

Sociopreneurship

Sociopreneurship hadir sebagai jawaban atas kebutuhan zaman yang menuntut dunia usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kebermanfaatan sosial. Buku ini membahas bagaimana kewirausahaan dapat menjadi sarana untuk menyelesaikan berbagai persoalan masyarakat, seperti kemiskinan, pengangguran, ketimpangan sosial, keterbatasan akses pendidikan, kesehatan, hingga persoalan lingkungan. Dengan pendekatan yang sistematis, pembaca diajak memahami bahwa usaha yang dibangun dengan misi sosial memiliki potensi besar untuk menciptakan perubahan yang nyata dan berkelanjutan.

Buku ini menguraikan konsep dasar sociopreneurship, karakter dan kompetensi sociopreneur, model bisnis usaha sosial, inovasi sosial, strategi pendanaan, pemasaran, pengelolaan operasional, hingga pengukuran dampak sosial. Pembahasan juga diperkuat dengan tema kolaborasi, tata kelola, tantangan usaha sosial, serta perkembangan penelitian di bidang sociopreneurship. Dengan demikian, buku ini tidak hanya memberikan pemahaman teoretis, tetapi juga menawarkan perspektif praktis bagi pembaca yang ingin merancang, menjalankan, atau meneliti usaha sosial secara lebih mendalam.

Disusun untuk mahasiswa, dosen, peneliti, dan praktisi, buku ***Sociopreneurship*** diharapkan menjadi referensi yang relevan dalam memahami peran kewirausahaan sosial di era modern. Melalui buku ini, pembaca diharapkan tidak hanya mampu melihat masalah sosial sebagai tantangan, tetapi juga sebagai peluang untuk melahirkan inovasi, memberdayakan masyarakat, dan membangun masa depan yang lebih inklusif, adil, dan berkelanjutan.



PENERBIT KESATUAN PRESS

Kampus IBI Kesatuan
Jalan Ranggagading No. 1 Bogor 16123
EMail: kesatuanpress@ibik.ac.id



SOCIOPRENEURSHIP

MUMUH MULYANA
ADIL FADILLAH

MUMUH MULYANA | ADIL FADILLAH

SOCIOPRENEURSHIP



SOCIOPRENEURSHIP

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

SOCIOPRENEURSHIP

**Mumuh Mulyana
Adil Fadillah**



SOCIOPRENEURSHIP

**Mumuh Mulyana
Adil Fadillah**

Editor:
Mashadi

Desain Cover:
Yayan Sopian

Sumber:
Chat GPT AI

Ukuran:
x, 358 hlm, Uk: 15,5x23 cm

ISBN:

Cetakan Pertama:
Mei 2026

Copyright @2026 Pada Penulis



PENERBIT KESATUAN PRESS

Anggota IKAPI (366/Anggota Luar Biasa/JBA/2020)

Kampus IBI Kesatuan

Jalan Ranggagading No. 1 Bogor 16123

Email: kesatuanpress@ibik.ac.id

Kata Pengantar Penerbit

Puji syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya buku **Sociopreneurship** ini dapat hadir di tengah pembaca. Buku ini merupakan salah satu kontribusi penting dalam memperkaya khazanah literatur akademik, khususnya pada bidang kewirausahaan sosial yang semakin relevan di tengah dinamika perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi dewasa ini.

Sociopreneurship bukan sekadar konsep tentang membangun usaha, melainkan pendekatan yang menempatkan nilai sosial, keberlanjutan, dan inovasi sebagai inti dari aktivitas kewirausahaan. Di tengah berbagai persoalan masyarakat seperti kemiskinan, pengangguran, ketimpangan sosial, persoalan pendidikan, kesehatan, serta lingkungan, kehadiran sociopreneurship menjadi semakin penting sebagai jalan tengah antara idealisme perubahan sosial dan kebutuhan akan model usaha yang mandiri dan berkelanjutan. Oleh karena itu, buku ini hadir pada momentum yang tepat untuk menjawab kebutuhan mahasiswa, dosen, peneliti, dan praktisi yang ingin memahami sociopreneurship secara lebih sistematis.

Penerbit memandang bahwa buku ini memiliki keunggulan karena disusun secara runtut, komprehensif, dan kontekstual. Pembahasannya dimulai dari konsep dasar dan filosofi sociopreneurship, dilanjutkan dengan masalah sosial dan peluang usaha, model bisnis, inovasi sosial, pendanaan, pemasaran, operasional, pengukuran dampak, ekosistem, tantangan, hingga penelitian dan masa depan sociopreneurship. Dengan cakupan tersebut, buku ini tidak hanya bermanfaat sebagai bahan ajar di perguruan tinggi,

tetapi juga dapat menjadi referensi praktis bagi para pembaca yang ingin mengembangkan usaha sosial secara nyata.

Kami percaya bahwa buku ini akan memberikan manfaat besar dalam membangun pemahaman bahwa kewirausahaan tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga dapat menjadi sarana pemberdayaan masyarakat dan penciptaan perubahan sosial yang lebih luas. Lebih dari itu, buku ini diharapkan dapat menginspirasi lahirnya generasi baru sociopreneur yang tidak hanya cakap secara bisnis, tetapi juga memiliki empati, integritas, kreativitas, dan komitmen yang kuat terhadap kemajuan masyarakat.

Penerbit menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada penulis yang telah mencurahkan gagasan, waktu, dan pemikirannya dalam menyusun buku ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penerbitan, sehingga buku ini dapat hadir dan dinikmati oleh khalayak pembaca.

Akhir kata, kami berharap buku **Sociopreneurship** ini dapat menjadi sumber inspirasi, referensi akademik, dan panduan praktis bagi siapa saja yang ingin memahami dan mengembangkan kewirausahaan sosial di Indonesia. Semoga buku ini memberikan manfaat yang luas bagi dunia pendidikan, pengembangan ilmu pengetahuan, dan pemberdayaan masyarakat.

Hormat Kami,

Penerbit Kesatuan Press

Prakata

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya buku **Sociopreneurship** ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai salah satu upaya untuk menghadirkan bahan bacaan akademik yang tidak hanya memperkenalkan konsep kewirausahaan sosial secara teoritis, tetapi juga menempatkannya dalam konteks yang lebih dekat dengan realitas masyarakat dan kebutuhan pembelajaran di perguruan tinggi.

Di tengah berbagai persoalan sosial yang terus berkembang, seperti kemiskinan, pengangguran, ketimpangan sosial, keterbatasan akses pendidikan, kesehatan, dan persoalan lingkungan, penulis semakin meyakini bahwa kewirausahaan perlu dipahami dalam makna yang lebih luas. Kewirausahaan tidak lagi cukup dimaknai hanya sebagai aktivitas ekonomi yang berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus dipandang sebagai sarana untuk menciptakan perubahan sosial yang nyata, berkelanjutan, dan berdampak luas. Dari pemikiran inilah buku ini lahir, yaitu untuk membantu pembaca memahami bahwa sociopreneurship merupakan jembatan antara idealisme sosial dan keberanian membangun usaha yang mandiri.

Buku ini dirancang terutama untuk mahasiswa sarjana, dosen, peneliti, serta pembaca umum yang memiliki minat pada kewirausahaan sosial. Oleh karena itu, isi buku disusun secara bertahap dan sistematis, dimulai dari pendahuluan, konsep dasar, permasalahan sosial, karakter sociopreneur, model bisnis, inovasi sosial, perencanaan usaha, legalitas, pendanaan, pemasaran, operasional, pengukuran dampak, kolaborasi, tantangan, penelitian, hingga studi kasus dan masa

depan sociopreneurship. Harapannya, pembaca tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga memiliki gambaran praktis untuk mengembangkan usaha sosial dalam kehidupan nyata.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan. Sociopreneurship adalah bidang yang terus berkembang, sehingga selalu terbuka ruang untuk perbaikan, penyempurnaan, dan pengayaan dari perspektif maupun pengalaman yang lebih luas. Karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini pada masa yang akan datang.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moral maupun intelektual, dalam proses penulisan buku ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada keluarga, rekan sejawat, institusi, serta semua pihak yang terus mendorong lahirnya karya-karya akademik yang bermanfaat bagi dunia pendidikan dan masyarakat.

Akhir kata, penulis berharap buku **Sociopreneurship** ini dapat memberikan manfaat yang nyata, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai sumber inspirasi untuk melahirkan generasi sociopreneur yang kreatif, empatik, berintegritas, dan berkomitmen pada perubahan sosial. Semoga buku ini menjadi salah satu ikhtiar kecil dalam memperkuat peran ilmu pengetahuan bagi kemajuan masyarakat.

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar Penerbit.....	v
Prakata	vii
Daftar Isi	ix
Bab 1. Pendahuluan Sociopreneurship	1
1.1 Latar Belakang Munculnya Sociopreneurship	5
1.2 Perubahan Paradigma Kewirausahaan di Era Modern	6
1.3 Masalah Sosial sebagai Tantangan dan	8
1.4 Pengertian Sociopreneurship	9
1.5 Pentingnya Sociopreneurship bagi Masyarakat	11
1.6 Tujuan dan Ruang Lingkup Pembahasan Buku	12
Bab 2. Konsep Dasar dan Filosofi Sociopreneurship	21
2.1 Definisi Sociopreneurship Menurut Para Ahli...	25
2.2 Filosofi Kewirausahaan Sosial	26
2.3 Nilai-Nilai Dasar Sociopreneurship.....	28
2.4 Perbedaan Sociopreneurship, Entrepreneurship, dan Charity.....	29
2.5 Misi Sosial dan Misi Ekonomi	31
2.6 Triple Bottom Line: <i>People, Planet, Profit</i>	32
Bab 3. Permasalahan Sosial dan Peluang Sociopreneurship	41
3.1 Hakikat Masalah Sosial dalam Masyarakat.....	45
3.2 Kemiskinan dan Ketimpangan Sosial.....	46
3.3 Pengangguran dan Keterbatasan Akses Ekonomi.....	48

3.4 Masalah Pendidikan, Kesehatan, dan Lingkungan.....	49
3.5 Identifikasi Kebutuhan Sosial Masyarakat.....	51
3.6 Mengubah Masalah Sosial Menjadi Peluang Usaha	53
Bab 4. Karakter, Kompetensi, dan Mindset Sociopreneur	61
4.1 Karakter Dasar Sociopreneur	65
4.2 Mindset Kewirausahaan Sosial	66
4.3 Empati sebagai Modal Utama	67
4.4 Kepemimpinan Sosial	69
4.5 Kreativitas dan Inovasi Sosial.....	70
4.6 Ketahanan, Keberanian, dan Orientasi Perubahan	72
Bab 5. Model Bisnis Sociopreneurship	81
5.1 Konsep Model Bisnis Usaha Sosial.....	85
5.2 Unsur-Unsur Model Bisnis Sociopreneurship ...	86
5.3 Social Business Model Canvas.....	88
5.4 Value Proposition Berbasis Dampak Sosial	90
5.5 Segmentasi Pelanggan dan Penerima Manfaat	91
5.6 Keberlanjutan Finansial dalam Usaha Sosial	93
Bab 6. Inovasi Sosial dalam Sociopreneurship	101
6.1 Pengertian Inovasi Sosial.....	105
6.2 Bentuk-Bentuk Inovasi Sosial.....	106
6.3 Design Thinking dalam Sociopreneurship	108
6.4 Co-Creation dengan Masyarakat	109
6.5 Pemanfaatan Teknologi untuk Inovasi Sosial	110
6.6 Contoh Inovasi Sosial yang Berhasil.....	112

Bab 7. Perencanaan dan Pendirian Usaha Sosial.....	121
7.1 Menemukan Ide Usaha Sosial	125
7.2 Validasi Masalah dan Solusi	126
7.3 Penyusunan Visi, Misi, dan Tujuan Usaha Sosial	128
7.4 Analisis Pasar dan Masyarakat Sasaran.....	129
7.5 Penyusunan Rencana Operasional.....	130
7.6 Penyusunan Business Plan Sociopreneurship	132
Bab 8. Legalitas, Tata Kelola, dan Etika Sociopreneurship	141
8.1 Bentuk Kelembagaan Usaha Sosial.....	145
8.2 Aspek Legalitas Usaha Sosial	146
8.3 Tata Kelola Organisasi Usaha Sosial.....	148
8.4 Transparansi dan Akuntabilitas	149
8.5 Etika dalam Sociopreneurship	150
8.6 Tanggung Jawab Sosial dan Integritas Usaha	152
Bab 9. Strategi Pendanaan Sociopreneurship	161
9.1 Pentingnya Pendanaan dalam Usaha Sosial...	165
9.2 Sumber Pendanaan Internal dan Eksternal....	166
9.3 Hibah, CSR, dan Dana Filantropi.....	167
9.4 Impact Investing	169
9.5 Crowdfunding untuk Usaha Sosial.....	171
9.6 Strategi Menjaga Keberlanjutan Keuangan....	172
Bab 10. Pemasaran dan Komunikasi dalam Sociopreneurship	181
10.1 Konsep Pemasaran Usaha Sosial.....	185
10.2 Branding Berbasis Nilai Sosial	186
10.3 Storytelling dalam Sociopreneurship	188
10.4 Strategi Komunikasi dengan Stakeholder	189
10.5 Digital Marketing untuk Usaha Sosial	190

10.6 Membangun Loyalitas dan Dukungan Komunitas	192
Bab 11. Pengelolaan Operasional dan Sumber Daya	201
11.1 Manajemen Operasional Usaha Sosial.....	205
11.2 Pengelolaan Sumber Daya Manusia	206
11.3 Peran Relawan dan Tim Inti	207
11.4 Pengelolaan Mitra dan Jejaring	209
11.5 Pengendalian Mutu Produk atau Layanan ...	210
11.6 Efisiensi dan Keberlanjutan Operasional.....	212
Bab 12. Pengukuran Dampak Sosial	219
12.1 Konsep Dampak Sosial	223
12.2 Pentingnya Pengukuran Dampak	224
12.3 Indikator Keberhasilan Usaha Sosial	226
12.4 Monitoring dan Evaluasi Program Sosial	227
12.5 Social Return on Investment (SROI).....	228
12.6 Pelaporan Dampak Sosial	230
Bab 13. Kolaborasi dan Ekosistem Sociopreneurship	239
13.1 Peran Pemerintah dalam Sociopreneurship.	243
13.2 Peran Perguruan Tinggi.....	244
13.3 Peran Komunitas dan Lembaga Sosial.....	245
13.4 Peran Sektor Swasta dan Dunia Industri	247
13.5 Inkubator dan Akselerator Usaha Sosial	248
13.6 Membangun Ekosistem Sociopreneurship yang Kuat	250
Bab 14. Tantangan dan Risiko dalam Sociopreneurship	259
14.1 Konflik antara Tujuan Sosial dan Profit.....	263
14.2 Keterbatasan Sumber Daya.....	264
14.3 Resistensi Masyarakat terhadap Perubahan	266

14.4 Tantangan Skalabilitas Usaha Sosial	267
14.5 Risiko Tata Kelola dan Keberlanjutan	269
14.6 Strategi Mitigasi Risiko Usaha Sosial	270
Bab 15. Penelitian dalam Bidang Sociopreneurship .	279
15.1 Pengertian Penelitian Sociopreneurship	285
15.2 Ruang Lingkup Kajian Penelitian Sociopreneurship	286
15.3 Perkembangan Penelitian Sociopreneurship	288
15.4 Tema-Tema Utama Penelitian Sociopreneurship	289
15.5 Pendekatan dan Metode Penelitian	291
15.6 Variabel yang Sering Digunakan dalam Penelitian Sociopreneurship.....	292
15.7 Teknik Pengumpulan dan Analisis Data	294
15.8 Tren dan Peluang Penelitian Sociopreneurship	296
15.9 Research Gap dalam Sociopreneurship	297
15.10 Contoh Topik Skripsi dan Penelitian Sociopreneurship	299
Bab 16. Studi Kasus dan Masa Depan Sociopreneurship	317
16.1 Studi Kasus Sociopreneurship di Indonesia .	321
16.2 Studi Kasus Sociopreneurship Internasional	322
16.3 Faktor Keberhasilan Sociopreneur.....	324
16.4 Pelajaran dari Kegagalan Usaha Sosial	325
16.5 Tren Masa Depan Sociopreneurship	326
16.6 Sociopreneurship di Era Digital dan Berkelanjutan	328

