemis. Dalam komunal masyarakat gusuran ini mereka harus saling membantu antara satu sama lain agar usaha mereka tetap berjalan sehingga mereka tetap bisa melaksanakan aktivitas *sociopreneurship*nya. Mereka melakoni *sociopreneur* tersebut demi sebuah dukungan demi terselenggarakannya konsep kampung wisata tematik khas kota Malang yaitu topeng Malangan.

Kata kunci: *Sociopreneurship, Masyarakat Gusuran, Kampung Wisata Tematik*

PENDAHULUAN

Pembangunan pada dasarnya memiliki tujuan untuk meningkatkan sebuah *social welfare*. Pemerintah disini memiliki andil besar dalam pembangunan. Pemerintah disini berperan sebagai mobilisator atau sebagai penggerak agar terciptanya suatu peningkatan dalam kesejahteraan sosial bagi masyarakat serta pertumbuhan ekonomi negara (Prasetyo 2009). Kehidupan masyarakat kelas bawah di Kota Malang tidak lepas dari yang namanya penggusuran. Sebagian masyarakat mengenal penggusuran yang dilakukan beberapa elit pemangku kebijakan ini berdasarkan kepemilikan hak tanah maupun terganggunya akses pengguna jalan yang telah terbangun sebelumnya. Seperti contoh pada masyarakat di sekitar kawasan rel kereta api di stasiun kota baru yang tergusur pada 2017 yang lalu (Malangpost, 2017) dan masyarakat di bawah kolong jembatan di Pasar Gadang. Selain itu konteks masyarakat gusuran di Kota Malang itu sendiri sangat erat dengan pemberdayaan bagi *Gepeng* atau gelandangan dan pengemis. Terminologi kata gusur bagi *gepeng* adalah mereka yang telah diberdayakan atau direlokasi dari tempat tinggal awalnya sebagai gelandangan dan pengemis. Dari data yang diperoleh terlihat PEMKOT Malang memiliki keseriusan untuk membina gelandangan dan pengemis untuk dibina kedepannya.

Penggusuran tersebut harus dilakukan (Yono, 2015). Penggusuran dilakukan agar jumlah *gepeng* tidak bertambah setiap harinya. Pemerintah Kota Malang berkerjasama dengan Dinas Sosial Kota Malang untuk menangani permasalahan sosial yang intens terjadi setiap tahunnya.

Dinas Sosial disini membuat kebijakan pemberdayaan yaitu membuat *camp* tersendiri untuk merelokasi dan memberdayakan gelandangan dan pengemis untuk mempunyai pekerjaan tetap dan tidak kembali lagi ke jalanan. Kebijakan tersebut adalah pembangunan konsep kampung wisata tematik yaitu Kampung Wisata Topeng Malangan (Sri, 2016). Sebagai gambaran kecil, kampung wisata ini terletak di dusun Baran kecamatan Tajinan Kota Malang. Kampung ini berada di kawasan terpencil di timur kota Malang. Kampung wisata ini sebagai jawaban dari Dinas Sosial Kota Malang bekerjasama dengan kementerian sosial untuk mengatasi permasalahan yang sering terjadi di Kota Besar pada umumnya. Uniknya, kampung ini membawa identitas lokal masyarakat malang yaitu Topeng Malangan. Masyarakat di Kampung wisata ini membangun kampung mereka agar layak untuk dikunjungi dengan mengadakan beberapa infrastruktur seperti spot foto, media bermain anak-anak, dan beberapa kuliner jajanan.

Kampung wisata ini tergolong jenis *community based tourism* atau wisata berbasis pengembangan komunitas. Komunitas masyarakat di kampung wisata ini terdiri dari beberapa kumpulan dari masyarakat gelandangan, dan pengemis. Masyarakat disana mendapat beberapa pengembangan pendidikan kecakapan hidup untuk memulai usaha baru (Hayu, 2016). Pada dasarnya dalam tulisan ini adalah memahami bagaimana masyarakat *tergusur* tersebut memulai kehidupan baru mereka sebagai *sociopreneur*. Meninggalkan pekerjaan lama mereka sebagai Pengemis, Gelandangan dan Pengamen. Dalam usaha ini Dinas Sosial memberi kebijakan merelokasi seluruh gelandangan dan pengemis yang ada di beberapa kawasan yang tidak layak huni seperti di beberapa kawasan jalan protokol, kawasan bawah jembatan yang ditempati oleh beberapa rumah temporer yang dibangun oleh gelandangan dan pengemis itu. Pada akhirnya Dinas Sosial bekerja sama dengan kementerian sosial membangun *camp* penampungan bagi gelandangan dan pengemis dalam sebuah tema yaitu Desaku Menanti. Setelah beberapa tahun berjalan, guna meningkatkan pendapatan masyarakat penghuni kawasan kampung wisata, Dinas sosial mengubah konteks desaku menanti menjadi kampung 1000 topeng malangan.

Perubahan konteks kampung menjadi kampung wisata ini menjadi berkah tersendiri bagi penduduknya. Karena kampung wisata topeng malangan memberikan cirikhas dari kearifan lokal kota Malang yaitu Topeng Malangan. Dalam menempati tempat tinggal yang baru, masyarakat juga dibekali modal sebesar lima juta rupiah untuk memulai usaha baru mereka dalam berwira usaha.

Tinggal bersama dalam *camp* penampungan apalagi dengan memulai usaha baru dan meninggalkan pekerjaan lama mereka sebagai *gepeng* akan menjadi masalah baru bagi mereka. *Sociopreneur* adalah kunci dalam mereka memulai pekerjaan baru. Karena disini mereka diwajibkan bekerja bersama dalam kawasan wisata tersebut. untuk memajukan konsep kampung wisata dan untuk keberlangsungan hidup mereka sendiri.

Sociopreneurship bila dilihat dari suku katanya adalah gabungan dari dua suku kata yaitu Social dan eterpreneurship. Karena berasal dari dua suku kata, maka pemahaman makna *Sociopreneurship* harus dilihat dari dua suku kata yaitu makna sosial dari kewirausahaan atau dapat diartikan sebagai kewirausahaan yang mengatasi permasalahan sosial. Femina (2015) menyimpulkan kompetensi dalam *sociopreneurship* yaitu harus membantu

menyelesaikan permasalahan sosial. Kompetensi selanjutnya *sociopreneurship* harus mencari hal atau membuat perubahan yang lebih baik dan menyelesaikan masalah dengan mengubah sistem, menyebarkan solusi dan meyakinkan orang lain untuk ikut terlibat dalam melakukan perubahan.

Kompetensi selanjutnya dalam *sociopreneurship* adalah pelaku wirausaha harus terus berinovasi terhadap hal-hal baru, akan tetapi tetap memperhatikan unsur sosial (*people*), ekonomi (*profit*), dan lingkungan (*earth*). Konsep *sociopreneurship* menekankan tidak hanya untuk mencari profit, tetapi juga harus memberikan dampak sosial dan berorientasi pada lingkungan sekitar. *sociopreneurship* juga menghargai kearifan lokal, serta kekuatan komunitas dalam setiap tindakan proses produksi dilakukan.

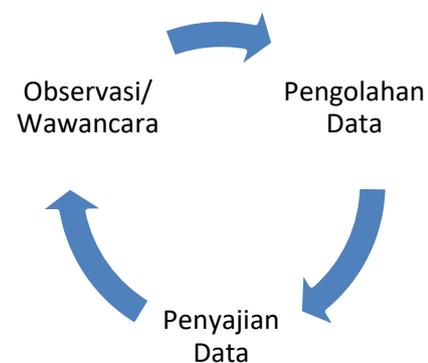
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Menggunakan studi kasus tepat untuk situasi yang masih berjalan sampai saat ini, Selama isu suatu kasus masih berkembang, teori masih harus diperbantukan untuk menentukan arah studi (Cresswell 1998)

Adapun pada tahapan pertama dalam penelitian ini adalah observasi. Pada observasi kita melihat permasalahan yang ada, mengidentifikasi masalah yang ada

dalam konteks *sociopreneurship* Tahapan kedua adalah Wawancara atau pengambilan data, wawancara ini dilakukan kepada masyarakat di kampung topeng malangan dusun Baran. Tahapan Ketiga adalah Dokumentasi agar data yang diterima tidak hilang dan dapat diambil kapan saja dibutuhkan.

Pada tahap terakhir adalah tahap analisis data, pada tahapan ini dilakukan proses validasi temuan data penelitian. Proses validasi menggunakan triangulasi agar data yang diperoleh dapat valid sesuai dengan hasil temuan di lapangan. Apabila data yang didapatkan dirasakan kurang maka akan dilakukan observasi ulang dan pengolahan data ulang. Seperti yang disimpulkan pada gambar 1.1



Gambar 1.1 Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti yang telah dibahas diatas, Masyarakat kampung topeng malangan terdiri dari dua bagian yang mengisinya,

yaitu dari gelandangan dan pengemis (*Gepeng*) dan masyarakat yang tergusur dari kawasan protokol yang tidak boleh ditempati seperti kolong jembatan dan beberapa kawasan yang telah dijadikan pertokoan di kota Malang. Ibaratkan mendapatkan kebijakan atau sebuah “mukjizat” baru mereka harus memulai pekerjaan dari “nol” lagi. Sebelum mereka menempati kawasan kampung topeng Malangan, mereka kebanyakan mengandalkan belas kasih dari orang lain yang merelakan uang kecil untuk diberikan kepada mereka. Ada juga yang mengharapkan sisa barang bekas yang telah tidak terpakai. Hal itu yang menyimpulkan bahwa pada pekerjaan sebelumnya sebagai *gepeng*, mereka tidak menguras pikiran mereka, bagaimana mengembangkan, mempertahankan, dan mencari modal baru untuk memperluas jaringan usahanya. Namun setelah mereka tinggal di kawasan pemukiman yaitu kampung topeng malangan, dengan melakoni pekerjaan baru sebagai *entrepreneur* mereka harus berpikir ekstra untuk mengembangkan dan mempertahankan usaha yang telah dilakoni sebagai pekerjaan baru mereka. Selama sudah menjadi warga kampung topeng, mereka tidak diperbolehkan lagi oleh dinas sosial kembali melakoni pekerjaan sebelumnya sebagai *Gepeng*. Tentu bagi mereka yang berpenghasilan lebih rendah

dari sebelum mereka menempati kawasan kampung topeng malangan inilah yang menjadi masalah baru. Perasaan ingin kembali menjadi *Gepeng* terus menghantui mereka dikarenakan sulitnya mengembangkan *entrepreneur* yang telah mereka jalani selama menjadi warga kampung topeng malangan. Jatuh bangun harus mereka hadapi selama mereka menjalankan usaha baru yang belum tentu cocok dengan keinginan pribadi mereka. Belum lagi adanya *pressure* dari Dinas Sosial agar mereka terus mengembangkan usaha mereka di Kampung Topeng untuk mengembangkan Kampung Topeng yang sebenarnya mereka sendiri tidak begitu paham bagaimana mereka harus memulai. Mereka seolah-olah dihadapkan kepada sebuah pilihan yang dimana mereka tidak bisa memilih, sudah dimasuki dan tidak bisa kembali lagi ke jalan sebelumnya.

Tidak semua wirausaha yang dilaksanakan sesuai dengan konsep dan tujuan *sociopreneurship* akan tetapi hanya beberapa pekerjaan saja yang sesuai dengan tujuan tersebut. Ada pekerjaan yang menunjang dalam proses pengembangan kampung wisata tematik dan ada yang tidak. Tabel 3.3 Akan membagi *entrepreneurship* yang mendukung terlaksananya konsep *sociopreneurship* bagi Kampung Topeng Malangan.

Tradisional Non Profit	Nonprofit with incoming generating activities	Social Enterprise	Socially Responsible Bussines	Corporation Practicing Social Responsibility	Traditional For Profit
-	Berjualan Bakso		Berjualan Bakso		-
-	Berjualan Es Krim		-		-
-	-		-		Penjual Cilok
-	-		-		Service Kunci
-	Penjual Pop Ice		-		-
-	Penjual Pecel		-		-
-	Penjual Topeng Malangan		-		-
-	Petugas Parkir		-		-
-	Penjual Pop Ice		-		-
-	Penjual Rujak		-		-
-	-		-		Penjual Keripik Tempe
-	Peternak Lele		-		-
-	Penjual Es		-		-
-	Penjual Mie Ayam		-		-
-			-		Penjual Es Krim
-	Toko Klontong		-		-
-			-		Penjual Kripik Pisang
-	Penjual Sempol		-		-
-	Toko Klontong		-		-
-	Penjual Sempol		-		-
-	Penjual Kaos		-		-
-	Penjual Kaos		-		-
-	Penjual Gantungan Kunci		-		-
Petugas Keamanan Kampung			-		-
-	Penjual Boneka Singa		-		-

Tabel 1.1 Pembagian Sociopreneurship dan Enterpreneurship For Profit

Dari tabel 1.1 diatas dapat kita simpulkan bahwa tidak semua pekerjaan yang dilakoni warga kampung wisata topeng malangan mendukung kegiatan aktivitas *sociopreneurship* bagi kampung wisata tersebut. Dari total 70% pekerjaan yang mendukung, berada dalam kuadran yang ada di sebegelah kiri. Biasanya mereka berjualan sesuatu untuk mendukung usaha yang lainnya seperti pada contoh penjual souvenir topeng malangan, maka usahanya didukung oleh penjual kaos topeng malangan. Keduanya bisa bersinergi secara bersama-sama dalam memajukan usaha *souvenir* khas topeng malangan. Pengunjung kampung topeng dimanjakan dengan tersedianya banyak pilihan *souvenir* khas kampung topeng malangan seperti kaos, mug, gantungan kunci, dan topeng

Selain modal 5 Juta rupiah yang diberikan, Dinas Sosial juga memberikan uang untuk bertahan hidup sebesar 9 juta rupiah untuk membeli keperluan mereka selama tinggal di Kampung Topeng Malangan. Tidak dilepas disitu, Dinas Sosial juga memberikan pelatihan *entrepreneur* bagi mereka yang akan memulai usaha baru. pelatihan dan pendekatan diberikan guna memudahkan mereka untuk mengembangkan dan meneruskan pekerjaan baru mereka. Selain itu Dinas Sosial juga

membuat satu buah posko yang selalu ditempati oleh petugas Dinas Sosial sebagai wadah *sharing* bagi warga yang mempunyai keluhan atau masalah selama mereka menetap.

Sisi lainnya, Dinas Sosial bekerja sama dengan masyarakat, Karang Taruna, dan Perguruan Tinggi Setempat agar kampung wisata tematik Kampung Topeng Malangan dapat berkembang dan dikenal. Tujuannya tentu saja agar wisatawan yang datang semakin banyak dan mendatangkan rezeki tersendiri bagi masyarakat sekitar yang menempatinya. Membangun jaringan yang baik telah dilakukan agar Kampung Wisata Topeng Malangan dapat dikenal dan wisatawan menjadi tertarik untuk mengunjungi. Tabel 1.2 menunjukkan beberapa kegiatan yang telah dilakukan Dinas Sosial untuk mengembangkan kampung wisata tematik topeng Malangan.

Pada awal tahun 2018 Dinas Sosial bekerja sama dengan lembaga sosial terkait membangun kembali infrastruktur yang ada di kampung wisata topeng Malangan, seperti area bermain flying fox dan spot foto. Penambahan ini juga berbasis pemberdayaan dikarenakan mereka mengerjakan secara bersama-sama dan dengan usaha sukarela. Setelah adanya tambahan wahana ini diharapkan pengunjung yang datang ke kawasan kampung topeng Malangan ini

dapat lebih dimanjakan dengan fasilitas yang ada. Pengelolaannya juga bergantung kepada warga sekitar. Jadi pendapat dari wahana tersebut bisa digunakan sebagai salah satu sumber pendapatan warga. Tabel 1.2 Dibawah akan menjabarkan peranan Dinas Sosial Kota Malang dalam mengembangkan Kampung Wisata Topeng Malanganang dari hasil wawancara dengan staff Bapak Dimas selaku Dinas Sosial yang menempati.

No	Waktu	Kegiatan	Sasaran
1	17 Juli 2016	Workshop Sosialisasi Enterpreneurs hip	Beberapa Gelandangan, Pengemis, dan Pengamen
2	11 Januari	Pembagian Modal dan Sosialisasi Dinas	Warga Kampung Topeng Malangan
3	12 Januari 2017	Sosialisasi Pengembangan Konsep Wisata Kampung Tematik	Karang Taruna, dan Warga Kampung Topeng
4	15 Februari 2017	Sosialisasi dan Pengembangan Kewirausahaan Bagi Warga Kampung Topeng Malangan	Warga Kampung Topeng Malangan dan Dinas
5	16 Februari 2017	Pengadaan Wahana Baru "Flying Fox"	Pengunjung dan Warga Kampung Topeng Malangan

6	22 Februari 2017	Dekorasi Infrastruktur : Melukis Tembok di Kampung Topeng Malangan	Pengunjung dan Warga Kampung Topeng Malangan
7	3 Maret 2017	Pengadaan Taman Baca Bagi Anak Usia Dini	Warga Kampung Topeng Malangan
8	15 Maret 2017	Pengadaan Media Pembelajaran Bagi PAUD dan TK	Warga Kampung Topeng Malangan
9	14 April 2017	Penambahan Media Pembelajaran Bagi Anak Usia Dini	Warga Kampung Topeng Malangan
10	18 Mei 2017	Pengadaan Pelatihan Wirausaha Keripik Pisang	Warga Kampung Topeng Malangan
11	20 Mei 2017	Pengadaan Pelatihan Pembuatan Jajanan Cilok, Es Campur, Dll	Warga Kampung Topeng Malangan
12	31 Juni 2017	Pelatihan Wirausaha Peternak Ikan Lele	Warga Kampung Topeng Malangan
13	14 Juli 2017	Pelatihan Wirausaha Pembuatan Tempe	Warga Kampung Topeng Malangan
14	18 Agustus 2017	Konsultasi Kewirausahaan	Warga Kampung Topeng Malangan dan Dinas Terkait

Tabel 1.2 Peran Dinas Sosial dan Beberapa Instansi Terkait Dalam Pengembangan Kampung Wisata Tematik

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pengembangan *life skill* yang telah dilakukan oleh dinas sosial sudah sangat mencukupi. Kegiatan penyuluhan yang diberikan dinas sosial selalu bertujuan mengembangkan kemampuan berwirausaha dari warga kampung wisata topeng malangan. *Feedback* dari warga kampung topeng pun sangat baik. Mereka bersemangat untuk menjalani profesi barunya sebagai *sociopreneur* di tempat mereka tinggal. Setelah penyuluhan mereka juga lebih mengerti, bagaimana cara mengembangkan usaha mereka untuk kedepannya.

Dalam workshop yang diberikan oleh dinas sosial, mereka diharapkan dapat saling bekerja sama dalam mewujudkan dan mensukseskan konsep kampung wisata. Jika mereka memulai sendiri usaha tanpa memperdulikan sekitarnya maka mereka akan kesulitan dalam mengembangkan proses *entrepreneur* mereka.

Dari hasil data wawancara mendalam yang dilakukan kepada warga kampung topeng malangan disebutkan bahwa peningkatan pendapatan bagi sebagian besar warga kampung topeng yang melakoni pekerjaan baru mereka sebagai *sociopreneur*

terus meningkat setiap tahun. Modal yang mereka dapat untuk mengembangkan usaha mereka juga terus meningkat seiring perkembangan waktu. Bagi mereka yang tidak dapat menjalankan *sociopreneur* dengan baik seperti tidak adanya inovasi dalam menngembangkan usaha mereka maka dengan sendirinya akan *macet* di *sociopreneur* yang telah mereka bangun sebelumnya.

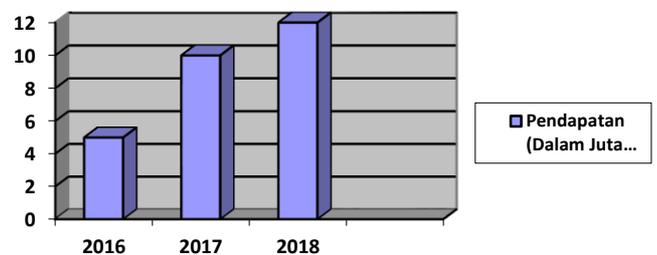
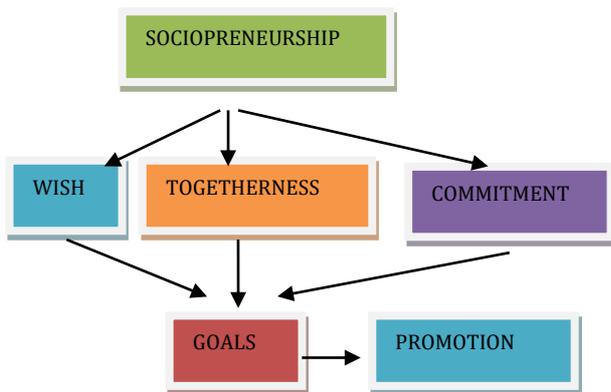


Diagram 1.1 Pendapatan Masyarakat Kampung Topeng dalam 3 Tahun Terakhir

Bagan 3.3 menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat dalam tiga tahun terakhir terus meningkat. Adanya kerja sama antar warga dalam mengembangkan kampung wisata inilah yang menguatkan pendapatan secara ekonomi bagi masyarakat kampung wisata. Masyarakat kampung wisata topeng Malangan bekerja sama dalam memajukan konteks kampung wisata. Pada tahun 2016 mereka hanya berpendapatan Rp.5.000.000 per setengah tahunnya. Jumlah ini tentu akan sangat merugikan mereka yang sebelumnya bekerja di jalanan mendapatkan penghasilan yang jauh lebih besar bila

dibandingkan setelah mereka *tergusur* di kampung wisata. Akan tetapi pada 2017, mereka sudah dapat mengembangkan dua kali lipat dari tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan mereka dapat membangun relasi bisnis yang baik di dalam pemukiman kampung wisata. Mereka saling bekerja sama untuk mengembangkan usaha yang telah mereka jalani. Peningkatan *income* yang mencapai dua kali lipat dari tahun sebelumnya bisa dijadikan tolak ukur keberhasilan yang telah dilakukan oleh dinas terkait tentang pengembangan wirausaha berbasis kegiatan sosial ini.



Bagan 3.4 Skema Hasil Sociopreneurship di Kampung Wisata

Dalam Bagan 3.4 Dapat dijelaskan bahwa dalam menunjang konteks keberhasilan promosi kampung wisata adalah kebersamaan. Kebersamaan yang kuat akan dapat menunjang keberhasilan sociopreneurship bagi masyarakat kampung wisata (Rahmawati, 2011). Sociopreneurship

harus “tunduk” kepada pasar agar meningkatkan nilai rating usaha yang mereka jalani (Gregorry:1998). Pasar itu sendirilah yang nantinya akan menghidupi dan mengunggulkan kampung wisata dalam melaksanakan promosinya. Promosi yang baik di kampung wisata akan meningkatkan pendapatan dari masyarakat itu sendiri. Akan tetapi masyarakat yang terbiasa bekerja secara bebas, dan tanpa terikat target tentu akan merasa “terbebani” oleh ajakan dinas sosial untuk berkerja secara wirausaha.

Keberhasilan sociopreneur juga bergantung kepada pengelolaan komunitas yang baik pula, seperti yang dikatakan dalam Humam (2012), Pengelolaan yang berasal dari komunitas tertentu harus diselesaikan dan dibantu oleh organisasi terkait. Peran Dinas Sosial dalam komitmennya menjaga kemampuan berwirausaha sosial dari masyarakat binaan ini memerlukan *sustainability* atau keberlanjutan yang baik agar kampung topeng malangan dapat terus berjalan dan eksis di dunia pariwisata tematik yang memberdayakan masyarakat.

Sociopreneurship akan terus berkembang di tingkat praktis daripada di tingkat teoritis (Saifan : 2012) karena itu merupakan waktu untuk berproses. Seperti halnya dengan masyarakat kampung topeng malangan perlu waktu dan promosi yang

bagus untuk menuntaskan pekerjaan mereka sebagai *sociopreneurship* yang baru.

Konteks kewirausahaan menunjukkan identifikasi faktor-faktor sosial yang menentukan dan memperpanjang kemiskinan, marjinalisasi, dan pengecualian. Karakteristik kewirausahaan mengacu kepada tindakan langsung dalam bentuk solusi baru atau inovasi untuk target populasi (*target population*), konteks, atau penerapan. Komponen yang ketiga; hasil kewirausahaan sosial, mengacu kepada ekosistem baru Analisis Implementasi (Maria Satya Rini & Monika Teguh) Volume 02, No. 02, Agustus 201662 No ISSN: 2442-885X Buletin Bisnis & Manajemen Buletin Bisnis & Manajemen yang stabil atau perubahan sosialsubstansial bagi segmen (target) populasi yang dirugikan. Hasil kewirausahaan sosial dapat terlihat (*visible*) dan terukur (*measurable*) melalui peningkatan kualitas kehidupan, efisiensi, kebersinambungan sosial dan/atau opsi pertumbuhan ekonomi yang bernilai. Martin dan Osberg (idem) menegaskan bahwa perubahan sosial dapat berskala kecil (biasanya mencakup wilayah kecil atau

lokal) atau berskala besar (sistemik atau perubahan yang lebih berhubungan dengan suatu sistem). Dengan demikian, hasil kewirausahaan sosial dapat bermanfaat langsung bagi target populasi di dalam sebuah wilayah tertentu atau hasil tersebut dapat berupapergeseran maupun perubahan paradig (Maria, 2016)

PENUTUP

Sociopreneurship masyarakat Kampung wisata terus berkembang dikarenakan adanya kema uan yang keras dari masing-masing individu yang ada di masyarakat. Selain itu peran Dinas Sosial Tekait dalam memberikan pelatihan dan penyuluhan dirasakan sangat efektif. Topeng Malangan sebagai identitas sosial kota Malang. Selain itu perlu adanya bimbingan dan bantuan Dinas Sosial yang disini berfungsi sebagai pemangku kebijakan untuk selalu malakukan promosi dan motivating kepada masyarakat kampung wisata topeng malangan agar tetap menjalankan tugasnya yang baru sebagai *sociopreneur*.

DAFTAR PUSTAKA

- John W. Cresswell. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*, London: Sage Publications
- Utomo, Hardi. 2014. *Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Sosial*. Jurnal Ilmiah Among Mukarti.
- Hulgard, Lars. 2010. *Discourses of Social Entrepreneurship*, Pape. Stanford:Kauffman centre for entrepreneurial leadership, Standford University.
- Maria, Setya. 2016. *Analisis Implementasi Kewirausahaan Sosial Dalam Program Klinik Sungai Universitas Saputra*
<https://media.neliti.com/media/publications/58405-ID-analisis-implementasi-kewirausahaan-sosi.pdf>
- Santoso, Humam. 2012. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Sociopreneurship*
http://repository.upnyk.ac.id/4850/2/7_Humam_ABUPNYK.pdf, diakses 20 Juli 2018
- Saidan, Abu Samer. 2012. *Social Enterprenurship, Definition And Boundaries*
https://timreview.ca/sites/default/files/article_PDF/Saifan_TIMReview
- _February2012_0.pdf Diakses 27 Juli 2018
- Santosa, Setyanto P. 2007. *Peran Social Entrepreneurship dalam Pembangunan*. Makalah dipresentasikan di acara seminar “Membangun sinergitas Menuju Bangsa Indonesia yang Inovatif, Inventif, dan Kompetitif, Universitas Brawijaya..
- Prasetyo, B.R. Firdaus. 2009. *Pengaruh Infrastruktur pada pertumbuhan Ekonomi Wilayah Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan Fina, Malangpost <https://www.malangpost.com/kriminal/sepakat-lawan-ptkai-somasi-agar-hentikan-penggusuran>, diakses 24 April 2018
- Hayu, Yudha, Surya Malang <http://suryamalang.tribunnews.com/2016/11/12/kampung-gelandangan-dan-pengemis-di-kota-malang-beda-warganya-bisa-berkarya-lho> Diakses 24 Mei 2018
- Wahyunintyas, Sri, Tribun News 2016, <http://surabaya.tribunnews.com/2016/01/08/kota-malang-segera-bangun-kampung-pengemis-dan-gelandangan-ini-lokasinya> Diakses 24 Juli 2018
- Yono, MalangKota, <https://malangkota.go.id/2015/05/19/pe>

mkot-malang-antisipasi-gepeng-dan-
pkl-jelang-ramadan/ , diakses 26 April
2018

