



# ENTREPRENEURIAL ORIENTATION OF SOCIAL ENTERPRISES

Wendy Suganda, PhD & Shelvi, S.AB., M.M.

# SYLLABUS

# COURSE SYLLABUS

## Entrepreneurial Orientation of Social Enterprises

Minggu	Topik
1	Course Introduction
2	Introduction to Social Entrepreneurship
3	Entrepreneurial Orientation of Social Enterprises
4	Design Thinking in the Context of Social Enterprise
5	Theory of Change
6	Business Strategy and Value Creation
UTS	

Minggu	Topik
7	Social Impact Measurement
8	Digital Innovation in Social Entrepreneurship
9	Emerging Trends and Technological in Social Impact
10	Challenges Faced by Social Entrepreneurs: Financial Constrains
11	Challenges Faced by Social Entrepreneurs: Scalability
12	Human Aspects in Social Enterprise
UAS	

# COURSE SYLLABUS

## First Half

Minggu	Topik
1	<b>Course Introduction</b> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Teaching Philosophy</li><li>b. Active learning strategies</li><li>c. Assignments and examinations</li><li>d. Project explanation</li></ul>
2	<b>Introduction to Social Entrepreneurship</b> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Defining social entrepreneurship and its core principles</li><li>b. Social versus commercial enterprise</li><li>c. Revenue and sustainability of social enterprises</li><li>d. Historical context and contemporary trends</li><li>e. The rise of the impact economy</li></ul>
3	<b>Entrepreneurial Orientation of Social Enterprises</b> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Assessing needs to create value</li><li>b. Corporate Social Responsibility</li><li>c. Dual objective of Social enterprises</li><li>d. Case study: kita</li></ul>

Minggu	Topik
4	<b>Design thinking in the context of social enterprise</b> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Building empathy</li><li>b. Defining a solvable problem</li><li>c. Problem definition exercise</li><li>d. Ideation exercise</li><li>e. Validation plan</li><li>f. Prototype and testing</li></ul>
5	<b>Theory of Change</b> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Theory of change purpose and definition</li><li>b. Benefit of using a theory of change</li><li>c. Why understanding the problem important for Theory of Change</li><li>d. Case study 2: ruangguru</li></ul>
6	<b>Business Strategy and Value Creation</b> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Models of Social Impact</li><li>b. Marketing by social enterprise</li><li>c. Social enterprise performance and effectiveness</li><li>d. Value allocation and value capture</li></ul>

# LEARNING OUTCOMES

## Entrepreneurial Orientation of Social Enterprises

Pada akhir perkuliahan peserta didik akan:

- Memahami pentingnya mengidentifikasi dan menciptakan nilai dari kebutuhan.
- Mengenal dan memahami konsep CSR
- Memahami dual objective dari Social Enterprise
- Menentukan dan menganalisis praktik-praktik baik dari Social Enterprise



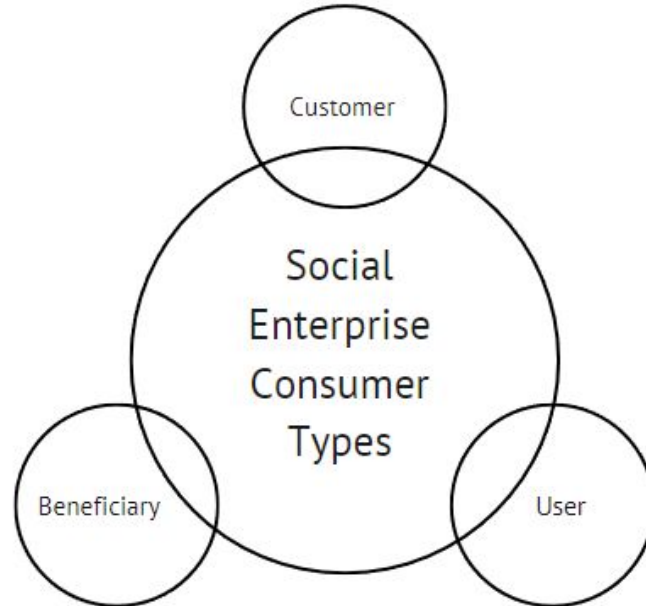
# PROLOG

## Assessing Needs to Create Value

- When entrepreneurs continuously **identify, understand**, and meet **consumer needs**, consumers continuously need and value them in return
- **Recurring revenue** may only be achieved when an entrepreneur prioritizes continuous learning about their **consumers' needs and** the creation of **solutions** that actually meet them.

# TYPE OF CONSUMER

Assessing Needs to Create Value



# SOCIAL ENTERPRISE CUSTOMER TYPES

## Assessing Needs to Create Value

### CUSTOMER KONSUMEN

A person who **pays** for a product or service. They have the purchasing power and thus certain needs (e.g. product price) of theirs must be satisfied.

### USER PENGGUNA

A person who will **use** a product or service.

### BENEFICIARY PENERIMA MANFAAT

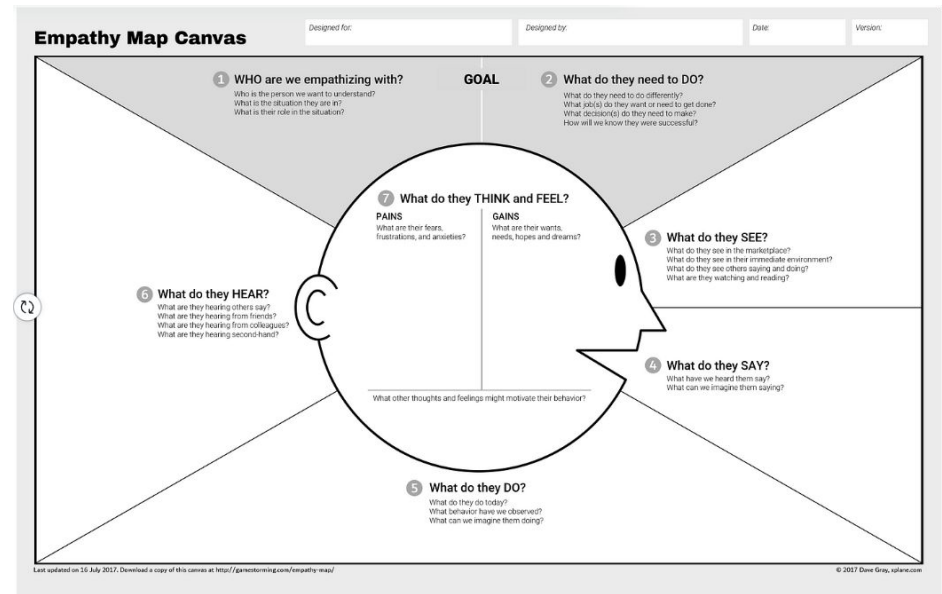
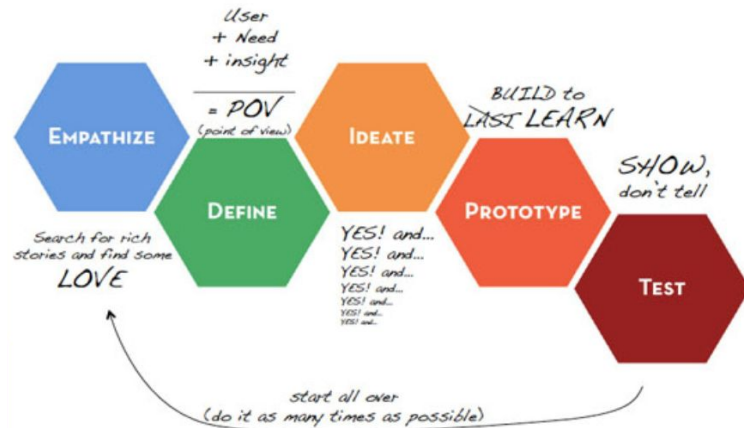
A person who benefits or **gains from something**. they may never even interact with an organization's products or services at all, yet they may benefit from it in various ways

Sometimes, the customer, end user, and beneficiary are ***all the same***.



# TOOLS FOR IDENTIFYING AND ASSESSING CONSUMER

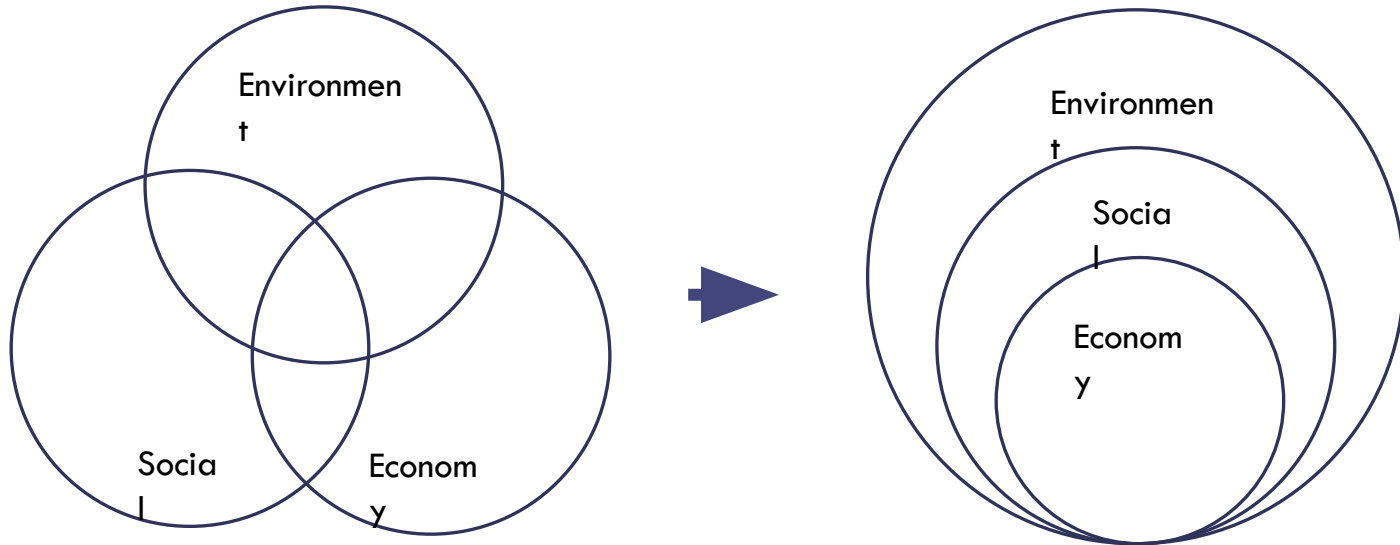
## Design Thinking & Empathy Map Canvas



VIDEO: TANPA AKSI, INOVASI  
TAK BERARTI

# CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

## Entrepreneurial Orientation of Social Enterprises



# DOUBLE BOTTOM LINE

## Entrepreneurial Orientation of Social Enterprises

### Economic Value

Measure and manage Financial performance

### Social

Measure and manage the social value of business activities contributing to the resolution of social problems

# VIDEO CASE STUDY: KITABISA.COM

<https://www.youtube.com/watch?v=gCRNg84wges&t=1s>

# CASE STUDY KITABISA.COM - MERAJUT KEBAIKAN LEWAT TEKNOLOGI

Kitabisa.com adalah sebuah platform penggalangan dana online yang telah berhasil memfasilitasi jutaan orang untuk berdonasi dan mendukung berbagai inisiatif sosial di Indonesia. Dimulai dengan sebuah ide sederhana untuk membantu sesama, Kitabisa kini telah tumbuh menjadi salah satu platform *social crowdfunding* terbesar di Asia Tenggara.

Kitabisa telah menunjukkan bagaimana teknologi dapat digunakan untuk menciptakan dampak sosial yang signifikan. Dengan memanfaatkan teknologi, Kitabisa memudahkan siapa saja untuk berkontribusi dalam mengatasi berbagai permasalahan sosial, mulai dari bencana alam, pendidikan, kesehatan, hingga pemberdayaan masyarakat. Melalui platform ini, individu, komunitas, maupun organisasi dapat membuat kampanye penggalangan dana secara *online* dan menjangkau donatur potensial dari seluruh penjuru dunia.

Salah satu kunci keberhasilan Kitabisa adalah kemampuannya dalam membangun kepercayaan di antara pengguna. Dengan sistem verifikasi yang ketat dan transparansi dalam pengelolaan dana, Kitabisa mampu meyakinkan masyarakat bahwa donasi yang terkumpul akan digunakan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, Kitabisa juga aktif menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan perusahaan, untuk memperluas dampaknya.

Kitabisa telah berhasil membuktikan bahwa *social enterprise* dapat menjadi bisnis yang sukses dan berdampak sosial. Dengan memanfaatkan teknologi dan membangun komunitas yang kuat, Kitabisa telah menjadi salah satu platform penggalangan dana online terbesar di Indonesia. Namun, untuk terus berkembang, Kitabisa perlu terus berinovasi, memperkuat keamanan platform, dan memperluas jangkauan ke berbagai segmen masyarakat.

# PERTANYAAN:

1. Apa yang membuat Kitabisa.com begitu sukses menarik perhatian masyarakat untuk berdonasi?
2. Menurutmu, apa yang membuat Kitabisa.com beralih dari Non-Profit Organization menjadi Social Enterprise?
3. Tantangan apa yang mungkin dihadapi oleh Kitabisa.com di masa depan?
4. Apa yang dapat kita pelajari dari kisah sukses Kitabisa.com untuk mengembangkan social enterprise lainnya?

# VIDEO COUNTDOWN 15 MENIT





TERIMA KASIH

© 2024

Mata Kuliah ini dikembangkan oleh Wendy Suganda, PhD dan Shelvi, S.AB., M.M. untuk Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.

Pertanyaan dan komentar dapat menghubungi:

[w.suganda@unpar.ac.id](mailto:w.suganda@unpar.ac.id)