

Social Entrepreneurship: Upaya Peningkatan Skill Mahasiswa Teologi dalam Pelayanan Holistik

Iwan Setiawan Tarigan¹, Arip Surpi Sitompul², Herdiana Boru Hombing³, Warseto Freddy Sihombing⁴

¹ Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Tarutung, Indonesia; iwanstarigan@gmail.com

² Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Tarutung, Indonesia; arip.surpi@gmail.com

³ Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Tarutung, Indonesia; herdiana.hombing@gmail.com

⁴ Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Tarutung, Indonesia; warseto.fsihombing@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

Social Entrepreneurship;
Skill;
Theologians;
Holistic

Article history:

Received 2023-11-15

Revised 2024-01-12

Accepted 2024-02-15

ABSTRACT

Today there is an economic gap in the midst of the congregation. The Church must play a role in overcoming the economic problems of the people. That is why the role of the pastor is very strategic, because the church as a whole is driven by the pastor. The purpose of this study is to produce a Christian entrepreneurship module design in an effort to produce quality and effective student skills in realizing holistic service. The type of research used in this study is research and development. The steps used include: potential and problems, data collection, product design, design validation, design revision, product trial, and product revision. Product development carried out in this research only reaches the stage of producing the final product, namely the Christian entrepreneurship module. It can be concluded that: The textbooks produced in this study are developments from various sources; And this research and development produces products in the form of textbooks in the form of textbooks as an effort to improve the skills of theology students in holistic service.

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.



Corresponding Author:

Iwan Setiawan Tarigan

Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Tarutung, Indonesia; iwanstarigan@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Sudah menjadi rahasia umum pada masa sekarang ini tuntutan zaman mengharuskan seseorang *aktif* dan *kreatif*, termasuk juga di dalamnya untuk mahasiswa prodi teologi. Persoalan yang sering di hadapi di kalangan mahasiswa teologi adalah: keraguan tentang masa depan mereka secara khusus yang berlatarbelakang denominasi gereja yang kecil. Dalam pelayanan terkadang ditemukan berbagai kesulitan yang dihadapi para pendeta/pelayan berhubungan dengan *salary* atau biaya hidup pendeta/pelayan yang begitu kecil sehingga terkadang untuk menghidupi keluarga juga menjadi

persoalan karena tidak memadai secara ekonomi. Tentunya hal ini dapat menghambat keefektifan pelayanan (Louw, 2015).

Di sisi lain, tantangan dalam pelayanan gereja di lapangan sangat beragam. Tidak sedikit jemaat juga mengalami kesulitan dalam perekonomian, sehingga dibutuhkan hamba-hamba Tuhan yang *kreatif* dan *inovatif* guna pemecahan masalah yang dihadapi oleh jemaat. Di sinilah letak peran pelayan Tuhan, yakni dapat menolong jemaat untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang mereka hadapi (Cloete, 2015).

Ketua Majelis Jemaat GMIT Angkaes, Pdt. Erny A. Ratu, M.Th, dalam sebuah pertemuan memaparkan materinya dengan mengatakan bahwa untuk menghadapi realitas kesenjangan ekonomi global yang kompetitif dan egosentris sekarang, maka Gereja perlu melakukan tindakan penguatan (*afirmatif*) terhadap pelaku ekonomi kecil, marginal, dan miskin. Di samping itu, perlu adanya seruan moral kepada para pelaku ekonomi secara individual, serta mengusahakan suatu sistem, struktur, dan mekanisme ekonomi yang memungkinkan terciptanya keadilan secara optimal dan mencegah ketidakadilan secara maksimal. Ditegaskan bahwa GMIT tidak boleh memandang upaya pemberdayaan ekonomi anggotanya sebagai yang bukan bagian dari tugasnya, melainkan GMIT mesti berada di garis depan dalam pemberdayaan ekonomi jemaat dan anggota masyarakat secara strategis, terencana, dan transformatif. Dari ungkapan Ratu di atas, maka dapat dipahami bahwa, pertama, adanya kesenjangan ekonomi yang terjadi di tengah-tengah umat Tuhan; kedua, gereja harus berperan di dalam mengatasi permasalahan perekonomian umat. Dari itu, peran pendeta sangatlah strategis, karena gereja secara keseluruhan dimotori oleh pendeta (Putra, Padmasari, 2020).

Memang ketika berbicara mengenai bisnis, masih ada sikap pro-kontra, apakah pendeta dapat berbisnis atau tidak. Ada yang berpandangan bahwa tugas pendeta cukup hanya di mimbar dan juga persekutuan umat. Tetapi di sisi lain tuntutan bagi para pendeta tentunya diharapkan lebih aktif untuk mencari solusi permasalahan yang dihadapi oleh umat Tuhan (Schrock, 2014).

Persoalan lain yang dihadapi yakni kurangnya literatur berhubungan dengan Entrepreneurship Kristen, sehingga diperlukan modul atau buku yang mengkaji entrepreneurship dari perspektif Kristen. Di prodi Teologi IAKN Tarutung dalam kurikulum terdapat matakuliah Entrepreneurship: 'Teologi Kerja dan Wirausaha,' namun belum ada modul yang permanen dikarenakan minimnya literatur yang berhubungan dengan topik di atas. Karena berbagai permasalahan di atas, peneliti tertantang untuk mengkaji sosial entrepreneurship sebagai upaya peningkatan skill mahasiswa teologi dalam pelayanan holistik.

Peneliti mengidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini, yakni: (1) Kesulitan para hamba Tuhan secara ekonomi; (2) Kesulitan jemaat secara ekonomi; (3) Pandangan yang berlainan tentang tugas dan tanggung jawab para hamba Tuhan di tengah-tengah jemaat; (4) Minimnya literatur berhubungan dengan entrepreneurship Kristen; (5) Belum adanya modul pembelajaran yang permanen (devinitif) berhubungan dengan entrepreneurship Kristen. Penelitian ini dibatasi pada desain modul pembelajaran entrepreneurship Kristen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan desain modul entrepreneurship Kristen dalam upaya menghasilkan (menciptakan) skill mahasiswa yang berkualitas dan efektif dalam mewujudkan pelayanan holistik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik teoritis maupun manfaat praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi penelitian oleh peneliti lainnya secara khusus mahasiswa teologi yang akan melakukan penelitian yang relevan, sekaligus memberikan wawasan dan gagasan teori baru untuk mahasiswa dan dosen teologi dalam rangka penyelesaian permasalahan di tengah-tengah pelayanan holistik.

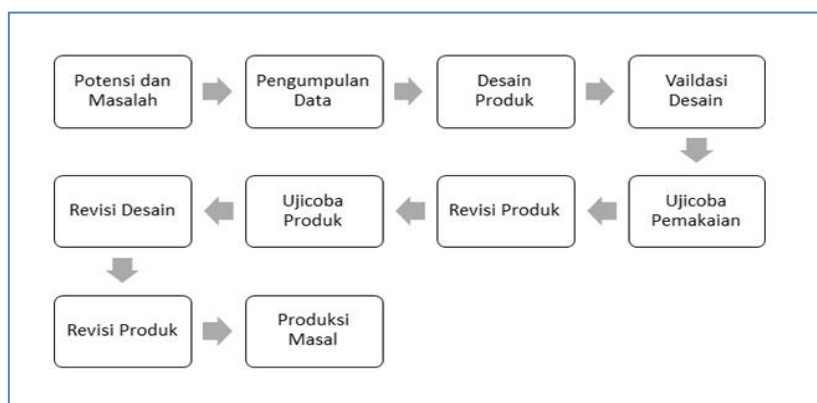
Bagi mahasiswa dan pembelajar teologi, hasil penelitian ini secara praktis menjadi acuan untuk berwirausaha (entrepreneurs) sehingga mahasiswa dan pembelajar teologi dapat melayani dan memberikan solusi persoalan yang di hadapi oleh jemaat dan juga para hamba Tuhan. Disamping itu hasil penelitian dapat dipakai dalam mengajar matakuliah kewirausahaan (entrepreneurship).

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dan pengembangan (*Research and Development*). Penelitian dan pengembangan (R&D) adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut (Sugiyono, 2020). Penelitian dan pengembangan yang dilakukan bertujuan untuk mengembangkan modul entrepreneurship Kristen untuk pembobotan skill mahasiswa. Subyek penelitian ini ada beberapa unsur, yaitu:

- a. Uji Ahli Materi Uji. Uji Ahli materi bertujuan untuk menguji kelayakan dari segi materi yaitu materi pengetahuan Alkitab, kesesuaian dan ketepatan ayat-ayat Alkitab yang berkaitan dengan entrepreneurship. Uji ahli materi yang dipilih adalah orang yang berkompeten dalam bidang pengetahuan Alkitab yang terdiri dari 2 ahli dalam bidang teologi dan yang mengajar matakuliah entrepreneurship.
- b. Uji Ahli Media. Uji ahli media bertujuan untuk mengetahui ketepatan standar minimal yang diterapkan dalam penyusunan modul entrepreneurship Kristen untuk mengetahui kemenarikan serta keefektifan modul entrepreneurship Kristen. Uji ahli media dilakukan oleh 2 ahli yang merupakan ahli dalam bidang teknologi. Ahli media mengkaji pada aspek penyajian, kebahasaan dan kesesuaian modul entrepreneurship Kristen.

Lokasi penelitian ditentukan secara purposif atau dipilih sesuai tujuan dan dengan sengaja, karena modul entrepreneurship Kristen yang akan dihasilkan diperuntukkan bagi mahasiswa IAKN Tarutung, maka penelitian ini di lakukan di IAKN Tarutung. Prosedur dalam penelitian pengembangan modul entrepreneurship Kristen peneliti menggunakan prosedur yang dikemukakan oleh Sugiyono meliputi Langkah-langkah sebagai berikut: 1) potensi dan masalah, 2) pengumpulan data, 3) desain produk, 4) validasi desain, 5) revisi desain, 6) uji coba produk, 7) revisi produk, 8) uji coba pemakaian, 9) revisi produk, 10) produk masal, secara umum model penelitian ini dapat dilihat pada bagan 1 gambar berikut.



Gambar 1. Model Penelitian

Untuk mendapatkan hasil penelitian dilakukan dengan 7 Langkah. Penelitian yang dilakukan tidak sampai pada tahap uji pemakain dan produksi masal dari produk yang sudah dihasilkan karena, peneliti hanya melihat kelayakan produk berdasarkan penilaian validator, dan penilaian mahasiswa berdasarkan kemenarikannya serta keterbatasan peneliti sehingga tidak mencakup semua langkah yang ada.

Adapun langkah-langkah yang digunakan diantaranya: potensi dan masalah, pengumpulan data, desain produk, validasi desain, revisi desain, uji coba produk, dan revisi produk. Pengembangan produk yang dilaksanakan pada penelitian ini hanya sampai pada tahap

menghasilkan produk akhir, yaitu modul entrepreneurship Kristen. Berikut penjelasan langkah-langkah penelitian dan pengembangan yang digunakan penulis dalam penelitian (Sugiyono, 2020):

a. Potensi dan Masalah

Kegiatan awal sebelum melakukan pengembangan terhadap modul entrepreneurship Kristen adalah analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan dilakukan guna melihat gambaran kondisi di lapangan yang berkaitan dengan kegiatan pembelajaran di IAKN Tarutung, kemudian peneliti menganalisis permasalahan. Analisa kebutuhan ini dilakukan dengan observasi. Observasi ini dilakukan di IAKN Tarutung, proses yang dilakukan penelitian ini adalah menganalisis literature yang terkait.

b. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Setelah potensi dan masalah dapat ditunjukkan secara faktual dan *up to date*, maka selanjutnya perlu dikumpulkan berbagai informasi yang dapat digunakan sebagai bahan untuk perencanaan produk tertentu yang diharapkan dapat mengatasi masalah tersebut.

c. Desain Produk

Setelah langkah potensi dan masalah serta mengumpulkan informasi, selanjutnya pengembangan modul entrepreneurship Kristen. Hasil akhir dari kegiatan ini adalah berupa desain produk yang baru yang lengkap, dengan spesifikasinya.

d. Validasi Desain

Validasi produk merupakan kegiatan untuk menilai apakah rancangan produk, dalam hal ini modul entrepreneurship Kristen akan efektif dan menarik digunakan. Validasi sendiri terdiri dari dua tahap yaitu:

- 1) Ahli Materi. Ahli materi bertujuan untuk menguji kebenaran materi, dan berbagai hal yang berkaitan dengan materi. Uji ahli materi modul entrepreneurship Kristen terdiri dari doktor Teologi dari IAKN Tarutung dan dosen Matakuliah Entrepreneurship
- 2) Ahli Media. Ahli media bertujuan untuk menguji ketepatan standar minimal dalam penyusunan modul entrepreneurship Kristen untuk mengetahui kemenarikan serta keefektifan modul entrepreneurship Kristen. Uji ahli media dilakukan oleh ahli yang merupakan ahli dalam bidang teknologi. Ahli media akan mengkaji pada aspek penyajian, bahasa dan kesesuaian modul entrepreneurship Kristen. Ahli media terdiri dari doktor bidang teknologi Pendidikan dan Yayasan yang menjalankan social entrepreneurship

e. Perbaiki Desain

Setelah desain produk divalidasi oleh ahli materi dan ahli media, maka dapat diketahui kelemahan dari modul entrepreneurship Kristen tersebut. Kelemahan tersebut kemudian diperbaiki untuk menghasilkan produk yang lebih baik. apabila perubahan itu tidak terlalu besar dan tidak mendasar, produk baru tersebut siap digunakan sebagai modul entrepreneurship Kristen bagi mahasiswa.

f. Uji coba Produk

Modul entrepreneurship Kristen yang telah selesai dibuat, selanjutnya diuji cobakan dalam kegiatan perkuliahan. Uji coba ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi apakah modul entrepreneurship Kristen ini bisa membantu pembelajaran entrepreneurship di kalangan mahasiswa. Untuk uji coba produk dilakukan dengan dua cara yaitu uji coba kelompok kecil dan uji coba lapangan.

- 1) Uji coba skala Kecil. Pada tahap ini, uji coba dilakukan untuk mengetahui respon mahasiswa untuk dapat memberikan penilaian terhadap kualitas produk yang dikembangkan. Uji coba dilakukan pada 3 - 5 mahasiswa yang dapat mewakili populasi target.
- 2) Uji coba lapangan. Uji coba lapangan merupakan tahap terakhir dari evaluasi formatif yang perlu dilakukan. Pada tahap ini tentunya media yang dikembangkan atau dibuat sudah mendekati sempurna setelah melalui tahap pertama tersebut. Pada uji lapangan sekitar 5 – 10 mahasiswa.

g. Revisi Produk

Setelah modul entrepreneurship Kristen diujicobakan maka akan didapatkan hasil dan divalidasikan, dapat diketahui kelebihan dan kekurangan dari modul entrepreneurship Kristen yang disusun. Setelah diketahui kelebihan dan kekurangannya maka peneliti akan memperbaiki modul *entrepreneurship* Kristen tersebut.

Dalam pelaksanaan penelitian dan pengembangan (R&D), peneliti menggunakan dua jenis data yang dikumpulkan, yaitu:

- a. Data kualitatif berupa nilai kategori kualitas modul entrepreneurship Kristen berdasarkan angket yang telah diisi oleh ahli materi, ahli media.

Tabel 1. Kategori Kualitas

Kategori	Keterangan
SB	Sangat Baik
B	Baik
CB	Cukup Baik
K	Kurang
SK	Sangat Kurang

- b. Data kuantitatif berupa skor penilaian setiap point kriteria penilaian pada angket kualitas modul entrepreneurship Kristen yang diisi oleh mahasiswa sebagai pengguna. Penilaian setiap point kriteria diubah menjadi skor dengan skala likert.

Tabel 2. Skala Likert

Kategori	Keterangan
5	Sangat Baik
4	Baik
3	Cukup Baik
2	Kurang
1	Sangat Kurang

Teknik pengumpulan data dalam penelitian pengembangan modul entrepreneurship Kristen menggunakan dua jenis, yaitu wawancara, dan kuisioner (angket):

- a. Wawancara. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti akan mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden sedikit kecil. Wawancara yang dilakukan untuk mengetahui data awal dalam penelitian dan informasi yang diperoleh digunakan sebagai masukan untuk mengembangkan modul entrepreneurship Kristen.
- b. Angket (kuisioner). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pemberian angket dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data terkait dengan kelayakan modul entrepreneurship Kristen yang terdiri dari: validasi media, validasi materi. Sebelum angket tersebut diuji coba, terlebih dahulu angket divalidasi oleh validasi ahli dan validasi media.

Instrumen adalah alat yang berfungsi untuk mempermudah pelaksanaan sesuatu. Selain menyusun modul, disusun juga instrumen penelitian yang digunakan untuk menilai modul yang dikembangkan. Berdasarkan pada tujuan penelitian, dirancang dan disusun instrumen sebagai berikut:

h. Instrumen Studi Pendahuluan

Instrumen berupa wawancara kepada mahasiswa yang disusun untuk mengetahui modul entrepreneurship seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Instrumen ini berfungsi untuk memberi masukan dalam pengembangan modul entrepreneurship Kristen dalam mengupayakan pembobotan skill mahasiswa.

i. Instrumen Validasi Ahli

1) Instrumen Validasi Ahli Media. Instrumen ini berbentuk angket validasi terkait kegrafikan dan penyajian modul entrepreneurship Kristen.

2) Instrumen Validasi Ahli Materi. Instrumen ini berbentuk angket validasi terkait kelayakan isi, kebahasaan dan kesesuaian modul entrepreneurship Kristen, serta berfungsi untuk memberi masukan dalam pengembangan modul entrepreneurship Kristen.

j. Instrumen Uji Coba Produk

Instrumen ini dilakukan menggunakan lembar angket yang digunakan untuk mengetahui respon peserta didik terhadap modul entrepreneurship Kristen. Angket diberikan setelah proses pembelajaran berlangsung.

Analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Kualitatif adalah data yang diperoleh berupa masukan dari validator pada tahap validasi, juga masukan mahasiswa. Sedangkan kuantitatif adalah data yang memaparkan hasil pengembangan produk yang berupa modul entrepreneurship Kristen. Data yang diperoleh melalui instrumen penilaian pada saat uji coba dianalisis menggunakan statistik, cara ini diharapkan dapat memahami data selanjutnya. Hasil analisis data akan digunakan sebagai dasar merevisi produk yang akan dikembangkan. Data berupa pendapat atau tanggapan pada uji produk yang dikumpulkan melalui angket dianalisis dengan statistik. Rumus untuk menentukan jarak interval dari sangat kurang (SK) sampai sangat baik (SB) adalah (Yulianto, 2013):

$$\text{Skor rata-rata } X = \frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah butir}}$$

Berdasarkan jarak interval di atas dapat disusun tabel kriteria sikap responden terhadap produk hasil dari pengembangan dan penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. Kriteria Sikap Responden Terhadap Produk Hasil Dari Pengembangan Dan Penelitian

Rata-rata Skor	Klasifikasi	Kesimpulan
$\bar{X} > 4,2$	Sangat Baik	Dapat dijadikan Contoh
$3,4 < \bar{X} \leq 4,2$	Baik	Dapat Digunakan tanpa perbaikan
$2,6 < \bar{X} \leq 3,4$	Cukup	Dapat digunakan dengan sedikit perbaikan
$2,8 < \bar{X} \leq 2,6$	Kurang	Dapat digunakan dengan banyak perbaikan
$\bar{X} \leq 1,8$	Sangat Kurang	Belum dapat digunakan

Berdasarkan tabel di atas, maka produk pengembangan akan berakhir saat skor penilaian terhadap modul pembelajaran telah memenuhi syarat atau dengan kata lain telah mencapai klarifikasi baik.

Tabel 4. Skor Penilaian Terhadap Modul Pembelajaran

Aspek	Indikator	Jumlah Butir
Ketrampilan	Kejelasan judul dan petunjuk penggunaan modul entrepreneurship Kristen Keterbacaan Layout yang memudahkan untuk belajar. Ketrampilan pemilihan warna background Kesesuaian pemilihan jenis huruf Kesesuaian pemilihan ukuran huruf Kemenarikan tampilan gambar dalam modul entrepreneurship Kristen Kesesuaian desain cover dengan materi	

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Social Entrepreneurship

Pada era globalisasi sekarang ini, berbagai permasalahan sosial timbul di tengah-tengah masyarakat. Salah satu permasalahan yang timbul adalah persoalan ekonomi. Permasalahan ekonomi juga dirasakan oleh jemaat di tengah-tengah gereja. Dari itu penting dicari solusi untuk permasalahan yang ada. *Social Entrepreneurship* atau Kewirausahaan Sosial adalah suatu cara atau pendekatan untuk menyelesaikan masalah sosial melalui strategi bisnis. Orang yang menjalankan suatu bisnis sosial disebut *social entrepreneur* atau wirausaha sosial. Kewirausahaan atau bisnis sosial menggabungkan penerapan bisnis konvensional dan lembaga sosial. Bisnis konvensional melakukan jual beli barang atau jasa kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan, sedangkan lembaga sosial menangani permasalahan sosial atas dasar kemanusiaan. Bisnis sosial menggabungkan tujuan keduanya yaitu mencari keuntungan sambil menangani masalah sosial (Glas, 2015).

Perbedaan penting lainnya adalah bahwa wirausahawan sosial tidak menerima umpan balik pasar yang sama dengan yang diperoleh wirausahawan bisnis. Perusahaan bisnis yang secara efisien menciptakan nilai bagi pelanggan mereka dihargai dalam jangka panjang yang akhirnya menemukan jalan kembali kepada investor dalam bentuk keuntungan; namun, menciptakan nilai sosial tidak tentu mengarah pada imbalan jangka panjang bagi perusahaan atau Wirausahawan penciptakannya. Dalam lingkungan ini, misalnya, kurangnya profitabilitas tidak refleksi kinerja organisasi. Akibatnya, wirausahawan sosial menghadapi tantangan yang berbeda dalam menarik sumber daya dan dalam membenarkan keberadaan mereka.

Ukuran kesuksesan terbaik bagi wirausahawan sosial bukanlah seberapa banyak keuntungan yang mereka hasilkan, melainkan sejauh mana mereka menciptakan nilai sosial. Wirausahawan sosial berperan sebagai agen perubahan di bidang sosial dengan berperilaku sebagai berikut: a). Mengadopsi misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai sosial. Untuk wirausahawan sosial, misi perbaikan sosial sangat penting, dan itu membutuhkan prioritas di atas menghasilkan keuntungan. Alih-alih mencari perbaikan cepat, wirausahawan sosial mencari cara untuk menciptakan perbaikan yang langgeng. b). Mengenali dan tanpa henti mengejar peluang baru untuk melayani dalam misi. Di mana orang lain melihat masalah, Wirausahawan melihat peluang! Wirausahawan sosial memiliki visi tentang bagaimana mencapai tujuan, dan mereka bertekad untuk membuat visi mereka berhasil. c). Terlibat dalam proses inovasi, adaptasi, dan sedang belajar. Wirausahawan sosial mencari cara inovatif untuk memastikan bahwa usaha mereka menciptakan nilai sosial dan memperoleh sumber daya dan pendanaan yang dibutuhkan selama mereka menciptakan nilai. d). Bertindak berani tanpa terbatas pada sumber daya yang ada saat ini. Wirausahawan sosial terampil melakukan lebih banyak dengan lebih sedikit dan menarik sumber daya dari orang lain. Mereka menjelajahi semua pilihan sumber daya, dari filantropi murni hingga

metode komersial sektor bisnis, tetapi mereka tidak terikat oleh norma dan tradisi. e). Menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi kepada konstituen dilayani dan untuk hasil yang dibuat. Wirausahawan sosial mengambil langkah untuk memastikan bahwa mereka menciptakan nilai. Mereka berusaha memberikan perbaikan sosial yang nyata kepada penerima manfaat dan komunitas mereka, seperti serta keuntungan sosial dan/atau finansial yang menarik bagi investor mereka (Dees & Economy, 2001).

Wirausahawan sosial menciptakan perusahaan sosial. Mereka adalah para reformator dan revolusioner masyarakat kita saat ini. Mereka membuat fundamental perubahan dalam cara hal-hal yang dilakukan di sektor sosial. Visi mereka berani. Mereka mencari peluang untuk meningkatkan masyarakat, dan mereka mengambil tindakan. Mereka menyerang penyebab masalah yang mendasari daripada hanya mengobati gejala. Dan, meskipun mereka mungkin bertindak secara lokal, tindakan mereka memiliki potensi yang sangat nyata untuk merangsang perbaikan global dalam arena yang dipilih, apakah itu pendidikan, perawatan kesehatan, pelatihan dan pengembangan kerja, lingkungan, seni, atau usaha sosial lainnya.

Kewirausahaan sosial menekankan pada tujuan yang lebih mulia, salah satunya adalah menanggulangi kemiskinan yang masih merupakan permasalahan dan kendala bagi kemajuan Indonesia. Kewirausahaan sosial juga menyadarkan para ekonom, politisi, dan pengambil kebijakan untuk mengubah arah berpikir dalam membawa Indonesia pada kemajuan bangsa. Hal ini karena kewirausahaan sosial tidak semata menyelesaikan persoalan ekonomi, tetapi sekaligus menyelesaikan berbagai permasalahan sosial di tanah air (Haryanti, 2016).

Jenis-jenis Social Entrepreneurship

Sektor sosial di sekitar kita cukup banyak, berkembang dengan baik, dan beragam. Sektor sosial tersebut termasuk gereja, perguruan tinggi, universitas, sekolah swasta, rumah sakit, panti jompo, program rehabilitasi narkoba dan alkohol, layanan konseling keluarga, program pelatihan kerja, agen bantuan darurat, pengembang perumahan yang terjangkau, dapur umum, bank makanan, seni pertunjukan pusat, museum, kelompok pelestarian lingkungan, layanan masyarakat program, dan banyak, banyak jenis organisasi lainnya. Disadari atau tidak, kehidupan kita disentuh oleh organisasi sosial hampir setiap hari. Dari hari kita lahir, sampai hari kita mati – dan banyak hari di antaranya – hidup kita diperkaya karena dari layanan yang diberikan organisasi sosial kepada klien mereka dan untuk komunitas mereka (Haryanti, 2016).

Tujuan Social Entrepreneurship

Usaha sosial seperti Habitat for Humanity, banyak makanan lokal bank yang berafiliasi dengan Second Harvest, Goodwill Industries, dan lainnya seperti mereka berbeda dari bisnis tradisional seperti Sears & Roebuck, Sony, Chevron, IBM, dan restoran ibu-dan-pop di ujung jalan. Tapi apa karakteristik utama yang membuat mereka berbeda? dari perusahaan bisnis?

Berikut ini adalah dua aspek penting dari perusahaan sosial: Usaha sosial memiliki tujuan sosial. Tujuan utama dari usaha sosial adalah untuk memelihara dan meningkatkan kondisi sosial dengan cara yang melampaui manfaat finansial yang diciptakan untuk penyandang dana, manajer, karyawan, atau pelanggan organisasi. Perusahaan sosial memadukan metode sosial dan komersial. Sebagai tambahannya menggunakan kemampuan mereka untuk memanfaatkan niat baik beberapa pemangku kepentingan, mereka mencari cara kreatif untuk menghasilkan pendapatan, seperti bisnis. Di mana bisnis sepenuhnya komersial, perusahaan sosial adalah hibrida dari metode komersial dan filantropi.

Contoh Social Entrepreneurship di Luar Negeri

Masih bingung apa itu social enterprise? Berikut beberapa contohnya perusahaan sosial yang sukses yang memiliki dampak luar biasa pada klien mereka dan di komunitas mereka:

- 1) Rubicon—Rubicon Programs, Inc. adalah perusahaan sosial yang berbasis di Richmond, California, yang usaha bisnisnya menghasilkan hampir \$4 juta pendapatan tahunan melalui toko roti, perawatan rumah, dan gedung/usaha pemeliharaan pekarangan. Tujuan utamanya adalah sosial—untuk memberikan peluang pelatihan kerja bagi orang-orang yang sebagian besar tidak memiliki kesempatan untuk berbisnis. Usahanya sebagian besar dikelola oleh peserta program — penduduk tunawisma dan penyandang cacat — dan pendapatan yang dihasilkan oleh usaha membayar sekitar setengah dari dana yang dibutuhkan untuk mengoperasikan program Rubicon. Untuk sisa dana mereka, Rubicon bergantung pada niat baik para donor. Program-program ini termasuk pekerjaan pelatihan, perumahan, konseling kesehatan mental, dan pekerjaan.
- 2) *The Nature Conservancy*. Organisasi nirlaba global organisasi yang berkantor pusat di Arlington, Virginia, mengoperasikan yang terbesar sistem pribadi cagar alam di dunia. Dengan lebih dari 9 juta hektar lahan yang secara ekologis penting dilindungi di Amerika Serikat sejak didirikan pada tahun 1951, dan 60 juta hektar lebih di luar Amerika Serikat, The Nature Conservancy telah memberikan dampak yang sangat positif bagi lingkungan dan dalam mencapai misi sosialnya, yaitu “Melestarikan tumbuhan, satwa, dan komunitas alam yang mewakili keanekaragaman kehidupan di Bumi dengan melindungi tanah dan perairan mereka perlu untuk bertahan hidup.” The Nature Conservancy bertindak secara wirausaha. Untuk misalnya, mendirikan perusahaan nirlaba, Eastern Shore Sustainable Development Corporation, untuk menghasilkan keuntungan dan menciptakan lapangan kerja sambil mencapai tujuannya untuk melindungi lingkungan. Ia juga membentuk kemitraan dengan Georgia Pacific untuk terlibat dalam pemanenan kayu yang ramah lingkungan dari konservasi terpilih tanah. Tetapi itu juga tergantung pada niat baik dari 1 juta anggotanya dan donatur lainnya.
- 3) *Orpheus Chamber Orchestra*. Orpheus Chamber Orchestra yang berbasis di New York City adalah organisasi nirlaba dengan tujuan membawa pengalaman musik tingkat tertinggi ke tetangganya, ke Kota New York secara keseluruhan, dan bagi dunia. Berkantor pusat di Gereja Riverside yang bersejarah di lingkungan Morningside Heights di Manhattan atas, Orpheus memiliki ikatan yang sangat kuat dengan komunitasnya. Selain penampilan regulernya di Carnegie Hall, orkestra meresmikan pertunjukan populer seri konser komunitas di Riverside Church pada tahun 1996, telah dimulai program apresiasi musik klasik yang sangat sukses di sekolah umum Kota New York—sebuah program yang baru-baru ini diperluas sebagian sebesar \$250.000 hibah dari Peter J. Sharp Foundation—dan menciptakan residensi baru dengan Baruch College dari City University of New York. Orpheus Chamber Orchestra sangat berwirausaha, menghasilkan dana operasi dengan menjual langganan seri konser, merekam CD (lebih dari 50 hingga saat ini), mengembangkan sponsorship dengan perusahaan nirlaba, dan banyak lagi.

Bisnis Sosial di Indonesia

Perkembangan bisnis sosial di Indonesia kini semakin positif. Peran dari berbagai pihak, baik pemerintah, universitas, lembaga non-pemerintah, perbankan, dan media dalam menciptakan ekosistem bagi bisnis sosial dengan memberikan dukungan moril dan materil sangat berarti bagi pertumbuhan bisnis dan dampak sosialnya. Dikutip dari [DBS](#), bisnis sosial memiliki beberapa tipe antara lain: bisnis sosial berbasis komunitas, bisnis sosial nirlaba, bisnis sosial gabungan, dan bisnis sosial berorientasi laba. Keempat tipe bisnis sosial ini yang umumnya ditemukan di Indonesia.

1. **Bisnis Sosial Berbasis Komunitas (*Community Based Social Enterprise*)**. Tipe bisnis sosial ini berorientasi pada pemenuhan kebutuhan komunitasnya sendiri. Contoh penerapan bisnis sosial berbasis komunitas dapat ditemukan pada koperasi, salah satunya pada Koperasi Masyarakat Tunanetra (Komastra) yang mencari keuntungan melalui kegiatan koperasi dimana semua anggota koperasinya merupakan penyandang tunanetra.

2. **Bisnis Sosial Nirlaba (*Not-for Profit Social Enterprise*)**. Motivasi bisnis sosial ini umumnya mengatasi persoalan pada masyarakat dengan ruang lingkup yang lebih luas sehingga pengelolaan bisnisnya lebih profesional dengan mempekerjakan tenaga kerja yang kompeten. Model bisnis sosial ini dapat kita temukan pada Greeneration Indonesia, sebuah NGO yang memiliki misi untuk menggerakkan manusia untuk berperilaku ramah lingkungan. Greeneration melakukan kampanye mengenai perilaku ramah lingkungan dan menyediakan produk-produk pendukung gaya ramah lingkungan. Melalui penjualan produk, Greeneration memperoleh keuntungan yang kemudian disalurkan kembali untuk membiayai kampanye perilaku ramah lingkungan kepada publik.
3. **Bisnis Sosial Gabungan (*Hybrid Social Enterprise*)**. Bentuk bisnis ini umumnya memiliki sumber dana yang beragam, ada yang diperoleh dari dana sosial, semi-komersial, hingga komersial. Penerapan tipe bisnis sosial ini dapat kita lihat pada Yayasan Cinta Anak Bangsa (YCAB). Penerima manfaat program YCAB bervariasi mulai dari anak-anak, remaja, hingga ibu rumah tangga. Sebagai bisnis sosial bertipe *hybrid*, YCAB memperoleh pendapatan dari penjualan produk hasil unit bisnis, donatur, dan pemberi hibah.
4. **Bisnis Sosial Berorientasi Laba**. Bisnis sosial tipe ini berorientasi pada pembangunan, pertumbuhan, dan kelancaran operasional perusahaan agar dapat sepenuhnya mandiri tanpa bergantung pada bantuan pihak lain. Tipe bisnis sosial ini dapat kita lihat PT. Kampung Kearifan Indonesia (Javara). Javara melakukan aktivitas bisnis dengan memberdayakan para petani untuk mengangkat dan mempromosikan produk pertanian lokal.

Bisnis sosial menawarkan konsep inovatif dalam penyelesaian masalah-masalah sosial melalui aktivitas pemberdayaan dan reinvestasi sosial. Pelaku usaha dapat menambahkan model bisnis sosial sebagai pilihan alternatif jika tertarik membangun bisnis dengan konsep pemberdayaan masyarakat untuk mengatasi berbagai persoalan sosial.

Terlebih lagi, jika kita menjalankan bisnis dengan adanya tujuan atau *purpose* untuk hal sosial, itu akan menambah daya juang kita sebagai *entrepreneur*. Ingat, sebaik-baiknya bisnis adalah yang bermanfaat untuk masyarakat banyak. Semoga teman-teman dapat terinspirasi untuk mengembangkan kewirausahaan sosial dalam bisnisnya.

Pelayanan Holistik

Di era globalisasi sekarang ini bentuk pelayanan kepada masyarakat (jemaat) tidak cukup hanya berhubungan dengan hal-hal rohani, namun juga harus menyentuh kebutuhan secara jasmani. Multi krisis ekonomi yang diakibatkan oleh covid 19 dan permasalahan yang ditimbulkannya memaksa para hamba/pelayan Tuhan termasuk mahasiswa teologi sebagai generasi millennial mencari dan mengusahakan solusi bagi persoalan yang ada.

Pelayanan holistik merupakan dimensi pelayanan gereja yang perlu dilakukan. Menurut Will Metzger bahwa pelayanan *holistic* sebenarnya berangkat dari suatu kesadaran bahwa pelayanan Kristiani kepada orang-orang yang terhilang harus juga memperhatikan aspek-aspek kebutuhan jasmaniah orang-orang yang dilayani. Dan ini adalah sebuah kesadaran yang sangat baik (Kalis, 2018). Pelayanan holistik juga terdapat dalam Alkitab yakni mandat kultural (Kej. 1:28) dan mandat spiritual (Mat. 28:19-20). Dalam kedua mandat ini terkandung tugas dan panggilan orang percaya. Mandat budaya menekankan peran orang percaya di tengah-tengah dunia dimana ia berada. Orang percaya dituntut untuk membawa pembaharuan di dunia dimana ia berada. Hal ini sesuai dengan identitas orang percaya sebagai terang dan garam dunia (Mat. 5:13). Sementara mandat spiritual menekankan peran orang percaya dalam pemberitaan Injil ke semua orang. Tujuan dari mandat spiritual agar semua orang mengenal Tuhan Yesus dan bertumbuh di dalam Dia. Tekanan utama

dalam Matius 28:19-20 agar orang percaya menjadikan semua bangsa murid Kristus. Jadi yang dimaksudkan pelayanan holistik adalah pelayanan secara menyeluruh baik secara jasmani maupun rohani. Inilah sesungguhnya tujuan setiap orang percaya.

Konsep Pelayanan Holistik

Pelayanan holistik seperti yang telah disebutkan di atas dapat diwujudkan melalui pemberitaan Injil dan juga pelaksanaan program pemuridan. Sementara pelayanan secara jasmani dapat dilakukan dengan melakukan berbagai aktivitas seperti contoh-contoh yang telah disebutkan di atas, baik contoh yang dilakukan di luar negeri maupun contoh-contoh usaha yang dilakukan di Indonesia di atas. Kedua mandat kultural maupun spiritual harus beriringa bersama sehingga peran dan karya orang percaya semakin dirasakan di tengah-tengah masyarakat.

Hasil Penelitian

Hasil produk yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah berupa desain bahan ajar yang berbentuk buku Ajar. Penelitian dan pengembangan ini bertujuan untuk mengembangkan buku ajar Entrepreneurship di IAKN Tarutung sebagai Sebagai Upaya Peningkatan Skill Mahasiswa Teologi dalam Pelayanan Holistik. Penelitian ini menggunakan Model Borg & Gall yang dikembangkan atau dimodifikasi oleh Sugiyono.

Langkah penelitian dan pengembangan menurut Sugiyono ada sepuluh tahap kegiatan penelitian dan pengembangan, akan tetapi karena keterbatasan peneliti, maka penelitian ini hanya akan melakukan sampai pada tahap ke tiga yaitu:

- a. Potensi dan masalah,
 - b. Tahap perencanaan/pengumpulan data,
 - c. Desain produk,
- Berikut uraian penjelasan hasil pengembangan materi bahan ajar dalam setiap tahapan
- a. Tahap Potensi dan Masalah. Untuk mendapatkan potensi dan masalah yang berkaitan dengan bahan ajar yang digunakan di IAKN peneliti melakukan observasi dan dokumentasi. Dari observasi diperoleh informasi bahwa bahan ajar yang digunakan diambil dari berbagai buku dan belum ada modul atau bahan ajar secara permanen. Dari analisis kebutuhan peneliti juga melakukan wawancara dengan pimpinan dengan mahasiswa untuk mengetahui keinginan mereka memiliki bahan ajar secara permanen.
 - b. Tahapan Pengumpulan Data. Pada tahap pengumpulan data, melalui wawancara dengan mahasiswa diperoleh informasi bahwa bahan ajar entrepreneurship belum tersedia. Pembelajaran dilaksanakan dengan memakai buku-buku entrepreneurship yang bernuansa umum, belum mengarah kepada entrepreneurship kristiani. Berdasarkan apa yang ditemukan di lapangan peneliti merasa perlu dikembangkan bahan ajar entrepreneurship untuk meningkatkan skill mahasiswa teologi dalam pelayanan holistik.
 - c. Desain Produk. Tahap ketiga dari model pengembangan adalah desain produk. Pada tahap ini peneliti mulai merancang bahan ajar entrepreneurship yang akan dikembangkan. Penyusunan bahan ajar didasari dengan deskripsi matakuliah entrepreneurship. Bahan ajar yang dikembangkan terdiri dari dua bagian utama yaitu bagian awal terdiri dari sampul, kata pengantar dan daftar isi, bagian kedua adalah isi tentang bahan pembelajaran.
 1. Sampul. Sampul depan berisi Judul bahan ajar Entrepreneurship (Teologi Kerja Dan Wirausaha), Buku Ajar Untuk Mahasiswa. Desain sampul dibuat menarik dengan harapan menarik bagi mahasiswa.



Gambar 2. Sampul

2. Kata Pengantar. Kata pengantar berisi tentang penjelasan singkat isi atau gambaran singkat dari produk bahan ajar yang dihasilkan.
3. Daftar Isi. Daftar isi berisikan daftar dari bagian-bagian bahan ajar. Daftar isi akan membantu mempermudah menemukan topik dalam pembahasan
4. Bagian Isi/Materi. Bagian isi atau materi terdiri dari 6 bagian. *Pertama*, pendahuluan berisi capaian pembelajaran, entry behavior, keterkaitan materi dengan bab selanjutnya. *Kedua* penyajian materi, berisi materi dari bab atau topik yang dibahas. *Ketiga*, rangkuman. Dalam bagian ini keseluruhan materi dari bab yang dibahas dirangkum secara singkat. Hal ini bertujuan mengingatkan ulang mahasiswa topik pembahasan. *Keempat*, latihan atau tugas. Dalam bagian ini latihan atau tugas diberikan kepada mahasiswa. Hal ini bertujuan mempertajam pemahaman terhadap materi yang diajarkan. *Kelima*, rujukan, berisi buku/sumber rujukan yang menjadi dasar pembahasan setiap materi, dan *Keenam*, bacaan yang dianjurkan, bertujuan menambah wawasan terkait dengan topik yang dibahas.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan Bahan Ajar *Entrepreneurship*: sebagai upaya peningkatan skill mahasiswa teologi dalam pelayanan holistik, maka dapat disimpulkan bahwa: Buku ajar yang dihasilkan dalam penelitian ini merupakan pengembangan dari berbagai sumber; dan penelitian dan pengembangan ini menghasilkan produk berupa buku ajar berbentuk buku ajar sebagai upaya peningkatan skill mahasiswa teologi dalam pelayanan holistik didesain dengan menggunakan pola pengembangan Sugiyono dengan 10 langkah 1) Potensi dan masalah, 2) pengumpulan data, 3) Desain produk, 4) Validasi desain, 5) Revisi desain, 6) Uji coba produk, 7) Revisi produk, 8) uji coba pemakaian, 9) revisi produk, 10) produk final. Penelitian pengembangan ini sampai pada tahap ke tiga yaitu desain produk. Berdasarkan pengembangan produk buku ajar, keterbatasan penelitian peneliti memberikan dua saran, yakni: 1) Penelitian dapat dilanjutkan ke tahapan selanjutnya dan 2) Penelitian juga dapat dikembangkan dengan penambahan berbagai nats Alkitab yang mendukung setiap pembahasan.

REFERENSI

- Cloete, A. L. (2015). Creative tensions in youth ministry in a congregational context. *HTS Theological Studies / Theological Studies*. <https://doi.org/10.4102/hts.v71i2.2107>
- Dees, J. G. J. E., & Economy, P. (2001). *Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Glas, J. (2015). The Gospel, Human Flourishing, and the Foundation of Social Order. *The Southern Baptist Journal of Theology*. Retrieved from <http://equip.sbts.edu/wp-content/uploads/2015/10/19.2-GOSPEL-GLAS.pdf>
- Haryanti, D. M. (2016). *Berani Jadi Wirausaha Sosial? Membangun Solusi atas Permasalahan Sosial Secara*

- Mandiri dan Berkelanjutan*. Jakarta: PT Bank DBS Indonesia.
- Kalis, S. (2018). Mengimplementasikan Pelayanan Yesus Dalam Konteks Misi Masa Kini Menurut Injil Sinoptike. *Jurnal FIDEI*, 1(2), 284–298.
- Louw, D. (2015). Compassion fatigue: Spiritual exhaustion and the cost of caring in the pastoral ministry. Towards a 'pastoral diagnosis' in caregiving. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. <https://doi.org/10.4102/hts.v71i2.3032>
- Putra, N. P., Padmasari, V., & Ariawan, S. (2020). The Importance of Fostering the Ethics of Christianity. *Academia.Edu*, 2(1).
- Schrock, D. (2014). Resurrection and Priesthood : Christological Soundings from the Book of Hebrews. *The Southern Baptist Journal of Theology*, 18(4), 89–114.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (XVI)*. Bandung: Alfabeta.
- Yulianto, E. (2013). Pengembangan Majalah Kimia untuk Meningkatkan Motivasi Belajar dengan Kreatifitas Peserta Didik Kelas X SMAN 1 Melati. *Jurnal Pendidikan Sains*, 1(1), 1–15.

