



PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DIFABEL MELALUI PENDEKATAN SOSIAL ENTREPRENEURSHIP



Dr. Inanna, S.Pd., M.Pd.
Dr. Rahmatullah, S.Pd., M.E.

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DIFABEL MELALUI
PENDEKATAN SOSIAL ENTREPRENEURSHIP

Dr. Inanna, S.Pd., M.Pd.
Dr. Rahmatullah, S.Pd., M.E.



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DIFABEL MELALUI PENDEKATAN SOSIAL ENTREPRENEURSHIP

Penulis:

Dr. Inanna, S.Pd., M.Pd.

Dr. Rahmatullah, S.Pd., M.E.

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Tahta Media

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

v,65, Uk: 14,8 x 21 cm

ISBN: 978-623-147-053-9

Cetakan Pertama:

Mei 2023

Hak Cipta 2023, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2023 by Tahta Media Group

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP

(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)

Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala, atas limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga buku ini dapat terselesaikan. Sholawat dan Salam kepada Rasulullah Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman kebodohan ke zaman ilmu pengetahuan.

Penulisan buku dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat Difabel Melalui Pendekatan Social Entrepreneurship merupakan hasil temuan penelitian yang dilakukan pada usaha kreatif tenoon sutera, tidak dapat dipungkiri bahwa dalam penyusunan buku ini terdapat kekurangan sehingga penulis membutuhkan saran dari para pembaca untuk kesempurnaannya.

Penulis menyampaikan ungkapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu baik moral maupun materil sehingga penulisan buku ini dapat terselesaikan. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mempersembahkan buku ini kepada segenap pembaca, semoga dapat bermanfaat. Amiin

Makassar, Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Bab 1 Pendahuluan.....	1
Bab 2 Konsep Pemberdayaan	3
Bab 3 <i>Social Entrepreneurship</i> (Wirausaha Sosial).....	5
Bab 4 Model Pemberdayaan	16
Bab 5 Masyarakat Difabel.....	36
Bab 6 Kaitan Antara Ekonomi Kreatif Dan <i>Social Entrepreneurship</i>	38
Bab 7 Metodologi Pemecahan Masalah.....	41
Bab 8 Gambaran Usaha Tenoon Sebagai Sektor Ekonomi Kreatif	43
Daftar Pustaka	56
Profil Penulis.....	62



BAB 1 PENDAHULUAN

Kondisi wirausaha sosial dalam memberdayakan masyarakat difabel yang harus lebih dikembangkan lagi pada sektor ekonomi kreatif maka dibutuhkan model-model pemberdayaan yang dianggap mampu mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjangnya. Jadi, penyajian model pemberdayaan yang tepat merupakan hal yang harus dilakukan untuk meningkatkan lagi kemampuan masyarakat difabel dalam meningkatkan profit maupun skillnya. Dalam hal ini, model pemberdayaannya adalah dengan mengembangkan kemampuan melalui ekonomi kreatif untuk bisa menghasilkan profit.

Maka dari hal tersebut, penulis berantusias menulis buku dari hasil riset terkait model **Pemberdayaan Masyarakat Difabel berbasis Social Entrepreneurship** untuk memberikan gambaran tentang model pemberdayaan masyarakat difabel pada *social*

entrepreneurship pada ekonomi kreatif, serta penjelasan tentang tantangan yang mungkin timbul selama implementasi. Selain itu, temuan penelitian ini dapat berfungsi sebagai inspirasi untuk bidang lain dengan potensi yang sama untuk pengembangan lebih lanjut melalui inovasi baru.

Berdasarkan hasil riset maka rumusan masalah adalah Bagaimana model pemberdayaan masyarakat difabel melalui pendekatan *social entrepreneurship*. Penelitian ini dilakukan pada sektor ekonomi kreatif pada usaha Tenoon di Kota Makassar.



BAB 2

KONSEP PEMBERDAYAAN

Kata pemberdayaan diawali dari etimologi "daya," dengan artian kekuatan dan kemampuan. Pemberdayaan juga dapat dimaknai sebagai sebuah proses mendapatkan kekuasaan, kekuatan, atau kemampuan, dan/atau proses pengalihan kekuasaan dari suatu pihak yang sudah ada kekuasaan kepada suatu pihak yang kurang atau belum diberdayakan (Sulistiyani dan Sontang, 2016). Pemberdayaan bukanlah hadiah, tetapi pergeseran dari perasaan tidak berdaya dalam hidup menjadi hidup secara positif dan independen dari kenyataan untuk mengambil tindakan dan membangun kemampuan untuk mengambil kendali atas kehidupan kedepannya serta pada lingkungan. Selanjutnya, persatuan yang dibangun sebagai sebuah kelompok. Kelompok seharusnya diberdayakan untuk menciptakan lingkungan yang membantu mereka bekerja sama untuk membangun kekuatan bersama.

Dengan begitu, kebutuhan dasar (materi dan spiritual) akan selalu terpenuhi dan akan terhubung dengan satu kehidupan yang sejahtera (Susilo, 2016).

Pemberdayaan dapat dianggap sebagai pelimpahan tertentu atau sebagai bentuk otoritas yang akan menghasilkan pembentukan hierarki dan ketidak adaan kekuatan yang juga sejalan dengan yang dikemukakan Simon (1993) dalam Widjajanti (2011) mengatakan pemberdayaan itu merupakan bentuk refleksi, sebuah proses yang dapat diinisiasi dan dilakukan hanya oleh broker atau penjamin emisi yang mencari keuntungan finansial atau perbaikan diri (*self-determination*). Tujuan pemberdayaan masyarakat lebih menekankan pada pembentuk individu dan masyarakat menjadi lebih mandiri dan berdaya. Kemandirian atau keberdayaan dimaksud adalah kemandirian dalam hal berpikir, bertindak, dan mengendalikan diri (Rakib & Samsir, 2020).



BAB 3

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP (WIRAUSAHA SOSIAL)

Indonesia merupakan salah satu contoh negara yang mengalami persoalan pengangguran dan kemiskinan. Karena kemampuannya untuk menyediakan lapangan kerja baru, meningkatkan tingkat pendapatan masyarakat, dan meningkatkan ekonomi, werausaha adalah entitas utama yang berisiko meninggalkan persoalan ini. Menurut ungkapan lain, sikap mental wirausaha berfungsi sebagai pemain kunci dalam pembangunan suatu bangsa dalam hal meningkatkan ekonominya (Maharani, Syam, & Inanna, 2022).

Wirausaha sosial bertujuan untuk mengembangkan, membangun, dan memimpin usaha sosial untuk mencapai perubahan yang diinginkan dengan mengartikan masalah sosial saat ini (Dhewanto, 2013). Sejalan dengan pernyataan tersebut, Alvord dalam Wibowo dan Nulhaqim (2015) Ia menjelaskan,

kewirausahaan sosial dikembangkan sebagai konsep "luar" yang biasa dilakukan untuk mencari solusi yang efektif dan berkelanjutan untuk menyelesaikan masalah sosial. Solusinya membutuhkan banyak faktor yang berkaitan dengan keberhasilan inovasi bisnis.

Sebuah studi oleh Santos (2012) yang berjudul "*The Positive Theory of Social Entrepreneurship*" memperkuat pandangan bahwa kewirausahaan sosial adalah anomali yang menantang pemahaman bersama tentang semua pikiran dan tindakan manusia. Kegiatan wirausaha sosial dianggap sebagai kegiatan yang "aneh" karena melanggar kebiasaan. Dengan kata lain, mengejar berbagai kegiatan ekonomi, tetapi hasilnya adalah untuk kepentingan orang lain. Gagasan utama bahwa kegiatan ekonomi melayani kekayaan pribadi sebesar mungkin tampaknya telah dikejutkan oleh keberadaan kegiatan ini.

Bisnis sosial adalah kegiatan yang berbeda dengan logika internalnya sendiri. Logika yang dikembangkan berbeda dari logika bisnis "tradisional" karena terus-menerus menyoroiti manfaat melakukan bisnis dengan dirinya sendiri. Di tengah masalah keamanan swasta, pekerja sosial mengorbankan waktu dan energi untuk meningkatkan kesejahteraan pada orang lain.

Kewirausahaan sosial adalah tindakan yang berkelanjutan tanpa dukungan sumber daya yang memadai yang merupakan gerakan dengan misi sosial yang berusaha menemukan peluang dan membina mereka dalam proses inovasi, pembelajaran. Meskipun gerakan ini tidak bergantung pada sumber donasi tertentu, gerakan ini selalu mendorong proses inovasi, adaptasi, pembelajaran, dan kemampuan untuk bertindak dengan antusias, meskipun ada peluang sumber daya yang terbatas (Wibowo & Nulhaqim, 2015).

Menurut Lumpkin terdapat kerangka kerja proses *social entrepreneurship*:

a. Pendahuluan

- 1) Motivasi sosial/misi
- 2) Identifikasi Peluang
- 3) Jaringan modal/funding
- 4) Kuantitas pihak yang berkaitan

b. Orientasi Wirausaha

- 1) Keinovasian
- 2) Keproaktifan
- 3) Pengambilan risiko
- 4) Potensi agresi dalam kompetisi
- 5) Otonomi

c. Keluaran

- 1) Penciptaan nilai sosial
- 2) Kestinambungan solusi
- 3) Tingkat kepuasan pihak-pihak yang bersentuhan

Jangkauan wirausahawan sosial dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi sektor pelayanan publik dan sangat luas. Gerakan wirausaha sosial *bottom-up* merupakan alternatif yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat.

Entrepreneur adalah orang yang berani mendobrak sistem yang ada dengan menggagas sistem baru menurut Schumpeter dalam (Sledzik, 2013). Jelas bahwa wirausahawan sosial juga memiliki kemampuan untuk menantang, dengan definisi lain, mereka yang berani melompat keluar dari zona nyaman yang ada. Berbeda dengan kewirausahaan bisnis, hasil yang dicapai dalam kewirausahaan sosial tidak hanya keuntungan, tetapi juga dampak positif bagi masyarakat (Sofia, 2015).

Social entrepreneurship memiliki empat faktor yakni *social value, civil society, innovation, and economic activity* (Palesangi, 2012):

a. *Social Value*

Unsur yang paling khas dari kewirausahaan sosial adalah manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat dan sekitarnya.

b. *Civil Society*

Dengan memaksimalkan sumber daya sosial dalam populasi yang sudah ada, wirausaha sosial tradisional muncul dari inisiatif dan partisipasi masyarakat.

c. *Innovation*

Social entrepreneurship memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial dengan cara memecahkan masalah sosial dengan cara-cara inovatif antara lain.

d. *Economic Activity*

Kewirausahaan sosial umumnya berhasil menemukan keseimbangan antara kegiatan sosial dan bisnis. Kegiatan bisnis/ekonomi dikembangkan untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial suatu organisasi.

Social entrepreneurship memiliki jenis model bisnis sosial yang dapat diadopsi oleh wirausahawan sosial, yang dibuat oleh tiga kategori bisnis tradisional menurut Grassl (2012) sebagai berikut :

a. *Entrepreneur Support* (Dukungan Wirausaha)

Model dukungan wirausahawan adalah dukungan bisnis dan layanan keuangan kepada klien mereka yang dimana merupakan model jualan wirausahawan sosial. Langkah selanjutnya adalah bagi pelanggan perusahaan sosial pada pasar terbuka menjual produk dan layanan mereka. Layanan yang dimaksud dalam bentuk saran, pelatihan, bantuan teknis atau keuangan mikro.

b. *Market Intermediary* (Perantara Pasar)

Jenis model perantara untuk pada pasar dapat membantu pelanggan dengan memasarkan atau menjual produk atau layanan pelanggan kepada pelanggan. Dengan contoh bahwa model pialang pasar untuk membantu pengrajin kecil menjual dan menjual

kerajinan tangan pengrajin lain. Model pialang pasar melayani audiens target atau "pelanggan", produsen kecil (individu, bisnis, atau koperasi) dan membantu mereka mengakses pasar.

c. *Employment* (Ketenagakerjaan)

Model ketenagakerjaan memberikan kesempatan kerja dan pelatihan bagi orang-orang dengan hambatan pekerjaan yang tinggi, seperti kelompok sasaran atau "klien", penyandang disabilitas, tunawisma, pemuda yang rentan, dan mantan penjahat. Model bisnis sosial yang dimaksud mencapai stabilitas keuangan melalui penjualan produk dan layanan. Pendapatan yang telah diperoleh akan digunakan untuk membayar biaya operasional rutin terkait dengan beban usaha dan sosial yang diakibatkan oleh pemakzulan karyawan yang terlalu lelah atau tidak kooperatif.

d. *Fee for service* (Biaya untuk Layanan)

model *fee-for-service* pekerja sosial memasarkan layanan sosial mereka sendiri sebelum menjualnya kepada kelompok

masyarakat umum dengan harga tertentu atau kepada pihak lain untuk pembayaran.

e. *Low Income Client* (Klien Berpenghasilan Rendah)

Pelanggan berpenghasilan rendah dengan melayani komunitas target dengan menjual barang atau jasa model pasar *startup* sosial adalah variasi dari bisnis *fee-for-service*.

f. *Cooperative* (Koperasi)

Model bisnis sosial kooperatif yang secara langsung menargetkan kerugian komunitas atau individu yang menggunakan layanan pihak ketiga, seperti informasi pasar, bantuan teknis, atau layanan pihak ketiga penyuluhan pertanian, perundingan kolektif grosir atau pembelian massal untuk pengurangan biaya produksi, akses ke barang dan jasa, dan penggunaan pasar eksternal untuk barang dan jasa yang diproduksi oleh individu dan banyak lagi.

g. *Market Linkage* (Hubungan Pasar)

Model kewirausahaan sosial terkait pasar memfasilitasi hubungan bisnis antara komunitas target, produsen skala kecil, Bisnis lokal dan internasional, pasar eksternal, dan menahan diri sebagai sebuah pulau. menghubungkan pembeli dengan produsen dan pihak serupa. Model tanpa koneksi ke pasar tidak menjual atau menandai produk pelanggan tetapi secara langsung menghubungkan pelanggan dengan pasar. Model keterkaitan pasar dapat disematkan atau diintegrasikan, jika perusahaan beroperasi secara independen, misi perusahaan adalah untuk menghubungkan pasar dan program sosial perusahaan mendukung tujuan ini.

h. *Service Subsidization* (Subsidi Layanan)

Model subsidi layanan adalah strategi bisnis yang digunakan oleh perusahaan sosial untuk melakukan program sosial dan menjual barang atau jasa di pasar eksternal. Model subsidi layanan umumnya terintegrasi, kegiatan wirausaha serta tumpang tindihnya

agenda sosial, beban dana berbagi, harta, kegiatan dan pendapatan yang sering menjadi merek dagang dari kegiatan tersebut.

i. *Organizational Support* (Dukungan Organisasi)

Model dukungan organisasi perusahaan sosial yang menjual produk dan layanan ke pasar atau secara umumnya masyarakat. Model dukungan organisasi umumnya bersifat eksternal. Memisahkan program sosial untuk program bisnis, laba bersih wirausahawan sosial memberikan arus kas agar menutupi dana beban agenda sosial serta biaya organisasi secara operasional meraut keuntungan.

Hari ini, kita menyaksikan transformasi kewirausahaan sosial, yang sebelumnya dianggap sebagai kegiatan "nirlaba", menjadi bisnis *startup* sektor swasta. Keberhasilan Grameen Bank dan Grameen Telephone di Bangladesh menggambarkan contoh perubahan dalam pengelolaan program kewirausahaan sosial. Ini merupakan daya tarik bagi para pebisnis untuk terlibat dalam

kegiatan kewirausahaan sosial, karena dapat menghasilkan manfaat finansial. Banyak masalah sosial ekonomi yang muncul di Indonesia sehingga mendorong tumbuhnya usaha sosial salah satunya pada wirausaha Tenoon Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Basri, M. C. (2002). Amartya Seni: Pilihan dan Kemiskinan. *Jurnal Kebudayaan Kalam*, 19.
- BPS. (2021). Akses Pekerjaan Penyandang Disabilitas Makin Sedikit. *Databoks*.
- Cakranegara, P. A., Rahadi, D. R., & Sinuraya, S. D. (2020). Model Kewirausahaan Sosial Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Mendukung Sektor Pariwisata di Kota Tasikmalaya. *JMDK*, Vol 8, No. 2, 189-205.
- Cook, S., & Macaulay, S. (1997). *Perfect Empowerment*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Febrianto, R. (2010). Pemberdayaan Penyandang Disabilitas. *Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta*, Vol 105, No. 3, 129-133.

- Goa, L. (2020). Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Melalui Balai Latihan Kerja Bhakti Luhur. *Jurnal Pelayanan Pastoral*, 40-48.
- Inanna. (2020). Silk Weaving as a Cultural Heritage in The Informal Entrepreneurship Education Perspective. *Journal Of Entrepreneurship Eucation*, vil. 23 Issue 1, 1-11.
- Inanna, & Rahmatullah. (2019). Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Hand Made. *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 173-176.
- Inanna, Rahmatullah, & Nurdiana. (2019). *Pembelajaran Ekonomi dan Kearifan Lokal*. Makassar: CV. Nur Lina.
- Informasi Kementerian Kesehatan, P. D. (2019). Situasi Disabilitas. *Pusat Data dan Informasi Kementrian Kesehatan RI*, 1-10.
- M Chairul. 2018. "Proceeding of Community Development Integration of Community Empowerment Models [

- Pengintegrasian Model Pemberdayaan Masyarakat].”
Proceeding Of Community Development Vol 2:268–77.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke-36. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Palesangi, M. (2012). Pemuda Indonesia dan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Masyarakat dan Budaya, Universitas Katolik Parahyangan*, 1-6.
- Prahardika, Andy Aulia, and Abisatya Yogi Pradika. 2012. “Made By Disabled : Program Pengembangan Potensi Difabel Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Ramah Lingkungan Di Panti Asuhan Bina Remaja Yogyakarta.” 1–10.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Rahmatullah, & Inanna. (2018). *Wajah Perekonomian Indonesia*. Makassar: Badan Penerbit UNM.

Rakib, M., & Samsir, A. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pelatihan Kewirausahaan: Pelatihan Peningkatan Nilai Tambah Produk dan Pengelolaan Usaha Kacang Mete di Kecamatan Bacukiki Kota Parepare. *Universitas Negeri Makassar*, 919-923.

Sholehah, Iffatus. 2017. “Pemberdayaan Difabel Melalui Asset Based Approach (Studi Kasus Di Dusun Piring Desa Srihardono Kabupaten Bantul Oleh Rehabilitasi Terpadu Penyandang Disabilitas (RTPD)).” *Http://Journal.Uin.Suka.Ac.Id/Dakwah/JPMI* 1 No. 1.

Sledzik, K. (2013). Schumpeter’s view on innovation and entrepreneurship. *Management Trends in Theory and Practice, Faculty of Management Science and Informatics, University of Zilina & Institute of Management by University of Zilina*, 89-95.

- Sofia, I. P. (2015). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian. *Jurnal Universitas Pembangunan Jaya*, 1-149.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sulistiyani, A. T., Aisyah, D., Mamat, I., & Sontang, M. (2016). Pemberdayaan Masyarakat Pemanfaatan Limbah Tulang Ikan untuk Produk Hidroksiapatit (Hydroxyapatite/HA) Kajian di Pabrik Pengolahan Kerupuk Lekor Kuala Terengganu-Malaysia. *Indonesian Journal of Community Engagement*, 14-29.
- Surwanti. (2014). Model Pemberdayaan Ekonomi Penyandang Disabilitas di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 40-58.

- Susilo, A. (2016). Model Pemberdayaan Masyarakat Perspektif Islam. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 193-209.
- Wibowo, H., & Nulhaqim, S. A. (2015). *Kewirausahaan Sosial Merevolusi Pola Pikir dan Menginisiasi Mitra Pembangunan Kontemporer*. Bandung: UNPAD PRESS.
- Widiastuty, R. (2011). Socio Entrepreneurship: Tinjauan Teori dan Perannya bagi Masyarakat. *Jurnal Manajemen Universitas Kristen Maranatha*.
- Widjajanti, K. (2011). Model Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15-27.

PROFIL PENULIS



Dr. Inanna, S.Pd., M.Pd.

Lahir di Pangkajene, 23 Juni 1981. Merupakan Dosen tetap di Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar. Memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar (2003), gelar magister Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar (2006), dan gelar Dr. (Doktor) dalam bidang Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Malang, Indonesia (2016). Tahun 2021 hingga tahun 2025 menjabat sebagai Kepala Laboratorium Microteaching Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar. Sebagai peneliti, telah menghasilkan beberapa artikel penelitian, yang terbit pada jurnal dan prosiding, baik yang berskala nasional maupun internasional, dan telah menghasilkan beberapa buku ajar dan buku referensi serta telah

memiliki hak kekayaan intelektual berupa hak cipta. Inanna merupakan editor maupun reviewer pada jurnal nasional. Minat kajian utama riset Inanna adalah bidang Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Ekonomi Informal, kewirausahaan, UMKM, Model-Model Pembelajaran, dan *Education for Sustainable Development*. Dalam kaitannya dengan Merdeka belajar-Kampus Merdeka (MBKM), saat ini Inanna terlibat sebagai Dosen pengajar/pembimbing dalam beberapa bentuk kegiatan pembelajaran MBKM, seperti pertukaran mahasiswa, dosen pembimbing lapangan kampus mengajar, dan asessor rencana pembelajaran lampau.

Email Penulis: inanna@unm.ac.id



Dr. Rahmatullah, S.Pd., M.E.

Lahir di camba, 05 Desember 1982.

Merupakan Dosen tetap di Program Studi

Pendidikan Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas

Negeri Makassar. Memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar (2003), gelar magister Pendidikan Ekonomi dari Universitas Brawijaya, Indonesia (2006), dan gelar Dr. (Doktor) dalam bidang Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Malang, Indonesia (2016). Tahun 2021 hingga tahun 2024 menjabat sebagai Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar. Sebagai peneliti, telah menghasilkan beberapa artikel penelitian, yang terbit pada jurnal dan prosiding, baik yang berskala nasional maupun internasional, dan telah menghasilkan beberapa buku ajar dan buku referensi serta telah memiliki hak kekayaan intelektual

berupa hak cipta. Penulis merupakan editor maupun reviewer pada jurnal terakreditasi nasional. Minat kajian utama riset dalam bidang Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Ekonomi Informal, Pendidikan Karakter, kewirausahaan, UMKM, dan Media Pembelajaran. Dalam kaitannya dengan Merdeka belajar-Kampus Merdeka (MBKM), saat ini terlibat sebagai Tim MBKM Universitas Negeri Makassar dan sebagai dosen pengajar/pembimbing dalam beberapa bentuk kegiatan pembelajaran MBKM, seperti pertukaran mahasiswa dan dosen pembimbing lapangan kampus mengajar. Email Penulis: rahmatullah@unm.ac.id

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu hal penting yang harus menjadi perhatian utama dan menjadi tanggung jawab Bersama dalam meningkatkan suatu perekonomian negara. Pemberdayaan ditujukan pada masyarakat untuk mengeksplor dirinya dan mengembangkan skill yang dimiliki sehingga dapat memenuhi kebutuhannya. Pada masyarakat difabel atau penyandang disabilitas masih cenderung memiliki masalah dalam meningkatkan kesejahteraan mereka, sehingga diperlukan suatu model pemberdayaan yang dapat menghasilkan pengakuan diri, percaya diri dan kemandirian melalui proses *social entrepreneurship* yang akan menghasilkan *person, power* dan *profit* untuk meningkatkan kekuatan dan kapabilitas mereka.

Buku ini hadir, sebagai sebuah buku yang disusun dari suatu penelitian yang menggambarkan model perilaku masyarakat difabel pada usaha tenoon. Buku ini memiliki keunggulan yaitu disusun secara praktis dan menggunakan pendekatan teoritis terkait model pemberdayaan masyarakat difabel dan bagaimana proses pemberdayaan yang dialami oleh masyarakat difabel. Buku ini menggunakan analisis kajian yang mudah dipahami, sehingga diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya akademisi, praktisi, dan mahasiswa.



CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896-5427-3996

ISBN 978-623-147-053-9 (PDF)

