

Journal of Comprehensive Science
p-ISSN: 2962-4738 e-ISSN: 2962-4584
Vol. 1 No. 4 November 2022

**ANALISA MOTIVASI, TANTANGAN DAN KESUKSESAN PELAKU USAHA
SOSIAL**

Antasari Putra, Maria R. Nindita Radyati
Universitas Trisakti

Email: antasari122011716051@std.trisakti.ac.id, maria.radyati@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisa terhadap program Pengembangan Usaha Sosial melalui Kompetisi Desain Indonesia Fashion and Craft Awards (IFCA) tahun 2021 yang dilakukan oleh Bali Creative Industry Center (BCIC) Kementerian Perindustrian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode content analysis untuk menganalisa hasil in-depth interview terhadap pemenang kompetisi tersebut untuk mengetahui motivasi, tantangan dan sukses criteria dalam menjalankan usaha sosial berdasarkan usia usaha sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan motivasi pelaku berdasarkan usia usaha sosial. Usaha sosial yang berusia lebih satu tahun memiliki motivasi moneter sedangkan mereka yang berusia dibawah satu tahun memiliki motivasi non-moneter. Selain itu terdapat perbedaan tantangan yang dihadapi bedasarkan usia usaha, di mana pelaku usaha diatas satu tahun tidak memiliki masalah dalam hal organisasi (manajemen usaha) karena sudah pernah mengikuti program peningkatan kapasitas manajemen usaha dan memiliki komunitas wirausaha. Selain itu, kriteria kesuksesan menurut mereka yaitu melakukan perubahan / memberikan dampak di tingkat sistemik (regional / provinsi / nasional) kemudian diikuti meningkatkan kapasitas kelompok miskin dan terpinggirkan. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa mencakup sampel yang lebih luas dengan bisnis yang sudah matang.

Kata Kunci: Kriteria Sukses, Motivasi, Tantangan, Usaha Sosial.

Abstract

This study aims to analyze the Social Business Development program through the 2021 Indonesia Fashion and Craft Awards (IFCA) Design Competition conducted by the Bali Creative Industry Center (BCIC) of the Ministry of Industry. This study uses a qualitative method with content analysis method to analyze the results of in-depth interviews with the winners of the competition to find out the motivations, challenges and success criteria in running a social enterprise based on the age of the social enterprise. The results of this study indicate that there are differences in the motivation of actors based on the age of social enterprises. Social enterprises older than one year have monetary motivation, while those under one year old have non-monetary motivation. In addition, there are different challenges faced based on the age of the business, where business actors over one year old do not have problems in terms of organization (business management) because they have participated in business management capacity building programs and have an entrepreneurial community. In addition, according to them, the criteria for success are making changes/impacting at the systemic level (regional/provincial/national) followed by increasing the capacity of the poor and

marginalized groups. Future research is expected to cover a wider sample with mature businesses.

Keywords: *Challenge, Criteria for Success, Motivation, Social Enterprises.*

Pendahuluan

Wirausaha Sosial di Indonesia mendapatkan perhatian yang serius dari Pemerintah Republik Indonesia, hal ini tercermin dari masuknya target pengembangan usaha sosial dalam tercantum dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2020 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2020-2024 di mana di dalamnya memuat target peningkatan peran usaha sosial di Indonesia. Menurut RPJMN tahun 2020 – 2024, usaha sosial di Indonesia pada tahun 2024 ditargetkan memiliki kontribusi sebesar 2,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional di mana pada tahun 2020 kontribusi Usaha Sosial sebesar 1,9% terhadap PDB Nasional.

Radyati dan Simmonds (2018) mendefinisikan wirausaha sosial secara lebih jauh lagi yaitu sebagai individu atau organisasi yang membuat perubahan untuk kemajuan kelompok atau ekosistem yang terpinggirkan, dan yang tujuan utamanya adalah untuk mengisi “kesenjangan sosial” dan di mana operasinya ditopang melalui kegiatan bisnis. Terdapat beberapa kata kunci disini yaitu perubahan untuk kemajuan kelompok yang terpinggirkan dan pembiayaannya dilakukan dengan kegiatan bisnis yang menguntungkan. Menurut Puspawati et al. (2019) perusahaan sosial memiliki sifat paradoks karena melayani tujuan ekonomi dan sosial sehingga kemampuan dalam mengelola paradoks tersebut sangat penting bagi para pemimpin usaha sosial. Karena mereka diharuskan mencapai dua tujuan (ekonomi dan sosial) yang saling bertentangan.

Potensi usaha sosial di Indonesia berdasarkan data terakhir yang diperoleh oleh peneliti yaitu publikasi British Council dan UNESCAP (2018) memperkirakan terdapat 342.025 unit usaha sosial di Indonesia, di mana sektor usaha sosial yang dominan adalah ekonomi kreatif (22%), pertanian dan perikanan (16%) dan pendidikan (15%). Berdasarkan data tersebut, sektor ekonomi kreatif menempati jumlah terbesar pelaku usaha sosial di Indonesia. Ekonomi kreatif atau sering disebut sebagai industri kreatif, didefinisikan sebagai perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreatifitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan / atau teknologi (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif). Porsi Ekonomi kreatif dalam Usaha Sosial yang cukup besar sejalan dengan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020) di mana produk domestik bruto (PDB) ekonomi kreatif pada tahun 2018 mencapai Rp 1.105 Triliun atau 7,16% dari PDB nasional, nilai tersebut lebih tinggi dari tahun sebelumnya sebesar Rp 1.009 triliun. Kontribusi ekspor ekonomi kreatif juga cukup besar, pada tahun 2019 kontribusi dari ekspor ekonomi kreatif terhadap ekspor nasional adalah us\$ 19,6 miliar atau sebesar 11,9 % dari total nilai ekspor nasional. Kontribusi ekspor ekonomi kreatif terbesar adalah subsektor fesyen (62,04%), kemudian subsektor kriya (30,95%), kemudian kuliner (6,76%) dan lainnya (0,25%) ((Hermawan, 2020).

British Council (2020) melakukan penelitian mengenai usaha kreatif dan sosial. usaha kreatif dan sosial di definisikan sebagai usaha sosial yang bergerak di bidang industri / ekonomi kreatif. Pada masa pandemi covid-19, sebanyak 71% dari usaha kreatif dan sosial masih mengalami keuntungan, selain itu sebanyak 38% usahanya stabil dan 48% mengalami peningkatan keuntungan bisnis mereka. Usaha kreatif dan sosial juga memiliki pengaruh lokal cukup besar atau sekitar 60% karena menjual produk dan layanan mereka di komunitas (lokal) mereka (Council, 2012). Sehingga bisa dikatakan bahwa usaha kreatif dan sosial memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan

karena mampu bertahan di masa pandemi. selain itu juga memiliki kontribusi jumlah usaha yang cukup besar dalam sektor usaha sosial di Indonesia.

Sebagai upaya dalam mengembangkan usaha sosial yang bergerak di bidang industri kreatif, Kementerian Perindustrian melalui Bali Creative Industri Center (BCIC) melaksanakan program pengembangan usaha sosial bidang industri kreatif kriya dan fesyen melalui Indonesia Fashion and Craft Awards (IFCA). Program dilaksanakan melalui pendekatan kompetisi dan pengembangan kapasitas melalui workshop dan diskusi. Lingkup kompetisi IFCA 2021 mencakup dua bidang kategori meliputi kriya dan fesyen. Adapun beberapa penggolongan yang dikategorikan ke dalam kategori kriya dan kategori fesyen sebagai berikut kategori kriya meliputi kerajinan, home decor, mainan anak, dan produk kriya lain, kemudian kategori fesyen meliputi pakaian jadi, aksesoris fesyen, alas kaki dan produk fesyen lain.

Berdasarkan penelusuran peneliti, kompetisi IFCA merupakan satu-satunya kompetisi desain di Indonesia yang menghasilkan output usaha sosial di bidang usaha kreatif. Kompetisi IFCA menarik karena menghasilkan output usaha sosial yang bergerak di sektor usaha kreatif di mana terbukti memiliki ketahanan terhadap pandemi, selain itu usaha sosial juga mendapatkan perhatian khusus dalam RPJMN Tahun 2020-2024. Potensi usaha sosial dalam bidang usaha sosial selama ini cukup potensial, namun demikian belum banyak dilakukan penelitian yang fokus kepada usaha sosial berbasis usaha kreatif (Nasution, 2021). Penelitian yang pernah dilakukan oleh British Council (2020) terkait dengan Creative and Social Enterprise in Indonesia, namun demikian belum secara spesifik melihat motivasi yang merupakan hal penting yang mendorong seseorang untuk membentuk sebuah usaha sosial, memiliki kemauan dalam menghadapi tantangan untuk mencapai kesuksesan (Nasution, 2021). Oleh karena itu, perlu dilihat motivasi, tantangan dan kriteria sukses usaha sosial sehingga bisa menjadi masukan dalam kebijakan pengembangan usaha sosial di Indonesia terutama untuk mendukung target pemerintah dalam RPJMN Tahun 2020-2024.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif melalui wawancara untuk menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat (Fadli, 2021). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Taufan, Ardisal, Damri, & Arise, 2018). Analisis kualitatif merupakan proses yang sederhana sekaligus kompleks, karena harus melakukan pemeriksaan satu set data dari berbagai sumber yang terdiri dari catatan lapangan, transkrip wawancara, rekaman audio, foto dan berbagai dokumen ataupun arsip lain (Rukajat, 2018). Hasil analisis pada akhirnya sangat dipengaruhi oleh perspektif teoretis peneliti, tingkat disiplin, biografi pribadi dan paradigma serta perspektif lain yang dimiliki peneliti. Penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan analisis isi (content analysis). Melalui pendekatan ini diharapkan akan diketahui motivasi, tantangan dan kriteria sukses 6 (enam) usaha sosial pemenang Kompetisi IFCA tahun 2021 yang diselenggarakan oleh Bali Creative Industry Center Kementerian Perindustrian periode kompetisi Maret – Oktober 2021.

Hasil dan Pembahasan

Motivasi Pelaku Usaha Sosial pemenang Kompetisi IFCA tahun 2021 dalam mengembangkan Usaha Sosial

Berdasarkan dari hasil wawancara dan kesesuaian dengan kata kunci, maka bisa diperoleh hasil sebagai berikut :

Deskripsi Kata Kunci Motivasi Pelaku Usaha Sosial Berdasarkan Usia Usaha

| No. | Kata Kunci | Usia Usaha < 1 tahun | Usia Usaha > satu tahun |
|-----|---|--|------------------------------|
| 1 | Pemenuhan Kepuasan (<i>satisfaction</i>) atas prestasi diri | Puas, berbeda dengan yang lain | Merasa bahagia |
| 2 | Membantu masyarakat, | menambah penghasilan | memberikan pekerjaan |
| 3 | Fokus pada non-moneter | tidak menyebutkan bahwa motivasi uang | Motivasi uang |
| 4 | Orientasi pencapaian (<i>achievement</i>) | mengolah material, produk dikenal, dampak bagi lingkungan dan sosial, mengubah budaya Kustom | bisnis yang lebih bernilai |
| 5 | Kedekatan dengan masalah Sosial | lingkungan tempat tinggal, orang dekat, masa lalu, pengalaman | keterkaitan dengan masa lalu |

Sumber : Diolah, 2022

Berdasarkan hasil wawancara dalam tabel delapan, bisa dilihat bahwa motivasi menjalankan usaha sosial diantaranya pemenuhan kepuasan yaitu merasa puas ataupun bisa berbeda atau lebih dari yang lain, kemudian bisa membantu masyarakat melalui menambah penghasilan ataupun memberikan pekerjaan, selain itu juga fokus pada non-moneter di mana hampir semua pelaku usaha menyebutkan tidak ada motivasi uang dan hanya satu orang pelaku yang memiliki bisnis diatas satu tahun menyatakan motivasinya adalah uang. Selain itu juga orientasi pencapaian (*achievement*) adalah mengolah material, produk dikenal, dampak bagi lingkungan dan sosial, mengubah budaya Kustom, selain itu terdapat motivasi kedekatan dengan masalah sosial yang tercermin dari lingkungan tempat tinggal ataupun kedekatan dengan masa lalu. Temuan dalam wawancara mengenai perbedaan pelaku usaha / bisnis yang masih kurang dari satu tahun dan lebih dari satu tahun terkait dengan motivasi fokus non-moneter terdapat perbedaan di mana untuk pelaku bisnis yang lebih dari satu tahun motivasi utama adalah uang / pendapatan kemudian baru menyadari bahwa bisa memberikan dampak / bermanfaat ketika bisnis sudah berjalan dan bisa menambah karyawan pada saat pandemi.

Tantangan Pelaku usaha sosial pemenang Kompetisi IFCA tahun 2021 dalam mengembangkan Usaha Sosial

Berdasarkan dari hasil wawancara dan kesesuaian dengan kata kunci, maka bisa diperoleh hasil sebagai berikut :

**Deskripsi Kata Kunci Tantangan Usaha Sosial dan Upaya Mengatasi
Tantangan Tersebut Berdasarkan Usia Usaha Sosial**

| Variabel | Kategori | Kata Kunci | | Upaya Mengatasi Tantangan |
|------------|-------------------|---|--|--|
| | | Usia Usaha < 1 tahun | Usia Usaha > 1 tahun | |
| Ekonomi | Modal | kekurangan modal | | mengikuti berbagai kompetisi untuk mendapatkan hadiah uang |
| | Produksi | 1. Bahan Baku tidak konsisten 2. Keterbatasan alat produksi 3. Waktu produksi lama 4. Produksi bergantung alam 5. Pengembangan desain produk yang efisien | 1. Bahan baku tidak konsisten 2. Tingkat keahlian SDM produksi tidak sama | 1. Membuat alat produksi sendiri, namun output belum maksimal 2. melaksanakan pendampingan / pelatihan kepada pengrajin secara <i>online</i> ataupun <i>offline</i> |
| Organisasi | Pengelolaan Usaha | Memerlukan tim | tidak menghadapi kendala | Apabila terdapat kendala, kembali mempelajari materi yang pernah disampaikan dalam program Inkubator Bisnis dan bertanya kepada sesama peserta program |
| | Waktu Kerja | Membagi waktu keluarga (mengurus anak) dan usaha | | waktu kerja malam hari setelah anak tidur |
| | Edukasi Pasar | kesadaran konsumen untuk mengkonsumsi produk ramah lingkungan | | mengikuti berbagai kompetisi dan menjalin kerjasama / kolaborasi dengan berbagai komunitas |
| Sosial | Pemasaran | Strategi pemasaran yang sesuai target market | Sudah memiliki target pasar yang spesifik dan melaksanakan strategi | |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | pemasaran untuk menjangkau target tersebut | |
|--|--|--|--|--|

Sumber : Diolah, 2022

Tantangan Ekonomi yang perlu mendapatkan perhatian adalah terkait dengan tantangan produksi dalam hal bahan baku(Suryana, 2014). Di mana pelaku usaha diatas satu tahun dan dibawah satu tahun menghadapi permasalahan yang sama. Pihak penyelenggara ataupun pihak terkait lain perlu melakukan pembinaan terhadap penyedia bahan baku agar bisa konsisten yang pada akhirnya akan membantu pelaku usaha sosial dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi(Bernada, 2017). Salah satu temuan terkait dengan Tantangan Organisasi adalah pelaku usaha diatas satu tahun menyatakan tidak memiliki kendala dalam hal pengelolaan usaha karena sudah mengikuti program Inkubator Bisnis Kreatif Kementerian Perindustrian(Gunadi, 2021). Selain itu, pelaku usaha di atas satu tahun juga menyatakan bahwa, komunitas yang terbangun dari program inkubator tersebut sangat membantu dalam berdiskusi terkait solusi atas permasalahan yang dihadapi masing-masing pelaku usaha peserta program tersebut. Hal ini menjadi masukan yang menarik bagi penyelenggara program untuk memberikan program inkubator bisnis kepada pelaku usaha sosial di bawah satu tahun sehingga bisa menyelesaikan tantangan organisasi.

Tantangan sosial yang dihadapi terkait dengan kemampuan dalam pengelolaan usaha di mana yang dihadapi oleh pelaku usaha di bawah satu tahun(Diandra, 2019). Hal ini bertentangan dengan pelaku usaha di atas satu tahun yang menyatakan tidak menemukan tantangan dalam hal pemasaran karena produk sudah memiliki target pasar yang spesifik. Sehingga hal ini menjadi masukan bagi pelaku usaha di bawah satu tahun untuk bisa menentukan target pasar yang spesifik, kondisi tersebut sejalan dengan temuan Chen (2017) yang menyatakan bahwa pendiri usaha seringkali tidak memiliki pengetahuan menyeluruh tentang target dan kebutuhan pelanggan atau belum memiliki pemahaman mengenai untuk siapa nilai ataupun suatu produk diciptakan. Kondisi tersebut bisa berakibat pada kegagalan usaha sebagaimana hasil penelitian Eisenmann (2021) yang menyampaikan pentingnya proses meneliti kebutuhan pelanggan sebelum menguji produk untuk menghindari kegagalan dalam menjalankan usaha pemula. Pelaku usaha di bawah satu tahun perlu mendapatkan pendampingan untuk bisa mendefinisikan masalah pelanggan yang ingin mereka pecahkan, kemudian mendapatkan umpan balik dari pelanggan potensial, dan kemudian melakukan proses validasi konsep dengan pelanggan nyata(Hafsah, 2018).

Kriteria Sukses Wira Usaha Sosial atas Usaha Sosial Mereka

Berdasarkan dari hasil wawancara dan kesesuaian dengan kata kunci, maka bisa diperoleh hasil sebagai berikut :

Deskripsi Kata Kunci Kriteria Sukses Berdasarkan Usia Usaha Sosial

| Indikator | Kata Kunci | |
|--|---|--|
| | Usia Usaha < 1 tahun | Usia Usaha > 1 tahun |
| Meningkatkan kapasitas kelompok miskin dan terpinggirkan Melakukan perubahan / memberikan dampak di tingkat sistemik (regional / provinsi / nasional) | membantu masyarakat sekitar Mengurangi sampah / limbah sehingga lingkungan lebih bersih Kesadaran masyarakat menggunakan produk dari bahan baku ramah lingkungan (limbah) Saling membantu antara pelaku, tercipta solidaritas antar masyarakat | Memberikan manfaat kepada pegawai dan mitra (buyers) Dengan material yang tahan lama, akan memperpanjang umur produk sebelum menjadi limbah |

Sumber : Diolah, 2022

Berdasarkan dari hasil wawancara dan kesesuaian dengan kata kunci, maka bisa dilihat jawaban yang berbeda antara pelaku usaha di atas satu tahun dan pelaku usaha di bawah satu tahun terkait dengan Kriteria sukses dalam meningkatkan kapasitas kelompok miskin terpinggirkan di mana pelaku usaha di bawah satu tahun menyatakan bahwa membantu masyarakat sekitar, namun pelaku usaha diatas satu tahun menyatakan bahwa:

“Bermanfaat bagi pekerja dan buyer, bisa bikin mereka tetap hidup, bisa hidup lebih baik, pengrajin bisa lebih baik secara pendapatan, dari sisi buyer karena bisnis berjalan lebih baik bisa hidup lebih baik. Akhirnya banyak rekrut orang baru bukan pengrajin, kita ajarin (DTF)”

Jawaban ini sejalan dengan temuan wawancara terkait motivasi di mana baru sadar bisa membantu orang ketika bisnis sudah berjalan. Selain itu, perbedaan jawaban ini mungkin dilatar belakangi oleh bisnis nya yang sudah berjalan dan latar belakang pelaku usaha (Winarta, 2022). Sehingga motivasi utama adalah pendapatan dan ketika pendapatan bisa terus meningkat maka akan meningkatkan juga pendapatan orang-orang yang terhubung dengan bisnis, sehingga bisnis adalah yang utama sedangkan hal lain adalah dampak dari kemajuan bisnis yang dijalankan.

Kemudian terkait dengan kriteria sukses melakukan perubahan/memberikan dampak di tingkat sistemik (regional / provinsi / nasional) terdapat persamaan dalam hal mengurangi sampah / limbah (Nugraheni, Wiyatini, & Wiradona, 2018). Perbedaan yang ada terkait dengan metode dalam mencapai kriteria sukses tersebut di mana pelaku usaha di bawah satu tahun melalui pembuatan produk berbahan baku limbah, sedangkan untuk pelaku usaha diatas satu tahun menggunakan produk dengan material yang tahan lama sehingga memerlukan waktu yang lama untuk menjadi sampah.

Hasil Penelitian Berkaitan Dengan ISO 26000 Subject inti Lingkungan (6.5: Environment)

Organisasi menurut ISO 26000 dalam melakukan aktifitas memiliki dampak terhadap lingkungan, dampak tersebut bisa terkait dengan sumber daya organisasi, lisensi, distribusi maupun lokasi (Hasyir, 2016). Pembahasan hasil penelitian berkaitan dengan isu Penggunaan sumber daya berkelanjutan (*Issue 2: 6.5.4 sustainable resource use*). Penggunaan sumber daya berkelanjutan / terbarukan memiliki makna bahwa sumber daya yang digunakan tidak lebih tinggi dari tingkat yang bisa ditoleransi oleh alam untuk melakukan regenerasi (Qur'an, 2017). Dalam hal ini usaha sosial Pemenang Kompetisi IFCA 2021 menggunakan bahan baku bekas / limbah ataupun bahan baku yang berkelanjutan (material alami).

Penggunaan Sumber daya Berkelanjutan Usaha Sosial Pemenang IFCA 2021

| No. | Nama Pemenang | Produk |
|------------|----------------------|---|
| 1 | DTF | Produk Sepatu Anak dari bahan baku Kulit |
| 2 | WA | Produk Fesyen daur ulang limbah Fesyen |
| 3 | DIA | Produk Home Interior dari natural fiber limbah sayur |
| 4 | RKM | Produk Fesyen dari Serat Abaca (<i>Natural Fiber</i>) |
| 5 | NNI | Produk Furniture dari limbah bonggol jagung |
| 6 | RMS | Produk home décor logam dari besi bekas |

Sumber : Diolah, 2022

Hasil Penelitian Berkaitan Dengan ISO 26000 Subject inti Pelibatan dan Pembangunan Masyarakat (6.8: *community involvement and development*)

Menurut ISO 26000 organisasi akan memiliki hubungan dengan komunitas tempat mereka beroperasi di mana hubungan tersebut harus didasarkan pada keterlibatan masyarakat sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan masyarakat (Sugianto & Soediantono, 2022). Berdasarkan analisa yang dilakukan, usaha sosial pemenang IFCA memiliki kontribusi terhadap pelibatan dan pembangunan masyarakat diantaranya :

- a. Keterlibatan masyarakat (*Issue 1: 6.8.3. Community involvement*)
- b. Pengembangan ketrampilan dan ketenagakerjaan (*Issue 3: 6.8.5 Employment creation and skills development*)

Secara umum keterkaitan dengan kedua isu diatas adalah sebagai berikut :

Pelibatan dan Pembangunan Masyarakat Usaha Sosial Pemenang IFCA 2021

| No. | Nama Pemenang | Pelibatan dan Pembangunan Masyarakat |
|-----|---------------|---|
| 1 | DTF | Melibatkan pengrajin sekitar Bali untuk memproduksi produk sepatu <i>boot</i> anak. Selain itu juga mempekerjakan beberapa orang yang kehilangan pekerjaan akibat pandemi, misalnya pengendara ojek <i>online</i> . Selain itu juga melakukan pelatihan teknis produksi kepada mereka. |
| 2 | DIA | Melibatkan masyarakat terutama ibu-ibu sekitar tempat tinggal untuk memproduksi produk <i>home interior</i> dari <i>natural fiber</i> limbah sayur. Untuk bisa terlibat, warga sekitar diberikan pelatihan ketrampilan menganyam dalam mendukung produksi. Dampaknya masyarakat memiliki pendapatan dan akhirnya bisa kembali membiayai sekolah anak-anak mereka. |
| 3 | RKM | Melibatkan pengrajin lokal untuk memproduksi serat alam (<i>abaca</i>) dan melakukan proses tenun serat abaca dan sutera sebagai bahan baku fesyen. Untuk memperlancar produksi dan meningkatkan kualitas produk, para pengrajin diberikan pendampingan / diarahkan agar bisa memproduksi produk sesuai dengan kualitas yang diinginkan. |
| 4 | NNI | Keterlibatan masyarakat dalam usaha sosial sebagai pengepul limbah bonggol jagung sebagai bahan baku dalam produksi furnitur. |

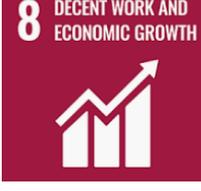
Sumber : Diolah, 2022

Analisa Hubungan Variabel dengan Indikator Sustainable Development Goals

Berdasarkan analisis yang dilakukan, berikut ini hubungan antara variabel penelitian dengan Sustainable Development Goals :

Hubungan Variabel dengan Indikator *Sustainable Development Goals*

| No. | <i>Sustainable Development Goals</i> | Variabel |
|-----|--------------------------------------|----------|
|-----|--------------------------------------|----------|

| | | |
|---|--|--|
| 1 |  <p>1 NO POVERTY</p> | <p>Mengakhiri Kemiskinan Dalam Segala Bentuk Di manapun, variabel yang terkait adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> Motivasi pelaku usaha sosial untuk menambah penghasilan dan memberikan pekerjaan menjadi aspek yang terkait dengan tujuan pertama SDG's. Selain itu juga terkait dengan Kriteria Sukses pelaku Usaha Sosial yaitu Meningkatkan kapasitas kelompok miskin dan terpinggirkan yang dilakukan melalui membantu masyarakat sekitar dan meningkatkan kesejahteraan pegawai. |
| 2 |  <p>3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING</p> | <p>Menjamin Kehidupan yang Sehat dan Meningkatkan Kesejahteraan Seluruh Penduduk Semua Usia, variabel yang terkait adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> Motivasi pelaku usaha sosial untuk menambah penghasilan dan memberikan pekerjaan Kriteria Sukses pelaku Usaha Sosial yaitu Meningkatkan kapasitas kelompok miskin dan terpinggirkan yang dilakukan melalui membantu masyarakat sekitar dan meningkatkan kesejahteraan pegawai |
| 3 |  <p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p> | <p>Variabel yang terkait dengan meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan, Kesempatan Kerja yang Produktif dan Menyeluruh, serta Pekerjaan yang Layak untuk Semua diantaranya adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> Motivasi pelaku usaha sosial untuk memberikan pekerjaan. Orientasi pencapaian (achievement) di mana temuan dalam penelitian adalah mengolah material. |
| 4 |  <p>9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE</p> | <p>Variabel yang terkait dengan Membangun Infrastruktur yang Tangguh, Meningkatkan Industri Inklusif dan Berkelanjutan, serta Mendorong Inovasi diantaranya adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> Orientasi pencapaian (achievement) yang terdiri dari motivasi untuk mengolah material, kemudian motivasi supaya produk dikenal, selain itu memiliki dampak bagi lingkungan dan sosial, menggubah budaya kustom. Kriteria Sukses pelaku Usaha Sosial yaitu Meningkatkan kapasitas kelompok miskin dan |

| | |
|--|--|
| | terpinggirkan yang dilakukan yaitu mengembangkan industri melalui pelibatan masyarakat sekitar yang bertujuan untuk membantu mereka. |
|--|--|

| No. | Sustainable Development Goals | Variabel |
|-----|---|--|
| 5 |  | Menjamin Pola Produksi dan Konsumsi yang Berkelanjutan diantaranya terkait dengan Orientasi pencapaian (achievement) yang terdiri dari motivasi untuk mengolah material, kemudian motivasi supaya produk dikenal, selain itu memiliki dampak bagi lingkungan dan sosial, mengubah budaya kustom. |
| 6 |  | menguatkan sarana pelaksanaan dan merevitalisasi kemitraan global untuk pembangunan berkelanjutan diantaranya terkait dengan : <ul style="list-style-type: none"> • Kriteria Sukses pelaku Usaha Sosial yaitu Meningkatkan kapasitas kelompok miskin dan terpinggirkan yang dilakukan yaitu mengembangkan industri melalui pelibatan masyarakat sekitar yang bertujuan untuk membantu mereka. • Selain itu juga dengan upaya mengatasi tantangan ekonomi dalam hal ketersediaan bahan baku yang berkualitas yang bisa diatasi melalui kerjasama dengan sector ekonomi penyedia bahan baku. |

Sumber : Diolah, 2022.

Kesimpulan

Terdapat perbedaan Motivasi Pelaku Usaha Sosial pemenang Kompetisi IFCA tahun 2021 berdasarkan usia usaha terutama dalam hal motivasi fokus non-moneter di mana pelaku usaha sosial di bawah satu tahun memiliki fokus non-moneter (tidak memikirkan aspek keuntungan financial) sedangkan pelaku usaha siatas satu tahun memiliki motifasi fokus moneter (uang). Kemudian terdapat persamaan motivasi dalam hal kedekatan dengan masalah Sosial dan Membantu masyarakat. Terdapat perbedaan tantangan Pelaku usaha sosial pemenang Kompetisi IFCA tahun 2021 dalam mengembangkan Usaha Sosial terutama dalam hal organisasi (pengelolaan usaha) dan sosial (edukasi pasar dan pemasaran). Pelaku usaha sosial di atas satu tahun tidak mengalami permasalahan terkait organisasi dan sosial. Kemudian terkait dengan tantangan ekonomi, terdapat kesamaan tantangan dalam hal konsistensi kualitas bahan, hal ini perlu mendapatkan perhatian yang serius karena dialami oleh seluruh pelaku usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha menyampaikan bahwa belum dikatakan sukses, namun kemudian memberikan gambaran mengenai kriteria kesuksesan menurut mereka. Terdapat perbedaan dalam hal kriteria sukses melakukan perubahan /

memberikan dampak di tingkat sistemik (regional / provinsi / nasional) yang menjadi kriteria sukses pelaku usaha di bawah satu tahun. Menurut mereka, dampak tersebut diantaranya adalah mengurangi sampah / limbah sehingga lingkungan lebih bersih, kemudian terbangunnya kesadaran masyarakat menggunakan produk dari bahan baku ramah lingkungan (limbah) dan saling membantu antara pelaku, tercipta solidaritas antar masyarakat. Kemudian untuk pelaku usaha diatas satu tahun kriteria sukses adalah meningkatkan kapasitas kelompok miskin dan terpinggirkan yang dibuktikan dengan penyediaan lapangan pekerjaan dan memberikan pelatihan ketrampilan kepada calon pegawai. Selain itu, pelaku usaha diatas satu tahun juga memiliki criteria sukses melakukan perubahan / memberikan dampak di tingkat sistemik (regional / provinsi / nasional) yaitu melalui produk yang tahan lama sehingga mengurangi potensi untuk secara cepat menjadi sampah. Namun demikian, terdapat kriteris sukses meningkatkan kapasitas kelompok miskin dan terpinggirkan yang disampaikan pelaku usaha dibawah satu tahun yaitu membantu masyarakat sekitar.

Hasil Penelitian Berkaitan Dengan subjek inti ISO 26000 diantaranya adalah Lingkungan (6.5: Environment), Issue 2: 6.5.4 Sustainable resource use, Keterlibatan masyarakat (Issue 1: 6.8.3. Community involvement) dan Pengembangan ketrampilan dan ketenagakerjaan (Issue 3: 6.8.5 Employment creation and skills development)

Hubungan Variabel hasil penelitian dengan Indikator Sustainable Development Goals diantaranya adalah nomor 1, 3, 8, 9, 12, 17 yaitu : mengakhiri kemiskinan dalam segala bentuk di manapun, menjamin kehidupan yang sehat dan meningkatkan kesejahteraan seluruh penduduk semua usia, meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja yang produktif dan menyeluruh, serta pekerjaan yang layak untuk semua, membangun infrastruktur yang tangguh, meningkatkan industri inklusif dan berkelanjutan, serta mendorong inovasi, menjamin pola produksi dan konsumsi yang berkelanjutan serta menguatkan sarana pelaksanaan dan merevitalisasi kemitraan global untuk pembangunan berkelanjutan

BIBLIOGRAFI

- Bernada, Tetanoe. (2017). Upaya Perlindungan Hukum pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan Peradilan*, 6(1), 1–24.
- Council, British. (2012). *The shape of things to come: higher education global trends and emerging opportunities to 2020: global edition*.
- Diandra, Didip. (2019). Program pengembangan kewirausahaan untuk menciptakan pelaku usaha sosial yang kompetitif. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1340–1347.
- Fadli, Muhammad Rijal. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Gunadi, Wasis. (2021). Pengembangan Kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Melalui Inkubator Bisnis. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 8(1).
- Hafsah, Andi. (2018). *Pengembangan Usaha Samiler Jarak dan Dolly (Samijali) Melalui Perancangan Model Bisnis Berbasis Sosial*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Hasyir, Dede Abdul. (2016). Perencanaan CSR pada Perusahaan Pertambangan: Kebutuhan untuk Terlaksananya Tanggungjawab Sosial yang Terintegrasi dan Komprehensif. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 8(1), 105–118.
- Hermawan, Elpa. (2020). Strategi Public Relations Kementerian Pariwisata dan Ekonomi

- Kreatif dalam Membangun Media Relations. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 140–154.
- Nasution, Salman. (2021). Konsep Pariwisata Halal Berbasis Ekonomi Kreatif Dengan Sharia Regulation Dalam Meningkatkan Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Sumatera Utara. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 21(2), 250–261.
- Nugraheni, Hermien, Wiyatini, Tri, & Wiradona, Irmanita. (2018). *Kesehatan Masyarakat dalam Determinan Sosial Budaya*. Deepublish.
- Qur'an, Amanah Aida. (2017). Sumber Daya Alam Dalam Pembangunan Berkelanjutan Perspektif Islam. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 1–24.
- Rukajat, Ajat. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Sugianto, Sugianto, & Soediantono, Dwi. (2022). Literature Review of ISO 26000 Corporate Social Responsibility (CSR) and Implementation Recommendations to the Defense Industries. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(2), 73–87.
- Suryana, Achmad. (2014). *Menuju ketahanan pangan indonesia berkelanjutan 2025: tantangan dan penanganannya*.
- Taufan, Johandri, Ardisal, Ardisal, Damri, Damri, & Arise, Arise. (2018). Pelaksanaan Pembelajaran Pendidikan Jasmani Adaptif bagi Anak dengan Hambatan Fisik dan Motorik. *Jurnal Pendidikan Kebutuhan Khusus*, 2(2), 19–24.
- Winarta, Frans Hendra. (2022). *Hukum Penyelesaian Sengketa Arbitrase Nasional Indonesia dan Internasional: Edisi Kedua*. Sinar Grafika.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.