

Social entrepreneurship mengatasi krisis sosial dan ekonomi di masa Covid-19: perspektif ekonomi islam

Adek Vania*; Saiful Anwar

SKSG - PSKTTI Universitas Indonesia*

*E-mail korespondensi: adek.vania@gmail.com

Abstract

The COVID-19 pandemic has impacted the world's economic and social crisis. The implementation of Social Distancing causes a fundamental change in the community's social behavior and a decrease in the level of the economy due to restrictions on mobility and economic activities. Difficulties from the government and industry to rise must be encouraged by initiatives and breakthroughs from the community to grow together with the emergence of social solidarity. Starting from this sense of empathy and concern, this paper analyzes the importance of developing social entrepreneurship and its supporting elements, namely altruism and social capital or trust, in realizing sustainable economic goals in overcoming the current social and economic problems. Using a literature review approach with content and comparative analysis approach, this article on the perspective of social entrepreneurship will touch on the paradigm of classical/conventional capitalist economic theory, which has the opportunity to be perfected by Islamic Economics. It is time for the economy to prioritize a socially oriented approach rather than a money-oriented one. So it is hoped that it will foster a sense of empathy and spread kindness which is a reflection of Islamic religious values, namely the principle of justice and the benefit of the people, as the ultimate goal to go to Falah (the glory of life in this world and the hereafter).

Keywords: *social entrepreneurship, social capital, altruism, solidaritas, COVID-19*

Abstrak

Pandemi COVID -19 membawa dampak terhadap krisis ekonomi dan sosial bagi masyarakat dunia. Dengan pemberlakuan Social Distancing menyebabkan perubahan mendasar pada perilaku sosial masyarakat dan penurunan taraf ekonomi akibat adanya pembatasan mobilitas dan kegiatan ekonomi. Kesulitan dari pemerintah dan industri untuk bangkit perlu didorong dengan insiatif dan terobosan dari masyarakat agar bangkit bersama-sama dengan munculnya solidaritas sosial. Berawal dari rasa empati dan kepedulian tersebut, tulisan ini menganalisa pentingnya pengembangan social entrepreneurship berikut dengan unsur pendukungnya yakni altruisme dan sosial capital atau trust mewujudkan tujuan ekonomi yang berkelanjutan di masa depan dalam mengatasi permasalahan sosial dan ekonomi yang melanda saat ini. Menggunakan pendekatan kajian literatur dengan pendekatan content and comparative analysis, artikel tentang perspektif social entrepreneurship ini akan menyinggung paradigma teori ekonomi klasik/konvensional kapitalis yang berpeluang untuk disempurnakan oleh Ekonomi Islam. Sudah saatnya tujuan dari ekonomi lebih mengutamakan pendekatan social oriented daripada money oriented. Sehingga diharapkan akan menumbuhkan rasa empati dan menebarkan kebaikan yang merupakan refleksi dari nilai-nilai agama Islam, yaitu prinsip keadilan dan kemaslahatan umat, sebagai tujuan akhir untuk menuju falah (kemuliaan hidup di dunia dan akhirat).

Kata kunci: *social entrepreneurship, social capital, altruism, solidaritas, COVID-19*

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 (coronavirus disease 2019) sudah berlangsung lebih dari 1 tahun sejak diumumkan sebagai bencana global di seluruh dunia pada bulan Maret 2020 oleh WHO. Baru-baru ini seorang pejabat senior WHO mengatakan bahwa sangat prematur dan tidak realistis berpikir bahwa pandemi COVID-19 akan berhenti pada akhir tahun ini. Hal ini dikuatkan penelitian McKinsey (Charumilind, 2021) mengenai ‘kapan COVID-19 akan berakhir’, menyebutkan bahwa waktu pandemi akan berakhir sangat tergantung pada kecepatan penyediaan vaksin, dampak dari vaksin dan terbentuknya herd immunity, serta adanya gelombang baru terkait jenis baru dari virus COVID-19. Jadi, walaupun vaksin sudah ditemukan namun masih timbul varian baru dari virus dan potensi penyebarannya masih cukup besar. Berdasarkan data dari Bappenas pada Laporan Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia Triwulan I Tahun 2020, pengaruh dari pandemi COVID-19 telah membawa sebuah ketidakpastian ekonomi global dan mengarah kepada krisis sosial dan ekonomi akibat pembatasan sosial. Pandemi telah memakan tidak hanya korban nyawa namun lebih dalam lagi berpengaruh pada aspek sosial dan ekonomi masyarakat karena adanya social distancing. Jika dilihat biaya untuk mengembalikan ekonomi sangatlah besar. Menurut data IMF World Economic Outlook Oktober 2020, potensi kerugian global yang disebabkan oleh COVID-19 mencapai 6 Triliun USD. Survey McKinsey Desember 2020 menyatakan besarnya pengeluaran pemerintah untuk melindungi warganya dari dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh pandemi, mengubah anggaran jaminan sosial jangka panjang yang telah disusun. Dari 22 negara yang diteliti, pemerintah telah menaikkan rata-rata 20% dari PDB pengeluaran pajak bahkan mencapai 39% untuk negara Kanada. US dan UK yang biasanya mengeluarkan anggaran yang rendah untuk kontrak sosial pada saat sebelum pandemic, saat ini anggaran yang disiapkan telah melebihi dari negara Denmark yang pengeluarannya untuk hal tersebut paling tertinggi. Pada tahun 2020, negara Eropa bahkan menambah bantuan sosial \$2,343 per individu jika dibanding tahun 2019 dan US bahkan lebih tinggi pertambahannya sebesar \$6,572 per individu. Bisa dibayangkan tentu saja hal ini sulit dilakukan di negara berkembang dan pendapatan rendah. Pertumbuhan ekonomi akan terus merosot dan cukup lama untuk dapat pulih meskipun pandemi sudah berakhir. Selain itu juga terjadi pertanding kecepatan dalam penyebaran virus dan ketersediaan vaksin diseluruh dunia. Berbagai strategi dan upaya dilakukan masing-masing pemerintah untuk menahan laju penurunan pertumbuhan ekonomi.

Serangkaian program pemulihan ekonomi digulirkan, dan relaksasi kebijakan dan insentif dikeluarkan demi menjaga agar ekonomi dapat bergerak maju. Pemerintah Indonesia melakukan refocusing anggaran pada sektor kesehatan untuk penanganan COVID-19 disamping adanya bantuan sosial yang dikucurkan kepada masyarakat. Namun apakah semua ini sudah cukup membantu, dan sampai berapa lama dan berapa banyak biaya yang dibutuhkan oleh pemerintah sedangkan pandemi diperkirakan masih panjang dan bahkan setelah pandemipun tidak serta merta secara cepat dapat pulih seperti sedia kala.

Oleh karena itu, mengandalkan bantuan pemerintah semata, tanpa ada upaya lain tidak akan bisa mengangkat masyarakat keluar dari krisis akibat dampak COVID-19 tersebut. Menurut Liguori and Pittz (2020) perlu adanya strategi baru agar bisnis dapat terus berlangsung di era COVID-19. Kemudian mengingat keberadaan entrepreneur di mana-mana di lingkungan bisnis global, penting untuk memahami bagaimana krisis COVID-19 berdampak pada perekonomian (Fozz, 2020). Perlu adanya terobosan/dorongan dari masyarakat itu sendiri untuk menggerakkan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan sosial guna membantu pemerintah mengatasi krisis ini. Social

Entrepreneurship diharapkan hadir untuk dapat menjadi solusi ditengah krisis sosial ekonomi dengan nilai-nilai yang mendukung terbentuknya. Lebih lanjut, penelitian ini memperluas literatur dan teori mengenai nilai-nilai pembentuk sosial entrepreneursip dan kecocokan nilai-nilai tersebut pada kondisi perubahan perilaku masyarakat akibat pandemi COVID-19 saat ini serta keterhubungannya dengan nilai dan prinsip ekonomi Islam.

TINJAUAN PUSTAKA

Krisis sosial dan ekonomi

Pandemi COVID-19 menimbulkan krisis baru yang diawali dari sektor kesehatan kemudian berdampak pada sektor lainnya. Dampak COVID-19 menimbulkan korban manusia, kemudian timbulnya dampak sosial dan ekonomi, serta munculnya perubahan perilaku masyarakat. Risiko dari pandemi menyebabkan perlambatan ekonomi hingga menyebabkan krisis ekonomi yang berpotensi menjalar kepada krisis sosial. Krisis sosial akan menyebabkan tingginya angka pengangguran, daya beli masyarakat menurun dan bertambahnya angka kemiskinan. Pemerintah berusaha ‘mati-matian’ untuk mempertahankan ekonomi agar tidak jatuh terlalu dalam dan melakukan berbagai upaya untuk pemulihan.

Menurut pandangan peneliti, saat ini belum ada satu definisi tentang krisis yang baku karena krisis datang dari berbagai macam bentuk dan sumber. Selain itu, biaya penanggulangan krisis sangat tinggi dan krisis dapat berdampak panjang hingga menyebabkan melambatnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis. Claessens dan Kose (2013) menjelaskan bahwa resesi yang ditimbulkan oleh krisis akan lebih buruk dari resesi yang diakibatkan siklus bisnis normal, baik dari sisi durasi (6 triwulan, 2x lebih panjang) dan total kerugian yang ditimbulkan - Bahkan, biaya penanggulangan krisis dapat mencapai 100% dari PDB - Laeven dan Valencia (2012).

Berdasarkan survey McKinsey 2020, respon ekonomi setiap pemerintahan negara di dunia terhadap krisis berbeda-beda karena COVID-19 belum pernah terjadi sebelumnya. Misalnya, anggaran \$ 10 triliun diumumkan hanya dalam dua bulan pertama, yang tiga kali lebih banyak daripada respons terhadap krisis keuangan 2008–2009. Negara-negara Eropa Barat sendiri telah mengalokasikan hampir \$ 4 Triliun, jumlah yang hampir 30 kali lebih besar dari nilai Marshall Plan saat ini. Besarnya respon pemerintah disana telah ditempatkan ke wilayah yang belum dipetakan sebelumnya. Pemerintah negara-negara Eropa telah memasukkan semua bentuk dan skema dalam paket stimulus mereka: jaminan, pinjaman, transfer nilai kepada perusahaan dan individu, penangguhan, dan investasi ekuitas, seolah-olah saran dari semua ahli pemikiran ekonomi modern telah diterapkan pada saat yang sama.

Perbandingan tindakan stimulus yang diambil oleh 54 negara menunjukkan variasi yang signifikan dalam ukuran respons, dengan beberapa negara berkomitmen untuk membelanjakan sebanyak 40 persen dari PDB. Meskipun mengalami kerugian PDB yang serupa dan mengalami lockdown (baik dalam keketatan dan durasi), sebagian besar paket stimulus negara-negara berkembang memiliki pengeluaran yang jauh lebih rendah. Mengingat dampak global yang luas dari krisis COVID-19, hanya sedikit populasi, bisnis, sektor, atau wilayah yang dapat menghindari dampak ekonomi yang tidak langsung. Itu berarti langkah-langkah yang dikeluarkan pemerintah harus mendukung sebagian besar perekonomian dalam waktu yang sangat singkat untuk menjaga stabilitas keuangan, menjaga kesejahteraan ekonomi rumah tangga, dan membantu perusahaan bertahan dari krisis. Selain itu, negara-negara cenderung meningkatkan intervensi mereka karena krisis semakin parah dan lockdown terus berlanjut.

Subsidi dan berbagai kelonggaran kebijakan baik investasi maupun berusaha telah dilakukan guna menguatkan masyarakat dari dampak krisis sosial dan ekonomi, namun upaya yang dilakukan pemerintah tersebut belum cukup kuat ditengah ketidakpastian global yang masih terjadi. Belajar dari respon masyarakat dan pemerintah selama COVID-19 dan bencana alam lainnya, dalam setiap krisis, bencana dan pandemi, salah satu kunci untuk bertahan adalah kesiapan, kemandirian (self-help) dan kemampuan beradaptasi dengan pola kehidupan baru.

Megashifting produser and consumer behaviour

Terdapat pergeseran besar perilaku manusia akibat adanya COVID-19. Menurut penelitian Yuswohady (2020), yang paling utama adalah masyarakat semakin religious dan maraknya gerakan sosial yang berempati. Banyaknya korban nyawa akibat COVID-19 melahirkan masyarakat baru yang penuh empati, welas asih dan sarat solidaritas sosial. Kemudian, pelaksanaan go virtual; yakni dengan adanya COVID-19 konsumen menghindari kontak fisik manusia, mereka berlatih menggunakan media virtual/digital dan munculnya inovasi untuk mengatasi pembatasan kontak fisik termasuk dalam berinteraksi dan bertransaksi dalam melakukan kegiatan sosial dan ekonomi.

Krisis akibat COVID-19 tidak hanya menyangkut krisis ekonomi namun juga merupakan krisis sosial sebagai dampak social distancing yang merupakan bencana kemanusiaan paling dasyat abad ini dengan korban nyawa manusia yang begitu besar. Umat manusia diseluruh dunia terketuk hatinya menyaksikan ratusan ribu bahkan jutaan orang meninggal di seluruh dunia. Begitu banyak orang cemas, takut dan mengalami kesulitan hidup. Dengan adanya pandemic COVID-19 kita bersimpati terhadap banyaknya korban nyawa, namun lebih dalam lagi dampak dari pemberlakuan social distancing yang menyebabkan empati kepada menurunnya pendapatan masyarakat karena adanya PHK, pemotongan gaji dan terdampaknya sektor usaha menengah ke bawah. Dampak pada ekonomi juga menyebabkan kesenjangan sosial.

Dari pergeseran perilaku tersebut menimbulkan peningkatan rasa empati dan solidaritas. COVID-19 melahirkan rasa senasib dan sepenanggungan yang melahirkan tujuan bersama untuk melawannya. Sehingga rasa empati kepedulian berbagai pihak terhadap nasib sesama tumbuh luas diseluruh dunia. Hikmah COVID-19 ini telah menciptakan solidaritas dan kesetiakawanan sosial. Menurut Igwe,dkk (2020) Solidaritas adalah unsur interaksi manusia yang menekankan pada ikatan sosial kohesif yang menyatukan individu atau kelompok. Solidaritas sosial dan aksi komunitas yang berempati terbukti selama perlakuan lockdown akibat COVID-19. Berbagai gerakan kepedulian dan aksi solidaritas dilakukan berbagai kalangan masyarakat untuk mengurangi penderitaan orang-orang yang terdampak. COVID-19 telah menciptakan masyarakat baru yang empatik, penuh rasa cinta, dan welas asih terhadap sesamanya. Sesuatu yang langka ketika wabah belum melanda. Kepedulian, empati dan altruisme ini menjadi bangkitnya peluang bertumbuhnya social entrepreneurship di masa depan, dengan memberikan pengaruh dan memberikan solusi terhadap kesulitan yang dialami masyarakat dan lingkungan yang saat ini tidak bisa dipenuhi tanggung jawabnya oleh industri ataupun pemerintah.

METODE

Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif berkaitan dengan teori dan literature yang relevan untuk menghasilkan deskripsi mengenai social entrepreneurship dan unsur-unsur yang mendukung terbentuknya, kaitan dengan situasi COVID-19 saat ini dan bagaimana internalisasi nilai-nilai Islam berkaitan dengan teori social capital dan

altruisme. Penelitian literature review, content analysis dan komparatif analysis mengenai Social Entrepreneurship dari penelitian yang ada sebelumnya. Penelitian kemudian meneliti unsur pendukung dan rujukannya pada perspektif nilai-nilai ajaran Islam dan menjelaskan isu mengenai keberlangsungan dari Social Entrepreneurship tersebut. Penelitian juga bersumber dari melalui hasil mengikuti webinar, wawancara dengan pelaku dan expert di bidang social entrepreneurship serta pemangku kebijakan.

Social entrepreneurship menghadapi krisis karena Covid-19

Tidak ada satu pendekatan untuk mendefinisikan usaha sosial/kewirausahaan di kalangan akademisi dan dalam masyarakat, sebaliknya bahkan ada gagasan yang kontradiktif. Ciri-ciri umum dari sebagian besar definisi adalah komponen orientasi filantropis-sosial (atau lingkungan), stabilitas keuangan dan inovasi. Menurut Cukier (2011), Social entrepreneurship adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan entrepreneurship untuk melakukan perubahan sosial (social change), terutama meliputi bidang kesejahteraan, pendidikan dan kesehatan. Konsep social entrepreneurship berbeda dengan business entrepreneurship. Menurut Schumpeter dalam Sledzik (2013), entrepreneur adalah orang yang berani mendobrak sistem yang ada dengan menggagas sistem baru. Lebih lanjut, social entrepreneur memiliki kemampuan untuk berani menaklukkan tantangan atau dengan kata lain berani loncat dari zona kemapanan yang ada. Berbeda dengan business entrepreneurship, hasil yang ingin dicapai social entrepreneurship bukan profit semata, melainkan juga dampak positif bagi masyarakat. Dengan kata lain, walaupun business entrepreneurship tujuannya untuk mendorong kegiatan kewirausahaan namun keuntungan yang diperoleh adalah untuk menambah kekayaan dirinya sendiri. Hal ini berbeda dengan tujuan social entrepreneurship yang juga melakukan aktifitas ekonomi namun keuntungan atau kekayaan yang diperoleh berorientasi untuk membantu masyarakat maupun komunitas yang ingin diberdayakan.

Ketika skala besar pandemi COVID-19 menjadi jelas, social entrepreneurship di seluruh dunia telah berdiri di garis depan sebagai penanggap pertama di masa krisis yang tak tertandingi ini. Mereka mampu memberikan perawatan kesehatan yang terjangkau bagi mereka yang membutuhkan, melindungi mata pencaharian, dan memberikan pertolongan darurat dengan cepat. Hingga saat ini, ada lebih dari 20 juta kasus COVID-19 yang dilaporkan sepertiganya di Afrika, Brasil, atau India. Komunitas yang terpinggirkan di seluruh dunia paling terpukul oleh dampak krisis akibat COVID-19 ini dan akan terus berjuang. Pandemi memiliki dampak yang jauh lebih dalam pada komunitas-komunitas ini sebagaimana dibuktikan oleh Proyeksi Dampak Kemiskinan Bank Dunia: akan ada tambahan 100 juta orang yang masuk ke dalam kemiskinan ekstrem dan angkanya akan terus bertambah.

Social entrepreneurship bahkan menjadi lebih penting selama pandemi COVID-19, karena mereka menjangkau apa yang tidak dapat diselesaikan oleh pasar/industri dan pemerintah. Penelitian Bacq, S and Lumpkin, G.T (2020), The Schwab Foundation 2020 serta World Economic Forum Report (2020) mengemukakan bahwa kewirausahaan sosial memegang peranan vital dalam mengatasi permasalahan tersebut. Perannya bahkan menjadi lebih penting dari masa sebelum COVID-19. Kontribusi mereka sangat nyata dalam melindungi mata pencaharian, mendorong gerakan untuk inklusi sosial dan kelestarian lingkungan serta menyediakan akses yang lebih baik ke kesehatan, sanitasi, pendidikan dan energi. Kewirausahaan sosial memberikan solusi inovatif dan penanggap darurat tercepat dengan memberdayakan masyarakat, menjadi perekat yang menyatukan solusi lintas sektor melalui orkestrasi dan adaptasi, serta memimpin gerakan untuk

mewujudkan inklusi sosial dan lingkungan yang berkelanjutan. Dees (2002) yang menyatakan bahwa ukuran keberhasilan Social Entrepreneurship bukan dengan menghitung jumlah keuntungan yang diperoleh, namun pada tingkatan keberhasilan untuk menerapkan nilai-nilai sosial (social value) dan besarnya manfaat yang dirasakan masyarakat daripada keuntungan atau keberhasilan kinerja keuangan semata (Bielefeld, 2009). Adapun praktek Social Entrepreneurship dapat dikatakan sehat menurut Wibowo (2015) apabila mempunyai kemampuan untuk a) membantu pemerintah untuk mengatasi masalah sosial yang belum dapat diselesaikan; b) melakukan akselerasi terwujudnya program pembangunan sehingga berjalan lebih cepat; c) menyalurkan dari kalangan mampu atau berkecukupan kepada yang membutuhkan; d) Menggali adanya potensi untuk dikembangkan di suatu wilayah; e) Mendorong dan memberikan inspirasi bagi orang lain untuk ikut bergerak.

Social Entrepreneurship dimotivasi oleh banyak faktor. Salah satunya karakteristik kepribadian pro-sosial yakni 'tendensi permanen untuk memikirkan kesejahteraan dan hak orang lain, merasa prihatin dan empati kepada mereka, dan bertindak dengan cara yang menguntungkan mereka' (London & Morfopoulos, 2010). Yang termasuk ke dalam kepribadian pro-sosial yaitu altruisme, kedermawanan, empati, welas asih, kepercayaan diri yang tinggi, lokus control internal yang tinggi, kebutuhan rendah terhadap persetujuan, mengambil risiko, bertanggung jawab kepada diri sendiri.

The Schwab Foundation menggunakan empat kriteria utama dalam menentukan pengusaha sosial terkemuka, yakni: inovasi, keberlanjutan, jangkauan dan dampak sosial. Social entrepreneur biasanya memiliki karakter 1) Keyakinan yang tak tergoyahkan mengenai kesadaran untuk berkontribusi secara berarti terhadap pembangunan ekonomi dan sosial bagi masyarakat; 2) Dorongan dan semangat untuk mewujudkan keadilan sosial 3) Sikap praktis namun inovatif terhadap masalah sosial, sering menggunakan prinsip dan kekuatan pasar, ditambah dengan tekad yang mantap, yang memungkinkan mereka melepaskan diri dari hambatan yang dipaksakan oleh ideologi atau bidang disiplin, dan mendorong mereka untuk mengambil risiko yang tidak berani di ambil orang lain; 4) Semangat untuk mengukur kinerja dan memantau dampaknya. Pengusaha memiliki standar tinggi terutama dalam kaitannya dengan usaha organisasi mereka sendiri dan sebagai tanggapan terhadap komunitas dimana mereka terlibat. Data, baik kuantitatif maupun kualitatif, adalah alat utama mereka, membimbing umpan balik dan perbaikan terus menerus; 5) Ketidaksabaran yang sehat. Pengusaha Sosial tidak bisa duduk santai dan menunggu perubahan terjadi, mereka adalah pioneer perubahan. Menurut Buchko (2016) Social business adalah Not-for-profit organizations ditambah dengan profit maximizing business. Menurut Muhammad Yunus seorang peraih nobel dalam entrepreneurship, terdapat dua langkah membangun bisnis sosial. Langkah pertama adalah identifikasi secara spesifik masalah sosial dan langkah kedua adalah membangun model bisnis untuk menyelesaikan permasalahan sosial tersebut.

Transformasi social entrepreneurship melalui inovasi

Seorang social entrepreneur mencari cara yang inovatif untuk memastikan bahwa usahanya akan memiliki akses terhadap sumber daya yang dibutuhkan selama mereka dapat menciptakan nilai sosial (Mort & Weerawardena, 2003). Menurut Bill Drayton pendiri Ashoka Foundation (2006), selaku penggagas social entrepreneurship terdapat dua hal kunci dalam social entrepreneurship. Pertama, adanya inovasi sosial yang mampu mengubah sistem yang ada di masyarakat. Kedua, hadirnya individu bervisi, kreatif, berjiwa wirausaha (entrepreneurial) dan beretika di belakang gagasan inovatif tersebut. Dimasa COVID-19 bentuk social entrepreneurship bertransformasi ke bentuk digital

humanity salah satunya dengan bermunculan crowdfunding. Hal ini berawal dari keinginan gotong royong yang memfasilitasi kebutuhan dana masyarakat misalnya untuk berobat maupun sebagai sarana beramal kepada yang terkena musibah. Mereka memulai usahanya dari keprihatinan masalah sosial dan lingkungan dan memikirkan bagaimana menyelesaikan permasalahan tersebut. Platform crowdfunding membantu wirausaha sosial untuk membentuk kembali inovasi sosial mereka. Ketika perusahaan sosial mengadopsi platform crowdfunding, mereka tidak hanya menerapkan jejaring sosial konvensional tetapi juga mempertimbangkan peningkatan peran stakeholder dalam proses pengambilan keputusan. Crowdfunding membutuhkan komunikasi yang efektif karena ketidakpastian dukungan dari manfaat tidak langsung (Petruzzelli et al., 2018) tetapi juga membantu organisasi untuk menangani risiko ekonomi dengan berbagai sumber daya. Melalui crowdfunding membantu organisasi mengatasi kendala sumber daya mereka dari memanfaatkan jaringan sosial lokal ke kumpulan sumber daya keuangan yang lebih besar (Agrawal dan Khare, 2019).

Mengadopsi praktik crowdfunding berbasis amal mengubah sosial entrepreneurship dari pasar terpusat untuk penggalangan dana menjadi lebih banyak partisipasi dengan dukungan dari stakeholder. Keseimbangan antara teknologi dan kemanusiaan menjadi kunci dari tingkat digital humanity (Hergenrader, 2017). Terdapat hubungan yang kuat antara social entrepreneurship dan stakeholdernya yang didasarkan pada kepercayaan. Membangun hubungan membutuhkan staf profesional yang mengembangkan inovasi sosial yang tidak hanya memenuhi tuntutan spesifik dan membangun komunitas pendukung tetapi juga mempromosikan transparansi yang meyakinkan investor dengan melakukan due diligence dan evaluasi.

Dalam komunitas crowdfunding online, informasi sosial memainkan peran penting dalam keberhasilan akhir sebuah proyek (Kuppuswamy dan Bayus, 2018). Oleh karena itu, penelitian ini berpendapat bahwa crowdfunding mendorong wirausaha sosial tidak hanya menerapkan jaringan tradisional di media sosial untuk berbagi informasi, tetapi juga menjadi cara lain untuk berbagi sumber daya. Calon donor mempertimbangkan tingkat dukungan dari para pemangku kepentingan sebelum membuat keputusan pendanaan mereka sendiri.

Dampak perbuatan yang menunjukkan kepedulian dapat kita lihat dari bermunculannya inovasi dari social entrepreneur. Begitu juga dari sederetan tokoh dunia mulai dari Bill Gates, Steve Jobs sampai dengan Jack Ma dengan Alibaba group, yang sampai saat ini merespon dan memberikan kontribusi nyata dalam penanganan COVID-19 berikut dampaknya kepada masyarakat. Mengambil contoh pada 2006, target Jack Ma dalam memulai e-commerce Taobao semula adalah untuk membuka satu juta kesempatan kerja. Jack Ma benar-benar ingin menyelesaikan tingginya angka pengangguran yang menjadi masalah sosial. Shao Xiaofeng, General Secretary of Alibaba Group berpendapat, seorang entrepreneur tidak boleh hanya memperhatikan pengembangan bisnis, melainkan juga bagaimana mereka bisa menawarkan dampak positif bagi masyarakat luas. Pola pikir (mindset) melayani sekitar pun harus dimiliki oleh seorang entrepreneur. Perusahaan yang berorientasi sosial dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas akan bertahan daripada yang berorientasi pada profit. Untuk itu, ketika menetapkan visi dan misi, sebuah perusahaan harus meletakkan aspirasi dan mindset untuk melayani masyarakat. Jika hanya berorientasi pada profit, maka perusahaan tersebut tidak akan bisa bertahan lama.

Social entrepreneurship adalah sarana utama bagi generasi baru pengusaha untuk membuat perubahan dalam bisnis dan perubahan dari komunitas lokal yang rentan melalui aspirasi global. Kolaborasi adalah praktik operasional yang mendorong social

entrepreneurship baru untuk mengembangkan usaha dan dampaknya. Secara khusus, untuk memastikan dampak yang lebih besar pada ranah sosial, Social Entrepreneurship juga perlu dukungan keuangan dan skala pertumbuhan yang lebih baik untuk mendorong hasil dan dampak yang berkelanjutan serta untuk menarik perusahaan kapitalis tradisional untuk bergabung, dengan demikian mengubah tata kelola mereka, tenaga kerja, hubungan komunitas, dan lingkungan.

Social entrepreneurship dalam perspektif islam

Ekonomi berlandaskan moral dan etika

Situasi panik dan khawatir memerlukan sandaran agama yang merupakan salah satu medium bagi setiap individu untuk mengeliminasi rasa kepanikan dan kekhawatiran yang berlebih. Ditengah krisis wabah COVID-19, sebagian masyarakat menganggap bahwa krisis ini adalah bencana atau hukuman yang datang dari Tuhan dan bahkan dianggap sebagai tanda-tanda datangnya hari akhir. Situasi ini membuat masyarakat menjadi semakin religius. Dalam hal ini, masyarakat menjadi tersadar dan harus kembali kepada nilai-nilai kebaikan yang diajarkan oleh agama dengan memperbanyak amal ibadah untuk bekal ke akhirat. Bentuk kebaikan ini mendasari timbulnya social entrepreneurship yang sangat sejalan dengan prinsip ekonomi Islam. Perilaku yang mendasari social entrepreneurship bahwa usaha yang dimulai dari niat baik untuk membantu sesama akan mendatangkan hal yang baik tidak hanya untuk diri sendiri berupa amal perbuatan dan ketenangan hidup namun juga bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dan jika niat baik tersebut mendatangkan value atau profit maka itu adalah sebuah bonus dari kebaikan itu sendiri. Dalam hal ini timbulnya spiritual connection dengan konsumen menjadi faktor kunci.

Bentuk ekonomi yang memperhitungkan moral dan sosial merupakan kritik terhadap ekonomi konvensional kapitalis yang berorientasi pada keuntungan sebanyak-banyak dan kepentingan individu/kelompok, menyebabkan nilai-nilai etika dan moral serta rasa keadilan dikesampingkan. Sejak diterbitkannya buku *The Theory of Moral Sentiments* (1759) dan *The Wealth of Nation* (1776) oleh Adam Smith, ekonomi seolah-olah menjadi terlepas dari filsafat moral dan masuk ke dalam sains sosial yang berbeda (Arif, 2004). Terlebih lagi dalam perkembangannya, ekonomi neo-klasik telah berusaha menjelaskan fenomena ekonomi dengan model-model kuantitatif yang menjadikannya semakin jauh dari dasar ilmu ekonomi itu sendiri. Ekonomi yang dibedakan menjadi ekonomi positif dan normatif, justru semakin menjauhkan ilmu ekonomi dari moralitas, karena dalam kenyataannya ilmu ekonomi lebih fokus pada ekonomi positif, sedangkan ekonomi normatif diserahkan kepada ilmu lain.

Sejumlah pakar ekonomi telah menguji permasalahan dalam ilmu ekonomi melalui kajian *Economics in The Future: Towards a New Paradigm* (Chapra, 2001). Adapun hasil dari kajian tersebut adalah penyelamatan ilmu ekonomi dari krisis yang sedang dihadapi tidak dapat hanya dengan menafsirkan satu teori dengan teori lainnya atau membuat perubahan paradigma ilmu ekonomi, akan tetapi yang dibutuhkan adalah membuat perubahan pada paradigma itu sendiri dan melangkah menuju sebuah paradigma baru yang mengkaji problem-problem ekonomi tidak secara terpisah, namun mengkaji konteks secara keseluruhan sistem sosial, dan tidak menyembunyikan ide-ide, visi masyarakat, dan nilai-nilai moral, serta diperhitungkan dan berpengaruh dalam parameter proses pembuatan keputusan ekonomi (Koslowski,1993). Perekonomian modern tidak dapat menjamin distribusi keadilan yang merata, kesinambungan pertumbuhan ekonomi, pembangunan sumber daya manusia yang berimbang, dan harmonisasi sosial. Goncangan

pada masa ekonomi konvensional kapitalis telah terjadi pada relasi antara nilai-nilai moral, keputusan ekonomi dan gelagat individu.

Khan dan Zarqa dalam Kholis (2008) berpendapat bahwa Ekonomi Islam menjawab nilai-nilai keadilan dan keseimbangan pembangunan untuk mewujudkan tujuan manusia dalam mencapai kebahagiaan yang hakiki baik di dunia maupun akhirat (falah), serta kehidupan yang dijalankan dengan baik dan penuh rasa hormat (al-hayah al-tayyibah). Hal ini merupakan pengertian dari kesejahteraan dalam pandangan Islam, yang secara mendasar berbeda dengan definisi kesejahteraan dalam ekonomi konvensional yang bersifat sekuler dan cenderung materialistik. Dengan demikian tujuan sistem ekonomi Islam tidak sekedar memenuhi kesejahteraan hidup di dunia saja (materialis) namun juga berkaitan dengan kesejahteraan hidup yang lebih hakiki (akhirat). Sehingga segala pola perilaku sejak dari konsumsi, produksi hingga distribusi bertujuan mengedepankan pencarian keridhoan Allah SWT.

Altruisme membawa kebahagiaan

Dalam social entrepreneurship mencerminkan ruh dari ekonomi Islam yaitu keadilan dan membawa kemaslahatan umat. Sebagai contoh altruisme atau mengutamakan orang lain merupakan kebaikan tradisional dalam banyak budaya dan merupakan aspek inti dari banyak agama termasuk Islam. Dalam agama Islam nilai altruism (al-itsar) terletak pada pengorbanan untuk kepentingan yang lebih besar. Jiwa altruistik ditunjukkan dalam bentuk sikap peduli kepada orang lain. Hal ini bertujuan untuk mencapai kesetaraan sosial melalui pengentasan kemiskinan. Orang-orang dengan sikap rendah hati tidak memikirkan kekurangan diri mereka sendiri. Dalam Al Qur'an surat An-Nisa' ayat 36 disebutkan "...Dan berbuat-baiklah kepada kedua orang tua, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat dan tetangga jauh, teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahaya yang kamu miliki".

Dalam buku *the Power of Ethical Management*, Blanchard dan Peale (2011) menulis, 'Jika anda ingin tak egois dalam pola pikir anda, anda perlu berhenti berpikir tentang apa yang anda inginkan sekaligus berfokus pada kebutuhan orang lain. Lebih jauh, altruisme dipandang sebagai pembawa kebahagiaan. Banyak orang diajarkan untuk meyakini bahwa kebahagiaan itu bersifat mementingkan diri sendiri, tetapi ini tidak benar. Dalam Penelitian ini ditemukan bahwa 85% orang yang 'hampir selalu bahagia' dipandang tidak mementingkan diri sendiri/egois atau mereka lebih altruis (mementingkan orang lain). 92% orang yang 'hampir tidak selalu bahagia' dipandang sebagai 'mementingkan diri sendiri/egois. Aydin (2012) dalam tulisannya mengenai grand theory of human nature and happiness mengungkapkan bahwa setiap manusia sejatinya hidup dalam kedamaian dan kemakmuran. Membuat satu anggota keluarga bahagia, tetapi meninggalkan anggota keluarga lainnya dalam kesengsaraan bukanlah kebahagiaan sejati di tingkat keluarga. Demikian pula, membuat sebagian manusia bahagia, tetapi meninggalkan sisanya dalam kesengsaraan, bukanlah kebahagiaan sejati. Jadi dapat disimpulkan bahwa kebahagiaan itu datang pada orang-orang yang berbuat kebaikan. Mereka akan mendapatkan kesehatan dan ketenangan hati sekaligus mendekati kepada Rahmat Allah SWT. Dalam Kutipan surat Al-Araf ayat 56 disebutkan "...Sesungguhnya Rahmat Allah sangat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik". Jiwa altruistik ditunjukkan dalam bentuk sikap peduli kepada orang lain. Selama ini kita skeptik atau ragu terhadap manfaatnya sikap peduli. Selama ini kita memiliki anggapan yang salah bahwa jika kita peduli, kita akan mengalami kerugian. Hal itu sama sekali tidak benar. Beberapa bukti menunjukkan bahwa kepedulian atau kemurahan hati dalam pengertian memberikan yang kita miliki, tidak hanya uang/materi, tetapi juga pemberian

hati, waktu, keahlian dan energi kita untuk menerangi hidup orang lain, baik yang kaya maupun yang miskin akan membawa kesuksesan yang lebih besar dan kemuliaan hidup pada diri kita.

Social capital sebagai dasar

Sejatinya sebuah kewirausahaan memiliki motif sosial sebagai tujuan utama. Social Entrepreneurship harus bisa menciptakan nilai sosial yang didalamnya mencakup misi sosial dan berperan dalam memenuhi kebutuhan sosial. Tujuan Sosial tersebut didasari adanya Social Capital berupa norma, nilai dan berbagai jejaring mempengaruhi hasil pembangunan (Babbington & Perreault 2008). Social Capital mengandung aspek struktur sosial dan memfasilitasi beberapa tindakan individu atau aktor perusahaan dalam struktur tersebut (Coleman 1988, 1990). Menurut Putnam et al (1993), social capital menunjukkan kepercayaan yang sangat penting di antara anggota masyarakat untuk melakukan tindakan kolektif. Dalam lingkungan sosial, kepercayaan umum memfasilitasi kehidupan dalam masyarakat yang beragam dan membantu perkembangan tindakan toleransi dan penerimaan "perbedaan" (Hooghe & Stolle 2003). Dengan adanya social capital mempercepat hasil dari tindakan kolektif dan penyebaran manfaat. Dalam Islam, konsep solidaritas sosial diusung untuk meningkatkan kesejahteraan manusia. Hal ini membuat individu mengidentifikasi diri mereka dengan kelompok dan menundukkan kepentingan pribadi mereka untuk kepentingan kelompok. Ayat Al Qur'an berikut membuktikan hal ini: "tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebaikan dan taqwa, dan janganlah tolong memonolong dalam berbuat dosa dan permusuhan."(Al-Quran 5: 2).

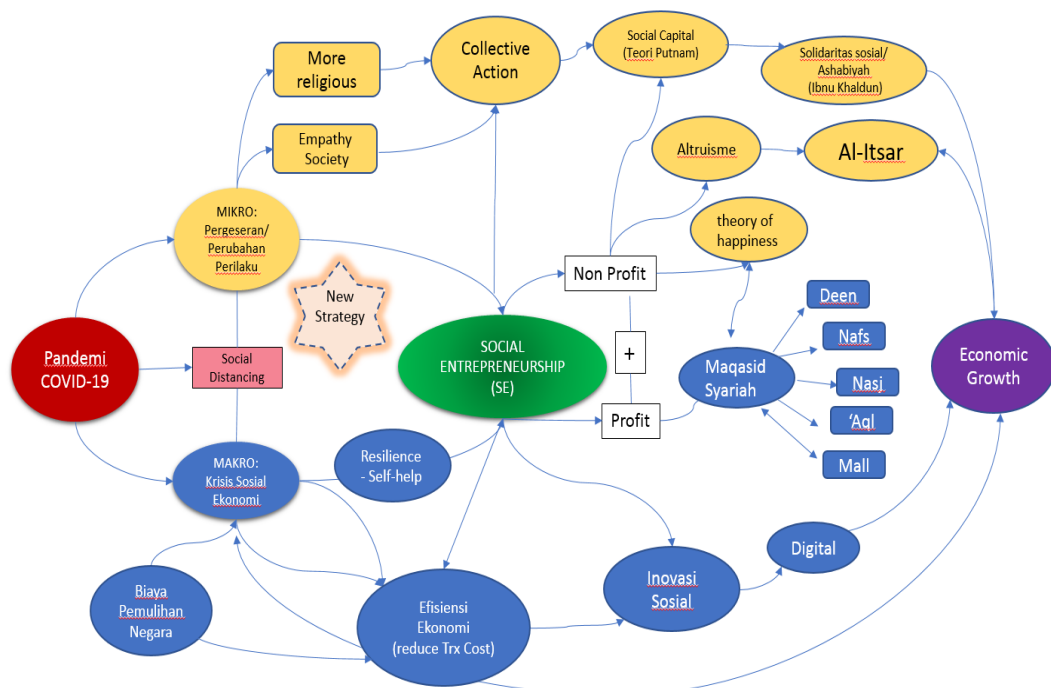
Menurut penelitian Majeed (2019) pada 38 negara yang tergabung dalam OIC (Organisation Islamic Cooperation) pada periode tahun 1998-2012 membuktikan adanya hubungan positif dan dampak yang signifikan antara social capital yang ditekankan dalam solidaritas sosial dalam Islam dengan pertumbuhan ekonomi. Berawal dari adanya perilaku solidaritas yang didasari oleh nilai-nilai Islam, menimbulkan persatuan, meningkatnya kerjasama dan tindakan bersama, kemudian meningkatkan kepercayaan sehingga biaya bertransaksi dapat dikurangi sehingga meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Dalam penelitian ini konteks biaya transaksi perlu diperluas dalam situasi saat ini bagaimana menurunkan biaya yang dikeluarkan pemerintah untuk pemulihan ekonomi dan meningkat pertumbuhan akibat pandemi COVID-19.

Segala urusan yang mencakup faktor ekonomi bahkan diri manusia itu sendiri adalah mutlak dimiliki oleh Allah SWT dan apapun urusannya akan dikembalikan kepada-Nya. Kegiatan social entrepreneurship memenuhi tujuan ekonomi Islam tersebut. Menurut Shahzad (2012) Kerangka ekonomi Islam didasarkan pada kesadaran sosial yang melarang penciptaan kekayaan yang "egois". Prinsip yang menonjol dari masyarakat Islam adalah kesetaraan sosial, kesetaraan ekonomi, persaudaraan dan persatuan, serta keadilan.

Terdapat lima pijakan primer (al-dharuriyyat al-khamsah) dalam fiqh sosial yang terdiri dari pertama, hifdz al-din (menjaga agama) yakni program yang tujuannya untuk kesejahteraan masyarakat akan berpengaruh pada terjaganya keimanan. Kedua, hifdz al-aql (menjaga akal), yakni program yang membantu masyarakat untuk menjadi kreatif dan inovatif dalam berwirausaha sekaligus dapat mengatasi masalah sosial, maka akan menambah pengalaman dan ilmu kepada masyarakat. Ketiga, hifdz al-nafs (menjaga jiwa), adanya jaminan pada jiwa ketika ekonomi bertumbuh dan masalah sosial terselesaikan. Keempat, hifdz al-mal (menjaga harta), yakni Social Entrepreneurship meningkatkan pemerataan ekonomi melalui dorongan kepada masyarakat untuk berwirausaha dan membantu sesama. Kelima, hifdz al-nasl (menjaga keturunan), yakni

adanya jaminan untuk keturunan menjadi aman jika aspek ekonomi dan sosial sudah stabil. Dalam Fiqh sosial terdapat aspek tambahan berupa hifdz al-bi'ah (menjaga lingkungan) yakni adanya kewajiban untuk menjaga lingkungan menjadi baik sehingga kehidupan manusia pun menjadi baik. Dari hal-hal dasar tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya tujuan agar kemaslahatan publik dapat terealisasi yang mencakup kebutuhan primer (dharuri), sekunder (tahsini), maupun komplementer (takmili). Sedangkan inti dari tujuan Islam bagi manusia adalah masalah atau kesejahteraan.

Pada masa pandemi COVID-19 dengan adanya social distancing menyebabkan adanya pembatasan fisik antar masyarakat. Sedangkan masyarakat kita dicirikan oleh budaya komunitarian-komunalistik dalam sebuah unit sosial yang saling berjejaring. Masyarakat kita dikenal memiliki ikatan sosiologis yang kuat. Sehingga jika tidak disertai solidaritas sosial akan menciptakan keterasingan (alienasi) dan pemisahan (segregasi) antar golongan masyarakat (Andono, 2020). Empati, berbelas rasa, dan solidaritas sosial dari kelompok mampu terhadap kelompok tidak mampu sangat penting bagi kohesivitas komunitas. Rasa percaya (trust) antar kelompok masyarakat dan antara masyarakat dan pemerintah menentukan efektifitas kebijakan di masa krisis dan tanggap darurat. Kohesivitas komunitas dan trust selanjutnya menjadi penguat bagi tindakan kolektif dan gotong royong yang akan menentukan produktivitas, daya tahan masyarakat dan pemulihan kehidupan sosial ekonomi negara. Strategi untuk untuk pertahanan dan pemulihan dari COVID-19 dengan menggerakkan segala sumber daya yang dimiliki (self-help) dan berdampak pada lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Karena COVID-19 adalah krisis kesehatan besar-besaran dengan implikasi besar masalah sosial dan ekonomi seperti perumahan dan kelaparan serta pengangguran tuntutan krisis memerlukan evaluasi ulang fungsi Social Entrepreneurship dan pergeseran peran mereka dari individu agen perubahan kepada yang menggerakkan seluruh sumber daya secara kolektif. Jauh daripada itu, keutamaan setiap individu kembali kepada nilai-nilai keagamaan dengan solidaritas dan kewajiban membantu sesama yang diperintahkan oleh Allah SWT.



Gambar 1. Strategi pemulihan ekonomi melalui pengembangan social entrepreneurship
 Sumber: Diolah peneliti (2021)

Isu keberlangsungan social entrepreneurship

Social entrepreneurship yang berhasil pada umumnya dapat menyeimbangkan antara aktivitas sosial dan aktivitas bisnis. Aktivitas bisnis/ekonomi dikembangkan untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial organisasi. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Ruiz (2020) mengenai ‘Social Entrepreneurial Intention and the Impact of COVID-19 Pandemic: A Structural Model’ menunjukkan selain adanya peluang dalam pengembangan COVID-19 namun juga sekaligus adanya tantangan pada social entrepreneurship. Terlepas dari pentingnya mempromosikan penciptaan social entrepreneurship dengan tujuan memberikan solusi inovatif untuk masalah sosial dan lingkungan, situasi resesi ekonomi akibat COVID-19 menjadi penghalang yang relevan dalam penerapan jenis usaha ini. Niat untuk kewirausahaan sosial menunjukkan adanya penurunan minat wirausaha sosial karena dalam krisis ekonomi dan ketidakpastian yang tinggi sebagai dampak dari pandemi COVID-19. Walaupun demikian, terdapat korelasi positif antara perilaku social entrepreneurship (normative beliefs) dengan minat untuk melakukannya dan motif semakin kuat jika adanya faktor-faktor yang mempermudah untuk melakukannya. Faktor altruisme (mengutamakan orang lain) sangat besar dalam mendorong minat untuk melakukan social entrepreneurship. Persepsi pendapat yang dimiliki orang-orang dekat disekitarnya (keluarga, teman dan teman sejawat/kolega, bahkan sosok yang dikagumi) tentang implementasi suatu proyek sosial dan/atau lingkungan sangat mempengaruhi niat mereka untuk melakukan social entrepreneurship daripada adanya faktor kemampuan dan pelatihan untuk menjalankan perilaku kewirausahaan itu sendiri.

Tantangannya sekarang adalah agar kewirausahaan digunakan oleh industri, pembuat kebijakan, dan peneliti untuk memahami efek krisis COVID-19. Hal ini memerlukan pendekatan yang lebih holistik yang menghargai berbagai kalangan masyarakat. Namun dari penelitian ini menyimpulkan bahwa sangat logis jika iklim krisis sosial dan ekonomi, menyebabkan niat berwirausaha menurun, karena faktor ketidakpastian usaha. Akan tetapi, kita semua harus melakukan sesuatu, bagaimana menumbuhkan minat kewirausahaan tersebut dengan keyakinan dan jiwa sosial yang kita miliki. Untuk itu, perlu dikembangkan ajaran kewirausahaan pada dunia pendidikan khususnya di kalangan mahasiswa, kemampuan mengidentifikasi peluang wirausaha di bidang sosial bahkan di saat krisis ekonomi ini, dengan mempertimbangkan bahwa kewirausahaan dapat memberikan peluang menghasilkan dampak sosial yang lebih besar dalam jangka panjang. Beberapa usulan yakni pentingnya menciptakan tim dengan kompetensi, kognitif dan keterampilan pengambilan keputusan dalam pendidikan kewirausahaan. Pendekatan multidisiplin dapat menjadi pilihan yang baik untuk studi selanjutnya tentang kewirausahaan sosial. Kemampuan wirausaha untuk mengidentifikasi masalah sosial dan peluang bisnis dalam situasi krisis dampak pandemic COVID-19 melalui adaptasi dan inovasi. Upaya ini harus disertai oleh kebijakan publik yang difokuskan pada memfasilitasi implementasi inisiatif social entrepreneurship untuk dapat memimpin selama krisis ini, dukungan pendanaan, investor, perusahaan, dan pemerintah untuk menyediakan dukungan, modal dan ekosistem untuk beradaptasi, untuk melanjutkan dan memperluas pekerjaan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Masa pandemi COVID-19 ini telah menimbulkan fenomena sosial berupa perubahan perilaku masyarakat yang lebih memiliki rasa empati, welas asih sekaligus

membuat masyarakat menjadi semakin religius. Hal ini memunculkan komunitas-komunitas sosial yang berupaya membantu pihak-pihak lain yang kesulitan akibat dampak COVID-19. Kita juga mengetahui bahwa pandemi COVID-19 telah berdampak pada terbentuknya krisis sosial dan ekonomi dunia serta meningkatnya ketidakpastian. Untuk itu, mengandalkan bantuan dan usaha dari pemerintah tidaklah cukup namun harus ada inisiatif usaha bersama untuk membantu dan meningkatkan kesejahteraan sosial di masyarakat. Social entrepreneurship merupakan terobosan dan upaya untuk membantu meningkatkan ekonomi. Peningkatan jiwa kewirausahaan dengan membangkitkan sikap dan perilaku sosial yang disertai sifat altruisme akan berperan untuk memulai sebuah social entrepreneurship. Memulai usaha dari hati dan kepedulian pada permasalahan sekitarnya, menjadi panggilan bagi seorang social entrepreneur untuk memulai. Tidak mudah untuk menimbulkan motif kita melakukan social entrepreneurship namun butuh dukungan dari pemerintah, pendanaan dan membangkitkan nilai-nilai ajaran Islam pada individu bahwa rasa keadilan, solidaritas sosial, pemerataan dan kemaslahatan dan berbuat kebaikan adalah kewajiban sebagai muslim. Bahwa sebaik-baiknya manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain. Sistem ekonomi kapitalis konvensional yang berorientasi sebanyak-banyak profit tidak lagi sesuai dengan kondisi saat ini dan terbukti gagal dalam mensejahterakan masyarakat. Namun ekonomi yang berorientasi sosial serta memasukkan nilai dan moral adalah yang akan menjadi pemenang di masa depan. Diperlukan penelitian lebih lanjut bagaimana strategi pengembangan social entrepreneurship dari berbagai aspek lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, A., & Khare, P. (2019). *Social enterprise in India: models and application*”, *Social Enterprise in Asia: theory, models and practice*, routledge, New York and London, 56-78.
- Alibaba Gobl Initiatives (2020). *Panduan aksi digital bagi pengusaha di tengah Covid-19*, Alibaba Business School.
- Aydin, Necati (2012). A grand theory of human nature and happiness, *Humanomics*, 28(1), 42 -63.
- Aydin, Necati (2013). Redefining islamic economics as a new economic paradigm, *Islamic Economic Studies*, 21(1), 1-34.
- Azis, I. J. (2018). ASEAN economic integration: quo vadis? southeast asian economies, 35(1), 2–12. <https://doi.org/10.1355/ae35-1b>
- Andono, Sumedi. (2020). Materi paparan strategi dan arah kebijakan pembangunan wilayah 2020-2025), Kementerian PPN/Bappenas Republik Indonesia.
- A. Tenrinippi (2019). Kewirausahaan sosial di Indonesia, apa, mengapa, siapa dan bagaimana), *Meraja Journal*, 2(3). 57-69
- Babbington & Perreault (2008). Social capital, development, and access to resources in highland ecuador, economic geography,
- Baldwin, R., & di Mauro, B. W. (2020). Economics in the time of Covid-19. Retrieved from 978-1-912179-28-2
- Baldwin, R., & Mauro, B. W. (2020). Mitigating the Covid economic crisis: act fast and do whatever it takes. CEPR Press.
- Blanchard, Kenneth, Vincent, P.N. (2011). The power of ethical management, William Morrow and Compa: New York.
- Bielefeld, Wolfgang. (2009). Issues in social enterprise and social entrepreneurship, *Journal of Public Affairs Education*, 15(1),69-86

- Buchko, Tetiana (2016). Social entrepreneurship and its implications for hungary, *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*.
- Cassim, Ziyad, Borko, Handjiski, Schubert, Jörg, dkk (2020), The \$10 trillion rescue: how governments can deliver impact, McKinsey &Co.
- Charumilind. Sarun, Craven, Matt, dkk (2021). When will the Covid-19 pandemic end? An update, McKinsey & Co.
- Cukier, Wendy, Trenholm, Susan., & Carl, Dale (2011). Social entrepreneurship: A Content Analysis, *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*.
- Coleman JS, (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal Of Sociology*. 94(5), 95–121
- Claessens, Stijn., & Kose, M. Ayhan (2013). Financial crises: explanations, types, and implications, *IMF Working Paper*.
- Chapra, Umar (1985). Toward just monetary system, leicester, *The Islamic Foudation*.
- Dees, Gregory, Ayse Guclu, J., & Anderson, B.B. (2002). The process of social entrepreneurship: creating opportunities worthy of serious pursuit, Center for the Advancement of Social Entrepreneurship.
- Foss, N.J. (2020). “Behavioral Strategy and the Covid-19 disruption, *Journal of Management*, 1.
- Gunnella, V., & Quaglietti, L. (2019). The economic implications of rising protectionism: a euro area and global perspective, *Economic Bulletin Articles*, Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/ecb/ecbart/201900031.htm>
- Hasan, Samiul (2014). Social capital and social entrepreneurship in asia:analysing the links routledge,tandfonline, *Asia Pacific Journal of Public Administration*.
- Hergenrader, T. (2017). The place of videogames in the digital humanities, *On the Horizon*, 24(1), 29-33.
- Hooghe, M. & Stolle, D. (2003). Generating social capital, civil society and institutions in comparative perspective, Palgrave Macmillan.
- Iskandar, Azwar, dkk (2020). Peran ekonomi dan keuangan sosial islam saat pandemi Covid-19. Salam; FSH UIN Syarif Hidayatullah, *Jurnal Sosial & Budaya Syar-I*, 7(7).
- Igwe, Paul Agu, dkk (2020). Solidarity and social behaviour: how did this help communities to manage covid-19 pandemic?, *International Journal of Sociology and Social Policy*, Emerald Insight.
- IMF World Economic Outlook Oktober 2020 retrieved from www.imf.org.
- Khan, Muhammad Akram (1989). Methodology of islamic economics dalam audit ghazali dan syed omar (eds.), readings in the concept and methodology of islamic economics, Petaling Jaya: Pelanduk Publications
- Kuppusswamy, V., & Bayus, B.L. (2018). Crowdfunding creative ideas: the dynamics of project backers, in Cumming, D. and Hornuf, L. (Eds), *The Economics of Crowdfunding*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, 151-182.
- Kaswan., & Ade Sadikin Akhyadi (2017). Social entrepreneurship; mengubah masalah sosial menjadi peluang usaha, Alfabeta: Bandung.
- Kholis, Nurkholis (2008). Masa depan ekonomi islam dalam arus trend ekonomi era global, *ResearchGate*, 8-13.
- Liguori, E.W., & Pittz, T.G. (2020). Strategies for small business: surviving and thriving in the era of Covid-19, *Journal of the International Council for Small Business*, 1(1), 1-5
- London, Manual., & Morfopoulos, Richard G. (2010). Social entrepreneurship: how to start successful corporate social responsibility and community-based Initiatives

- for advocacy and change, New York, Academy of Management Learning & Education, 2011, 10(1), 164–170.
- Laeven, Luc., & Valencia, Fabián (2012). Systemic banking crises database: an update, IMF Working Paper.
- Muhtada, Dani (2020). Agama dan mitigasi wabah Covid-19, CSIS Commentaries DMRU-011
- Mustaqim, Goris, M, Putra, S., Aulia, Y.S., dkk (2013). Young entrepreneur Indonesia”, Dompot Dhuafa.
- Mort, G.S., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: towards conceptualisation, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76-88.
- Majeed, Muhammad Tariq (2019). Social capital and economic performance of the Muslim world Islamic perspectives and empirical evidence, School of Economics, Quaid-I-Azam University, Islamabad, Pakistan, Emerald Publisher, pp 14-18.
- Petruzzelli, A.M., Natalicchio, A., Panniello, U., & Roma, P. (2018). Understanding the crowdfunding phenomenon and its implications for sustainability, *Technological Forecasting and Social Change*, 141, 138-148.
- Praja, Juhaya S. (2010). Pengantar filsafat islam: teori dan praktik, CV. Pustaka Setia Bandung.
- Pratono, Aluisius Hery dkk (2020), Crowdfunding in digital humanities: some evidence from indonesian social enterprises, Emerald Publisher
- Putnam. (1993), Making democracy work: civic traditions in modern Italy, Princeton, *Princeton University Press*.
- Ratten, Vanessa (2020). Coronavirus (Covid-19) and entrepreneurship: cultural, lifestyle and societal changes, Emerald Publisher, 12
- Ruiz-Rosa, Inés, Gutiérrez-Taño, Desiderio., & García-Rodríguez, Francisco J. (2020), Social entrepreneurial intention and the impact of Covid-19 pandemic: A structural model, *Published by MDPI*
- Seelosa, Christian., & Mairb, Johanna (2005), Social entrepreneurship: creating new business models to serve the poor, *business horizons* 48, Elsevier, 241—246.
- Shahzad, S. (2012). Social enterprises and islamic society: the role of islamic financial institutions, *Islamic Finance Review ISFIRE*, August, 36-39.
- Sledzik, Karol (2013). Schumpeter’s view on innovation and entrepreneurship, *Journal of Social Science Research Network*.
- Suzuki, Yasushi & Miah, Muhammad Dullah (2015). Altruism, reciprocity and islamic equity finance, Emerald Publisher.
- Tan, Wee Liang; Williams, John N., & Tan, Teck Meng (2005). Defining the 'social' in 'social entrepreneurship': altruism and entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 1, (3), 353-365. Research Collection Lee Kong Chian School of Business.
- Waddoc, Sandra A. K., & Post, James E. (2014). Social entrepreneurs and catalytic change, public administration review. *Washington*. 51(5), 393.
- Wibowo, Hery (2015). Kewirausahaan sosial: merevolusi pola pikir menginisiasi mitra pembangunan, Unpad Press: Bandung.
- Yuswohady, Fatahillah, Farid, Rachmaniar, Amanda dkk (2020), The 30 predictions consumer behaviour new normal after covid-19, *Inveture Knowledge*.

Zarqa, Anas (1989). *Islamic economics: an approach to human welfare, dalam audit Ghazali dan Syed Omar (eds)*, readings in the concept and methodology of islamic economics, Petaling Jaya: Pelanduk Publications.

Zaimovic, Azra & Devodic, Lejla (2021). World economy and islamic finance: comparison of government policies during the global financial crisis and the Covid-19 crisis, *JKAU: Islamic Econ*, 34(1),79-92