

***THE ROLE OF YOUNG GENERATION IN CREATING ECONOMIC AND
SOCIAL VALUE THROUGH HUMANITY-BASED ENTREPRENEURIAL
MOVEMENTS***

**PERAN GENERASI MUDA DALAM MENCIPTAKAN NILAI EKONOMI DAN
SOSIAL MELALUI GERAKAN USAHA BERBASIS KEMANUSIAAN**

**Wira Yudha Alam^{1*}, Lailatul Amaliya², Indria Sari³, Nur Lailina Rahmah⁴, Ferdimer
Dimas Auriyanto⁵**

Program Studi Manajemen, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: wirayudhaalam@unipa.ac.id¹, amaliyalailatul52@gmail.com², indriasari302@gmail.com³,
nalinaa1606@gmail.com⁴, fdimasaurianto@gmail.com⁵

ABSTRACT

This research was motivated by the increasing participation of young people in developing humanitarian-based business movements that are not only oriented towards economic profit, but also towards creating social value for society. This phenomenon reflects the emergence of a new paradigm in the world of entrepreneurship, in which young people act as agents of social change through sustainable and equitable innovation. This study aims to analyze the role of the younger generation in creating economic and social value through sociopreneurship activities, as well as to understand how these movements contribute to inclusive socio-economic development. The method used is descriptive analysis with a qualitative approach through data collection from observations of young sociopreneurs' activities and a review of relevant literature. The results of the study show that the younger generation plays an important role in building collaborative networks, strengthening social capital, and integrating humanitarian values into entrepreneurial practices. The humanitarian-based business movement initiated by them has proven to be capable of creating a positive social impact while increasing the economic independence of the community. The implications of this research confirm that strengthening the capacity and policy support for young sociopreneurs is a key factor in promoting equitable and sustainable economic development.

Keywords : Young Generation, Sociopreneurship, Economic Value, Social Value, Humanity

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya partisipasi generasi muda dalam mengembangkan gerakan usaha berbasis kemanusiaan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada penciptaan nilai sosial bagi masyarakat. Fenomena ini mencerminkan munculnya paradigma baru dalam dunia kewirausahaan, dimana generasi muda berperan sebagai agen perubahan sosial melalui inovasi yang berkelanjutan dan berkeadilan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran generasi muda dalam menciptakan nilai ekonomi dan sosial melalui aktivitas *sociopreneurship*, serta memahami bagaimana gerakan tersebut berkontribusi terhadap pembangunan sosial-ekonomi yang inklusif. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif melalui pengumpulan data dari observasi aktivitas sociopreneur muda serta telaah literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi muda berperan penting dalam membangun jaringan kolaboratif, memperkuat modal sosial, serta mengintegrasikan nilai kemanusiaan dalam praktik kewirausahaan. Gerakan usaha berbasis kemanusiaan yang diinisiasi oleh mereka terbukti mampu menciptakan dampak sosial positif sekaligus meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Implikasi dari penelitian ini menegaskan bahwa penguatan kapasitas dan dukungan kebijakan terhadap *sociopreneur* muda menjadi faktor kunci dalam mendorong pembangunan ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Generasi Muda, *Sociopreneurship*, Nilai Ekonomi, Nilai Sosial, Kemanusiaan

PENDAHULUAN

Perkembangan global saat ini ditandai oleh perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi yang berlangsung dengan sangat cepat. Dunia menghadapi tantangan kompleks seperti ketimpangan ekonomi, krisis kemanusiaan, dan degradasi lingkungan yang membutuhkan solusi inovatif dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, generasi muda menjadi kelompok strategis yang berperan penting dalam proses perubahan sosial dan ekonomi. Mereka tidak hanya menjadi penerus pembangunan, tetapi juga motor penggerak utama dalam menciptakan nilai baru di masyarakat. Menurut Althafullayya (2024), generasi muda memiliki potensi besar untuk mengintegrasikan nilai-nilai kemanusiaan ke dalam praktik ekonomi modern karena karakteristik mereka yang adaptif, kreatif, dan berorientasi pada inovasi sosial.

Salah satu bentuk konkret dari keterlibatan generasi muda dalam menghadapi tantangan tersebut adalah melalui gerakan *sociopreneurship* atau kewirausahaan sosial. *Sociopreneurship* merupakan konsep yang menggabungkan orientasi bisnis dengan tujuan sosial, di mana pelaku usaha tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga berupaya memberikan dampak sosial positif bagi masyarakat (Wulandari et al., 2023). Model usaha ini menekankan pentingnya keseimbangan antara nilai ekonomi dan nilai sosial sebagai dasar keberlanjutan. Melalui pendekatan ini, generasi muda berperan sebagai agen perubahan yang mampu memecahkan masalah sosial dengan cara yang inovatif dan produktif. Sejalan dengan pendapat Siregar (2022), *sociopreneurship* menjadi jembatan antara idealisme kemanusiaan dan praktik ekonomi modern yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat.

Dalam konteks ekonomi politik, gerakan usaha berbasis kemanusiaan mencerminkan dinamika baru dalam struktur ekonomi global. Aktivitas ekonomi tidak lagi hanya dipandang sebagai alat akumulasi modal, tetapi juga sebagai sarana untuk menciptakan keadilan sosial dan

pemerataan kesejahteraan. Kebijakan publik yang berpihak pada kewirausahaan sosial dapat memperkuat stabilitas sosial dan mengurangi ketimpangan ekonomi di tingkat nasional maupun lokal (Nurhayati et al., 2025). Oleh karena itu, partisipasi generasi muda dalam membangun model usaha berbasis kemanusiaan tidak hanya relevan secara ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi politik yang signifikan karena berhubungan langsung dengan distribusi sumber daya dan legitimasi kebijakan pembangunan.

Di Indonesia fenomena *sociopreneurship* mulai mendapat perhatian luas, terutama di kalangan generasi muda. Bonus demografi yang dimiliki Indonesia memberikan peluang besar bagi munculnya inovasi sosial berbasis kewirausahaan. Data Badan Pusat Statistik (2023) menunjukkan bahwa sekitar 52 persen penduduk Indonesia berada dalam kelompok usia produktif yang sebagian besar terdiri atas generasi muda dengan tingkat literasi digital yang tinggi. Kondisi ini menjadi modal sosial penting untuk mengembangkan ekosistem usaha yang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memberi manfaat bagi masyarakat. Menurut penelitian Mulia et al. (2025), semakin banyak anak muda yang mendirikan usaha sosial di bidang pendidikan, lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat sebagai bentuk kontribusi terhadap pembangunan nasional.

Meskipun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa peran generasi muda dalam mengembangkan usaha berbasis kemanusiaan masih menghadapi berbagai kendala. Hambatan seperti keterbatasan akses modal, kurangnya pendampingan manajerial, serta belum optimalnya dukungan kebijakan publik sering kali menjadi tantangan utama (Andriana dan Fourqoniah, 2020). Selain itu, persepsi masyarakat terhadap *sociopreneurship* masih terbatas pada kegiatan filantropi, padahal sejatinya gerakan ini merupakan bentuk integrasi antara nilai ekonomi dan sosial yang dapat memberikan dampak jangka panjang. Dalam perspektif ekonomi politik, hal ini menunjukkan bahwa masih diperlukan sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi

berkembangnya gerakan usaha berbasis kemanusiaan.

Penelitian-penelitian terdahulu juga menegaskan pentingnya peran generasi muda dalam menciptakan inovasi sosial. Penelitian oleh Rustya dan Zaini (2020) menemukan bahwa pelatihan kewirausahaan sosial pada mahasiswa mampu meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial serta kemampuan menciptakan solusi berbasis bisnis terhadap masalah masyarakat. Sementara itu, penelitian Puspitasari (2019) menunjukkan bahwa keberhasilan *sociopreneur* muda tidak hanya bergantung pada faktor ekonomi, tetapi juga pada kemampuan membangun jejaring sosial, kolaborasi lintas sektor, dan dukungan institusional. Dengan demikian, peran generasi muda tidak dapat dipandang semata dari sisi kreativitas, melainkan juga dari kapasitas politik dan sosial mereka dalam mengorganisasi perubahan.

Meskipun berbagai inisiatif telah dilakukan untuk mendorong keterlibatan generasi muda dalam usaha berbasis kemanusiaan, penelitian yang secara khusus menelaah hubungan antara peran generasi muda, nilai ekonomi, dan nilai sosial dalam konteks tersebut masih relatif terbatas. Sebagian besar kajian terdahulu lebih berfokus pada aspek kewirausahaan sosial tanpa meninjau dimensi ekonomi politik yang melingkupinya.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana generasi muda berperan dalam menciptakan nilai ekonomi dan sosial melalui gerakan usaha berbasis kemanusiaan. Penelitian ini tidak hanya bertujuan menelaah praktik dan strategi *sociopreneurship* yang dijalankan oleh generasi muda, tetapi juga mengkaji konteks ekonomi politik yang mempengaruhi dinamika gerakan tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian ekonomi politik dan *sociopreneurship*, sekaligus menjadi rujukan praktis bagi pemerintah, lembaga pendidikan, dan

pelaku muda dalam merancang model usaha yang berkelanjutan dan berkeadilan sosial.

TINJAUAN LITERATUR

Kajian teoritis dalam penelitian ini berangkat dari pemahaman bahwa aktivitas ekonomi tidak hanya berkaitan dengan penciptaan keuntungan finansial, tetapi juga memiliki dimensi sosial dan politik yang saling berinteraksi. Dalam perspektif ekonomi politik, hubungan antara struktur ekonomi, kekuasaan, dan kebijakan publik menjadi dasar untuk memahami bagaimana aktor-aktor sosial termasuk generasi muda berperan dalam proses pembangunan.

Menurut Purba et al. (2023), ekonomi politik mempelajari bagaimana negara, pasar, dan masyarakat saling mempengaruhi dalam menentukan arah serta hasil kegiatan ekonomi. Artinya, peran generasi muda dalam menciptakan nilai ekonomi dan sosial tidak dapat dilepaskan dari konteks kebijakan dan struktur sosial-ekonomi yang ada di sekitarnya. Dalam kerangka ini, partisipasi generasi muda melalui gerakan usaha berbasis kemanusiaan dapat dilihat sebagai bentuk intervensi sosial terhadap ketimpangan dan ketidakadilan ekonomi.

Selain ekonomi politik, teori yang relevan untuk memahami penelitian ini adalah teori modal sosial (*social capital theory*) yang dikemukakan oleh Bourdieu (1986). Modal sosial dipahami sebagai jaringan hubungan sosial, kepercayaan, dan norma yang memungkinkan individu maupun kelompok untuk bertindak bersama demi mencapai tujuan bersama (Syahra, 2003). Dalam konteks gerakan *sociopreneurship*, modal sosial menjadi elemen penting karena menentukan sejauh mana pelaku muda mampu membangun kolaborasi dengan komunitas, lembaga pemerintah, maupun sektor swasta. Menurut Sofia (2017), keberhasilan wirausaha sosial di Indonesia banyak ditentukan oleh kemampuan pelakunya membangun jaringan sosial yang kuat dan saling mendukung. Dengan demikian, teori modal sosial memberikan dasar konseptual untuk menjelaskan bagaimana generasi muda menghubungkan nilai-nilai kemanusiaan dengan aktivitas

ekonomi melalui hubungan sosial yang produktif.

Berbagai penelitian terdahulu memberikan landasan konseptual yang memperkuat pemahaman tentang keterkaitan antara kewirausahaan sosial, nilai ekonomi, dan nilai sosial. Atikoh et al. (2025) menjelaskan bahwa *sociopreneurship* memiliki peran strategis dalam membangun ekosistem ekonomi yang inklusif karena mampu menghubungkan tujuan bisnis dengan kepentingan sosial masyarakat. Temuan ini sejalan dengan studi milik Apriani et al. (2025) yang menekankan bahwa pelaku usaha sosial cenderung memiliki orientasi ganda yaitu pencapaian profit sekaligus penciptaan dampak sosial yang terukur. Di sisi lain, kajian yang dilakukan oleh Supriandi et al. (2023) menyoroti bahwa orientasi sosial tanpa dukungan manajemen bisnis yang kuat dapat menghambat keberlanjutan usaha sosial sehingga keseimbangan antara misi ekonomi dan misi sosial menjadi elemen penting dalam praktik *sociopreneurship*.

Beberapa penelitian juga menggarisbawahi pentingnya dimensi sosial dan budaya dalam memperkuat partisipasi generasi muda. Menurut Mulia et al. (2025), keberhasilan gerakan usaha sosial di kalangan pemuda sangat dipengaruhi oleh kesadaran kolektif dan nilai kemanusiaan yang tertanam di masyarakat. Pandangan ini diperkuat oleh Arta et al. (2023) yang menemukan bahwa generasi muda yang memiliki empati sosial tinggi cenderung lebih inovatif dalam menciptakan solusi berbasis bisnis terhadap permasalahan kemasyarakatan. Dengan demikian, *sociopreneurship* tidak hanya berfungsi sebagai model ekonomi alternatif, tetapi juga sebagai arena pembentukan karakter sosial generasi muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan secara mendalam peran generasi muda dalam menciptakan nilai ekonomi dan sosial

melalui gerakan usaha berbasis kemanusiaan. Pendekatan ini dipilih karena berfokus pada pemahaman makna di balik fenomena sosial, bukan pada pengujian hipotesis (Moleong, 2019; Sugiyono, 2020). Data penelitian diperoleh melalui observasi terhadap aktivitas kewirausahaan sosial generasi muda serta studi literatur dan publikasi ilmiah yang relevan. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri yang berperan dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 2014). Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan secara komprehensif implikasi sosial dan ekonomi dari gerakan usaha berbasis kemanusiaan yang diinisiasi oleh generasi muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Generasi Muda sebagai Agen Perubahan Sosial-Ekonomi

Generasi muda memiliki posisi strategis dalam menggerakkan perubahan sosial dan ekonomi karena karakteristiknya yang adaptif, kreatif, serta memiliki kepekaan tinggi terhadap isu-isu kemanusiaan. Dalam konteks penelitian ini, peran generasi muda tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi yang berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mencakup komitmen terhadap nilai sosial dan kemanusiaan yang lebih luas. Menurut Ulayya et al. (2024), generasi muda memiliki kecenderungan untuk mengaitkan tujuan bisnis dengan nilai-nilai moral seperti solidaritas, empati, dan keadilan sosial. Hal ini menjadikan mereka sebagai aktor penting dalam pengembangan model bisnis baru yang menempatkan manusia sebagai pusat dari kegiatan ekonomi.

Secara teoritis, peran generasi muda dalam konteks ini dapat dijelaskan melalui teori ekonomi politik yang menyoroti keterkaitan antara struktur ekonomi dan kekuasaan sosial. Dalam kerangka ekonomi politik, generasi muda berperan sebagai agen transformasi yang menantang struktur ekonomi konvensional yang cenderung eksploitatif (Mulia et al., 2025). Mereka

menggunakan kekuatan inovasi, jaringan sosial, dan teknologi digital untuk menciptakan sistem ekonomi alternatif yang lebih adil dan inklusif. Generasi muda juga memandang bahwa keberhasilan bisnis tidak semata-mata diukur dari laba material, melainkan dari dampak sosial yang dihasilkan. Adam et al. (2024) menyatakan bahwa orientasi nilai seperti ini merupakan bentuk pergeseran dari paradigma kapitalistik menuju paradigma kemanusiaan, di mana keseimbangan antara tujuan sosial dan ekonomi menjadi indikator utama keberhasilan usaha. Dalam konteks ini, gerakan *sociopreneurship* menjadi arena aktualisasi nilai kemanusiaan dalam sistem ekonomi yang lebih inklusif.

Dari hasil pengamatan terhadap sejumlah gerakan usaha berbasis kemanusiaan seperti Du'Anyam, Liberty Society, dan KitaBisa.com, terlihat bahwa generasi muda memiliki kemampuan tinggi dalam mengidentifikasi permasalahan sosial dan menerjemahkannya menjadi peluang inovasi ekonomi. Mereka memanfaatkan media digital, jejaring komunitas, dan pendekatan kolaboratif untuk memperluas dampak sosial sekaligus memastikan keberlanjutan finansial.

Menurut Arta et al. (2023), kemampuan ini muncul karena generasi muda tumbuh dalam era digital yang menuntut kreativitas dan kecepatan adaptasi terhadap perubahan. Oleh karena itu, peran generasi muda sebagai agen perubahan bukan sekadar retorika, melainkan nyata dalam praktik gerakan kewirausahaan sosial yang berbasis kemanusiaan di berbagai sektor seperti pendidikan, lingkungan, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa generasi muda berperan ganda sebagai penggerak ekonomi kreatif dan pembawa nilai kemanusiaan dalam struktur sosial.

Penciptaan Nilai Ekonomi melalui Gerakan Usaha Berbasis Kemanusiaan

Penciptaan nilai ekonomi dalam konteks gerakan usaha berbasis kemanusiaan merupakan hasil dari inovasi

dan kreativitas generasi muda dalam mengintegrasikan tujuan sosial dengan mekanisme pasar. Gerakan ini memperlihatkan bahwa kegiatan ekonomi tidak harus terpisah dari kepedulian sosial, melainkan dapat berjalan secara sinergis untuk menciptakan keberlanjutan. Menurut Sari (2023), generasi muda memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi masalah sosial sebagai peluang bisnis yang bernilai ekonomi seperti dengan memanfaatkan limbah menjadi produk bernilai jual atau menciptakan platform digital yang memberdayakan masyarakat. Melalui pendekatan tersebut, tercipta bentuk ekonomi baru yang tidak semata mengejar keuntungan finansial, tetapi juga menimbulkan dampak sosial yang terukur. Hal ini menunjukkan bahwa nilai ekonomi dalam *sociopreneurship* tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan, melainkan juga dari keberlanjutan usaha dan kemampuan menciptakan sirkulasi ekonomi yang inklusif bagi kelompok rentan.

Selain itu, penciptaan nilai ekonomi oleh generasi muda juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan munculnya ekonomi digital. Generasi muda memanfaatkan media sosial, e-commerce, dan platform crowdfunding untuk memperluas pasar sekaligus membangun kesadaran sosial terhadap produk yang mereka hasilkan. Theodora et al. (2024) menjelaskan bahwa digitalisasi membuka ruang bagi *sociopreneur* muda untuk menekan biaya produksi, memperluas jaringan konsumen, dan membangun merek berbasis nilai kemanusiaan. Strategi ini memungkinkan mereka bertahan di tengah persaingan pasar yang kompetitif, sembari tetap menjaga misi sosial yang diusung. Dalam kerangka ekonomi politik, praktik ini dapat dipahami sebagai bentuk *restructuring of power relations* antara pelaku usaha muda dengan struktur ekonomi konvensional yang sebelumnya didominasi oleh korporasi besar. Dengan kata lain, generasi muda berupaya merebut ruang ekonomi melalui praktik kewirausahaan sosial yang lebih demokratis dan partisipatif.

Penciptaan nilai ekonomi dalam

gerakan usaha berbasis kemanusiaan juga berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi lokal. Melalui model usaha berbasis komunitas, *sociopreneur* muda membantu menghidupkan kembali ekonomi daerah dengan melibatkan masyarakat dalam rantai produksi dan distribusi. Bentuk kolaborasi ini mampu meningkatkan pendapatan masyarakat kecil dan memperkuat kemandirian ekonomi lokal karena keuntungan yang dihasilkan bersirkulasi di dalam komunitas. Selain itu, keberadaan gerakan ini menumbuhkan ekosistem ekonomi alternatif yang lebih adil dan manusiawi, dimana keberhasilan ekonomi perusahaan harus selaras dengan kemajuan sosial masyarakat. Dengan demikian, gerakan usaha berbasis kemanusiaan yang digerakkan oleh generasi muda bukan hanya instrumen penciptaan nilai ekonomi, tetapi juga wujud dari transformasi struktur ekonomi menuju sistem yang berkeadilan dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.

Penciptaan Nilai Sosial melalui Gerakan Usaha Berbasis Kemanusiaan

Penciptaan nilai sosial merupakan dimensi yang tidak terpisahkan dari gerakan usaha berbasis kemanusiaan yang digerakkan oleh generasi muda. Berbeda dari praktik bisnis konvensional yang berorientasi pada profit semata, gerakan ini berlandaskan pada nilai solidaritas, empati, dan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Menurut Mulia et al. (2025), generasi muda memiliki tingkat sensitivitas sosial yang tinggi terhadap ketimpangan dan krisis kemanusiaan di sekitarnya. Mereka cenderung mengubah keresahan sosial menjadi dorongan untuk bertindak melalui kegiatan ekonomi yang memiliki dampak sosial positif. Melalui aksi nyata seperti pemberdayaan masyarakat, peningkatan akses pendidikan, atau pengelolaan lingkungan berkelanjutan, generasi muda tidak hanya menghasilkan produk atau layanan, tetapi juga menciptakan perubahan sosial yang signifikan. Pendekatan ini memperlihatkan bagaimana kegiatan ekonomi dapat menjadi

sarana untuk memperkuat ikatan sosial, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menumbuhkan rasa kepemilikan kolektif terhadap proses pembangunan sosial.

Nilai sosial yang tercipta dari gerakan usaha berbasis kemanusiaan juga tercermin pada kemampuan generasi muda dalam membangun kesadaran kolektif dan partisipasi masyarakat. Melalui model kolaboratif dan pendekatan partisipatif, para *sociopreneur* muda melibatkan berbagai pihak seperti komunitas lokal, lembaga pendidikan, dan sektor swasta dalam aktivitas sosial-ekonomi mereka. Achmad (2024) menyebut bahwa proses ini merupakan bentuk *social capital formation* yang memperkuat jaringan sosial antar individu dan antar organisasi. Dengan meningkatnya interaksi dan kepercayaan sosial, masyarakat menjadi lebih terbuka terhadap inovasi serta berperan aktif dalam menciptakan solusi atas permasalahan sosial di lingkungannya. Dalam perspektif teori ekonomi politik, partisipasi ini juga berfungsi sebagai upaya redistribusi kekuasaan sosial dimana generasi muda memfasilitasi masyarakat untuk menjadi subjek pembangunan, bukan sekadar objek kebijakan. Dengan demikian, nilai sosial yang dihasilkan bukan hanya dalam bentuk kegiatan filantropis, tetapi juga dalam penguatan kapasitas sosial dan pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan.

Selain memperkuat solidaritas dan partisipasi sosial, gerakan usaha berbasis kemanusiaan juga berperan dalam menanamkan nilai-nilai moral dan etika kemanusiaan dalam praktik ekonomi. Dalam kerangka teori modal sosial, keberhasilan usaha tidak semata-mata diukur dari capaian finansial, tetapi juga dari kemampuan membangun dan memelihara jaringan kepercayaan, norma, serta hubungan timbal balik di antara individu dan komunitas (Kimbal, 2015). Modal sosial menjadi pondasi penting dalam gerakan usaha berbasis kemanusiaan karena mendorong kolaborasi, solidaritas, dan partisipasi aktif masyarakat dalam menciptakan nilai bersama. Ketika generasi muda memanfaatkan modal sosial melalui kepercayaan dan jejaring sosial yang kuat,

mereka tidak hanya memperluas akses terhadap sumber daya ekonomi, tetapi juga memperkuat kohesi sosial yang menjadi prasyarat bagi keberlanjutan kegiatan ekonomi yang berorientasi pada kemaslahatan bersama. Dengan demikian, penciptaan nilai sosial melalui gerakan usaha berbasis kemanusiaan bukan sekadar bentuk tanggung jawab sosial, tetapi juga strategi transformasi budaya ekonomi menuju sistem yang menempatkan manusia dan kemaslahatan sosial sebagai pusatnya.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa generasi muda memiliki peran strategis dalam menciptakan nilai ekonomi dan sosial melalui gerakan usaha berbasis kemanusiaan. Aktivitas mereka tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga berakar pada semangat empati, solidaritas, dan tanggung jawab sosial. Melalui pemanfaatan modal sosial seperti kepercayaan, jaringan, dan norma kolektif, generasi muda mampu membangun ekosistem usaha yang inklusif serta memperkuat kohesi sosial di tengah masyarakat. Keterlibatan mereka menunjukkan bahwa inovasi sosial dapat berjalan beriringan dengan keberlanjutan ekonomi, di mana nilai kemanusiaan menjadi faktor pendorong utama terciptanya kesejahteraan bersama. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa gerakan usaha berbasis kemanusiaan dapat menjadi model pembangunan alternatif yang menyeimbangkan antara orientasi profit dan kepedulian sosial. Saran yang dapat diberikan adalah agar generasi muda terus memperkuat kapasitas kewirausahaan sosial dengan memperluas jaringan kolaborasi lintas sektor, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal. Penguatan literasi sosial dan ekonomi juga perlu dilakukan untuk memastikan bahwa nilai kemanusiaan tetap menjadi pondasi dalam pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, perlu adanya dukungan kebijakan dan program pembinaan dari pihak terkait untuk mendorong pertumbuhan ekosistem

sociopreneurship yang berkelanjutan dan berdampak luas bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, W. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kewirausahaan Sosial: Membangun Kemandirian. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 14(9).
- Adam, M. N. A. S., Hamin, D. I., & Hasim, H. (2024). Perbandingan Sistem Ekonomi Sosialisme, Kapitalisme, Dan Ekonomi Syariah: Sebuah Analisis Kritis Terhadap Prinsip, Implementasi, Dan Dampak Sosial. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 1011-1024. <https://doi.org/10.37479/jimb.v7i2.27698>
- Althafullayya, M. R. (2024). Peran Pendidikan Karakter Untuk Generasi Muda Berdaya Tahan dalam Mendukung Ketahanan Nasional: Analisis Holistik. *Journal Education Innovation (JEI)*, 2(1), 163-174. <https://jurnal.ypkpasid.org/index.php/jei/article/view/45>
- Andriana, A. N., & Fourqoniah, F. (2020). Pengembangan jiwa entrepreneur dalam meningkatkan jumlah wirausaha muda. *Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 2(1), 43-51.
- Atikoh, N., Isro'iyah, L., & Rohim, A. R. (2025, October). Lembaga Pendidikan Kampung Inggris dalam Bingkai Sociopreneurship untuk Mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. In *Proceeding International Conference on Pesantren and Islamic Education* (Vol. 1, No. 1, pp. 213-223). <https://jurnal.iaianawawi.ac.id/index.php/icpie/article/view/264>
- Apriani, G., Aprillina, I., Grestyana, N., Tumimomor, A. D. M., Chandra, M. H., Hendratni, T. W., ... & Nugrohowardhani, R. L. K. R. (2025). *Social Entrepreneurship: Inovasi & Strategi Praktis Membangun Negeri*. Star Digital Publishing.
- Arta, A., Faizal, M. A., & Asiyah, B. N. (2023). The role of Edupreneurship in

- gen Z in shaping independent and creative young generation. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 6(2), 231-241.
- Kimbal, R. W. (2015). *Modal sosial dan ekonomi industri kecil: Sebuah studi kualitatif*. Deepublish.
- Mulia, S. S., Fadhila, R., Zahida, K. A., & Wijanarko, T. (2025). *Di Antara Mimpi dan Aksi: Langkah Nyata Generasi Muda dalam Dinamika Pembangunan Sosial Berkelanjutan*. *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 2(4), 14-14. <https://doi.org/10.47134/pgsd.v2i4.1650>
- Nurhayati, N., Pujiriyani, D. W., Sakti, R. A., Bawazeer, M., Kurniawan, A., Halim, B., ... & Juansa, A. (2025). *Ekonomi Kerakyatan: Membangun Kemandirian Nasional*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Purba, B., Sihombing, A. E., Nasution, N. F., & Siagian, A. P. (2023). *Dampak Globalisasi Dalam Mempengaruhi Ekonomi Nasional Melalui Pandangan Ekonomi Politik*. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2), 402-414.
- Puspitasari, D. C. (2019). *Menjadi Sociopreneur Muda: Studi Kasus Momsociopreneur 'Sanggar ASI'*. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 76-89. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.40524>
- Rustya, D., & Zaini, A. (2020). *Peranan perguruan tinggi dalam peningkatan kepedulian sosial mahasiswa melalui pelatihan kewirausahaan sosial*. *Tadris: Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Pendidikan Islam*, 14(2), 44-54. <https://doi.org/10.51675/jt.v14i2.100>
- Sari, P. (2023). *Melibatkan Generasi Muda dalam Ekonomi dan Bisnis "Menghadapi Tantangan dan Peluang di Era Milenial Generasi Z"*. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 50-59. <https://doi.org/10.59561/jmkeb.v1i2.110>
- Supriandi, S., & Priyana, Y. (2023). *Faktor-faktor yang Mendorong Kesuksesan Kewirausahaan Sosial dalam Menyelesaikan Masalah Lingkungan*. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(04), 280-291.
- Sofia, I. P. (2017). *Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) sebagai gagasan inovasi sosial bagi pembangunan perekonomian*. *Widyakala Journal: Journal of Pembangunan Jaya University*, 2(1), 2-23.
- Syakra, R. (2003). *Modal sosial: Konsep dan aplikasi*. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 5(1), 1-22.
- Theodora, E. M., Pakpahan, V. M., & Banuari, N. (2024). *Revolusi digital UMKM bagi kalangan wirausaha muda komunitas bisnis centre*. *GENDIS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 47-54.
- Ulayya, A. T., Mahdy, A. M., Alam, F. R., Rafliansyah, M. Z., & Antoni, H. (2024). *Dampak Pancasila Terhadap Pertumbuhan Moral dan Etika di Kalangan Generasi Z*. *Student Research Journal*, 2(6), 260-275.
- Wulandari, S., Habra, M. D., & Shara, Y. (2023). *PENGENTASAN KEMISKINAN MELALUI SOCIOTECNOPRENEUR*. *JURNAL ILMU MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN (JIMK)*, 4(1), 260-267. <https://doi.org/10.32696/jimk.v4i1.4727>