

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 TINJAUAN TERHADAP OBJEK STUDI**

Perkumpulan Komunitas Kreatif Kota Bandung yang lebih dikenal dengan *Bandung Creative City Forum* adalah organisasi lintas komunitas kreatif yang dideklarasikan dan didirikan oleh berbagai komunitas kreatif di Kota Bandung pada tanggal 21 Desember 2008. BCCF sendiri pada awalnya adalah sebuah forum komunikasi informal untuk koordinasi dan komunikasi diantara komunitas kreatif di Bandung dalam rangka untuk menyelenggarakan kegiatan Helar Festival 2008. Dengan kata lain dapat dianggap bahwa kegiatan Helarfest 2008 sendiri merupakan awal mula dari berdirinya Perkumpulan komunitas kreatif Kota Bandung.

**Gambar 1.1**  
**Logo Bandung Creative City Forum**



Sumber : [bccf-bdg.com](http://bccf-bdg.com)

Adapun para pendiri dan anggota BCCF untuk awal berdirinya, yaitu terdiri dari: BDA+Design, Urbane, Adiwilaga & Co, Pixel People Project, LABO the Mori, Mahanagari, Sembilan Matahari, Death Rock Star, Tegep Boots, Invictus, Common Room Foundation, Bandung Arsitektur Family (BAF), Bikers Brotherhood, KICK, Komunitas Sunda Underground, Bandung Death Metal Sindikat, Solidaritas Independen Bandung, Ujung Berung Rebel, Jendela Ide,

Republic Entertainment, Saung Angklung Udjo, Pusat Studi Urban Desain (PSUD), SAPPK ITB, Seni RupaITB, PSDP ITB, Eco- Ethno, Galeri Seni Bandung, Open Labs dan sebagainya. ( Sumber : Majalah Magz.BDG edisi #1)

### **1.1.1 Visi dan Misi Bandung Creative City Forum**

Sebagai organisasi resmi, BCCF mempunyai maksud dan tujuan pada saat didirikannya BCCF tersebut. Adapun maksud dan tujuan didirikannya BCCF sebagaimana tertuang di dalam Anggaran Dasar Pendirian BCCF, yaitu sebagai berikut:

1. Menjadi wadah penguatan masyarakat madani (*civil society*) yang mandiri (*independent*) dan tidak terafiliasi baik langsung atau tidak langsung dengan Organisasi Masa atau Partai Politik manapun, baik ditingkat lokal atau nasional.
2. Menjadi forum komunikasi, koordinasi dan usaha bagi perseorangan atau badan usaha atau komunitas kreatif di Bandung.
3. Menjadi forum bersama untuk memberikan daya tawar lebih besar dalam penguatan ekonomi bagi para anggota, pelaku ekonomi/industri kreatif dan kota Bandung sekitarnya.
4. Menambah daya dorong pengembangan dan pemberdayaan potensi kreatif warga Bandung dan sekitarnya.
5. Memperkenalkan Bandung sebagai Kota Kreatif terdepan, baik di tingkat nasional, regional dan internasional.
6. Menjalani kerjasama baik ditingkat Nasional atau Internasional untuk kepentingan pengembangan dan pembangunan ekonomi/industri kreatif di Bandung.
7. Mengembangkan kreativitas sebagai upaya untuk pemberdayaan ekonomi dalam rangka peningkatan kualitas hidup masyarakat sipil, kelestarian ekosistem dan penghargaan terhadap keaneka-ragaman budaya.

## 1.1.2 Struktur Organisasi Bandung Creative City Forum

### Struktur Organisasi Bandung Creative City Forum Periode 2013 -2017

Ketua	: Fiki Satari
Wakil Ketua	: Tegep Oktaviansyah
SekJen	: Tita Larasati
Direktur Keuangan	: Febby Arhemsyah
Direktur HKI & Legal	: Rizky Adiwilaga
Direktur Program	: Galih Sedayu
Komite Kurator Program	: Irvan Noe'man (koord.)

#### TIM SEKRETARIAT

Pusat Data	: Yesy Puspita
Riset & Program	: Dudi Sugandi (koord.)
Manajemen Simpul	: Yesy Puspita
Hubungan Komunitas	: Man Jasad & Gadis Azahra
Hubungan Internasional	: Tanti Sofyan
Media	: Dudi Sugandi (MAGZ) Boyan (web)
Simpul Institute	: Ira Shintia
Y-PLAN	: Ardanti Andiarti

#### TIM PROGRAM

Sekretaris Program	: Dewi Shinta Putri
Business	: Wientor Rah Mada (Koord.) Harry A. Mawardi & Kafin Noe'man ( <i>Branding</i> ) Wientor Rah Mada ( <i>Creative Entrepreneur Network</i> ) Wientor Rah Mada ( <i>Tourism</i> ) Yogie Dwimaz (konsultansi)
Social	: Reza Pamungkas (Koord.) Aan ( <i>Public Discussion</i> ) Dicky Sukmana ( <i>Competition &amp; Award</i> ) M. Lukman & Adi Panuntun ( <i>Technology</i> ) Panca Dwinandika ( <i>Event &amp; Festival</i> )

Built Environment : M. Ihsan & Zaini Alif (*Education*)  
 : Kandi Sekarwulan (Koord.)  
 Rahmat Djabari (Kampung),  
 Nurrewa, Culindra & Sahabat Kota (Taman &  
 Ruang Publik)  
 Tubagus Adi (Bangunan & Situs)  
 Kiki Aghistna (Ekologi)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Indonesia memiliki beberapa permasalahan sosial yang perlu ditangani dan diselesaikan. Permasalahan sosial biasanya muncul karena adanya perbedaan persepsi yang ditimbulkan oleh masyarakat terhadap suatu keadaan yang tidak lazim. Menurut Wawan Dhewanto *et al* (2013) permasalahan sosial yang terjadi di Indonesia terbagi menjadi beberapa aspek. Diantaranya adalah :

**Tabel 1.1**  
**Beberapa Permasalahan Sosial di Indonesia**

Permasalahan Sosial	Keterangan
Kemiskinan	Tingkat kemiskinan di Indonesia masih cukup tinggi. Menurut Badan Pusat Statistik pada bulan Maret 2014, tingkat kemiskinan di Indonesia mencapai 28,280,01 jiwa. Kemiskinan di Indonesia didominasi oleh masyarakat yang berdomisili di pedesaan dengan 17.772.81 jiwa.
Pengangguran	Indonesia merupakan salah satu tingkat pengangguran tertinggi di dunia. pada tahun 2012, indonesia

(*Bersambung*)

(Sambungan)

Permasalahan Sosial	Keterangan
	merupakan negara yang memiliki tingkat pengangguran muda tertinggi di Asia. Tingkat pengangguran muda yang berusia antara 15 hingga 29 tahun mencapai 19,9 persen sedangkan untuk tingkat pengangguran terbuka di Indonesia secara keseluruhan mencapai 7,39 juta jiwa.( BPS, 2013)
Pendidikan	Indonesia berada pada peringkat 121 dari 187 negara pada peringkat Indeks Pembangunan Manusia (HDI, 2013) Hal ini memperlihatkan bahwa sistem pendidikan di Indonesia masih belum berhasil untuk menghasilkan tenaga kerja berkualitas. Tidak meratanya pendidikan membuat banyak sekali tenaga kerja yang memiliki strata pendidikan yang rendah sehingga akhirnya mempengaruhi tingkat pengangguran di Indonesia. (Wawan Dhewanto <i>et al.</i> , 2013)

Sumber : Badan Pusat Statistik (2014) dan Human Development Research (2013)

Salah satu solusi yang dapat mengatasi permasalahan-permasalahan sosial yang timbul adalah kehadiran dan aplikasi dari *social entrepreneurship* (Sumber : <http://swa.co.id/edition/social-entrepreneur-misi-suci-kaum-bisnis-swa-edisi-232> 012. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2014 ). Kewirausahaan sosial memiliki kesamaan dengan *business entrepreneurship* dalam memenuhi kebutuhan yang ada di *market* dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang *sustainable*.

Perbedaan utama dari *social entrepreneurship* dan *business entrepreneurship* adalah kewirausahaan sosial berfokus dalam menghasilkan profit untuk memberikan pengaruh positif yang diberikan perusahaan pada masyarakat baik pada bidang sosial, budaya maupun lingkungan. (Sumber : <http://ottawa.the-hub.net/hub-updates/social-vs-business-entrepreneurship>. Diakses pada 10 Oktober 2014).

Gerakan kewirausahaan sosial sebenarnya sudah lama berlangsung, namun istilah *social entrepreneurship* mulai muncul dan digunakan secara luas terutama sejak dianugerahinya Muhammad Yunus yang mendirikan Grameen Bank sebagai pemenang nobel pada tahun 2006. Bank yang didirikan oleh Muhammad Yunus ini memiliki fokus dalam memberikan pinjaman untuk masyarakat miskin, khususnya kaum perempuan, dengan jumlah kecil dan dengan bunga rendah. ( Sumber : [http://www.nobelprize.org/nobel\\_prizes/peace/laureates/2006/grameen-facts.html](http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2006/grameen-facts.html). Diakses pada 14 September 2014 dan <http://www.beritasatu.com/ekonomi/209943-muhammad-yunus-atasi-kemiskinan-lewat-wirusaha.html>. Diakses pada 14 September 2014).

Gerakan *social entrepreneurship* secara umum dimulai terlebih dahulu oleh tindakan atau aktivitas individu. Namun, dengan semakin berkembangnya lingkup dan dinamika dari kewirausahaan sosial, maka dibutuhkan suatu institusi yang menjadi *holding company* dari berbagai kegiatan kewirausahaan sosial yang lazim disebut sebagai *social enterprise* (Wibhawa, 2011:33).

Inggris merupakan negara yang memiliki perkembangan *social enterprise* yang cukup tinggi di dunia. Menurut penelitian yang diadakan BMG Research pada tahun 2013 tercatat ada 900 *social enterprise* dengan skala besar di Inggris dan pada skala bisnis menengah berada pada skala 217,400-349,500 *social enterprise*. Jumlah tenaga kerja yang telah berkerja di *social enterprise* mencapai angka 2,136,600 orang yang bekerja di *social enterprise* di Inggris. Selain itu, British Council menaksir sedikitnya ada 62.000 *social enterprises* yang menyumbang £24 miliar bagi ekonomi Inggris (Sumber : <http://nasional.kompas.com/read/2010/03/26/0804535/Wirusahawan.Sosial..Apa>.

Itu dan [www.gov.uk/government/publications /social-enterprise-market-trends](http://www.gov.uk/government/publications/social-enterprise-market-trends) Diakses pada tanggal 10 Oktober 2014).

Jika diperbandingkan, kekuatan *social enterprise* di Indonesia dan negara lain masih jauh. Data per tahun 2010 menunjukkan bahwa jumlah *enterprise* di Indonesia hanya 0,18 persen dari target 2 persen seluruh penduduk di Indonesia. Berdasarkan data tersebut, 0,18 persen didominasi kuat oleh *business enterprise* bukan oleh *social enterprise* di Indonesia. ( Sumber : <http://www.nsbcamp.com/klaodfa-hfdafhd-dkfhjere/> Diakses pada tanggal 13 Oktober 2014). Hal ini menunjukkan besarnya perbedaan jumlah antara *social enterprise* dengan jumlah *business enterprise* di Indonesia. Meskipun jumlahnya masih sangat sedikit, terdapat beberapa contoh sukses dari *social enterprise* di Indonesia yang telah memberikan dampak positif pada masyarakat dalam berbagai bidang. Diantaranya adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Beberapa Social Enterprise di Indonesia**

No	Social Enterprise	Bidang
1	Asgar Muda	Pada tahun 2006, Goris Mustaqim mendirikan Asgar Muda yang merupakan yayasan yang didirikan untuk mengembangkan kaum muda agar terlibat dalam bidang organisasi, pengembangan komunitas dan potensi daerah serta <i>entrepreneurship</i> dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kota Garut. Sumber : ( <a href="http://sea-dd.com/?p=228">http://sea-dd.com/?p=228</a> . Diakses pada tanggal 14 November 2015)
2	Greeneration Indonesia	Greeneration Indonesia didirikan oleh M. Bijaksana Junerosano pada tahun 2005. Greeneration Indonesia berfokus pada pelestarian

(Bersambung)

(Sambungan)

No	<i>Social Enterprise</i>	Bidang
		lingkungan dengan memproduksi tas ramah lingkungan dan juga melalui salah satu unit bisnisnya yaitu Waste4Change yang memiliki spesialisasi dalam bidang <i>waste management</i> . Sumber : ( <a href="http://www.thejakartapost.com/news/2014/04/08/mohamad-bijaksana-junerosano-a-modernist-environmental-activism.html">http://www.thejakartapost.com/news/2014/04/08/mohamad-bijaksana-junerosano-a-modernist-environmental-activism.html</a> . Diakses pada tanggal 14 November 2014)
3	Saung Angklung Udjo	Udjo Ngalagena (Alm.) pada tahun 1966 mendirikan sanggar kesenian Sunda, bernama Saung Angklung Udjo yang berfokus dalam melestarikan budaya dan kesenian Sunda melalui alat musik angklung. berkat konsistensi dalam pelestarian Angklungnya, membuat UNESCO mengumumkan bahwa Angklung merupakan warisan budaya asli Indonesia. Saung Angklung Udjo juga mengembangkan potensi masyarakat sekitar dengan memberikan pelatihan dan lapangan pekerjaan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta turut membantu melestarikan kebudayaan dan kesenian Sunda. Sumber : ( <a href="http://www.angklung-udjo.co.id/about">http://www.angklung-udjo.co.id/about</a> . Diakses pada 14 November 2014)
4.	Bandung Creative City Forum	Didirikan pada tahun 2008, Bandung Creative City Forum berfokus pada pengembangan potensi dari masyarakat Kota Bandung melalui pendidikan berbasis kreativitas, perencanaan dan perbaikan infrastruktur kota dan menciptakan wirausaha-

(Bersambung)



(Sambungan)

No	<i>Social Enterprise</i>	Bidang
		wirausaha kreatif baik perorangan atau komunitas. Bandung Creative City Forum turut serta dalam mengembangkan brand kota Bandung yaitu .BDG demi mentahbiskan kota Bandung sebagai kota kreatif yang siap berkolaborasi sekaligus berkompetisi secara global. Sumber : ( <a href="http://www.bccf-bdg.com">www.bccf-bdg.com</a> . Diakses pada 14 November 2014)

Sumber : Olahan Data Penulis.

Dari beberapa contoh *social enterprise* tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai Bandung Creative City Forum yang berfokus dalam pengembangan potensi kreatif dari masyarakat kota Bandung. Saat ini Kota Bandung tengah dipersiapkan untuk menjadi *smart city* yaitu konsep kota berbasis teknologi yang dintegrasikan pada pelayanan publik untuk mencerdaskan warga dan kotanya. *Smart city* juga didefinisikan dengan arti perencanaan pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya manusia dalam suatu kota untuk pengembangan kota yang berkelanjutan dengan aman dan nyaman. Dalam pengembangan *smart city* terdapat tiga hal yang harus diperhatikan yaitu *ICT*, *people* dan *process*. Sumber : (<http://bandung.bisnis.com/m/read/20140925/82446/519058/saatnya-mempertegas-arrah-pembangunan-smart-city>. Diakses pada tanggal 14 November 2014). Dalam hal ini, Bandung Creative City Forum memiliki andil dalam mengembangkan potensi masyarakat Kota Bandung dengan menerapkan program-program yang dapat memaksimalkan kapabilitas dari sumber daya manusia di Kota Bandung. Berikut adalah program-program dari Bandung Creative City Forum :

**Tabel 1.3**  
**Program-Program dari Bandung Creative City Forum**

No	<i>Program</i>	Keterangan
1	Simpul Institute	Simpul Institute adalah ruang berbagi dan berjejaring untuk komunitas dan warga Bandung dengan tujuan untuk memberi ruang pada pengembangan kreativitas. Program-program yang diadakan oleh simpul institute diperuntukkan bagi warga dari usia dini sampai dewasa. Program yang dilakukan adalah Simpul rutin yaitu kelas-kelas pengembangan kreativitas yang rutin diadakan setiap minggu seperti kelas petualangan, kelas gambar dan menulis kreatif, kelas komik, <i>programming</i> , seni peran, desain fashion untuk anak dan lain-lain.
2	Helarfest	Sebuah rangkaian kegiatan perayaan yang ditujukan untuk menampilkan berbagai potensi ekonomi kreatif yang berkembang dalam lingkup Kota Bandung. Kegiatan ini merupakan salah satu program yang dikembangkan oleh Bandung Creative City Forum, sebagai bagian dari strategi jangka panjang pengembangan <i>platform</i> ekonomi kreatif yang berkelanjutan di kota Bandung.
3	Design Action	Designaction.bdg adalah aktivitas kreatif yang dilakukan oleh masyarakat setempat untuk memberikan kontribusi kepada Kota Bandung. Program ini berhasil memperbaiki penampilan kota

(Bersambung)

(Sambungan)

No	Program	Keterangan
		Bandung. Namun, sebagian besar kegiatan ini dilakukan secara spontan dari satu program ke program yang lain.
4	Kampung Kreatif	Kampung kreatif adalah program Bandung Creative City Forum yang berfokus dalam mengembangkan pemukiman - pemukiman yang memiliki potensi ekonomi melalui kegiatan <i>entrepreneurial</i> .

Sumber : [www.bccf-bdg.com](http://www.bccf-bdg.com). Diakses pada 14 November 2014.

Keterbatasan sumber daya, terutama sumber daya finansial merupakan salah satu faktor yang membuat banyak *enterprise*, baik *business enterprise* maupun *social enterprise* di Indonesia gagal untuk bertahan lama. Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh IIBF, lebih dari 50 persen bisnis gagal bertahan di tahun kedua. Sementara lebih dari 65 persen bisnis gagal bertahan di tahun ke lima dan bisnis yang tak dapat berulang tahun di tahunnya yang ke-10 mencapai 96 persen. ( Sumber : <http://republika.co.id/berita/breaking-news/ekonomi/10/06/12/119444-50-persen-bisnis-gagal-di-tahun-kedua-mengapa>. Diakses pada 17 Oktober 2014). Keterbatasan sumber daya mendorong *social enterprise* untuk menemukan solusi yang inovatif dalam menggunakan sumber daya yang ada dan mendapatkan sumber daya yang baru untuk mencapai kesinambungan keuangan dan menciptakan *output* untuk kepentingan sosial. Salah satu solusi dari permasalahan yang terjadi pada *social enterprise* adalah penerapan dari *social bricolage* (Di Dominico *et al.*, 2010).

*Bricolage* adalah teori yang dikembangkan oleh Levi-Strauss pada tahun 1966 (Di Domenico *et al.*, 2010). *Bricolage* memiliki artian yaitu memaksimalkan sesuatu dengan sumber daya yang ada saat memecahkan masalah dan mengeksplorasi peluang yang ada.. *Bricolage* telah digunakan untuk menunjukkan *resourcefulness* dan kemampuan adaptasi pada berbagai konteks.

*Bricolage* juga telah diadaptasi dalam berbagai bidang seperti pendidikan, seni, bisnis dan *entrepreneur* (Duymedjian, 2010) .

Menurut Di Dominico *et al* (2010) penerapan *bricolage* pada sebuah *social enterprise* menghasilkan sebuah gagasan baru yaitu *social bricolage*. Terdapat beberapa gagasan dari *social bricolage* diantaranya *making do, a refusal to be constrained by limitation* ( Baker & Nelson, 2005), *improvisation* (Miner et al. 2001), *social value creation* (Zahra et al., 2009), *stakeholder participation* (Johannisson & Olaison 2007) dan *persuasion* (Strauss, 1993). *Social bricolage* menjadi solusi untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada dalam menciptakan nilai dan pengaruh sosial ke arah yang lebih baik secara berkesinambungan (Di Domenico, 2010).

Terbentuk dari berbagai komunitas kreatif di Kota Bandung dan bergerak sebagai organisasi non profit yang memberikan dampak positif bagi masyarakat, Bandung Creative City Forum dapat bertahan hingga saat ini dengan memanfaatkan sumber daya dengan cara yang inovatif yaitu dengan memaksimalkan potensi dari setiap komunitas yang merupakan bagian dari Bandung Creative City Forum dan melakukan kolaborasi dengan berbagai instansi dan pemerintah sebagai upaya untuk dapat memberikan *social impact* terhadap masyarakat Kota Bandung secara terus-menerus.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik membuat penelitian yang berjudul “**ANALISIS PENERAPAN *SOCIAL BRICOLAGE* PADA *SOCIAL ENTERPRISE* DI KOTA BANDUNG (STUDI PADA BANDUNG CREATIVE CITY FORUM)**”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, masalah penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

- Bagaimana bentuk penerapan *social bricolage* dari Bandung Creative City Forum?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Mengetahui bentuk penerapan *social bricolage* dari Bandung Creative City Forum.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

#### a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang ilmu kewirausahaan sosial dan penerapan *social bricolage* dalam *social enterprise* dan dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian sejenis.

#### b. Kegunaan Praktis

##### 1) Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan bagi penulis tentang ilmu Kewirausahaan Sosial dan dapat menerapkan ilmu tersebut dalam cara berpikir secara kreatif dalam mengatasi suatu permasalahan.

##### 2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan Bandung Creative City Forum sebagai evaluasi kinerja dari Bandung Creative City Forum dan dapat digunakan sebagai referensi dalam penerapan *social bricolage* di Bandung Creative City Forum guna mengatasi keterbatasan sumber daya dan eksplorasi peluang dalam memberikan dampak sosial terhadap masyarakat.

##### 3) Bagi Pemerintah

Diharapkan pemerintah dapat lebih memperhatikan penerapan *social bricolage* untuk membantu keberlangsungan dari *social enterprise* khususnya di Kota Bandung.

##### 4) Bagi New Entrants

Hasil penelitian ini dapat menjadi pembelajaran serta menambah wawasan bagi para *entrepreneur* baru khususnya *social entrepreneur* mengenai penerapan *social bricolage* dalam eksplorasi peluang,

memanfaatkan sumber daya secara efektif dan efisien dan *sustainability* dari *social enterprise*.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Penulisan penelitian terdiri dari lima bab yang memiliki keterkaitan hubungan antara satu sama lainnya. Sistematika penyajian penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada pendahuluan terdapat kajian terhadap objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

### **BAB II TINJAUAN PUSAKA**

Kajian pustaka dan uraian umum tentang teori-teori yang digunakan serta literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian, dan kerangka pemikiran yang mendukung permasalahan

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan, variabel operasional, teknik pengumpulan data, teknik sampling, dan teknik analisa data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini terdiri dari karakteristik informan, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil pembahasan yang disertai dengan saran atau rekomendasi bagi perusahaan yang diteliti, pengguna hasil penelitian, maupun kepada peneliti yang berminat untuk melakukan penelitian selanjutnya.