

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemberdayaan Ekonomi

Secara etimologis, pemberdayaan berasal dari kata "daya," yang berarti kemampuan untuk bertindak atau melakukan sesuatu. Dengan kata lain, pemberdayaan dapat diartikan sebagai suatu proses untuk menjadi berdaya, memperoleh kekuatan, atau menerima kekuatan dari pihak yang memiliki kepada pihak yang sedang diberdayakan. Sementara itu, "proses" merujuk pada serangkaian tindakan atau langkah-langkah sistematis yang mencerminkan tahapan dalam upaya mengubah masyarakat yang kurang atau belum berdaya menuju kondisi yang lebih berdaya.¹¹

Pemberdayaan tidak hanya berfokus pada peningkatan kemampuan individu atau kelompok dalam aspek tertentu, tetapi juga mencakup penguatan akses terhadap sumber daya, peluang, serta partisipasi aktif dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks sosial, pemberdayaan bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang mandiri, mampu menghadapi tantangan, dan memiliki kontrol atas kehidupannya sendiri.¹²

¹¹ Kholidah Attina Yopa, "Model Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Desa Wisata Budaya Di Kebondalemkidul, Prambanan, Klaten, Jawa Tengah," *Lumbung Pustaka UNY* (2017): 511.

¹² Totok Mardikanto & Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 97.

Proses pemberdayaan dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, seperti pendidikan, pelatihan keterampilan, peningkatan kesadaran, serta dukungan kebijakan yang mendorong kemandirian. Selain itu, pemberdayaan juga melibatkan kolaborasi antara individu, komunitas, pemerintah, dan sektor swasta untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan sosial dan ekonomi.¹³

Pemberdayaan ekonomi berarti membangun perekonomian masyarakat sebagai bagian dari pembangunan nasional. Agar pertumbuhan ekonomi berjalan cepat, pemerintah perlu menerapkan strategi yang tepat. Dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, diharapkan kesejahteraan masyarakat meningkat dan kehidupan mereka menjadi lebih baik. Kehidupan yang lebih baik berarti kebutuhan dasar, kebutuhan pribadi, dan kebebasan dapat terpenuhi. Oleh karena itu, pemberdayaan ekonomi harus berfokus pada pemenuhan kebutuhan utama yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat.¹⁴

B. Konten Kreator

Konten kreator sendiri menurut Nuraeni dan Junita T ialah seseorang yang bertanggung jawab menciptakan konten-konten menarik dan kreatif

¹³ Gunawan Sumodiningrat, *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaring Pengaman Sosial* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), 105.

¹⁴ Uly Hikmah Andini, Mochamad Saleh Soeaidy, and Ainul Hayat, "Dari Desa Tertinggal Menuju Desa Tidak Tertinggal (Studi Di Desa Muktiharjo Kecamatan Margorejo Kabupaten Pati)," *Jurnal Administrasi Publik* 2, no. 12 (2014): 10.

untuk mendukung strategi pemasaran produk atau layanan tertentu.¹⁵ Sementara menurut Sundawa & Trigartanti, konten kreator adalah suatu aktivitas untuk menyampaikan informasi yang diubah menjadi gambar, video, atau tulisan, yang kemudian disebarakan melalui platform media digital sebagai konten.¹⁶

Jadi dapat disimpulkan bahwa konten kreator ialah seseorang yang berperan dalam menciptakan konten-konten kreatif berupa gambar, video maupun tulisan ke dalam sebuah platform media digital yang bersifat menarik perhatian dan bernilai jual. Sebagai seorang konten kreator, peran utama yang harus dilakukan adalah menghasilkan dan mengelola konten pada platform atau media yang dipilih. Sebagai contoh, jika seseorang memilih untuk menjadi YouTuber, maka langkah awal yang perlu dilakukan adalah membangun sebuah kanal YouTube, kemudian secara konsisten mengisi kanal tersebut dengan video yang relevan dan sesuai dengan konsep yang telah dirancang.¹⁷

C. Fitur Facebook Profesional

Facebook Profesional adalah fitur yang dirancang untuk mendukung proses monetisasi bagi pengguna yang ingin mengoptimalkan aktivitas

¹⁵ Sigit Hermawan, "Peningkatan Keterampilan Content Creator Di Masa Pandemi Covid 19," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat: Membangun Negeri 5*, no. 1 (2021): 301.

¹⁶ Almira Shabrina, "Pelatihan Content Creator Bagi Siswa SMK Telkom Bandung," *Bantenese Jurnal Pengabdian Masyarakat 5*, no. 1 (2023): 66.

¹⁷ Dwi Aris Nurohman, *Konten Kreator* (Jakarta Barat: Penerbit Elmarkazi, 2021), 2.

mereka di *platform* Facebook. Melalui fitur ini, pengguna dapat membangun identitas sebagai kreator konten tanpa mengabaikan hubungan sosial dengan teman dan keluarga dalam satu akun yang terintegrasi.¹⁸ Facebook Profesional memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk memperluas jangkauan *audiens* serta membangun komunitas global tanpa perlu memisahkan diri dari profil utama. Secara struktural dan fungsional, Facebook Profesional memiliki perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan Facebook konvensional, baik dari segi tampilan, persyaratan, maupun kegunaan yang ditawarkan.

Adapun beberapa fitur yang tersedia di Facebook Profesional adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan Profil Profesional

Facebook Profesional (FB Pro) memungkinkan pengguna untuk memisahkan identitas pribadi dan profesional dalam satu akun. Fitur ini berperan penting dalam menjaga privasi sekaligus membangun citra profesional yang lebih kredibel. Pengguna dapat memilih kategori profil sesuai dengan bidang yang ditekuni, seperti kreator, pengusaha, atau penulis. Selain itu, FB Pro memberikan kontrol atas pengaturan privasi dan

¹⁸ Max Ki, "Cara Mengaktifkan Mode Profesional (FB Pro) Di Facebook," *News*, accessed March 12, 2025, <https://umsu.ac.id/berita/cara-mengaktifkan-mode-profesional-fb-pro-di-facebook/%0A%0A>.

audiens, memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan siapa saja yang dapat mengakses dan melihat konten mereka.

2. Dasbor Profesional

FB Pro dilengkapi dengan dasbor analitik yang menyediakan data terkait performa akun. Fitur ini mencakup informasi mengenai pertumbuhan jumlah pengikut, jangkauan konten, tingkat interaksi, serta efektivitas strategi pemasaran digital. Dengan adanya data ini, pengguna dapat mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi konten mereka guna meningkatkan keterlibatan *audiens* dan memperluas jangkauan postingan.

3. Monetisasi Konten

Salah satu keunggulan FB Pro adalah kemampuannya dalam mendukung monetisasi konten. Pengguna dapat memperoleh pendapatan melalui berbagai mekanisme, seperti menampilkan iklan dalam Facebook *Reels* dan video, menawarkan konten eksklusif kepada pengikut berlangganan, serta menerima Bintang sebagai bentuk dukungan dari penggemar. Dengan fitur ini, konten kreator memiliki peluang untuk memperoleh penghasilan secara berkelanjutan melalui platform Facebook.

Adapun syarat-syarat monetisasi di Facebook Profesional yang perlu dipenuhi oleh kreator agar bisa menghasilkan uang melalui konten mereka:

a. Memenuhi Kebijakan Monetisasi Facebook

Facebook memiliki beberapa pedoman yang harus dipatuhi oleh semua kreator:

- 1) Kebijakan Monetisasi Partner: Kreator harus berusia minimal 18 tahun dan memiliki riwayat perilaku yang baik di Facebook.
- 2) Kebijakan Monetisasi Konten: Konten tidak boleh mengandung ujaran kebencian, kekerasan, atau pelanggaran hak cipta.
- 3) Kepatuhan terhadap Standar Komunitas Facebook.¹⁹

b. Memiliki Halaman atau Profil Profesional

- 1) Akun harus menggunakan Mode Profesional atau Halaman Facebook (*Page*). Untuk mengakses fitur Facebook Profesional, pengguna perlu melalui sejumlah tahapan administratif yang telah disediakan oleh platform.
 - a) Langkah awal dimulai dengan membuka aplikasi Facebook melalui perangkat yang digunakan.
 - b) Pengguna kemudian mengakses menu utama dengan menekan ikon garis tiga yang terletak pada pojok kanan atas antarmuka aplikasi.

¹⁹ Meta Business Help Center, "Check and Maintain Your Monetization Eligibility Status," accessed April 16, 2025, <https://www.facebook.com/business/learn/lessons/understand-monetization-eligibility-status>.

- c) Dari menu yang tersedia, pengguna memilih opsi “Pengaturan” untuk melanjutkan proses konfigurasi.
- d) Setelah itu, dilakukan pengguliran layar ke bagian bawah hingga menemukan dan memilih opsi “Mode Profesional”.
- e) Pada tahap ini, pengguna perlu menekan tombol “Aktifkan Mode Profesional” guna menginisiasi pengaktifan fitur tersebut.
- f) Selanjutnya, sistem akan memandu pengguna untuk menentukan nama publik yang akan ditampilkan pada profil profesional.
- g) Pengguna juga diminta untuk memilih kategori yang relevan dengan bidang keahlian atau minat yang dimiliki, guna mengklasifikasikan profil secara lebih spesifik.
- h) Sebagai bagian dari penyusunan identitas profesional, pengguna perlu menambahkan uraian singkat mengenai dirinya.
- i) Adapun secara opsional, apabila pengguna memiliki ketertarikan untuk memanfaatkan peluang monetisasi, tersedia opsi “Pertimbangkan untuk mendapatkan penghasilan” yang dapat diaktifkan dengan mengikuti

panduan serta memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh pihak *platform*.²⁰

- 2) Akun harus aktif dan rutin memposting konten orisinal (video, reels, live, dan lain-lain).²¹

c. Jumlah Pengikut dan Jangkauan

Beberapa fitur monetisasi memerlukan jumlah pengikut atau *engagement* tertentu, misalnya:

- 1) *In-Stream Ads*: Minimal 10.000 pengikut dan 600.000 total menit tayang dalam 60 hari terakhir.
- 2) *Facebook Reels Ads*: Minimal 5 video aktif, 10.000 pengikut, atau 1.000 pengikut dengan 100.000 tayangan Reels dalam 30 hari terakhir.
- 3) Bintang (*Stars*): 500 pengikut dalam 30 hari terakhir, akun aktif minimal 30 hari.
- 4) Langganan Berbayar (*Subscriptions*): 10.000 pengikut atau 250 penonton kembali dan 50.000 interaksi dalam 60 hari.²²

d. Akun Terverifikasi dan Terhubung

- 1) Akun harus terhubung ke *Meta Business Suite*.

²⁰ Wanda Indana, "Cara Daftar Facebook Pro Untuk Dapat Uang Dari Bikin Konten Facebook," *QuBisa*, last modified 2024, accessed April 22, 2025, <https://www.qubisa.com/article/cara-daftar-facebook-pro>.

²¹ Meta Business Help Center, "Content Monetization Policies," accessed April 16, 2025, <https://www.facebook.com/business/help/1348682518563619>.

²² Meta Business Help Center, "How to Make Money & Get Paid by Monetizing Content on Facebook," accessed April 16, 2025, <https://www.facebook.com/business/goals/monetize-content>.

2) Informasi pembayaran dan akun bank harus ditautkan dan diverifikasi.

3) Wajib menggunakan Dua Faktor Otentikasi (2FA) untuk keamanan akun.²³

e. Lokasi yang Didukung

Kreator harus berada di negara yang mendukung fitur monetisasi Facebook (Indonesia termasuk salah satunya).

4. Fitur Pendukung Lainnya

FB Pro menyediakan berbagai alat yang mendukung pengembangan profil profesional dan perluasan jangkauan *audiens*. Pengguna dapat membangun komunitas melalui grup dan halaman Facebook, mengakses berbagai fitur eksklusif untuk kreator, serta memanfaatkan alat analitik yang lebih canggih untuk memahami performa konten secara mendalam.

5. Manfaat Penggunaan Facebook Profesional

Pemanfaatan FB Pro memberikan berbagai keuntungan bagi penggunanya yakni dapat meningkatkan personal *branding* serta membangun kredibilitas profesional, memfasilitasi pengembangan komunitas dan membangun *audiens* yang loyal, membuka peluang monetisasi melalui berbagai fitur yang tersedia, dan dapat memberikan

²³ Allec Chillingworth, "How to Monetize Facebook: A Complete Guide," accessed April 16, 2025, <https://www.epidemicsound.com/blog/how-to-monetize-facebook/>.

akses ke alat kreatif dan analitik yang lebih lengkap guna mendukung optimalisasi strategi digital.²⁴

D. Monetisasi sebagai Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Digital

Monetisasi di Facebook Profesional bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada pengguna agar bisa mendapatkan penghasilan dari konten yang mereka buat. Dengan adanya fitur seperti iklan dalam video dan dukungan dari pengikut, pengguna dapat menjadikan aktivitas berkonten sebagai sumber pendapatan. Selain itu, monetisasi juga mendorong pengguna untuk lebih kreatif dan aktif dalam membuat konten yang menarik, sehingga bisa melibatkan lebih banyak orang. Hal ini tidak hanya bermanfaat bagi individu, tetapi juga membantu meningkatkan kegiatan ekonomi digital, terutama di kalangan masyarakat yang aktif menggunakan media sosial.²⁵

Dalam konteks digital, monetisasi melalui platform seperti Facebook Profesional menawarkan paradigma baru dalam pemberdayaan ekonomi. Fitur monetisasi yang sebelumnya hanya dapat diakses oleh kreator besar di kota-kota besar, kini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat di wilayah pedesaan. Masyarakat yang memiliki akses internet dan keterampilan dasar

²⁴ Muallif, "Fitur-Fitur Utama Facebook Pro: Membuka Potensi Baru Untuk Pengguna"

²⁵ Meta Business Help Center, "How to Make Money & Get Paid by Monetizing Content on Facebook." Accessed May 19, 2025. <https://www.facebook.com/business/help>.

media digital dapat berpartisipasi secara langsung dalam ekosistem ekonomi digital global.²⁶

Adapun potensi pemberdayaan melalui monetisasi ini mencakup beberapa aspek berikut:

- a. Kreativitas sebagai Komoditas Ekonomi: Konten yang dibuat bukan sekadar bentuk hiburan, tetapi menjadi produk bernilai ekonomis. Kreator dapat menjual karya kreatif dalam bentuk video, foto, atau tulisan yang dikemas menarik dan relevan bagi audiens.²⁷
- b. Pasar yang Tidak Terbatas Secara Geografis: Dengan Facebook Profesional, kreator dari daerah terpencil seperti Toraja bisa menjangkau penonton dari berbagai daerah bahkan luar negeri. Ini membuka peluang bisnis yang tidak mungkin dilakukan secara konvensional.²⁸
- c. Pendapatan Mandiri dan Berkelanjutan: Monetisasi memberi peluang untuk mendapatkan penghasilan tanpa harus bergantung pada pekerjaan formal. Bahkan dengan modal teknologi yang relatif terjangkau, pelaku usaha digital bisa memulai aktivitas ekonominya dari rumah.²⁹
- d. Transformasi Peran Sosial: Masyarakat yang sebelumnya pasif secara ekonomi, dapat berubah menjadi produsen dan pelaku ekonomi aktif.

²⁶ Hadi Suyono, *Social Entrepreneurship* (Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan, 2023), 44.

²⁷ Ibid, 52–53.

²⁸ Fatimah Nur Arifah, "Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis Online," *Transformasi: Jurnal Informasi & Pengembangan Iptek* 11, no. 2 (2015): 145.

²⁹ Muallif, "Fitur-Fitur Utama Facebook Pro: Membuka Potensi Baru Untuk Pengguna."

Hal ini menciptakan perubahan struktur sosial, dari hanya sebagai konsumen teknologi menjadi pengelola dan inovator.³⁰

Selain itu, monetisasi konten juga mendorong keterampilan kewirausahaan digital, seperti kemampuan branding, digital marketing, dan manajemen audiens. Hal ini sejalan dengan kebutuhan zaman di mana ketergantungan terhadap pekerjaan konvensional mulai bergeser ke arah ekonomi berbasis inovasi. Oleh karena itu, monetisasi di media sosial tidak hanya sekadar alat untuk mendapatkan uang, tetapi juga menjadi medium strategis dalam memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat.

E. Sosiologi Entrepreneurship

Sosiologi dipahami sebagai disiplin ilmu yang didasarkan pada suatu gagasan filosofis, yakni bahwa pasti ada ilmu yang mempelajari kehidupan sosial. Gagasan dasar ini memunculkan berbagai perdebatan, mulai dari pertanyaan tentang apakah ilmu mengenai dunia sosial itu benar-benar ada, hingga bentuk dan ruang lingkupnya seperti "dunia sosial," "kehidupan sosial," atau "masyarakat." Sosiologi sebagai ilmu tidak memiliki batasan yang tegas dan terdefinisi dengan jelas karena wilayah kajiannya

³⁰ Dimas Satria Laksmna dan Arief Setyawan, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Media Sosial Sebagai Media Promosi UMKM Era New Normal Di Desa Gunungsari, Kecamatan Kasreman, Kabupaten Ngawi. ", 22.

bersinggungan dengan berbagai disiplin ilmu lain seperti filsafat, etika, hukum, dan agama.³¹

Menurut Emile Durkheim, sosiologi adalah ilmu yang mempelajari fakta sosial yaitu hal-hal di luar individu yang bersifat memaksa, seperti norma, hukum, dan kebiasaan. Ia menekankan bahwa fakta sosial adalah realitas objektif yang bisa diamati, bukan sekadar pandangan pribadi. Bagi Durkheim, fakta sosial terbesar adalah masyarakat itu sendiri.³²

Berdasarkan pandangan tokoh di atas, dapat disimpulkan bahwa sosiologi adalah ilmu yang mempelajari masyarakat dan hubungan sosial secara ilmiah. Sosiologi berfokus pada berbagai aspek kehidupan sosial, mulai dari struktur dan perubahan sosial, fakta sosial yang mengikat individu, hingga makna dan motivasi tindakan manusia dalam masyarakat. Ilmu ini bersifat empiris, teoritis, kumulatif, dan bebas nilai, serta berusaha memahami keterkaitan antara individu dan masyarakat secara objektif. Jadi, sosiologi dapat membantu dalam memahami pola dan dinamika kehidupan sosial yang kompleks.

Adapun sosiologi entrepreneurship merupakan kajian yang menelaah praktik entrepreneurship melalui perspektif sosiologi, dengan menyoroti bagaimana faktor sosial memengaruhi proses bisnis dan inovasi.

³¹ George Ritzer, *The Wiley Blackwell Companion To Sociology* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 13.

³² Bernard Raho, *Sosiologi*, 4.

Entrepreneurship sendiri tidak hanya sekadar membangun usaha, tetapi juga mencerminkan semangat dan keterampilan dalam menghubungkan teori dengan dinamika pasar.³³ Dalam dunia bisnis, entrepreneurship mencakup lebih dari sekadar mendirikan perusahaan baru. Seorang entrepreneur harus memiliki kemampuan manajerial yang mumpuni agar dapat mengelola, mengembangkan, dan mempertahankan usahanya di tengah persaingan yang terus berkembang.³⁴

Dalam konteks sosiologi entrepreneurship, faktor-faktor sosial memainkan peran penting dalam membentuk praktik entrepreneurship. Faktor-faktor seperti norma budaya, jaringan sosial, dan dukungan komunitas dapat mempengaruhi motivasi individu untuk memulai usaha serta strategi yang mereka terapkan dalam menjalankannya.³⁵

1. Norma Budaya

Norma budaya mencakup nilai-nilai, keyakinan, dan praktik yang dianut oleh suatu masyarakat, yang secara langsung mempengaruhi perilaku dan keputusan individu, termasuk dalam konteks kewirausahaan. Dalam masyarakat dengan budaya yang mendukung inovasi dan kemandirian, individu cenderung lebih termotivasi untuk

³³ Hadi Suyono, *Social Entrepreneurship*, 73.

³⁴ Wahyudin, "Membangun Jiwa Entrepreneurship Dalam Kepemimpinan Pendidikan Berbasis Agama, Filsafat, Psikologi Dan Sosiologi," *Eduwis : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 2 (2021): 184.

³⁵ Supriandi, "Faktor-Faktor Yang Mendorong Kesuksesan Kewirausahaan Sosial Dalam Menyelesaikan Masalah Lingkungan," *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science* 1, no. 4 (2023): 285.

memulai usaha. Sebaliknya, dalam budaya yang lebih konservatif atau memiliki pandangan negatif terhadap risiko, individu mungkin merasa enggan untuk terjun ke dunia wirausaha. Penelitian menunjukkan bahwa lingkungan sosial dan budaya memainkan peran penting dalam membentuk motivasi berwirausaha. Dukungan dari keluarga, teman, jaringan sosial, serta komunitas yang kondusif dapat memberikan dorongan signifikan bagi individu untuk memulai bisnis.³⁶

2. Jaringan Sosial

Jaringan sosial merujuk pada hubungan dan koneksi yang dimiliki individu dengan orang lain, termasuk keluarga, teman, rekan kerja, dan komunitas profesional. Jaringan ini dapat menyediakan sumber daya penting seperti informasi, modal, dan dukungan emosional yang diperlukan dalam proses memulai dan menjalankan usaha. Penelitian menunjukkan bahwa jaringan sosial yang kuat dapat meningkatkan keterampilan berwirausaha dan keberhasilan bisnis. Misalnya, sebuah studi kasus pada pelaku ekonomi kreatif di Kota Makassar menemukan bahwa dukungan sosial memiliki hubungan positif dengan keterampilan berwirausaha.³⁷

³⁶ Institut Teknologi Keling Kumang, "Pengaruh Lingkungan Dan Sosial Terhadap Motivasi Berwirausaha," *Kewirausahaan Institut Teknologi Keling Kumang*, accessed March 17, 2025, <https://kewirausahaan.itkk.ac.id/index.php/blog/pengaruh-lingkungan-sosial-dan-budaya-terhadap-motivasi-berwirausaha>.

³⁷ Sudirman, "Pengaruh Dukungan Sosial Terhadap Keterampilan Berwirausaha (Studi Kasus: Pelaku Ekonomi Kreatif Di Kota Makassar)," *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi* 3, no. 4 (2020): 270.

3. Dukungan Komunitas

Dukungan komunitas mencakup bantuan dan dorongan yang diberikan oleh kelompok atau lingkungan sekitar individu, seperti keluarga, organisasi lokal, atau pemerintah daerah. Dukungan ini dapat berupa penyediaan pelatihan, akses ke sumber daya, atau kebijakan yang mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah. Studi menunjukkan bahwa dukungan komunitas berperan penting dalam pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan produk dan layanan yang dapat meningkatkan pendapatan. Misalnya, kewirausahaan sosial dapat dilihat sebagai respons efektif terhadap krisis, memperkuat jaringan sosial, dan membangun solidaritas dalam komunitas.³⁸

Selain itu, keterampilan manajerial yang efektif sangat penting bagi seorang wirausahawan untuk mengelola dan mengembangkan usahanya. Keterampilan ini mencakup kemampuan kepemimpinan, komunikasi, perencanaan strategis, dan pengambilan keputusan. Seorang wirausahawan harus mampu memotivasi tim, mengelola sumber daya secara efisien, dan beradaptasi dengan perubahan pasar untuk mencapai keberhasilan bisnis. Penguasaan keterampilan manajerial ini memungkinkan wirausahawan untuk menghadapi

³⁸ Rini Angriani Idrus, "Kewirausahaan Sosial Sebagai Solusi Bisnis Di Kota Gorontalo," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 5 (2024): 5541.

tantangan dan memanfaatkan peluang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.³⁹

4. Norma Agama

Dalam konteks kewirausahaan, norma agama dapat menjadi pedoman etis yang menuntun pelaku usaha untuk berbisnis dengan kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan kepedulian sosial. Ajaran agama sering kali menekankan pentingnya integritas, kerja keras, serta larangan terhadap penipuan, riba, atau eksploitasi. Oleh karena itu, pengaruh agama tidak hanya membentuk motivasi spiritual, tetapi juga membentuk perilaku bisnis yang etis dan bermoral. Misalnya, dalam kekristenan, prinsip kasih, pelayanan, dan tanggung jawab sosial menjadi landasan moral bagi wirausahawan untuk tidak hanya mengejar keuntungan pribadi, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan orang lain. Demikian pula dalam agama lain, nilai-nilai seperti amanah, kerja halal, dan tolong-menolong mendorong para pelaku usaha untuk menjalankan bisnis yang memberdayakan dan berkontribusi positif bagi masyarakat.⁴⁰

Norma agama juga sering menjadi sumber semangat bagi wirausahawan untuk tidak mudah menyerah dalam menghadapi tantangan, karena mereka meyakini bahwa usaha yang dilakukan

³⁹ Novia Widya Utami, "10 Keterampilan Manajerial Yang Harus Dimiliki Pengusaha," *Mekari Jurnal*, accessed March 16, 2025, <https://www.jurnal.id/id/blog/keterampilan-manajerial-yang-harus-dimiliki-pengusaha/>.

⁴⁰ Anam, "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Berwirausaha," *Jurnal Ilmu Manajemen* 9, no. 4 (2021): 1237.

dengan niat baik dan cara yang benar akan mendapat berkat dari Tuhan. Oleh sebab itu, dalam masyarakat religius seperti Toraja yang memiliki tradisi kekristenan yang kuat, norma agama menjadi salah satu unsur penting dalam mendorong kewirausahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan spiritual.⁴¹

F. Teologi Entrepreneurship

Teologi entrepreneurship adalah kajian yang menghubungkan prinsip-prinsip teologis dengan praktik entrepreneurship, menekankan bahwa bisnis bukan hanya sekadar mencari keuntungan, tetapi juga dapat menjadi bentuk pelayanan dan pengabdian kepada Tuhan. Dalam perspektif ini, entrepreneurship dipandang sebagai sarana untuk membangun kesejahteraan bersama dan menegakkan keadilan sosial.⁴²

Menurut Suwanto Adi dalam jurnal "Kewirausahaan dan Panggilan Kristen" (2020), entrepreneurship memiliki nilai etis jika ditempatkan dalam kerangka teologi penciptaan dan tindakan sosial untuk menciptakan keadilan bersama. Ini sejalan dengan pemikiran Karl Rahner, yang menempatkan entrepreneurship dalam konsep *intellectus, res, dan opera*, sebagai bagian dari panggilan Kristen untuk kesejahteraan masyarakat.

⁴¹ Sulung, "Religion, Attitude, and Entrepreneurship Intention in Indonesia," *Journal of Entrepreneurship Education* 23, no. 3 (2020): 4.

⁴² Suwanto Adi, "Kewirausahaan Dan Panggilan Kristen: Sebuah Pendekatan Interpretatif-Dialogis, Sosio-Historis Dan Teologis," *Kurios: Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen* 6, no. 1 (2020): 18–34.

1. Landasan teologis dalam entrepreneurship

a. Kejadian 1:26-28 (Mandat Budaya)

Ayat ini mengandung prinsip bahwa manusia diciptakan menurut gambar Allah (*imago Dei*) dan diberi mandat untuk menguasai, mengelola, dan memelihara bumi. Mandat ini menjadi dasar teologis bahwa manusia memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan potensi dan menciptakan kesejahteraan melalui usaha yang kreatif.

b. Matius 25:14-30 (Perumpamaan Talenta)

Perumpamaan ini mengajarkan pentingnya menggunakan talenta atau kemampuan yang telah Tuhan berikan secara produktif dan bertanggung jawab. Prinsip ini mendorong umat Kristen untuk mengambil risiko yang bijaksana, mengembangkan usaha, dan memanfaatkan sumber daya secara maksimal sebagai bentuk pelayanan kepada Tuhan.

c. Kolose 3:23-24 (Bekerja untuk Tuhan)

Ayat ini menekankan bahwa segala pekerjaan, termasuk kewirausahaan, harus dilakukan dengan semangat dan integritas seolah-olah untuk Tuhan, bukan hanya untuk manusia. Dengan

demikian, kerja dan bisnis bukan sekadar aktivitas ekonomi tetapi juga bagian dari ibadah dan pengabdian.⁴³

2. Prinsip-Prinsip Theosprenurship dan Christoprenurship

a. Theosprenurship: Allah sebagai Pencipta dan Mitra Kerja

Konsep ini menegaskan bahwa Allah adalah pencipta pertama yang menciptakan dunia dari ketiadaan (*creatio ex nihilo*), dan manusia sebagai gambar-Nya memiliki tanggung jawab untuk melanjutkan karya ini melalui kreativitas dan inovasi dalam kewirausahaan.

Prinsip Theosprenurship meliputi:

- 1) Kreativitas Ilahi: Menciptakan sesuatu yang bernilai dan inovatif.
- 2) Tanggung Jawab Moral: Menjalankan usaha dengan jujur dan adil.
- 3) Pelayanan kepada Sesama: Menggunakan hasil usaha untuk memberkati dan mendukung komunitas.⁴⁴

b. Yesus sebagai seorang enterpreneur

Yesus, yang dikenal sebagai Tuhan dan Juruselamat dunia, dalam kehidupannya di bumi juga bekerja untuk mencukupi

⁴³ Suwanto Adi, "Kewirausahaan Dan Panggilan Kristen: Sebuah Pendekatan Interpretatif-Dialogis, Sosio-Historis Dan Teologis," 18.

⁴⁴ R. Purba, "Christoprenurship: Membangun Bisnis Berbasis Pelayanan," *Jurnal Ekonomi Kristiani* 3, no. 1 (2021): 61.

kebutuhan sehari-hari. Markus 6:3 menyebutkan bahwa Yesus adalah seorang tukang kayu. Hal ini menunjukkan bahwa Yesus memiliki keterampilan dan sumber penghasilan sebelum Ia memulai pelayanan-Nya. Beberapa fakta yang mendukung konsep Yesus sebagai wirausahawan:

- 1) Yesus kemungkinan memiliki tabungan dari hasil pekerjaannya, yang membantu mendukung pelayanan-Nya dalam memberitakan Injil.
- 2) Selain dari pekerjaannya sendiri, beberapa donatur juga mendukung pelayanan Yesus, sebagaimana tercatat dalam Lukas 8:1-3.
- 3) Yohanes 1:38-39 menyebutkan bahwa Yesus memiliki tempat tinggal. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah rumah tersebut dibeli oleh-Nya atau hanya disewa. Jika dibeli, maka sumber keuangannya dapat berasal dari hasil kerja sebagai tukang kayu.

c. Contoh entrepreneur dalam Alkitab

Selain Yesus, beberapa tokoh dalam Alkitab juga menjalankan usaha untuk mencukupi kebutuhan mereka, antara lain:

- 1) Akwila dan Priskila

Pasangan suami istri ini terlibat dalam pelayanan dan bekerja sebagai pembuat tenda (Kis. 18:2-3). Mereka juga membimbing Apolos agar menjadi pengkhotbah yang lebih efektif (Kis.18:26). Selain itu, rumah mereka digunakan sebagai tempat ibadah dan pelayanan (Kis.16:3-5).

2) Paulus, Sang Rasul yang Bekerja Mandiri

Paulus dikenal sebagai seorang pemberita Injil yang aktif di berbagai tempat. Namun, ia juga bekerja sebagai tukang kemah (Kis.18:1-3). Dalam 2 Korintus 11:9, Paulus menegaskan bahwa ia berusaha untuk tidak menjadi beban bagi jemaat yang dilayaninya. Hal ini ditekankan kembali dalam 1 Tesalonika 2:9 dan 2 Tesalonika 3:8, di mana Paulus menyatakan bahwa ia bekerja keras siang dan malam untuk memenuhi kebutuhannya sendiri.

3) Filemon, Pelayan Tuhan yang Juga Berwirausaha

Filemon adalah seorang pelayan Tuhan yang membuka rumahnya untuk dijadikan tempat ibadah (Fil. 1:1-2). Selain itu, ia menjalankan usaha berbasis rumah atau *home industry*, yang mempekerjakan beberapa orang. Salah satu pekerjanya, Onesimus, pernah melarikan diri setelah melakukan kesalahan dalam pekerjaannya (Fil. 1:18). Kisah Filemon menunjukkan bahwa seseorang dapat aktif dalam pelayanan gerejawi

sekaligus mengembangkan usaha untuk mencukupi kebutuhannya.⁴⁵

3. Entrepreneurship Sebagai Panggilan Kristen

Entrepreneurship dapat dipahami sebagai suatu panggilan dalam perspektif Kristen, karena memiliki dasar yang kuat dalam ajaran Alkitab. Alkitab memberikan banyak prinsip yang relevan dengan dunia bisnis, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, kewirausahaan tidak hanya sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk mengungkapkan iman dan melayani sesama melalui praktik bisnis yang berintegritas.

Entrepreneurship Kristen menekankan pentingnya menjalankan usaha dengan cara yang jujur dan transparan. Hal ini berarti seorang wirausaha Kristen harus menghindari praktik-praktik yang merugikan orang lain, seperti korupsi, manipulasi, atau eksploitasi. Sebaliknya, mereka harus berusaha untuk menciptakan nilai tambah bagi masyarakat, misalnya dengan menyediakan produk atau layanan yang berkualitas, memperlakukan karyawan dengan adil, dan berkontribusi terhadap kesejahteraan komunitas sekitar.

Maka, kewirausahaan tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan, tetapi juga untuk menjadi berkat bagi orang lain. Selain itu,

⁴⁵ Indrawan Eleas, "Te-Preneurship Theological Entrepreneurship," *TRACK: Jurnal Kepemimpinan Kristen, Teologi, dan Entrepreneurship* 1, no. 1 (2022).

kewirausahaan Kristen juga mengajak pelakunya untuk menghindari praktik-praktik bisnis yang tidak etis. Ini termasuk menghindari persaingan tidak sehat, menipu konsumen, atau merusak lingkungan.⁴⁶

G. Pemberdayaan Ekonomi Dari Perspektif Sosio-Teologis

1. Pemberdayaan Ekonomi dari Perspektif Sosial

Perspektif sosial menekankan pentingnya memahami konteks masyarakat, termasuk struktur sosial, nilai-nilai budaya, dan hubungan antarindividu. Pemberdayaan ekonomi tidak dapat dipisahkan dari dinamika sosial yang ada di masyarakat. Misalnya, dalam masyarakat yang memiliki budaya gotong royong, program pemberdayaan dapat dirancang dengan melibatkan partisipasi kolektif untuk mencapai tujuan bersama.

Soetomo menjelaskan bahwa pemberdayaan dari perspektif sosial harus mempertimbangkan jaringan sosial, norma-norma masyarakat, serta partisipasi aktif dari anggota masyarakat. Hal ini penting karena keberhasilan pemberdayaan ekonomi sangat bergantung pada dukungan dan keterlibatan masyarakat.⁴⁷

⁴⁶ Ishak Iskandar, "Menuju Teologi Kewirausahaan: Menjelajahi Pendekatan Berbasis Iman Terhadap Bisnis Dan Inovasi," *Matheo: Jurnal Teologi/Kependetaan* 11, no. 2 (2021): 188.

⁴⁷ Soetomo, *Pemberdayaan Masyarakat: Mungkinkah Muncul Antitesisnya?* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 25.

2. Pemberdayaan Ekonomi dari Perspektif Teologi Kristen

Teologi Kristen memberikan landasan moral dan spiritual untuk pemberdayaan ekonomi. Dalam teologi Kristen, pemberdayaan ekonomi tidak hanya dilihat sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan material, tetapi juga sebagai bentuk pengamalan nilai-nilai iman, seperti keadilan, kasih sayang, dan tanggung jawab sosial.⁴⁸

a. Keadilan Sosial

Alkitab menekankan pentingnya keadilan sosial, terutama dalam memperjuangkan hak-hak orang miskin dan tertindas. Misalnya, dalam Yesaya 1:17 tertulis, "Belajarlah berbuat baik; carilah keadilan, kendalikan orang kejam; belalah hak anak-anak yatim, perjuangkan perkara janda-janda." Ayat ini mengajarkan bahwa umat Kristen memiliki tanggung jawab untuk memperjuangkan keadilan dan membela mereka yang lemah.

b. Kasih kepada Sesama

Kasih kepada sesama adalah prinsip utama dalam teologi Kristen. Yesus mengajarkan bahwa mengasihi sesama adalah perintah yang setara dengan mengasihi Tuhan (Matius 22:39). Dalam konteks pemberdayaan ekonomi, kasih kepada sesama dapat diwujudkan melalui upaya membantu orang miskin, memberikan

⁴⁸ E. Sutanto, *Teologi Pembangunan: Menuju Kesejahteraan Holistik* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2010), 102.

akses kepada sumber daya, dan menciptakan peluang ekonomi yang adil.

c. *Stewardship* (Pengelolaan yang Bertanggung Jawab)

Teologi Kristen juga mengajarkan prinsip *stewardship*, yaitu tanggung jawab manusia untuk mengelola sumber daya yang diberikan Tuhan dengan bijaksana. Dalam Lukas 12:48, Yesus berkata, "Setiap orang yang kepadanya banyak diberi, dari padanya akan banyak dituntut." Prinsip ini mendorong umat Kristen untuk menggunakan sumber daya mereka—baik materi, waktu, maupun talenta—untuk kebaikan bersama, termasuk dalam upaya pemberdayaan ekonomi.

d. Solidaritas dan Persekutuan

Gereja sebagai tubuh Kristus dipanggil untuk hidup dalam solidaritas dan persekutuan. Kisah Para Rasul 2:44-45 menggambarkan bagaimana jemaat mula-mula saling berbagi dan memenuhi kebutuhan satu sama lain. Prinsip ini dapat diterapkan dalam pemberdayaan ekonomi melalui program-program yang melibatkan partisipasi komunitas dan dukungan kolektif.

3. Integrasi Sosio-Teologis dalam Pemberdayaan Ekonomi

Integrasi perspektif sosial dan teologis dalam pemberdayaan ekonomi menawarkan pendekatan yang lebih holistik dan berkelanjutan. Dengan memadukan nilai-nilai sosial dan spiritual, program

pemberdayaan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan, tetapi juga untuk membangun karakter, memperkuat solidaritas sosial, dan menciptakan keadilan ekonomi.

Sebagai contoh, gereja dapat berperan sebagai agen pemberdayaan ekonomi dengan memanfaatkan jaringan sosial yang kuat di masyarakat. Program pemberdayaan berbasis gereja dapat mencakup pelatihan keterampilan, pendampingan usaha, dan pendanaan mikro yang diintegrasikan dengan nilai-nilai Kristen, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kasih kepada sesama.⁴⁹

⁴⁹ E. Sutanto, *Teologi Pembangunan: Menuju Kesejahteraan Holistik*, 102.