

Penguatan Perspektif *Sociopreneurship* bagi Orang Muda melalui *Minitalkshow*

Aryan Agus Pratama¹, Fahrian Arsyam Gultom², Zulfahmi³, Andhi Pebisatria⁴, Fikah⁵
aryan.aguspratama@unm.ac.id¹, fahrianagultom@unm.ac.id², zulfahmi@unm.ac.id³,
andhi.febisatria@unm.ac.id⁴, fhika48@gmail.com⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Makassar

Abstract: *Global technological changes have shifted the business paradigm, requiring business activities to not only be profit-oriented, but also capable of creating social value. This phenomenon requires the younger generation to not only be competent business people, but also play an active role in creating a positive social impact. This activity aims to strengthen the perspective of sociopreneurship and increase critical awareness of the importance of integrating economic and social aspects among the younger generation. The activity was carried out through a mini-talkshow, which reached audiences both offline and online. The results of the activity showed that sociopreneurship learning can be effectively internalized through an action-reflective approach, integrating managerial, entrepreneurial, and social responsibility aspects. These findings confirm that higher education has a strategic role as a space for developing the capacity of the younger generation to become competent, ethical, and socially sustainable business actors. This activity also instilled a new spirit and encouraged the younger generation to play an active role in creating positive social change in their surroundings, while strengthening their social value-based entrepreneurial competencies.*

Keywords:
Business,
Generation, Impact,
Social,
Sociopreneurship,
Younger

Pendahuluan

Perubahan teknologi global telah menggeser cara pandang terhadap bisnis. Pada era saat ini, bisnis tidak lagi hanya untuk mengejar keuntungan semata, tetapi juga dituntut untuk menciptakan nilai sosial (*social value*). Paradigma baru ini dikenal dengan istilah *sociopreneurship*, yakni model kewirausahaan yang menyeimbangkan orientasi profit atau laba dengan misi social (Zulkifle & Aziz, 2023). Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, *sociopreneurship* berperan sebagai jembatan antara pertumbuhan ekonomi dan tanggung jawab sosial, sehingga bisnis tidak hanya menjadi sumber keuntungan, tetapi juga sarana menciptakan perubahan sosial yang positif (Ahmed et al., 2022; Baltador & Grecu, 2023).

Kota metropolitan seperti Makassar menghadirkan suatu paradoks. Sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi Indonesia Timur, Makassar mengalami kemajuan pesat di sektor jasa, perdagangan, dan industri kreatif. Namun di sisi lain, kota ini juga menghadapi tantangan urban seperti ketimpangan sosial, arus urbanisasi yang padat, dan kesenjangan akses terhadap peluang ekonomi (Fitrianti et al., 2021). Ini mengindikasikan situasi yang mana dibutuhkan pelaku bisnis yang tidak hanya berorientasi profit, tetapi juga mampu menciptakan solusi sosial di tengah kompleksitas kota.

Berdasarkan data BPS (2023), lebih dari 65% penduduk Kota Makassar berada dalam usia produktif (15–59 tahun). Angka ini menunjukkan besarnya potensi demografis anak muda sebagai penggerak ekonomi kreatif dan sosial. Potensi tersebut kemudian direspon oleh Pemerintah Kota Makassar melalui inisiatif pengembangan Makassar Creative Hub (MCH), yang kini tersebar di 15 lokasi baru. Fasilitas ini menjadi ruang kolaborasi bagi komunitas kreatif, pelaku UMKM, inovator sosial, dan generasi muda untuk berkreasi, berjejaring, dan menciptakan ide-ide berbasis nilai sosial (Makassarkota.go.id, 2025). Fenomena ini menegaskan bahwa kota membutuhkan generasi muda yang tidak hanya cakap berbisnis, tetapi juga memiliki orientasi sosial dan keberlanjutan. Namun, potensi ini belum sepenuhnya diarahkan pada penciptaan dampak sosial. Banyak anak muda masih memandang bisnis sebagai sarana untuk mencari keuntungan cepat, bukan sebagai medium perubahan sosial (Gupta et al., 2020).

Dalam konteks tersebut, penguatan perspektif *sociopreneurship* di kalangan anak muda menjadi semakin penting. Meskipun diskusi dan kajian mengenai *sociopreneurship* terus berkembang (Singgalen & Sijabat, 2023; Zulkifle & Aziz, 2023; Zuraidah et al., 2025), namun implementasinya di tingkat praktis masih menghadapi berbagai tantangan. (Baltador & Grecu, 2023; Klarin & Suseno, 2023) mengungkap masih banyak orang muda yang memahami kewirausahaan sosial hanya sebatas konsep ideal tanpa kemampuan aplikatif di lapangan. Ini diduga terjadi karena belum adanya model pembelajaran yang mampu menumbuhkan nilai sosial. Dengan demikian, lingkungan pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam membentuk kesadaran kritis mahasiswa yang juga orang muda agar mampu menjadi pelaku bisnis sekaligus pelaku perubahan sosial yang inovatif dan berdaya cipta.

Salah satu pendekatan edukatif yang dinilai relevan dan komunikatif bagi generasi muda adalah minitalkshow, karena prosesnya yang dialogis, partisipatif dan inspiratif dianggap mampu menjembatani antara teori dan praktik kewirausahaan (Alpiansah et al., 2023) (Singgalen & Sijabat, 2023). Oleh karena itu, sebagai wujud nyata kontribusi lingkungan kampus dalam penguatan nilai sosial di kalangan mahasiswa, dilaksanakan kegiatan minitalkshow bertajuk “Penguatan Perspektif Sociopreneurship bagi Orang Muda”. Kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan pemahaman mahasiswa dan orang muda secara umum tentang pentingnya keseimbangan antara orientasi bisnis dan tanggung jawab sosial. Serta diharapkan muncul kesadaran kritis di kalangan anak muda perkotaan untuk memandang bisnis bukan semata alat mencari laba, tetapi juga sarana untuk menciptakan perubahan sosial yang berdampak dan berkelanjutan.

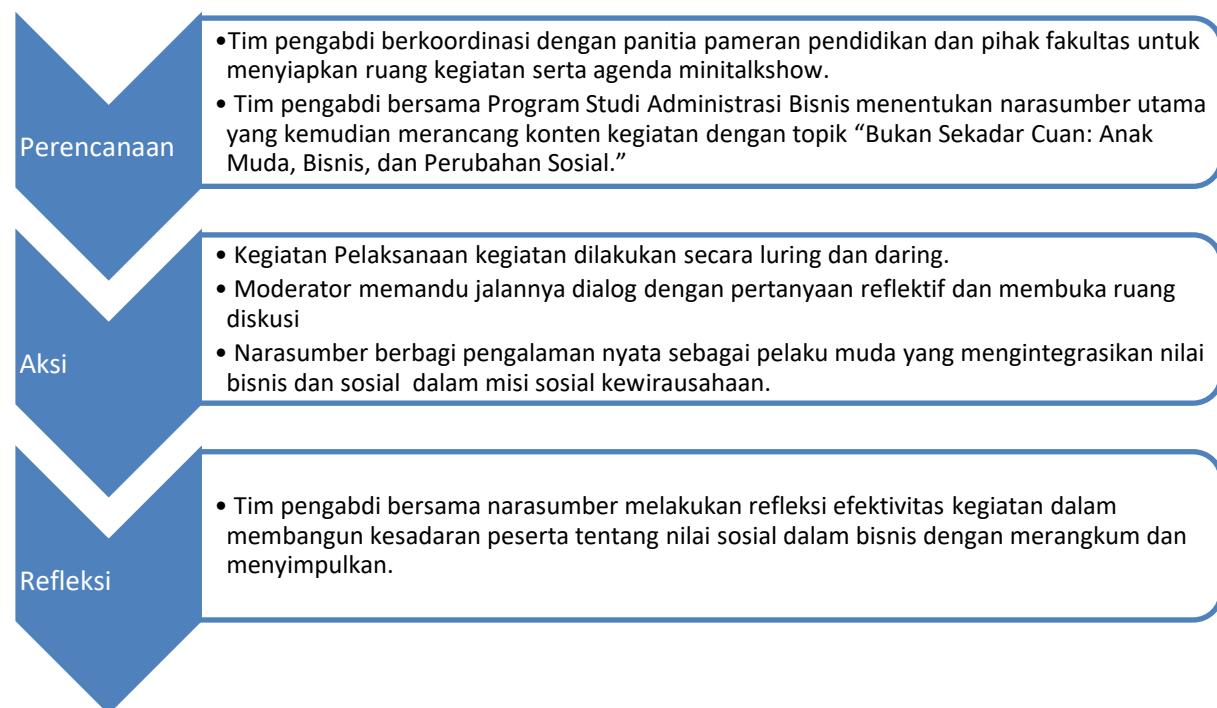
Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) karena menekankan proses kolaboratif antara pengabdi, narasumber, dan audiens muda sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran. Pendekatan ini memungkinkan

seluruh pihak terlibat secara partisipatif dalam proses identifikasi isu, refleksi, serta tindakan sosial yang diharapkan mampu menghasilkan perubahan kesadaran dan perilaku (Rahmat & Mirnawati, 2020). Melalui pendekatan PAR, kegiatan tidak hanya bersifat transfer informasi, tetapi juga menjadi ruang refleksi dan dialog yang membangun kesadaran kritis terhadap pentingnya nilai sosial dalam praktik bisnis. Model ini selaras dengan semangat *sociopreneurship*, di mana kegiatan ekonomi dilihat bukan semata untuk keuntungan (profit), tetapi juga sebagai sarana menciptakan dampak sosial positif di masyarakat.

Kegiatan telah dilaksanakan pada 22 Juli 2025 bertempat di area stand panitia pameran pendidikan dan pihak fakultas untuk menentukan ruang kegiatan dan agenda minitalkshow. Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (FIS-H), dalam rangkaian Pameran Pendidikan Dies Natalis ke-64 Universitas Negeri Makassar. Lokasi ini dipilih karena menjadi pusat interaksi lintas komunitas akademisi, mahasiswa, pelajar, guru, dan masyarakat umum sehingga efektif sebagai ruang publik edukatif untuk membangun kesadaran sosial anak muda. Audiens terdiri dari pengunjung pameran pendidikan (mahasiswa, pelajar, guru, masyarakat umum) serta audiens daring melalui siaran langsung di akun Instagram Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum dan Program Studi Administrasi Bisnis.

Adapun tahapan kegiatan ini yang dilakukan secara sistematis disajikan dalam Gambar 1, berikut ini:



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Pembahasan

Kegiatan Minitalkshow berlangsung dengan dinamis dan interaktif. Diskusi yang difasilitasi oleh tim pengabdi diawali dengan perkenalan narasumber serta pemantik kesadaran peserta mengenai paradigma baru dalam dunia bisnis. Selama ini, bisnis sering dipersepsi semata-mata sebagai sarana mencari keuntungan. Namun, generasi muda kini menghadirkan perspektif berbeda, bisnis bukan hanya soal profit, tetapi juga purpose dan impact. Bisnis menjadi alat transformasi sosial yang menghubungkan nilai ekonomi dengan nilai kemanusiaan.

Dalam sesi utama, moderator memulai sesi minitalkshow dengan memberikan gambaran mengenai fenomena orang muda dan *sociopreneurship* (Gambar 1) dan mempersilahkan narasumber memberikan prespektifnya. Narasumber membuka dengan memberikan penegasan secara tidak langsung bahwa *sociopreneurship* tidak berhenti pada wacana filantropi, melainkan diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata yang berdampak. Salah satu contoh konkret ditunjukkan yakni melalui kegiatan Himanis Mengabdi yang pernah dijalankan. Disebutkan bahwa kegiatan tersebut terdiri dari tiga batch dengan tema pendampingan berbeda-beda yaitu: (1) *Growth Mindset*, untuk memperkuat pola pikir kewirausahaan, (2) Legalitas Usaha, untuk membantu pelaku usaha kecil memahami pentingnya izin usaha dan perlindungan hukum, serta (3) Desain Grafis, untuk memperkuat kemampuan promosi dan branding produk melalui teknologi digital. Lembih lanjut dijelaskan bahwa proses pendampingan yang telah dilakukan tersebut disebutkan sebagai bentuk aktualisasi keilmuan Administrasi Bisnis dalam konteks nyata masyarakat, khususnya pada aspek pemberdayaan ekonomi lokal. Capaian dari kegiatan tersebut berupa empat usaha kecil yang berhasil memperoleh legalitas usaha serta dua peserta yang berhasil memiliki desain grafis usahanya sendiri.



Gambar 2. Kegiatan Minitalkshow

Dalam hal ini, keberhasilan dari kegiatan pemberdayaan berbasis *sociopreneurship* bergantung pada kemampuan menciptakan *shared value* antara masyarakat dan pelaku pendamping (Teguh et al., 2021), seperti dalam penguatan kelembagaan ekonomi dan legalitas usaha masyarakat kecil. Legalitas usaha dipandang sebagai elemen penting untuk memastikan keberlanjutan, kredibilitas, dan pertumbuhan profesional bisnis masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan (Lubberink, 2019) yang menekankan bahwa kewirausahaan sosial harus berorientasi pada penciptaan *social value* melalui aksi nyata yang berkelanjutan, bukan sekadar aktivitas amal atau donasi.

Pada dimensi sosial, narasumber menyoroti pentingnya kepuasan dan kebermaknaan dalam aktivitas pemberdayaan. Dijelaskan kegiatan sosial mungkin tidak memberikan keuntungan finansial secara langsung, tetapi menghadirkan nilai emosional yang mendalam berupa kebanggaan, rasa puas, dan semangat berbagi. Melalui peran sebagai pendamping, narasumber memfasilitasi kelompok perempuan untuk memperoleh akses ekonomi dan dukungan sosial tanpa harus menggurui, melainkan membangun kepercayaan dan kolaborasi sejajar. Pengalaman mendampingi kelompok perempuan di desa menunjukkan bahwa empati dan kemampuan mendengarkan merupakan bagian penting dalam *sociopreneurship* (Wijanarko, 2023). Pada kesempatan tersebut narasumber menginformasikan bahwa pengalaman pendampingan telah memperlihatkan bahwa nilai sosial dapat diciptakan melalui relasi yang setara dan saling menguatkan, sebagaimana juga disebut (Klarin & Suseno, 2023) yang menyebutkan bahwa *socioentrepreneurship* berperan penting dalam menciptakan perubahan sosial berbasis komunitas dan pendidikan kewirausahaan sosial.

Pada sesi diskusi, salah satu peserta mengajukan pertanyaan yang menyoroti tantangan moral dalam dunia bisnis, “*sebagai orang muda yang terus ingin berbisnis, bagaimana kita menjaga agar tujuan sosial tetap ada dan tidak hilang?*” Menanggapi hal tersebut, narasumber menjelaskan bahwa masih banyak mahasiswa dari daerah yang menempuh pendidikan di kota besar, namun enggan kembali membangun daerah asalnya. Padahal, transfer pengetahuan dan pengalaman kepada masyarakat desa merupakan bentuk nyata tanggung jawab sosial. Sebagai contoh, narasumber menceritakan pengalamannya dalam membantu keluarga yang memiliki usaha kecil untuk mengurus legalitas usaha dan memperkuat branding produk. Praktik sederhana tersebut menunjukkan bahwa *sociopreneurship* dapat dimulai dari lingkungan terdekat dengan tujuan menciptakan manfaat sosial yang lebih luas.

Pada akhir sesi, moderator mencoba merangkap bahasan dengan menyoroti pembahasan mengenai pentingnya kesadaran kritis di kalangan orang muda untuk memaknai kembali tujuan pendidikan, bisnis dan peran sosialnya. Kesadaran kritis dapat menjadi dasar bagi individu untuk memahami realitas sosial dan bertindak secara reflektif dalam menciptakan perubahan. Kesadaran tersebut mendorong pelaku muda untuk menyeimbangkan tujuan ekonomi dengan tanggung jawab sosial. Hal yang sama juga diungkapkan Zuraidah et al., (2025)

bahwa generasi muda perlu mengintegrasikan dimensi sosial ke dalam praktik bisnisnya sebagai proses penciptaan nilai yang melibatkan interaksi, empati, dan kolaborasi antara pelaku bisnis dan komunitas. Dengan demikian, orientasi bisnis yang berkeadilan sosial menjadi wujud nyata dari kesadaran kritis dan rekonstruksi nilai dalam praktik *sociopreneurship*.

Secara keseluruhan, kegiatan minitalkshow ini dapat merefleksikan bahwa pembelajaran *sociopreneurship* dapat diinternalisasi secara efektif melalui pendekatan aksi-reflektif. Larasati (2023) menegaskan bahwa digitalisasi *sociopreneurship* mampu meningkatkan efektivitas pembelajaran dan kolaborasi lintas generasi melalui penggunaan teknologi kreatif yang inklusif. Dalam konteks ini, orang muda tidak sekadar menjadi pendengar pasif, melainkan turut membangun pemahaman melalui narasi, dialog, dan refleksi nilai. Rangkaian kegiatan memperlihatkan bahwa generasi muda membutuhkan ruang interaktif untuk memahami bahwa bisnis memiliki dimensi sosial yang sama pentingnya dengan dimensi ekonomi. Selain itu, kegiatan ini menjadi contoh penerapan keilmuan Administrasi Bisnis secara integratif, menggabungkan aspek manajerial, kewirausahaan, dan tanggung jawab sosial.

Secara keseluruhan, kegiatan minitalkshow ini merefleksikan bahwa pembelajaran *sociopreneurship* dapat diinternalisasi secara efektif melalui pendekatan aksi-reflektif. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini menghadapi tantangan situasional karena berlangsung di lingkungan yang cukup ramai dan terbuka, sehingga suara bising dari sekitar sempat mengganggu jalannya diskusi. Namun, kondisi tersebut justru menjadi ruang pembelajaran kolaboratif bagi orang dewasa (pengabdi) dan orang muda (peserta) untuk beradaptasi secara dinamis. Keduanya secara sigap menyesuaikan tata letak kegiatan sebelum dimulai, mengoptimalkan penggunaan pengeras suara, serta mengelola interaksi agar diskusi tetap kondusif. Upaya tersebut juga memastikan peserta *live streaming* media social dapat memperoleh momentum dan manfaat yang sama dari jalannya kegiatan.

Praktik Baik yang dapat diambil dari kegiatan pengabdian melalui minitalkshow ini mampu menghadirkan ruang pembelajaran kolaboratif yang inklusif dan partisipatif bagi orang muda. Kegiatan ini bukan sekadar forum diskusi semata, tetapi menjadi ruang sosial tempat berbagi gagasan, pengalaman, dan refleksi nilai bertemu dalam satu konteks aksi nyata. Pengabdi, narasumber dan peserta berinteraksi secara setara, menunjukkan bahwa pembelajaran sosial dapat tumbuh melalui dialog dan praktik bersama. Kegiatan ini mencerminkan pendekatan aksi-reflektif yang memperlihatkan bahwa *sociopreneurship* dapat diinternalisasi melalui pengalaman langsung, bukan hanya teori. Praktik tersebut menjadi contoh konkret bagaimana keilmuan Administrasi Bisnis yang dapat diimplementasikan dalam pemberdayaan komunitas secara berkelanjutan. Sebagai rekomendasi, kegiatan serupa dapat dikembangkan dengan memperkuat sistem pendokumentasian praktik baik dan model kolaborasi lintas disiplin, misalnya melalui mentorship berkelanjutan antara perguruan tinggi, mahasiswa, pelaku usaha, dan komunitas lokal. Upaya ini akan memperluas dampak

sociopreneurship sebagai strategi pendidikan transformatif sekaligus penguatan ekonomi berbasis nilai sosial.

Kesimpulan

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat melalui minitalkshow ini telah berhasil menjadi sarana reflektif dan edukatif bagi orang muda perkotaan untuk meninjau kembali makna bisnis dalam konteks sosial yang lebih luas. Melalui paparan narasumber yang inspiratif dan pengalaman nyata dari pendampingan kewirausahaan berbasis komunitas, orang muda didorong untuk melihat bahwa bisnis bukan sekadar alat untuk memperoleh keuntungan finansial, melainkan juga wahana untuk menghadirkan perubahan sosial yang berdampak. Diskusi dan contoh-contoh konkret yang dihadirkan menumbuhkan kesadaran kritis bahwa nilai sosial dan keberlanjutan dapat berjalan beriringan dengan orientasi ekonomi. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memperkuat pengetahuan kewirausahaan, tetapi juga menanamkan semangat baru bagi generasi muda untuk menjadi pelaku bisnis yang beretika, berempati, dan berkontribusi terhadap kemajuan sosial di lingkungannya.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Prof. Dr. Jumadi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar periode 2021–2025, atas izin dan dukungan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk mini talkshow di stand pameran dapat terlaksana dengan baik. Penghargaan yang tulus juga disampaikan kepada panitia Pameran Pendidikan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, yang telah memfasilitasi ruang kegiatan ini sebagai bagian dari rangkaian perayaan Dies Natalis ke-64 Universitas Negeri Makassar. Terima kasih kepada Ketua Program Studi Administrasi Bisnis atas dukungan penuh terhadap terselenggaranya kegiatan ini, serta kepada rekan-rekan dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang turut berkontribusi dalam perencanaan, koordinasi, dan pelaksanaan kegiatan hingga berjalan sukses. Ucapan terima kasih khusus juga diberikan kepada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis atas keterlibatan aktif, antusiasme, dan dedikasinya yang luar biasa dalam mendukung kegiatan pengabdian ini hingga memberikan dampak positif bagi masyarakat luas.

Daftar Pustaka

- Ahmed, N., Li, C., Qalati, S. A., Rehman, H. U., Khan, A., & Rana, F. (2022). Impact of Business Incubators on Sustainable Entrepreneurship Growth with Mediation Effect. *Entrepreneurship Research Journal*, 12(2), 137–160. <https://doi.org/10.1515/erj-2019-0116>
- Alpiansah, R., Pratama, A. A., Yuliana, I., Ramdani, R., & Dewi, P. (2023). Radio Talk Show: Seni Minimalis Kelola Keuangan Tipis. *JILPI*, 1(4), 635–644. <https://journal.insankreasimedia.ac.id/index.php/JILPI>

- Baltador, L. A., & Grecu, V. (2023). Developing Sustainable Entrepreneurs Through Social Entrepreneurship Education. *Studies in Business and Economics*, 18(2), 37–47. <https://doi.org/10.2478/sbe-2023-0023>
- Fitrianti, A. N., Achsanuddin, A. N., & Adelia, S. (2021). *Point of View Research Economic Development Factors Affecting Urbanization in Makassar City.* <https://journal.accountingpointofview.id/index.php/povred>
- Gupta, P., Chauhan, S., Paul, J., & Jaiswal, M. P. (2020). Social entrepreneurship research: A review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 113, 209–229. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.032>
- Klarin, A., & Suseno, Y. (2023). An Integrative Literature Review of Social Entrepreneurship Research: Mapping the Literature and Future Research Directions. In *Business and Society* (Vol. 62, Issue 3, pp. 565–611). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/00076503221101611>
- Larasati, H. (2023). Digitalization Of Sociopreneurship In Efforts Of Business Development And Optimization Of Workforce Empowerment. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(2). <https://journal.ikopin.ac.id>
- Lubberink, R. (2019). *Social Entrepreneurship and Sustainable Development* (pp. 1–11). https://doi.org/10.1007/978-3-319-71058-7_47-1
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (20 C.E.). *MODEL PARTICIPATION ACTION RESEARCH DALAM PEMERDAYAAN MASYARAKAT.* <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index>
- Singgalen, Y. A., & Sijabat, R. (2023). EKSPLANASI INTENSI MENJADI SOCIAL ENTREPRENEUR MELALUI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL. *AdBisprenur*, 7(3), 301–317. <https://doi.org/10.24198/adbisprenur.v7i3.41149>
- Teguh, M., Sitepu, S. N. B., Wiwiek, & Tanaka, P. (2021). *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DAN CREATING SHARED VALUE UNTUK PEMERDAYAAN PETERNAK SAPI PERAH.*
- Wijanarko, G. (2023). Strengthening sociopreneurship culture through the Pentahelix collaboration model. In *International Journal on Social Science, Economics and Art* (Vol. 13, Issue 2).
- Zulkifle, A. M., & Aziz, K. A. (2023). Determinants of Social Entrepreneurship Intention: A Longitudinal Study among Youth in Higher Learning Institutions. *Social Sciences*, 12(3). <https://doi.org/10.3390/socsci12030124>
- Zuraidah, Z., Maudya, I. Y. R., & Mufidaturrohmah, N. (2025). Entrepreneurial Success Factors for Youth Entrepreneurs in the Era of Society 5.0. *International Journal of Business and Applied Economics*, 4(1), 93–110. <https://doi.org/10.55927/ijbae.v4i1.13074>