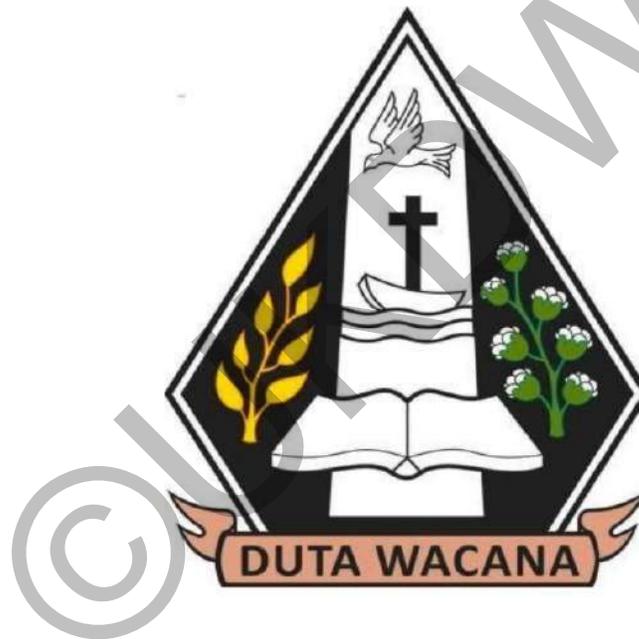


**MODEL BISNIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN  
KESEJAHTERAAN KELUARGA:  
STUDI KASUS BISNIS KULINER “SPESIAL PUYUH GORENG”  
DI PURWAREJA KLAMPOK BANJARNEGARA**

**TESIS**



**Disusun Oleh:**

**Barmen Brevis Lumbantoruan**

**13180038**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2021**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Barmen Brevis Lumbantoruan  
NIM : 13180038  
Program studi : Magister Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Tesis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**MODEL BISNIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN  
KESEJAHTERAAN KELUARGA:  
STUDI KASUS BISNIS KULINER “SPECIAL PUYUH GORENG”  
DI PURWAREJA KLAMPOK BANJARNEGARA**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 7 Mei 2021



Yang menyatakan

(Barmen Brevis Lumbantoruan)

NIM.13180038

**TESIS**  
**MODEL BISNIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN**  
**KESEJAHTERAAN KELUARGA:**  
**STUDI KASUS BISNIS KULINER “SPESIAL PUYUH GORENG”**  
**DI PURWAREJA KLAMPOK BANJARNEGARA**

**Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Magister Manajemen**  
**Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta**  
**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat- Syarat Guna Memperoleh**  
**Gelar Sarjana Magister Manajemen Disusun Oleh :**

**Barmen Brevis Lumbantoruan**

**NIM : 13180038**

**Program Studi Magister Manajemen**

**Fakultas Bisnis**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

**2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN TESIS**

Dengan ini, saya menyatakan bahwa Tesis dengan judul:

**MODEL BISNIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL UNTUK  
MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA:  
STUDI KASUS BISNIS KULINER “SPESIAL PUYUH GORENG”  
DI PURWAREJA KLAMPOK BANJARNEGARA**

adalah asli hasil karya saya, dan judul ini belum pernah diajukan sebagai syarat atau sebagai bagian dari syarat untuk memperoleh gelar magister di perguruan tinggi, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Apabila saya dengan sengaja atau tidak melakukan hal tersebut di atas dan terbukti melanggar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi yang ditentukan oleh universitas berupa pembatalan ijazah dan gelar akademik.

Yogyakarta, Maret 2021

Yang menyatakan,



Barmen Brevis Lumbantoruan

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**MODEL BISNIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN  
KESEJAHTERAAN KELUARGA:**

**STUDI KASUS BISNIS KULINER “SPESIAL PUYUH GORENG”**

**DI PURWAREJA KLAMPOK BANJARNEGARA**

**Barmen Brevis Lumbantoruan**

**13180038**

Tesis ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar

Magister Manajemen

Program Studi Magister Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui

Yogyakarta, 05 Maret 2021

Ketua Program Studi

Dr. Singgih Santoso, MM

Dosen Pembimbing

Dr. Perminas Pangeran, M.Si

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, M.Si

**LEMBAR PENGESAHAN**

Tesis dengan Judul:

**MODEL BISNIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN  
KESEJAHTERAAN KELUARGA:**

**STUDI KASUS BISNIS KULINER “SPESIAL PUYUH GORENG”**

**DI PURWAREJA KLAMPOK BANJARNEGARA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**BARMEN BREVIS LUMBANTORUAN**

**NIM: 13180038**

Dalam Ujian Tesis Program Studi S2 Magister Manajemen

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Magister Manajemen pada tanggal:

15 April 2021

Dewan Penguji

Dr. Singgih Santoso, MM

(Ketua Penguji)

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

(Dosen Penguji)

Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si.

(Dosen Pembimbing/ Penguji)

Yogyakarta, 08 Mei 2021

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi

Dr. Singgih Santoso, MM

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan pertolonganNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan Tesis ini. Dalam proses penulisan laporan Tesis ini penulis juga mendapatkan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis.

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Magister Manajemen dan juga untuk bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng yang akan digunakan untuk mengembangkan bisnis sosial yang berkelanjutan. Kami menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih belum sempurna dan masih terdapat kekurangan. Berbagai pihak telah membantu penulis dalam melakukan penelitian maupun penyusunan laporan ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Perminas Pangeran, M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dalam penyusunan tesis ini.
2. Segenap dosen penguji.
3. Teman-teman anggota kelompok bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng yang telah berkenan membantu penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
4. Teman-teman mahasiswa Program Studi Magister Manajemen 2018
5. Keluarga dan Istri tercinta, Aurora Racheltasia, yang senantiasa menemani dan membantu penulis untuk menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata penulis berharap agar laporan tesis ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

**MODEL BISNIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN  
KESEJAHTERAAN KELUARGA:**

**STUDI KASUS BISNIS KULINER “SPESIAL PUYUH GORENG”**

**DI PURWAREJA KLAMPOK BANJARNEGARA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kanvas model kewirausahaan melalui evaluasi sembilan komponen pada kanvas model bisnis untuk mendukung pemberdayaan dan kesejahteraan anggota bisnis kuliner “Spesial Puyuh Goreng” di Kecamatan Purwareja Klampok, Banjarnegara. Strategi penelitian ini adalah studi kasus kuantitatif dengan metode evaluasi. Teknik pengumpulan data melalui angket kuesioner. Model analisis menggunakan kerangka *Logic Model (input, activities, output, outcome)* dan kanvas model bisnis. Hasil penelitian evaluasi menunjukkan bahwa orientasi model bisnis lebih cenderung ke arah bisnis komersial. Implikasinya, pengembangan model bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng ke depan lebih diarahkan kepada model bisnis kewirausahaan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga.

**Kata Kunci:** *Logic Model, Kanvas Model Bisnis, Social Entrepreneurship*

**ABSTRACT**

*This study aims to develop an entrepreneurial canvas model by evaluating the nine components of the canvas business model to support the empowerment and welfare of members of the culinary business Spesial Puyuh Goreng in Purwareja Klampok District, Banjarnegara. This research strategy is a quantitative case study with evaluation method. The technique of collecting data through a questionnaire. The analysis model uses a Logic Model framework (input, activities, output, outcome) and a canvas business model. The results of the evaluation research indicate that the orientation of the business model is more inclined towards commercial business. The implication is that in the future the development of a Spesial Puyuh Goreng culinary business model will be more directed towards a social entrepreneurship business model to improve family welfare.*

**Keywords:** *Logic Model, Canvas Business Model, Social Entrepreneurship*

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN KEASLIAN TESIS .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB</b>	<b>I</b>
PENDAHULUAN .....	1
• Latar Belakang Masalah .....	1
• Identifikasi Masalah .....	3
• Pembatasan Masalah .....	4
• Rumusan Masalah .....	5
• Tujuan Penelitian .....	5
• Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b>	
• <i>Social Entrepreneurship</i> dan <i>Commercial Entrepreneurship</i> , Tipologi Model Kewirausahaan Sosial, <i>Social Innovation</i> dan <i>Social Impact</i> , Teori <i>Stakeholder</i> , Perubahan Sosial ( <i>Social Change</i> ) .....	7
• <i>Social Entrepreneurship</i> dan <i>Commercial Entrepreneurship</i> .....	7
• Tipologi Model Kewirausahaan Sosial .....	16
• Definisi <i>Social Innovation</i> dan <i>Social Impact</i> .....	18
• Teori <i>Stakeholder</i> .....	25
• Perubahan Sosial ( <i>Social Change</i> ) .....	28
• Kanvas Model Bisnis .....	33

- Dampak Sosial pada Kanvas Model Bisnis .....43
- Model Evaluasi ..... 45
- Pengertian Evaluasi dan Tujuan Evaluasi..... 45
- Evaluasi *Logic Model*..... 46
- Keterkaitan Evaluasi *Logic Model* dengan Kanvas Model Bisnis. .... 48

**BAB III METODA PENELITIAN**

- Jenis dan Desain Penelitian... ..... 50
- Tempat dan Subyek Penelitian..... 51
- Strategi Pengumpulan Data..... 52
- Pengukuran Variabel..... 53
- Langkah-Langkah Analisis Data..... 54

**BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN**

- Data Demografis Responden Penelitian.....56
- Deskripsi Hasil Penelitian..... 56
- Pembahasan Hasil Evaluasi Input..... 60
- Hasil Evaluasi Proses..... 68
- Hasil Evaluasi Output.....85
- Hasil Evaluasi Outcome..... 99
- Analisis Hasil Penelitian..... 101
- Analisis Input..... 102
- Analisis Proses..... 108
- Analisis Output.....115
- Analisis Outcome..... 121

**BAB V MODEL BISNIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL**

- Deskripsi Subyek Penelitian..... 123
- Integrasi Evaluasi Model Logis dan Komponen Kanvas Model  
Bisnis ..... 125
- Hasil Inovasi Kanvas Model Bisnis Kewirausahaan Sosial ..... 127

BAB VI SIMPULAN, REKOMENDASI DAN KETERBATASAN

- Simpulan... .....139
- Rekomendasi... ..... 141
- Keterbatasan Penelitian.....,141

DAFTAR PUSTAKA

©UKDW

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan Konsep Kewirausahaan Sosial... ..	11
Tabel 2.2	Perbedaan Usaha Sosial dengan Usaha Komersial... ..	18
Tabel 2.3	Indikator Dampak Sosial.....	24
Tabel 2.4	Struktur Biaya Bisnis Kuliner Spesial Puyuh Goreng... ..	41
Tabel 2.5	Membaca <i>Logic Model</i> .....	48
Tabel 2.6	Keterkaitan Evaluasi <i>Logic Model</i> dengan Kanvas Model Bisnis. ....	49
Tabel 3.1	Kriteria Evaluasi .....	53
Tabel 3.2	Skema Langkah-Langkah Analisis Data .....	55
Tabel 4.1	Data Demografis Responden.....	56
Tabel 4.2	Hasil Evaluasi Kanvas Model Bisnis Keseluruhan.....	57
Tabel 4.3	Hasil Evaluasi Kanvas Model Bisnis: Pemberdayaan .....	58
Tabel 4.4	Standart Evaluasi Program.....	59
Tabel 4.5	Hasil Olah Data <i>Key Partnership</i> : Komersial... ..	62
Tabel 4.6	Hasil Olah Data <i>Key Partnership</i> : Pemberdayaan.....	63
Tabel 4.7	Hasil Olah Data <i>Key Resources</i> : Komersial... ..	65
Tabel 4.8	Hasil Olah Data <i>Key Resources</i> : Pemberdayaan... ..	67
Tabel 4.9	Hasil Olah Data <i>Channels</i> : Komersial.....	70
Tabel 4.10	Hasil Olah Data <i>Channels</i> : Pemberdayaan... ..	72
Tabel 4.11	Hasil Olah Data <i>Customer Relationship</i> : Komersial... ..	74
Tabel 4.12	Hasil Olah Data <i>Customer Relationship</i> : Pemberdayaan... ..	75
Tabel 4.13	Hasil Olah Data <i>Key Activities</i> : Komersial... ..	77
Tabel 4.14	Hasil Olah Data <i>Key Activities</i> : Pemberdayaan... ..	80
Tabel 4.15	Hasil Olah Data <i>Cost Structure</i> : Komersial... ..	83
Tabel 4.16	Hasil Olah Data <i>Cost Structure</i> : Pemberdayaan.....	85
Tabel 4.17	Hasil Olah Data <i>Customer Segment</i> : Komersial... ..	87

Tabel 4.18	Hasil Olah Data <i>Customer Segment</i> : Pemberdayaan... ..	88
Tabel 4.19	Hasil Olah Data <i>Value Proposition</i> : Komersial... ..	91
Tabel 4.20	Hasil Olah Data <i>Value Proposition</i> : Pemberdayaan... ..	93
Tabel 4.21	Hasil Olah Data <i>Revenue Streams</i> : Komersial... ..	96
Tabel 4.22	Hasil Olah Data <i>Revenue Streams</i> : Pemberdayaan.....	98
Tabel 4.23	Hasil Olah Data <i>Outcome: Social Impact</i> ... ..	100

©UKDW

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Ekosistem Kewirausahaan... ..	13
Gambar 2.2	<i>Typology of Social Entrepreneurship</i> ... ..	18
Gambar 2.3	Proses Inovasi Sosial.....	23
Gambar 2.4	Individu Sebagai Target Perubahan dan Sebagai Agen Perubahan Kelompok... ..	33
Gambar 2.5	Kanvas Model Bisnis .....	43
Gambar 2.6	<i>Basic Logic Model</i> ... ..	46
Gambar 5.1	Integrasi Evaluasi Model Logic Model dan Kanvas Model Bisnis Kewirausahaan Sosial.....	126
Gambar 5.2.	Kanvas Model Bisnis Kewirausahaan Sosial.....	127

©UKIDN

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Perbedaan Usaha Sosial dengan Usaha Komersil.....	147
Lampiran 2.	Komponen dan Indikator Kinerja Program.....	149
Lampiran 3.	Indikator Sembilan Elemen Kanvas Model Bisnis .....	158
Lampiran 4.	Hasil Wawancara .....	166
Lampiran 5.	Kuesioner Evaluasi Kanvas Model Bisnis pada Bisnis Kuliner Spesial Puyuh Goreng... ..	188

©UKDW

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Menurut laporan pertanggungjawaban kepala daerah Kabupaten Banjarnegara tahun 2018, Banjarnegara adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang terdiri dari 20 Kecamatan, 266 Desa, dan 12 Kelurahan. Kecamatan dengan luas wilayah terkecil adalah kecamatan Purwareja Klampok dengan jumlah penduduk 47.993 jiwa. Meskipun tingkat pertumbuhan di bawah rata-rata pertumbuhan Kabupaten, Kecamatan Purwareja Klampok mempunyai pendapatan perkapita di atas rata-rata pendapatan perkapita Kabupaten. Sebagian besar penduduk Banjarnegara adalah petani/peternak. Salah satu ternak yang mengalami peningkatan populasi adalah ternak puyuh yaitu 11,28% di tahun 2018. Peningkatan populasi ternak puyuh tersebut dapat menjadi salah satu peluang bisnis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Meningkatnya jumlah peternak puyuh di daerah Banjarnegara membuat sekelompok orang dari Gereja Kristen Indonesia Purwareja Klampok (GKI Purwareja Klampok) berinisiatif membangun bisnis untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Bulan Desember 2018 inisiatif tersebut dilanjutkan dengan membangun bisnis kuliner berbahan baku burung puyuh. Bisnis kuliner tersebut diperkenalkan kepada masyarakat menggunakan nama Spesial Puyuh Goreng. Bisnis kuliner tersebut berlokasi di Kecamatan Purwareja Klampok. Lokasinya dekat dengan Rumah Sakit Emanuel. Lokasi tersebut dipilih karena disekitarnya tidak ada

kompetitor yang berbisnis kuliner berbahan baku puyuh. Selain itu, lokasi tersebut dipilih sebagai strategi pemasaran untuk menjangkau pelanggan dari karyawan Rumah Sakit, orang-orang yang datang berkunjung ke Rumah Sakit tersebut dan orang-orang yang melintas dari jalan utama Purwareja Klampok. Tempat yang dipakai untuk mengoperasikan bisnis adalah bangunan ruko yang disewa sebesar Rp7.000.000/tahun.

Kelompok yang memulai bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng adalah anggota jemaat GKI Purwareja Klampok. Anggota jemaat yang terlibat sebanyak sepuluh orang dan merupakan aktivis gereja yang sering bertemu dalam berbagai kegiatan di gereja. Usia anggota kelompok tersebut antara umur 26 sampai dengan 50 tahun. Tujuan pengoperasian bisnis kuliner ini adalah membangun sinergi antara pemangku kepentingan untuk menciptakan alternatif menyelesaikan masalah sosial yaitu kurangnya lapangan pekerjaan, kurangnya pendapatan perkapita, sehingga mempengaruhi kesejahteraan keluarga anggota kelompok. Solusi yang dipilih adalah membangun bisnis yang berkelanjutan supaya dapat memberikan dampak sosial, khususnya bagi anggota kelompok. Pengoperasian bisnis tersebut diharapkan dapat menjadi salah satu wujud kewirausahaan sosial yang muncul dari permasalahan sosial di daerah Purwareja Klampok.

Pemecahan masalah melalui kewirausahaan sosial akan memunculkan masalah baru ketika terdapat celah (*gap*) antara kenyataan (*what there is*) dengan yang seharusnya ada (*what there ought to be*) yang berakibat pada bergesernya orientasi bisnis ke arah bisnis komersial dan hanya berorientasi laba. Meskipun bisnis

berorientasi pada bisnis komersial, kelompok juga belum dapat secara maksimal meningkatkan kesejahteraan keluarga. Penyebab bisnis belum dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga disebabkan oleh orientasi sosial dan orientasi komersial yang dibangun belum dapat berjalan bersama (Dhewanto, 2013). Kondisi tersebut juga dapat disebabkan oleh kurangnya pemahaman anggota kelompok terhadap model bisnis, adanya persaingan bisnis dan kurangnya relasi antar anggota. Oleh karena itu, diperlukan model bisnis yang tidak hanya berorientasi komersial saja namun bisa bersama-sama dengan bisnis yang berorientasi sosial. Model bisnis yang dapat dipakai untuk menjalankan kedua orientasi tersebut secara bersama-sama adalah model bisnis kewirausahaan sosial. Model bisnis kewirausahaan sosial berbasis komunitas dapat dipakai untuk menyeimbangkan bisnis komersial dengan pemberdayaan sehingga berdampak pada kesejahteraan keluarga. Seperti yang dikatakan oleh Hulgard (2010) dalam artikel yang ditulis oleh Irma. P. S (2015), kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) adalah sebagai penciptaan nilai sosial yang dibentuk dengan cara bekerja sama dengan orang lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial yang biasanya menyiratkan suatu kegiatan ekonomi. Bisnis dan misi sosial tersebut dapat berjalan bersama ketika dilakukan perbaikan, inovasi serta model bisnis baru yang berkelanjutan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas dapat disimpulkan identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Orientasi bisnis dari bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng lebih mengarah pada orientasi komersial daripada orientasi sosial.
2. Orientasi bisnis komersial dari bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng belum dapat berjalan secara maksimal.
3. Bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng belum menggunakan model bisnis sosial untuk meningkatkan kualitas bisnis
4. Dibutuhkan inovasi model bisnis yang mengarah pada model bisnis kewirausahaan sosial.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini difokuskan pada bisnis Kuliner Spesial Puyuh Goreng di Kecamatan Purwareja Klampok, Banjarnegara
2. Mengevaluasi program bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng dengan menggunakan *Logic Model (Resources/Input; Activities; Outputs; Outcomes; Impact)* guna penerapan Kanvas Model Bisnis.
3. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2020 sampai dengan bulan Desember 2020.
4. Variabel yang diteliti adalah sembilan blok bangunan model bisnis dalam Kanvas Model Bisnis (*Customer Segment; Value Propositions; Channels; Customer Relationships; Revenue Streams; Key Resources; Key Activities; Key Partnerships; Cost Structure*).

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan:

1. Bagaimana hasil evaluasi orientasi model bisnis pada kelompok bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng?
2. Bagaimana mengembangkan suatu model bisnis melalui suatu inovasi model bisnis kewirausahaan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Melakukan evaluasi orientasi model bisnis pada kelompok bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng.
2. Mengembangkan suatu model bisnis melalui inovasi model bisnis kewirausahaan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk menambah referensi bagi kewirausahaan yang hendak mengevaluasi model bisnisnya.
2. Diharapkan bermanfaat sebagai bahan evaluasi pada bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng supaya dapat menyeimbangkan antara aspek komersial dengan dampak/*impact* untuk mencapai keberlanjutan.

3. Diharapkan bermanfaat bagi Jemaat GKI Purwareja Klampok sebagai alternatif model bisnis kewirausahaan sosial yang berkelanjutan, yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota jemaat.
4. Penelitian ini juga bermanfaat sebagai tambahan referensi bagi perguruan tinggi dalam bidang konsentrasi kewirausahaan sosial.

©UKDW

## **BAB V**

### **MODEL BISNIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL**

#### **5.1. Deskripsi Subyek Penelitian**

##### **a. Sejarah Singkat Bisnis Kuliner Spesial Puyuh Goreng**

Bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng beroperasi bulan Desember 2018. Bisnis kuliner tersebut beranggotakan sembilan orang dari jemaat GKI Purwareja Klampok. Para anggota kelompok merupakan anggota gereja yang sering bertemu dalam berbagai kegiatan yang dilakukan di gereja. Usia anggota kelompok tersebut antara umur 26 sampai dengan 50 tahun. Tujuan pengoperasian bisnis kuliner ini adalah membangun sinergi antara pemangku kepentingan untuk menciptakan alternatif menyelesaikan masalah sosial yaitu pengangguran, kurangnya pendapatan perkapita, sehingga mempengaruhi kesejahteraan keluarga anggota komunitas tersebut. Solusi yang dipilih adalah membangun bisnis yang berkelanjutan supaya dapat memberikan dampak sosial, khususnya bagi anggota komunitas. Pengoperasian bisnis tersebut diharapkan dapat menjadi salah satu wujud kewirausahaan sosial yang muncul dari permasalahan sosial di daerah Purwareja Klampok. Anggota komunitas tersebut memilih untuk memperkenalkan bisnisnya kepada masyarakat menggunakan nama Spesial Puyuh Goreng.

Bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng berlokasi di kecamatan Purwareja Klampok. Lokasinya dekat dengan Rumah Sakit Emanuel. Lokasi tersebut dipilih karena disekitarnya tidak ada kompetitor bisnis kuliner yang hanya berbahan baku puyuh. Selain itu, lokasi tersebut dipilih sebagai strategi pemasaran untuk menjangkau pelanggan dari karyawan Rumah Sakit dan juga orang-orang yang datang berkunjung ke Rumah Sakit tersebut. Lokasi tersebut juga dipilih karena tempatnya berada di jalan raya utama Purwareja Klampok. Tempat yang dipakai untuk mengoperasikan bisnis adalah bangunan ruko yang disewa sebesar 7.000.000/tahun.

**b. Visi-Misi**

Bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng belum membuat membuat izin usaha mikro kecil dikarenakan bisnis tersebut masih dalam tahap mencoba. Bisnis tersebut juga belum memiliki sertifikat halal dan tidak membentuk organisasi formal. Bisnis yang dicoba tersebut punya visi memberdayakan anggota kelompok untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan keluarga. Visi tersebut dinyatakan melalui kewirausahaan kuliner Spesial Puyuh Goreng yang berkelanjutan serta yang berorientasi pada dampak sosial.

**c. Keadaan Anggota Kelompok**

Anggota kelompok beranggotakan sembilan orang. Dari sembilan orang tersebut tiga diantaranya adalah perempuan. Seluruh anggota

berasal dari jemaat GKI Purwareja Klampok yang berdomisili disekitar wilayah Purwareja Klampok. Pengelolaan bisnis merupakan tanggung jawab seluruh anggota kelompok. Sarana dan prasarana bisnis yang dioperasikan terdiri dari peralatan masak dan etalase untuk menjual produk. Sedangkan untuk transportasi menggunakan kendaraan pribadi-pribadi. Kebutuhan lainnya seperti kursi awalnya memakai kursi dari gereja. Anggota kelompok bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng juga belum mendapat sertifikat halal.

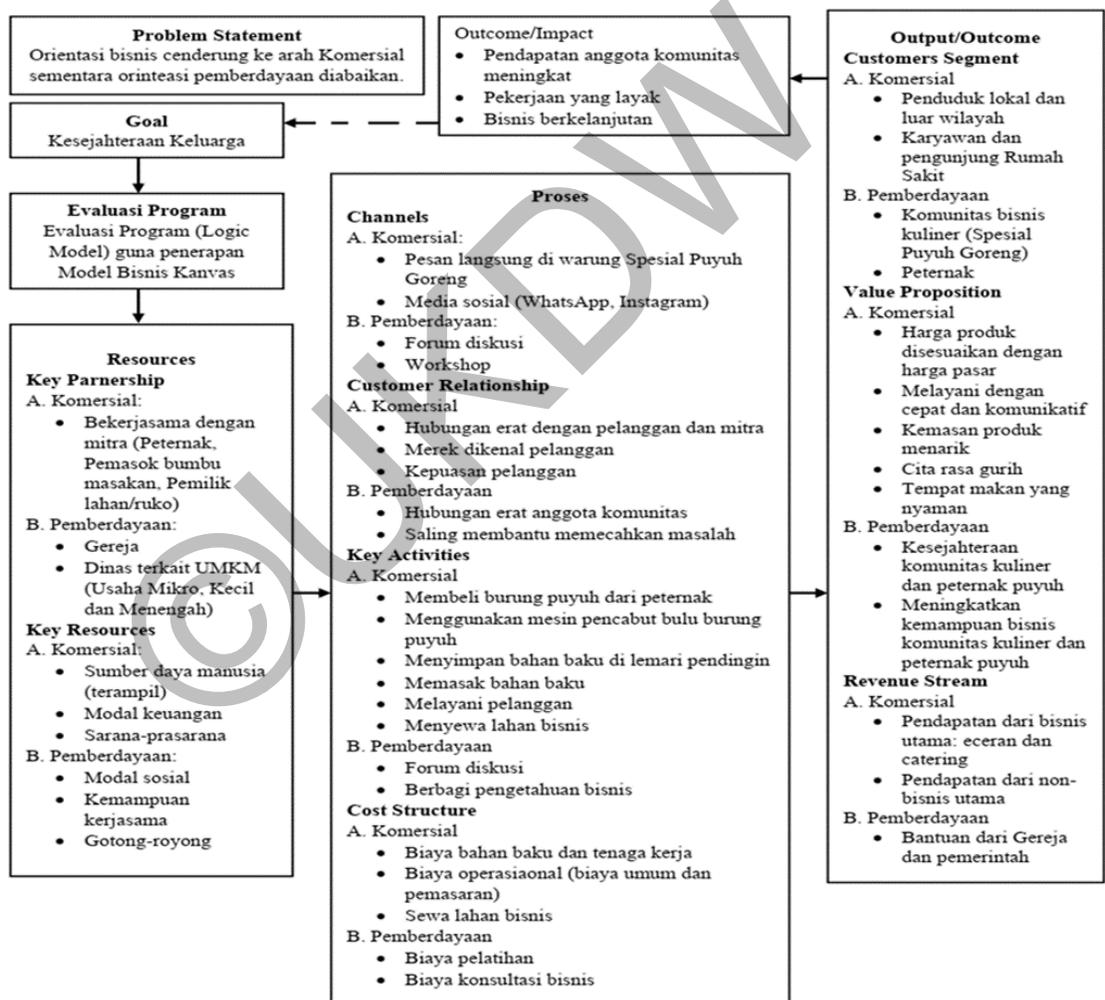
d. **Nilai-nilai**

Nilai yang dibangun dalam bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng adalah kekeluargaan dan saling berbagi. Anggota kelompok memiliki modal sosial yaitu gotong-royong dan saling berbagi dengan orang lain. Anggota kelompok juga membangun rasa kekeluargaan dalam melakukan tugas-tugas dan kerjasama antar anggota kelompok. Nilai saling berbagi dan tolong menolong dalam bentuk dana dan tenaga juga dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga.

## **5.2 Integrasi Evaluasi Model Logis dan Komponen Kanvas Model Bisnis**

Hasil evaluasi menggunakan Logic Model menunjukkan urutan kegiatan yang membawa perubahan hingga hasil yang diharapkan. Urutan kegiatan dimulai dari *goal* atau tujuan yang diharapkan, kemudian dilakukan evaluasi program menggunakan Logic Model (*resources/input, activities, output,*

*outcomes/impact*) sehingga ditemukan cara mengatasi masalah yang akan diselesaikan. Masalah yang diselesaikan tersebut membuat program dapat mencapai tujuan. Berdasarkan hasil evaluasi model logis dan komponen Kanvas Model Bisnis, kajian ini menyusun model bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng dapat dilihat pada gambar 5.1.



**Gambar 5.1.** Integrasi Evaluasi Model Logic Model dan Kanvas Model Bisnis

### 5.3 Hasil Inovasi Kanvas Model Bisnis Kewirausahaan Sosial

Pada bagian ini disajikan hasil dari inovasi sembilan Kanvas Model Bisnis pada bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng sebagaimana dirangkum dalam Kanvas Model Bisnis, dalam gambar 5.2.

Key Partnership	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
<b>Komersial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bekerjasama dengan mitra (Peternak, Pemasok bumbu masakan, Pemilik lahan/ruko)</li> </ul> <b>Pemberdayaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gereja</li> <li>Dinas terkait UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)</li> </ul>	<b>Komersial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Membeli burung puyuh dari peternak</li> <li>Menggunakan mesin pencabut bulu burung puyuh</li> <li>Menyimpan bahan baku di lemari pendingin</li> <li>Memasak bahan baku</li> <li>Melayani pelanggan</li> <li>Menyewa lahan bisnis</li> </ul> <b>Pemberdayaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Forum diskusi</li> <li>Berbagi pengetahuan bisnis</li> </ul>	<b>Komersial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Harga produk disesuaikan dengan harga pasar</li> <li>Melayani dengan cepat dan komunikatif</li> <li>Kemasan produk menarik</li> <li>Cita rasa gurih</li> <li>Tempat makan yang nyaman</li> </ul> <b>Pemberdayaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kesejahteraan komunitas kuliner dan peternak puyuh</li> <li>Meningkatkan kemampuan bisnis komunitas kuliner dan peternak puyuh</li> </ul>	<b>Komersial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hubungan erat dengan pelanggan dan mitra</li> <li>Merek dikenal pelanggan</li> <li>Kepuasan pelanggan</li> </ul> <b>Pemberdayaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hubungan erat anggota komunitas</li> <li>Saling membantu memecahkan masalah</li> </ul>	<b>Komersial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Penduduk lokal dan luar wilayah</li> <li>Karyawan dan pengunjung Rumah Sakit</li> </ul> <b>Pemberdayaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Komunitas bisnis kuliner (Spesial Puyuh Goreng)</li> <li>Peternak</li> </ul>
	<b>Key Resources</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Komersial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sumber daya manusia (terampil)</li> <li>Modal keuangan</li> <li>Sarana-prasarana</li> </ul> </li> <li><b>Pemberdayaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Modal sosial</li> <li>Kemampuan kerjasama</li> <li>Gotong-royong</li> </ul> </li> </ul>		<b>Channels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Komersial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pesan langsung di warung Spesial Puyuh Goreng</li> <li>Media sosial (WhatsApp, Instagram)</li> </ul> </li> <li><b>Pemberdayaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Forum diskusi</li> <li>Workshop</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Cost Structure</b>		<b>Revenue Streams</b>		
<b>Komersial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Biaya bahan baku dan tenaga kerja</li> <li>Biaya operasional (biaya umum dan pemasaran)</li> <li>Sewa lahan bisnis</li> </ul> <b>Pemberdayaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Biaya pelatihan</li> <li>Biaya konsultasi bisnis</li> </ul>		<b>Komersial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pendapatan dari bisnis utama: eceran dan catering</li> <li>Pendapatan dari non-bisnis utama</li> </ul> <b>Pemberdayaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bantuan dari gereja dan pemerintah</li> </ul>		

Gambar 5.2. Kanvas Model Bisnis Kewirausahaan Sosial

*a. Customer Segments*

Pelanggan dari bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng adalah penduduk lokal dan penduduk dari luar daerah. Penduduk lokal adalah penduduk yang berdomisi di sekitar Kecamatan Purwareja Klampok, Banjarnegara. Lokasi yang dipilih sebagai tempat beroperasinya bisnis kuliner berada di dekat jalan raya utama Purwareja Klampok. Lokasi tersebut memudahkan para pelanggan dari sekitar Purwareja Klampok dan dari Luar daerah Purwareja Klampok untuk memesan makanan.

Selain penduduk lokal dan luar daerah Purwareja Klampok, pelanggan juga berasal dari karyawan dan para pengunjung Rumah Sakit yang ada di jalan raya Purwareja Klampok. Lokasi bisnis yang berdekatan dengan Rumah Sakit memudahkan para karyawan dan pengunjung Rumah Sakit untuk membeli menu Spesial Puyuh Goreng.

Dari segi pemberdayaan, komunitas Bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng melakukan pemberdayaan kepada para anggotanya yang merupakan sasaran utama dari pengoperasian bisnis. Para anggota komunitas mendapatkan pekerjaan sekaligus keuntungan dari bisnis untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.

Keberadaan bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng sangat dipengaruhi oleh keberadaan Keberadaan peternak sebagai pemasok bahan baku burung puyuh turut mendukung keberlangsungan bisnis kuliner. Demikian juga bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng yang juga mendukung keberadaan peternak hingga

peternak dapat menjual burung puyuh yang tidak produktif lagi bertelur. Melalui kerjasama tersebut, peternak dapat meregenerasi ternak dengan ternak yang umurnya lebih muda dan Bisnies kuliner Spesial Puyuh Goreng dapat mengoperasikan bisnisnya.

**b. Value Proposition**

Harga produk disesuaikan dengan harga pasar. Menentukan harga sesuai dengan harga pasar membuat persaingan dapat berjalan dengan baik. Harga tersebut juga memberikan kenyamanan bagi para pelanggan karena sesuai dengan daya beli masyarakat.

Melayani dengan cepat dan komunikatif. Faktor yang sangat mendukung keberlangsungan dari bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng adalah memberikan nilai lebih bagi para pelanggannya. Para pelanggan yang dilayani dengan cepat dan komunikatif akan membuat pelanggan mendapatkan nilai dari bisnis kuliner. Pelayanan yang cepat dilakukan melalui kerjasama antar anggota komunitas untuk menyediakan pesanan dari pelanggan. Para anggota saling berbagi tugas untuk menggoreng puyuh, mempersiapkan kemasan dan lalapan.

Kemasan produk menarik. Kemasan dibuat menarik supaya pelanggan nyaman membawa makanan pulang ke rumah. Kemasan tersebut juga membuat pelanggan nyaman untuk memesan dalam jumlah yang banyak untuk keperluan arisan atau perkumpulan. Selain gambar menu Spesial Puyuh Goreng yang menarik, nomor telepon dari bisnis

kuliner juga tertulis supaya memudahkan pelanggan untuk memesan kembali melalui telepon atau media komunikasi yang lain.

Cita rasa gurih. Cita rasa yang gurih menjadi nilai pembeda dengan bisnis orang lain. cita rasa yang gurih berasal dari proses merebus puyuh menggunakan rempah-rempah kemudian disajikan dengan menggunakan serundeng supaya lebih gurih.

Tempat makan yang nyaman. Tempat yang bersih dan rapi membuat pelanggan dapat menikmati makanan dengan tenang dan nyaman. Tempat tersebut juga disediakan meja dan kursi yang disesuaikan dengan luas tempatnya sehingga cukup untuk sepuluh sampai lima belas pelanggan.

Dari segi pemberdayaan, Bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng memberikan kesejahteraan bagi anggotanya melalui pengoperasian bisnis yang menghasilkan keuntungan. Keuntungan tersebut diperoleh dari hasil penjualan menu Spesial Puyuh Goreng. Keberadaan bisnis kuliner juga melahirkan pekerjaan bagi para anggota sehingga tidak ada yang anggota yang menganggur karena tidak memiliki pekerjaan. Keberadaan bisnis kuliner tersebut juga memberikan kesejahteraan bagi peternak puyuh. Para peternak dapat menjalankan peternakannya dengan baik karena sudah memiliki mitra untuk membeli puyuh yang tidak lagi produktif.

Meningkatkan kemampuan bisnis komunitas kuliner dan peternak puyuh. Kemampuan bisnis sangat dibutuhkan oleh para anggota

komunitas. Kemampuan tersebut dilakukan melalui berbagai pembinaan yang difasilitasi oleh para anggotanya dan juga Gereja. pembinaan yang dilakukan terkait pemasaran produk yang berkualitas, manajemen keuangan dan kewirausahaan sosial. Kemampuan bisnis tersebut juga ditingkatkan melalui diskusi yang dilakukan dengan peternak sehingga peternak dapat meningkatkan kualitas puyuh.

*c. Channels*

**Bisnis Komersial**

Pesan langsung di warung Spesial Puyuh Goreng. Untuk memudahkan para pelanggan yang berasal dari wilayah Purwareja Klampok dan juga dari luar daerah Purwareja Klampok, komunitas bisnis Spesial Puyuh Goreng menyediakan tempat yang nyaman bagi pelanggan. Pelanggan dapat memesan langsung dan menikmati makanan di tempat yang telah disediakan.

Selain itu, pelanggan juga dapat memesan menu dari Spesial Puyuh Goreng melalui media sosial atau media komunikasi seperti Whatsapp atau pun Instagram. Pelanggan tidak perlu datang ke tempat beroperasinya bisnis kuliner. Channels tersebut mempermudah pelanggan untuk memesan menu di bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng.

Dari segi pemberdayaan, anggota komunitas Spesial Puyuh Goreng membuat forum diskusi. Dalam forum tersebut dibahas yang berkaitan

dengan bisnis dan pemberdayaan. Dalam forum tersebut juga para anggota dapat menyampaikan materi untuk meningkatkan kualitas bisnis.

Workshop. Pertemuan para anggota yang memiliki persamaan minat untuk berdiskusi secara intensif terkait bisnis yang sedang dijalankan. Dalam workshop tersebut akan dibahas masalah-masalah yang berkaitan dengan bisnis sehingga para peserta mendapatkan pemahaman yang baru mengenai bisnis.

**d. *Customer Relationship***

Hubungan erat dengan pelanggan dan mitra. Hubungan yang erat dibina melalui keterlibatan langsung dengan mitra. Anggota komunitas terlibat dalam diskusi dengan mitra dan juga menjalin komunikasi yang terus-menerus sehingga anggota komunitas dan mitra dapat membangun bisnis untuk kepentingan bersama.

Merek dikenal pelanggan. Merek yang dibuat oleh anggota komunitas Spesial Puyuh Goreng bertujuan untuk mempermudah pelanggan mengingat keberadaan bisnis kuliner. Pelanggan akan lebih mudah memesan makanan sekaligus mempromosikannya kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan diwujudkan melalui pelayanan yang cepat serta komunikatif. Pelanggan akan merasa senang ketika mereka dapat dilayani dengan baik. Kepuasan pelanggan juga diwujudkan melalui komunikasi yang terus-menerus dibangun dengan pelanggan. Pelanggan tidak hanya sebagai pembeli produk saja.

Pelanggan dilibatkan untuk memberikan masukan terhadap pelayanan dan cita rasa produk.

Hubungan erat anggota komunitas. Hubungan yang erat diciptakan melalui keterlibatan seluruh anggota dalam pengoperasian bisnis. Seluruh anggota komunitas juga membangun hubungan yang erat melalui pertemuan-pertemuan di luar pengoperasian bisnis seperti melakukan aksi sosial dan juga saling membantu antar anggota.

Saling membantu memecahkan masalah. Anggota kelompok terlibat dalam pemecahan masalah yang terkait dengan bisnis maupun masalah pribadi anggota komunitas. Para anggota mengadakan pertemuan untuk mengevaluasi bisnis setiap bulannya. Pertemuan tersebut juga dilakukan untuk membantu anggota komunitas yang kesulitan untuk membuka usaha baru serta yang membutuhkan modal untuk membuka bisnis baru.

*e. Revenue Streams*

Pendapatan dari bisnis utama: eceran dan katering. Pendapatan utama diperoleh melalui pembelian produk Spesial Puyuh Goreng secara eceran atau satuan. Pelanggan juga dapat membeli dengan jumlah yang banyak untuk keperluan arisan atau perkumpulan-perkumpulan. Pendapatan dari katering tersebut sangat membantu untuk meningkatkan pendapatan.

Pendapatan dari non-bisnis utama. Pendapatan di luar bisnis utama adalah melalui pekerjaan-pekerjaan para anggota komunitas. Para anggota

tersebut memiliki pekerjaan lainnya selain dari bisnis kuliner. Pekerjaan tersebut membantu untuk meningkatkan pendapatan anggota.

Dari segi pemberdayaan, anggota komunitas mendapatkan bantuan Gereja dan juga dari pemerintah melalui pembinaan dan pelatihan. Adapun pembinaan yang dilakukan oleh gereja terkait dengan pemberdayaan anggota jemaat. Pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah terkait dengan kualitas produk yang sesuai dengan standar kesehatan pangan.

*f. Key Activities*

Membeli burung puyuh dari peternak. Proses yang dilakukan untuk mengoperasikan bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng adalah melalui pembelian bahan baku yaitu burung puyuh dari peternak. Pembelian bahan baku tersebut dilakukan sekali seminggu atau sesuai dengan kebutuhan.

Menggunakan mesin pencabut bulu burung puyuh. Untuk mempermudah pengoperasian bisnis dan juga supaya waktu dapat digunakan secara efisien dan efektif maka anggota komunitas menggunakan mesin untuk membersihkan bulu puyuh.

Menyimpan bahan baku di lemari pendingin. Bahan baku yang telah dibersihkan akan disimpan di lemari pendingin. Komunitas bisnis memiliki lemari pendingin yang cukup untuk menyimpan kebutuhan bisnis selama seminggu.

Memasak bahan baku. Setiap harinya bahan baku tersebut akan dimasak sesuai dengan kebutuhan. Bahan baku akan dimasak menggunakan rempah-rempah sehingga menghasilkan cita rasa yang berbeda dari yang lain. Kegiatan memasak tersebut dilakukan oleh salah seorang dari anggota komunitas.

Melayani pelanggan. Anggota komunitas bersama-sama melayani pelanggan yang datang ke tempat bisnis. Anggota juga saling bekerjasama untuk melayani pelanggan yang memesan melalui media komunikasi seperti whatsapp dan telepon. Pesanan pelanggan akan diantar oleh para anggota secara bergantian.

Menyewa lahan bisnis. Untuk mengoperasikan bisnis kuliner maka anggota kelompok menyewa lahan bisnis yang letaknya dekat dengan jalan raya Purwareja Klampok. Tempat tersebut disewa dengan perubahan kontrak setiap tahunnya.

**g. *Key Recources***

Sumber daya manusia (terampil). Untuk mengopersikan bisnis kuliner dibutuhkan sumber daya manusia yang terampil. Keterampilan tersebut diperoleh melalui pembinaan, pelatihan dan diskusi seputar bisnis dan permasalahannya. Mengikuti diskusi setiap bulan dan pelatihan dan pembinaan dua kali dalam setahun.

Modal keuangan. Modal usaha dari komunitas Spesial Puyuh Goreng diperoleh dana bersama para anggota komunitas tersebut. Setiap anggota

memberikan sejumlah uang untuk digunakan sebagai modal awal bisnis. Setelah bisnis berjalan, modal bersama tersebut akan dikembalikan secara berkala sesuai dengan pendapatan yang diperoleh setiap bulannya.

Sarana-prasarana. Pengoperasian bisnis kuliner membutuhkan sumber daya lain seperti kursi, meja, kebutuhan pemasaran dan alat-alat untuk memasak. Sarana-prasarana tersebut diperoleh melalui bantuan dari gereja dan juga dari pendapatan bisnis kuliner.

Modal sosial. Kerelaan untuk berbagi adalah modal sosial yang dimiliki oleh anggota komunitas. Modal sosial tersebut berguna untuk menyelesaikan setiap masalah yang ada dalam komunitas, baik itu masalah pribadi maupun yang terkait dengan pengoperasian bisnis.

Kemampuan kerjasama. Anggota kelompok mengoperasikan bisnis kulinernya dengan saling bekerja sama satu dengan yang lain. Kerjasama untuk mencari bahan baku, memasak, dan memasarkan produknya.

Gotong-royong. Anggota komunitas bergotong-royong untuk membangun bisnis dari awal. Gotong royong untuk menyediakan sumber daya yang dibutuhkan hingga gotong-royong untuk membantu sesama anggota yang membutuhkan pertolongan berupa tenaga dan waktu.

***h. Key Partnership***

Bekerjasama dengan mitra (Peternak, Pemasok bumbu masakan, Pemilik lahan/ruko). Kerjasama yang dibangun berupa penyediaan bahan baku dari peternak menyediakan bumbu masak dan menyediakan lahan

untuk mengoperasikan bisnis kuliner. Kerjasama yang dibangun bersama mitra akan memudahkan anggota kelompok memenuhi kebutuhan bisnis.

Dalam segi pemberdayaan, anggota komunitas merupakan anggota gereja. gereja terlibat dalam pemberdayaan anggota jemaat melalui pembinaan, pelatihan dan juga bantuan modal bagi anggota jemaat yang akan membuka bisnis baru.

Dinas terkait UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Pemerintah yang terkait dengan usaha mikro merupakan mitra yang mendorong para pelaku usaha untuk menjalankan usaha sesuai dengan kualitas yang telah ditentukan oleh pemerintah. Anggota komunitas Spesial Puyuh Goreng sebagai pelaku usaha akan mendapatkan informasi terkait dengan usaha mikro, kecil dan menengah. Kerjasama yang dibangun dengan dinas tersebut juga terkait dengan pelatihan dan pembinaan bagi para pelaku usaha kecil dan menengah.

*i. Cost Structure*

Biaya bahan baku dan tenaga kerja. Pengoperasian bisnis kuliner membutuhkan biaya untuk membeli bahan baku yaitu puyuh dan bumbu masak. Biaya tersebut berasal dari hasil penjualan setiap harinya. Anggota komunitas adalah tenaga kerja yang tidak membutuhkan biaya seperti gaji dan tunjangan.

Biaya operasional (biaya umum dan pemasaran). Biaya tersebut juga berasal dari pendapatan bisnis setiap harinya. biaya tersebut

digunakan untuk membeli bahan bakar kendaraan yang dipakai untuk mengantar pesanan kepada pelanggan, mempersiapkan spanduk dan banner untuk pemasaran dan juga untuk membeli kebutuhan memasak seperti gas, minyak, tissue makan, sabun.

Sewa lahan bisnis. Lahan tempat bisnis diopersikan disewa sebesar tujuh juta rupiah. Biaya tersebut berasal dari dana bersama yang dikumpulkan sebagai modal bisnis bersama. Setiap bulannya, pendapatan disisihkan supaya dapat digunakan untuk sewa lahan di tahun berikutnya.

Dari segi pemberdayaan, biaya pelatihan dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan bisnis dari anggota komunitas. Biaya tersebut berasal dari pendapatan yang disisihkan setiap bulannya.

Biaya konsultasi bisnis. Biaya tersebut diperoleh dari dana bersama setiap bulannya dan juga dari keuntungan yang disisihkan setiap bulannya. Biaya tersebut disesuaikan dengan kebutuhan para anggota untuk konsultasi dengan orang-orang yang dianggap kompeten di bidang bisnis.

## **BAB VI**

### **SIMPULAN, REKOMENDASI DAN KETERBATASAN**

#### **6.1 Simpulan**

Melihat hasil analisis di bab sebelumnya tentang evaluasi program pemberdayaan anggota kelompok bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng memperlihatkan bahwa program tersebut masih mengarah pada bisnis yang berorientasi pada bisnis komersial dan keuntungan yang digunakan masih untuk operasional bisnis. Bisnis kuliner tersebut telah melakukan beberapa pemberdayaan namun belum seimbang dengan orientasi bisnisnya sehingga kesejahteraan keluarga belum dapat dilakukan dengan maksimal. Model bisnis yang dibutuhkan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga adalah dengan mengintegrasikan model bisnis yang berorientasi komersial dengan model yang berorientasi sosial atau pemberdayaan. Integrasi model bisnis tersebut dikembangkan melalui suatu model bisnis kewirausahaan sosial menggunakan Kanvas Model Bisnis dengan inovasi yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan keluarga.

Meskipun bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng masih mengarah pada orientasi komersial, ada beberapa hal yang perlu diperbaiki yaitu:

1. Mulai melakukan kerjasama dengan dinas yang terkait dengan UMKM sehingga kelompok mendapatkan perhatian yang baik dari pemerintah,

baik dari segi pelatihan-pelatihan maupun informasi yang berkaitan dengan kualitas produk.

2. Anggota kelompok dapat memanfaatkan aplikasi Ojek Online untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, memperluas pasar, dan untuk meningkatkan hasil penjualan.
3. Pelanggan yang berasal dari daerah Purwareja Klampok perlu ditingkatkan melalui iklan atau *banner*, menyebarkan brosur atau katalog produk.
4. Untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga maka kelompok bisnis kuliner perlu meningkatkan pendapatan setiap bulannya dengan cara menambah jumlah pelanggan, memanfaatkan aplikasi Ojek Online untuk menjangkau pelanggan, melakukan inovasi produk dengan membuat menu varian baru seperti menu Spesial Puyuh Bakar, Spesial Puyuh Tulang Lunak, Spesial Puyuh Goreng Sambal Pedas.

Segi pemberdayaan yang juga membutuhkan perbaikan adalah sebagai berikut:

1. Anggota kelompok membutuhkan pelatihan bisnis guna meningkatkan kualitas berbisnis dari para anggota kelompok. Jika kelompok tidak memiliki biaya untuk mengadakan pelatihan bisnis maka kelompok dapat melakukan Kerjasama dengan gereja terkait dengan pemberdayaan jemaat dan juga dapat bekerjasama dengan dinas yang terkait dengan UMKM.

2. Konsultasi bisnis sangat dibutuhkan untuk mengetahui informasi-informasi terkait pengelolaan bisnis. Jika anggota kelompok belum dapat membuat anggaran untuk konsultasi bisnis maka kelompok dapat memanfaatkan modal sosial yang ada yaitu relasi dengan para pebisnis, relasi dengan anggota jemaat yang memiliki kemampuan di bidang bisnis, maupun mengadakan Kerjasama dengan gereja sehingga gereja dapat memfasilitasi sesuai dengan kebutuhan anggota kelompok.
3. Tujuan untuk memberikan kesejahteraan dan pemberdayaan bagi masyarakat yang lebih luas tidak dapat dilakukan jika pendapatan hanya cukup untuk membiayai operasional bisnis. Karena itu dibutuhkan inovasi bisnis untuk meningkatkan laba setiap bulannya, sehingga dapat menyisihkan Sebagian laba untuk pemberdayaan masyarakat.

## **6.2 Rekomendasi**

Beberapa saran yang perlu dipertimbangkan:

1. Kelompok bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng perlu melakukan evaluasi secara bertahap sehingga kualitas bisnis dapat terus ditingkatkan.
2. Model bisnis yang dapat menjadi rekomendasi adalah model bisnis yang membuat orientasi komersial dan orientasi sosial dapat berjalan bersama yaitu model bisnis kewirausahaan sosial. Model bisnis tersebut dapat dijadikan jalan keluar atas permasalahan sosial karena menggunakan modal sosial. Modal sosial adalah hubungan-hubungan yang tercipta dan

norma-norma yang membentuk kualitas dan hubungan sosial dalam masyarakat dengan *spectrum* yang luas yaitu sebagai perekat sosial yang menjaga anggota masyarakat secara bersama-sama. Nilai-nilai yang dimaksud adalah saling pengertian (*shared value*), saling percaya (*trustworthy*) dan budaya kerjasama (*a culture of cooperation*). Modal sosial juga mengacu pada kemampuan untuk menangkap manfaat dari struktur sosial, jaringan dan kemampuan, serta kemampuan mengembangkan jaringan sosial untuk melakukan inovasi melalui kewirausahaan sosial yang berkelanjutan.

3. Keberhasilan dari inovasi model bisnis dalam penelitian ini dapat terjadi jika ada mediator atau fasilitornya. Gereja dapat menjadi mediator atau fasilitator sebagai pusat pemberdayaan. Sebagai pusat pemberdayaan, Gereja dapat melakukan kerjasama dengan Universitas dan pemerintah.

### **6.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini merupakan studi tentang kewirausahaan sosial pada kelompok bisnis kuliner Spesial Puyuh Goreng di Purwareja Klampok, Banjarnegara dengan fokus penelitian pada evaluasi Kanvas Model Bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Lukman dkk, 1995. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Depdikbud Balai Pustaka.
- Alter, Kim. (2007). Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC.
- Arikunto, Suharsimin. (2009). Evaluasi Program Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara
- Asmorowati., Sulikah, Dian Yulie Reindrawati. (2017). Bisnis Sosial (Social Business) Untuk Pembangunan Inklusif. M-Brothers Indonesia Publisher.
- Dhewanto, Wawan., Hendrati Dwi Mulyaningsih, Anggraeni Permatasari, Grisna Anggawita, Indriany Ameka. (2013). Inovasi dan Kewirausahaan Sosial: Panduan Dasar Menjadi Agen Perubahan. Bandung: Alfabeta.
- Effendi, Tadjuddin Noer. (2013). Budaya Gotong Royong Masyarakat Dalam Perubahan Sosial Saat Ini. Jurnal Pemikiran Sosiologi. Universitas Gadjah Mada. Vol 2. Nomor 1. 2013. <https://jurnal.ugm.ac.id/jps/article/view/23403/pdf>. Diakses tanggal 5 Februari 2021.
- Fadhil, Muhamad. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris Independen, dan Kepemulikan Asing Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. <http://eprints.perbanas.ac.id/1703/1/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf>. Diakses tanggal 2 Desember 2020.
- Freeman. Edward R., Jeffrey S. Harrison, Andrew. C. Wicks, Bidhan L. Palmar, Simode De Colle. (2010). *Stakeholder Theory: The State Of The Art*. New York, 2010: Cambridge University Press.
- Fontaine, Charles., Antoine Haarman, Stefan Schmid. (2006). *The Stakeholder Theory*. Semantic Scholar. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Stakeholder-Theory-Fontaine-Haarman/fd7526ad023f2337cc01a123ead2d60191d1620c>. Diakses tanggal 5 Agustus 2020.
- Ghozali, Imam., Anis Chariri. (2014). Teori Akutansi-edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani., Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi. U, Ria Ramhatul. I, Roushandy Asri. F, Dhika Juliana. S, Nur Hikmatul. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Haryanti., Dewi Meisari, Sri Rahayu. Hijrah. H, Astari. W, Kumala. S. (2015). Berani Jadi Wirausaha Sosial. DBS Foundation.

- Hasanah, Lak lak Nazhat El. (2018). Pengembangan Kewirausahaan Sosial Pada Perguruan Tinggi Melalui Social Project Competition. *Jurnal Studi Pemuda*. Volume 7, Nomor 2.
- Indraddin, Irwan. (2016). *Strategi dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta: Deepublish.
- Kellog, W.K. Foundation. (1998). *Logic Model Development Guide*. Michigan: W.K. Kellog Foundation.
- Kickul, Jill and Thomas S. Lyons. (2012). *Understanding Social Entrepreneurship. The Relentless pursuit of Mission in an Ever Changing World*. New Work: Routledge.
- Lindawati, Ang Swat.L., Marsella Eka Puspita. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy GAP dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. Malang: *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*.
- Martono Nanang, 2011. *Sosiologi Perubahan Sosial . Perspektif Klasik, Modern, Pos Modern dan Poskolonial*, Rajawali Pers.
- Maskoroh, Eli. (2014). Kinerja Bank Syariah dan Konvensional di Indonesia, Pendekatan Teori Stakeholder dan Maqasid Syariah, *Justicia Ismamica: Jurnal kajian hukum dan sosial*, Vol 11, No 2.
- Osterwader, Alexander., Yves Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Pekei, Amoye. (2019). *Pekerjaan Sosial dan Penanganan Masalah Sosial*. Malang: Intrans Publishing.
- Prabawanti. E., Benedikta, Susi Yunia R. Sanie. (2019). *Sukses Membangun Kewirausahaan Sosial, Konsep, Teori & Praktek*. Jakarta: Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Pemerintah Kabupaten Banjarnegara. (2019). *Pertanggungjawaban (LKPJ) Kepala Daerah Kabupaten Banjarnegara Tahun Anggaran 2018*. [https://ppid.banjarnegarakab.go.id/v2/wp-content/uploads/2019/10/LKPJ\\_2018.pdf](https://ppid.banjarnegarakab.go.id/v2/wp-content/uploads/2019/10/LKPJ_2018.pdf). Diakses tanggal 3 Agustus 2020.
- Raco, J.R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo
- Roberts, R., Albert, Gilbert J. Greene. (2009). *Buku Pintar Pekerja Sosial-Jilid 2*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.

- Salim dan Syahrudin. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media.
- Sanjaya, Boni., Amalia, Hamdan Yahid. (2016). Analisis Kelayakan Usaha Burung Puyuh Petelur (*Coturnix coturnix japonica*) di Kelurahan Tebing Tinggi Okura Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Penelitian Pertanian*, Vol .13. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/jip/article/view/970>. Diakses tanggal 3 Agustus 2020.
- Sihombing, Joshua. Vania Utami Gunawan. Mengembangkan Ide dan Perencanaan Usaha. Plus: Platform Usaha Sosial. <https://dev.usahasosial.com/id/learn/beberapa-pertanyaan-dalam-mengevaluasi-ide-usaha-sosial/>. Diakses tanggal 2 Desember 2020.
- Sofia, Irma Paramita. (2015). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian, *Jurnal Widyakala, Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan*, Volume 2. [http://www.ojs.upj.ac.id/index.php/journal\\_widya/article/view/7](http://www.ojs.upj.ac.id/index.php/journal_widya/article/view/7). Diakses tanggal 10 Desember 2020.
- Sommerrock, Katharina. (2010). *Social Entrepreneurship Business Models*. New York: Palgrave Macmillan.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Manuel. J., Calfin Murrin, Kewirausahaan sosial: Mengukur Dampak Positif, PLUS: Platform usaha Sosial. <https://usahasosial.com/learn/mengukur-dampak-positif-usaha-sosial-dengan-logic-model/>. Diakses tanggal 2 Desember 2020.
- Sjafari, Agus (ed). (2011). *Perubahan Sosial: Sebuah Bunga Rampai*. Jakarta: FISIP Untirta
- Ulber, Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Upe. Ambo & Damsid. (2010). *Asas-asas Multiple Researches*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Widoyoko, Eko Putro. (2009). *Evaluasi Program Pembelajaran, Panduan Praktis bagi Pendidik dan Calon Pendidik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wiyanto, Agus., A. Nunuk Prasetyo Murniati, Budiono Dian Samudro. (2013). *Menuju Diakonia Transformatif: Pengalaman Kesaksian dan Pelayanan Kemitraan GKI Cinere bersama GKSBS Sawojajar dan Komunitas Lokal*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.

Yahya, Wijaya. (2010). Kesalahan Pasar: Kajian Teologis Terhadap Isu-Isu Ekonomi dan Bisnis di Indonesia. Jakarta: Grafika Kreasindo.

©UKDW