

Selasa, 24 Mei 2016

Gerakkan Kewirausahaan Menuju Indonesia Berkemajuan

KONVENSI Nasional Indonesia Berkemajuan (KNIB) yang diselenggarakan dengan mengambil momentum Hari Kebangkitan Nasional sebagai inspirasi mengajak segenap komponen bangsa. Mengajak untuk bangkit dan menyatukan segenap potensi yang dimiliki. Tentu dalam membangun daya saing bangsa di tengah lingkungan global yang terus berubah.

Dalam artikel sebelumnya, Dr Ahmad Norma Permata mengutip pertanyaan Ketua Pimpinan Pusat Muhammadiyah Dr Haedar Nashir. KNIB ini diselenggarakan untuk memperluas ruang dalam mengekspresikan optimisme di tengah arus deras informasi yang lebih banyak mengungkap masalah yang dihadapi Bangsa Indonesia. Namun kurang mengungkap aksi-aksi inspiratif yang dilakukan oleh anak bangsa untuk menyelesaikan berbagai persoalan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Semangat untuk mencapai kemajuan hanya bisa terwujud jika kita mampu melepaskan diri dari belenggu masa lalu. Termasuk menyingkap kegalauan masa kini dan lebih fokus pada kesiapan menghadapi tantangan masa depan.

Kewirausahaan Sosial

Semangat untuk bangkit menuju Indonesia berkemajuan harus didukung oleh kemauan kuat untuk mengatasi berbagai problem yang dihadapi oleh masyarakat. Salah satu pendekatan baru yang saat ini banyak dijadikan rujukan dalam menggerakkan perubahan sosial adalah konsep yang disebut dengan kewirausahaan sosial. David Bornstein dan Susan Davis dalam buku *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know* mendefinisikan kewirausahaan sosial sebagai sebuah proses dimana warga negara membangun atau mengubah suatu institusi untuk mengembangkan pemecahan terhadap berbagai masalah sosial. Seperti kemiskinan, penyakit, kebutaaksaraan, kerusakan lingkungan, pelanggaran HAM serta korupsi untuk membuat kehidupan yang lebih baik.

Kewirausahaan sosial bisa dikembangkan melalui institusi ekonomi yang berorientasi sosial atau kegiatan-kegiatan lain yang dikembangkan berbasis komunitas. Profesor

Taufiqur Rahman

Muhammad Yunus pendiri Grameen Bank di Bangladesh adalah contoh seorang *social entrepreneur* yang mendapatkan pengakuan internasional dan memperoleh hadiah Nobel karena inisiatifnya dalam merintis dan mengembangkan lembaga keuangan yang ramah terhadap masyarakat kelas bawah. Muhammad



Yunus mendefinisikan kewirausahaan sosial secara sederhana sebagai inisiatif inovatif untuk membantu masyarakat dalam berbagai bidang. Semangat untuk melahirkan inisiatif inovatif inilah yang perlu terus ditularkan kepada generasi muda Indonesia.

Indonesia sebenarnya juga memiliki banyak tokoh inspiratif yang tidak kalah dengan Muhammad Yunus. Kita memiliki tokoh seperti Prof Amin Aziz (alm) perintis pendirian BMT (Baitul Mal wa Tamwil), Anies Baswedan yang merintis Gerakan Indonesia Mengajar dan saat ini menjadi Menteri Pendidikan Nasional, atau generasi yang lebih muda seperti Irfan Amalee yang menghimpun anak-anak muda pencinta perdamaian dalam komunitas *Peace Generation*. Selain nama-nama tersebut, masih banyak tokoh

lain yang mampu menginspirasi dengan inisiatif kreatif yang mereka miliki di berbagai bidang.

Peran Media

David Bornstein dan Susan Davis lebih lanjut menegaskan bahwa gerakan kewirausahaan sosial telah mengalami perkembangan dalam beberapa fase. Fase *pertama* adalah mengidentifikasi individu yang memiliki ide-ide inovatif dan model-model praktis dalam melakukan perubahan sosial. Fase yang *kedua* adalah membantu para pelaku kewirausahaan sosial untuk membangun sistem yang lebih baik agar aksinya bisa berdampak lebih luas dan berkelanjutan. Sedangkan fase yang *ketiga* adalah mempromosikan gagasan bahwa setiap orang memiliki potensi untuk melakukan perubahan sosial.

Pada fase ketiga ini media memiliki peran yang sangat strategis. Media bisa berpartisipasi dalam mempromosikan keyakinan bahwa setiap orang memiliki potensi untuk melakukan perubahan sosial sesuai dengan kompetensi yang dimiliki oleh masing-masing individu. Ironisnya, konten media di Indonesia saat ini masih didominasi berita-berita negatif yang isinya cenderung meratapi diri dan membawa aura pesimisme di tengah-tengah masyarakat.

Slogan *bad news is good news* sudah saatnya ditinggalkan. Media dituntut untuk memperbanyak proporsi berita yang positif dan mampu menginspirasi untuk menggerakkan perubahan. Masyarakat juga bisa terlibat dengan mengembangkan media-media alternatif, terutama media online yang relatif lebih mudah diakses berbagai kalangan masyarakat. □ - c

*) **Taufiqur Rahman PhD**, Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UMY dan Wakil Ketua Majelis Pendidikan Kader Pimpinan Pusat Muhammadiyah.

Maksimum 600 Kata

PARA pengirim naskah Opini KR harap membatasi panjang naskah maksimum 4.000 karakter atau setara sekitar 600 kata. Sertakan riwayat hidup singkat dan nomor telepon. Naskah harap dikirim ke alamat email opinikr@gmail.com