

ANALISIS PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI UNTUK PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL (Studi pada Saung Angklung Udjo Bandung Jawa Barat 2014)

Elvi Liliany Bonauli¹⁾ dan Eka Yuliana²⁾

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹⁾elvililiany@gmail.com, ²⁾ekayuliana@telkomuniversity.ac.id

Abstrak:

Kebutuhan akan efisiensi waktu dan biaya membuat seluruh pelaku bisnis termasuk wirausaha sosial menerapkan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses bisnisnya. Dalam hal ini, Saung Angklung Udjo yang memiliki nilai-nilai kewirausahaan sosial telah menerapkan teknologi informasi dan komunikasi agar dapat mengembangkan kewirausahaan sosialnya. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan *in depth interview*. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa terdapat nilai-nilai kewirausahaan sosial yang berkembang di Saung Angklung Udjo, diantaranya adalah komitmen, visi, kepemimpinan, dan kreativitas. Selain itu, dari penelitian ini diketahui bahwa Saung Angklung Udjo menerapkan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa hal, yaitu untuk efektivitas dalam penyebaran informasi, berkoneksi langsung dengan pelanggan, meningkatkan pendapatan, memberikan peluang dalam mendapatkan pasar baru, dan sebagai sarana bisnis terdepan.

Kata kunci: kewirausahaan sosial., nilai kewirausahaan sosial., teknologi informasi dan komunikasi.

Abstract:

The need for time and cost efficiency make all entrepreneurs including social entrepreneurs apply an information communication and technology in their business processes. In this case, Saung Angklung Udjo that own values of social entrepreneurship has implemented information communication and technology in order to develop their social entrepreneurship. This research is classified as descriptive qualitative study. Data were collected through observation and in depth interview. The results in this study has stated that there are values of social entrepreneurship that grows in Saung Angklung Udjo namely commitment, vision, leadership, and creativity. Moreover, from this research it is known that Saung Angklung Udjo applying information communication and technology in several ways, namely for the increased information flow, direct links with customers, increase revenue, access to new markets, and as future business tools.

Keywords: *social entrepreneurship., social entrepreneurship values., information communication and technology.*

1. Pendahuluan

Masalah sosial utama yang terjadi di Indonesia antara lain pengangguran, kemiskinan, dan kerusakan lingkungan. Kondisi tersebut tentunya mengganggu pembangunan dan stabilitas nasional. Kehadiran *Social Entrepreneur* yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan *entrepreneurship* untuk melakukan perubahan sosial merupakan salah satu solusi nyata atas permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat, khususnya pengangguran serta kemiskinan yang dirasa dapat memberikan perubahan iklim sosial ekonomi rakyat dan memberikan peluang baru bagi masyarakat secara umum. Kewirausahaan sosial memiliki tujuan utama bukan untuk menghasilkan jumlah profit yang besar, melainkan bagaimana mereka telah menciptakan nilai-nilai pada kewirausahaan sosialnya.

Kebutuhan efisiensi waktu dan biaya mendorong semua pelaku bisnis termasuk wirausaha sosial untuk menerapkan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengembangan kewirausahaannya. Menurut Sin Tan *et al* (2010), para wirausaha harus memiliki usaha yang inovatif, tidak hanya sekedar menawarkan produk yang unik tetapi harus mampu menerapkan teknologi terkini dalam proses bisnisnya, agar dapat memenuhi permintaan pasar secara cepat juga memperkuat bisnis proses.

Saung Angklung Udjo merupakan salah satu contoh kewirausahaan sosial yang bergerak di bidang wisata budaya. Saung Angklung Udjo terletak di Bandung, Jawa Barat dimana sejak berdiri sampai sekarang terus memperlihatkan kepeduliannya dalam melestarikan dan mengembangkan kebudayaan Sunda, khususnya alat musik bambu dan angklung melalui sarana pendidikan dan pelatihan. Berdirinya Saung Angklung Udjo memberikan hal positif bagi masyarakat sekitarnya, yaitu tersedianya peluang pekerjaan bagi pengrajin bambu, angklung, serta pedagang kuliner.

Sin Tan *et al* (2010) mengatakan bahwa penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) atau *Information Communication Technology (ICT)* dalam proses bisnis tidak lagi menjadi pilihan melainkan sebuah keharusan. Saung Angklung Udjo dalam hal ini telah memanfaatkan dan menerapkan *ICT* untuk membantu proses bisnis baik dari sisi internal maupun eksternal. Berdasarkan penjelasan yang telah diungkapkan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai kewirausahaan sosial yang berkembang di Saung Angklung Udjo dan penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk proses bisnis Saung Angklung Udjo.

2. Tinjauan Literatur dan Metodologi

2.1 Tinjauan Literatur

2.1.1 Nilai Kewirausahaan Sosial

Dees dalam Wibhawa (2011:11) menjelaskan bahwa wirausaha sosial bertindak sebagai agen perubahan dalam sektor sosial salah satunya dengan mengadopsi sebuah misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai-nilai sosial. Terdapat beberapa nilai kewirausahaan sosial, seperti yang dijelaskan Ebrashi (2013) diantaranya adalah:

- 1) *Komitmen (Commitment)*
Kewirausahaan sosial menjalankan bisnis dengan benar dan tetap memiliki *social responsibility*. Tidak hanya mengedepankan unsur sosialnya, namun juga harus tegas dalam memegang prinsip-prinsip bisnis, sekalipun bermisi sosial, aspek bisnis harus pula dikelola dengan baik (Kasali dalam Wibhawa *et al*, 131:2011).
- 2) *Visi (Vision)*
Kewirausahaan sosial memiliki visi tentang bagaimana meraih perbaikan dan berbagai usaha yang memastikan bahwa visi mereka tercapai (Light dalam Wibhawa *et al*, 17:2011).
- 3) *Kepemimpinan (Leadership)*
Kepemimpinan dalam kewirausahaan sosial digambarkan salah satunya adalah dengan pengambilan keputusan tidak berdasarkan pada kepemilikan modal semata. Aktivitas yang dilakukan memiliki tujuan serta target yang jelas agar bermanfaat bagi masyarakat (EMES pada Wibhawa *et al*, 24:2011).
- 4) *Kreativitas (Creativity)*
Kewirausahaan sosial menuntut adanya ide kreatif dalam menciptakan sebuah produk, diperlukan kepekaan atas peluang yang dapat dimanfaatkan di lingkungan sekitar. Peluang tersebut tidak harus selalu untuk dapat menghasilkan materi, namun lebih pada kebermanfaatannya sosial yang dirasakan masyarakat luas (Wibhawa *et al*, 180:2011).

2.1.2 Teknologi Informasi dan Komunikasi

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) melingkupi semua bentuk teknologi yang digunakan untuk membuat (*create*), menangkap (*capture*), memanipulasi (*manipulate*), menyampaikan (*communicate*), pertukaran (*exchange*), menyajikan (*present*) dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk, seperti penyajian bisnis data, percakapan audio, gambar, foto, presentasi multimedia, dan sebagainya (Ryssel dalam Ruiz-Molina *et al*, 2010).

Kotelnikov dalam Sin Tan (2010) menjelaskan tingkat penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi diantara para wirausaha, hal tersebut dapat digolongkan dari teknologi dasar seperti radio, telepon genggam sampai penggunaan teknologi yang lebih canggih yaitu seperti *e-mail*, *e-commerce*, dan proses sistem informasi, dimana penggunaan hal tersebut lebih bernilai ekonomi dan menjanjikan untuk bisnis mereka.

Menurut Sin Tan *et al* (2010) penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam proses bisnis menghasilkan keuntungan tidak hanya untuk para pemilik kewirausahaan, namun juga pada *stakeholders* seperti *supplier* dan pelanggan. Beberapa keuntungan yang dirasakan paling besar manfaatnya antara lain:

- 1) *Efektivitas dalam penyebaran informasi (increased information flow)*
Penggunaan Teknologi Informasi merupakan langkah strategis bagi perusahaan untuk meningkatkan kecepatan dan keakuratan informasi, pelayanan terhadap konsumen, perbaikan proses bisnis serta peningkatan sumberdaya manusia (Arfan dalam Endraswari, 2006).

Salah satu penerapan *ICT* adalah penggunaan internet. Internet memudahkan dan mengefisienkan akses data, *hardware* dan *software* yang ada pada jaringan secara bersama-sama. Misalnya, informasi pada suatu situs Web dapat diperoleh dengan mudah menggunakan Web Browser. Hal ini dapat meningkatkan kerja sama diantara tim dan rekan bisnis, sehingga melengkapi peran strategi bisnis perusahaan (Endraswari, 2006).

- 2) Koneksi langsung dengan pelanggan (*direct links with customers*)
Penerapan *ICT* pada bisnis mampu meningkatkan bisnis proses, salah satunya melalui internet. Para wirausaha dapat melakukan komunikasi dengan pelanggannya melalui *e-mail*, *file sharing*, membuat *websites* dan *e-commerce* (Sin Tan, 2010). Teknologi Informasi dan Komunikasi merupakan perangkat efektif untuk meningkatkan komunikasi eksternal dan kualitas pelayanan kepada pelanggan (Roosdani, 2012).
- 3) Meningkatkan pendapatan (*increased revenue*)
Untuk meningkatkan daya saing perusahaan serta mendapatkan peluang bisnis lainnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan *ICT*. Tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan promosi, tetapi juga harus diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang baik melalui penggunaan software yang tepat. Dilakukannya pengembangan *website* sebagai sarana promosi dan pemasaran akan meningkatkan volume penjualan dan akhirnya meningkatkan pendapatan. Peningkatan pendapatan ini nantinya dapat mengembangkan perusahaan (Jauhari, 2012).
- 4) Peluang mendapatkan pasar baru (*access to new markets*)
Pertumbuhan jumlah pengguna internet memiliki dampak yang besar bagi kewirausahaan. Digunakannya internet sebagai salah satu penerapan *ICT* pada bisnis membuat perusahaan mampu meraih pelanggan baru melewati batas geografis, dengan kata lain perusahaan dapat meraih klien baru baik lokal, regional, sampai global (Sin Tan, 2010).
- 5) Sarana bisnis terdepan (*future business tools*)
Penerapan *ICT* memiliki potensi untuk mendorong peningkatan performansi perusahaan, selain itu *ICT* dari segi operasional dan strategi mampu membuat hubungan yang baik antara perusahaan (internal) dengan lingkungan bisnisnya (eksternal). Penerapan *ICT* pada perusahaan sekarang ini merupakan sebuah kunci untuk melakukan pengembangan dalam hal ekonomi, maka dari itu hal tersebut sangat berhubungan dengan *future sustainability* serta pengembangan dari bisnis tersebut (Shiels, 2003).

2.2 Metodologi

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian deksriptif. Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah metodologi penelitian kualitatif. Satori dan Komariah (2011:22) mengatakan bahwa “penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada *quality* atau hal yang terpenting dari sifat suatu barang/jasa. Hal terpenting dari suatu barang/jasa berupa kejadian/fenomena/gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi suatu pengembangan konsep teori”.

Dalam penelitian ini, data kualitatif dikumpulkan dengan melakukan observasi, *in depth interview*, dan studi dokumentasi. *In-depth interview* dilakukan pada tiga narasumber internal di perusahaan. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena penentuan sampel dalam penelitian kualitatif sangat tepat jika didasarkan pada tujuan atau masalah penelitian yang menggunakan pertimbangan-pertimbangan dari peneliti itu sendiri, dalam rangka memperoleh ketepatan dan kecukupan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan atau masalah yang dikaji (Satori dan Komariah, 2011:52).

3. Pembahasan

Dari hasil pengumpulan dan analisis data, berikut ini merupakan hasil analisis dan pembahasan mengenai hasil penelitian yang dikaitkan dengan teori nilai kewirausahaan sosial serta teknologi informasi dan komunikasi yang terdapat pada Saung Angklung Udjo.

3.1 Nilai Kewirausahaan Sosial

Berikut adalah analisis dan pembahasan hasil penelitian mengenai nilai kewirausahaan sosial yang terdapat pada Saung Angklung Udjo:

a. Komitmen (*Commitment*)

Saung Angklung Udjo sebagai kewirausahaan sosial memiliki komitmen tidak hanya dalam misi sosial untuk pelestarian budaya Sunda dan Angklung, namun juga berkomitmen pada bisnis yang menjadi *side-effect* atas upaya pelestarian budaya dan alat musik bambu tersebut.

Komitmen paling dasar yang dimiliki Saung Angklung Udjo adalah mengembangkan dan mengenalkan Angklung kepada sebanyak-banyaknya orang. Hal ini terwujud karena bila dilihat dari segi pasarnya, pengunjung yang datang ke Saung Angklung Udjo tidak hanya dari Indonesia saja namun banyak pula dari mancanegara.

Untuk komitmen dalam segi bisnis, Saung Angklung Udjo menggunakan konsep *Keep the old one, Create a new one*. Meskipun ada beberapa barang yang sudah tidak laku untuk dijual, minimal Saung Angklung Udjo harus mendokumentasikannya terlebih dahulu. Setelah itu, Saung Angklung Udjo akan mengemas barang-barang lama dengan sedemikian rupa agar dapat memiliki nilai jual kembali.

b. Visi (*Vision*)

Saung Angklung Udjo telah mencapai dua visi utama, dimana yang pertama adalah menjadi kewirausahaan sosial yang membantu meningkatkan perekonomian sosial masyarakat sekitar. Dalam hal ini, pembuktiannya adalah dengan cara memprioritaskan warga sekitar untuk dapat bekerja di Saung Angklung Udjo, baik sebagai karyawan di kantor, pekerja seni, sampai pedagang kuliner. Pihak Saung Angklung Udjo dapat menerima dan memaklumi apabila *standard* para warga sekitar kurang mencukupi, namun untuk mengimbangnya pihak Saung Angklung Udjo memberikan pelatihan-pelatihan agar dapat meningkatkan kualitas dan kemampuan mereka dalam bekerja, baik di bidang pengrajin, pekerja seni tari dan musik, serta *staff* karyawan di setiap divisi.

Visi kedua dari Saung Angklung Udjo adalah pelestarian Budaya Sunda dan alat musik Angklung. Keberadaan Saung Angklung Udjo dari tahun 1966 sampai sekarang membuktikan bahwa Saung Angklung Udjo berhasil mempertahankan tidak hanya bisnisnya saja, namun juga upaya untuk terus melestarikan kesenian budaya Angklung asli Indonesia ini

c. Kepemimpinan (*Leadership*)

Saung Angklung Udjo menggunakan Budaya Sunda sebagai landasan dari bentuk kepemimpinan yang ditanamkan kepada seluruh karyawan, dimana dalam Budaya Sunda dikenal dengan keramah-tamahannya yang pada akhirnya akan menciptakan sebuah budaya kepemimpinan yang santun.

Selain itu, ada pula sisi dari Budaya Bambu yang merupakan logo dari Saung Angklung Udjo itu sendiri yang menggambarkan tentang kerjasama serta gotong royong. Hal ini tercermin dengan demokrasi yang dijunjung tinggi di Saung Angklung Udjo. Setiap karyawan diberikan kebebasan untuk berpendapat dan menyampaikan saran-saran mereka, dengan kata lain setiap keputusan yang diambil tidak hanya diputuskan oleh petinggi-petinggi Saung Angklung Udjo saja.

d. Kreativitas (*Creativity*)

Dalam hal berkreaitivitas, Saung Angklung Udjo memberikan kesempatan dan kebebasan kepada setiap pekerja di Saung Angklung Udjo. Namun, untuk setiap ide kreativitas yang ada, harus dilakukan diskusi terlebih dahulu dan dapat dipertanggung jawabkan. Untuk memacu sisi kreativitas pada pekerja, Saung Angklung Udjo seringkali mengadakan seminar mengenai kreativitas agar dapat terus mengembangkan potensi yang dimiliki. Ide-ide kreatif yang diciptakan tidak lepas dari komitmen yang telah ditanamkan yaitu *Keep the old one, Create a new one*. Kebebasan berkreaitivitas tidak hanya dilakukan pada Angklung saja, tetapi juga pada aransemen musik, koreografi tarian, baju atau *souvenir*, sampai kreativitas dalam manajemen.

3.2 Teknologi Informasi dan Komunikasi

Berikut adalah analisis dan pembahasan hasil penelitian mengenai teknologi informasi dan komunikasi yang terdapat pada Saung Angklung Udjo:

a. Efektivitas dalam penyebaran informasi (*Increased information flow*)

Penerapan teknologi informasi dan komunikasi yang dilakukan Saung Angklung Udjo memberikan manfaat dalam proses bisnis, salah satunya adalah efektivitas dalam penyebaran informasi, baik internal maupun eksternal. Untuk mengurus segala sesuatu yang berkaitan dengan informasi, Saung Angklung Udjo memiliki divisi khusus yang menjadi *information center* yaitu divisi *Corporate Secretary*.

Dalam penyebaran informasi untuk internal, Saung Angklung Udjo menggunakan teknologi informasi dan komunikasi melalui *email* dan *Dropbox*. Digunakannya *email* dan *Dropbox* membuat penyebaran informasi antar seluruh divisi menjadi lebih mudah dan cepat karena tidak perlunya diadakan pertemuan langsung atau tatap muka.

Untuk penyebaran informasi eksternal yaitu kepada masyarakat dan klien, Saung Angklung Udjo memanfaatkan penerapan teknologi informasi dan komunikasi sederhana seperti memiliki *line* telepon yang terhubung langsung dengan *receptionist* sampai teknologi informasi modern yang menggunakan internet seperti *website*, *email*, media sosial *Facebook*, *Twitter*, dan *You Tube*.

b. Koneksi langsung dengan pelanggan (*Direct links with customer*)

Saung Angklung Udjo sebagai Kewirausahaan Sosial tentu mengedepankan berbagai cara agar dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan masyarakat sekitar, calon pengunjung, hingga klien bisnis. Cara paling efektif yang diambil oleh Saung Angklung Udjo adalah dengan memanfaatkan penerapan teknologi informasi dan komunikasi, melalui telepon, *email*, *website*, dan media sosial.

Menurut pihak Saung Angklung Udjo, media komunikasi yang dirasakan paling efektif adalah melalui media sosial *Facebook* dan *Twitter*. Kedua media sosial tersebut dapat memberikan wadah bagi pihak Saung Angklung Udjo dengan masyarakat dan klien bisnis untuk dapat berinteraksi langsung, tanpa dibatasi waktu, dan dapat diakses di seluruh dunia. Melalui media sosial, banyak pertanyaan-pertanyaan dari masyarakat mengenai macam-macam pertunjukkan, jadwal pertunjukkan, seputar Angklung, atau hanya sekedar memberikan pujian, komentar, dan saran untuk Saung Angklung Udjo.

c. Meningkatkan pendapatan (*Increased revenue*)

Saung Angklung Udjo telah melakukan pengamatan, bahwa sebagian besar pengunjung Saung Angklung Udjo datang karena adanya peran dari *website* resmi yang dimiliki Saung Angklung Udjo. Dibuatnya *website* Saung Angklung Udjo menjadi sebuah wadah informasi yang lengkap dan sebagai salah satu alat promosi, menjadikan banyak masyarakat baik di dalam dan di luar negeri serta klien bisnis tertarik sehingga ingin datang dan melihat pertunjukkan-pertunjukkan kesenian Sunda serta Angklung di tempat wisata budaya ini.

Hal ini dapat dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah pengunjung lokal dan asing dari Saung Angklung Udjo dari tahun 2010 yaitu dengan jumlah 136.212 sampai tahun 2013 dengan angka 206.912. Maka dapat disimpulkan bahwa dengan semakin banyaknya pengunjung yang datang, maka pendapatan Saung Angklung Udjo pun akan meningkat.

d. Peluang mendapatkan pasar baru (*Access to new markets*)

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi modern seperti internet, *website*, dan media sosial memudahkan masyarakat baik di dalam dan luar negeri untuk mendapatkan informasi mengenai Saung Angklung Udjo yang merupakan objek wisata Jawa Barat atau Indonesia. Hal ini tentunya memberikan peluang baik bagi Saung Angklung Udjo untuk mendapatkan pasar baru, karena internet, *website* dan media sosial tersebut dapat diakses di berbagai tempat dan kapan saja, sehingga Saung Angklung Udjo dapat menjangkau target pasar yang sebelumnya belum tercapai dan akan semakin banyak orang yang mengetahui keberadaan Saung Angklung Udjo.

e. Sarana bisnis terdepan (*Future business tools*)

Adanya berbagai macam manfaat baik bagi Saung Angklung Udjo dari penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi, membuat pihak Saung Angklung Udjo menjadikan TIK sebagai sarana bisnis terdepan yang sangat membantu proses kerja bisnis dan akan berpengaruh baik bagi *future sustainability* serta pengembangan kewirausahaan sosial Saung Angklung Udjo baik secara internal dan eksternal.

Saung Angklung Udjo tidak menutup diri akan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terbaru, sebaliknya, Saung Angklung Udjo akan menerapkan dan memperbaharui teknologi dan sistem informasi, seperti yang sedang dilakukan Saung Angklung Udjo adalah melakukan pengembangan untuk sistem informasi keuangan, stok produk, penjadwalan, serta pengoptimalan *website* agar tidak hanya terdapat *booking online* saja melainkan juga dapat melakukan transaksi secara *online*.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan peneliti menarik beberapa kesimpulan yang mengacu pada setiap yaitu sebagai berikut:

4.1.1 Nilai Kewirausahaan Sosial

Berikut adalah kesimpulan mengenai nilai kewirausahaan sosial yang terdapat pada Saung Angklung Udjo:

a. **Komitmen (*Commitment*)**

Saung Angklung Udjo tidak hanya memiliki komitmen pada pelestarian Budaya Sunda dan Angklung saja, namun juga berkomitmen pada bisnis yang dijalankan. Komitmen mengenai pelestarian Budaya Sunda dan Angklung adalah terus mengembangkan dan mengenalkan Angklung ke sebanyak-banyaknya orang. Untuk komitmen dari segi bisnis, Saung Angklung Udjo memiliki prinsip *Keep the old one, Create a new one*. Prinsip tersebut menyatakan bahwa meskipun ada barang yang sudah tidak laku dijual, maka setidaknya harus didokumentasikan terlebih dahulu, setelah itu barang-barang tersebut akan dikemas ulang agar memiliki daya jual kembali.

b. **Visi (*Vision*)**

Saung Angklung Udjo sebagai Kewirausahaan Sosial memiliki visi dalam membantu meningkatkan perekonomian sosial masyarakat sekitar. Hal ini diwujudkan dengan memprioritaskan warga sekitar Padasuka untuk dapat bekerja, baik sebagai pekerja seni, karyawan di kantor, sampai pedagang kuliner di Saung Angklung Udjo. Visi lain yang dimiliki Saung Angklung Udjo adalah pelestarian Budaya Sunda dan Angklung yang telah diakui oleh UNESCO sebagai *Intangible Cultural Heritage of Humanity* dari Indonesia.

c. **Kepemimpinan (*Leadership*)**

Saung Angklung Udjo menggunakan Budaya Sunda sebagai landasan bentuk kepemimpinan karena Budaya Sunda dikenal dengan keramah-tamahan yang pada akhirnya akan menciptakan budaya kepemimpinan yang santun. Selain itu ada pula Budaya Bambu yang menggambarkan kerjasama serta gotong royong. Hal ini terlihat dengan demokrasi yang dijunjung tinggi di Saung Angklung Udjo, dimana setiap karyawan diberikan kebebasan berpendapat sehingga setiap keputusan yang diambil tidak hanya dari petinggi-petinggi di Saung Angklung Udjo.

d. **Kreativitas (*Creativity*)**

Saung Angklung Udjo dalam hal ini memberikan kesempatan dan kebebasan kepada setiap pekerja untuk berkreaitivitas. Kebebasan berkreaitivitas tidak hanya dilakukan pada Angklung saja, tetapi juga pada aransemen musik, koreografi tarian, baju atau *souvenir*, sampai kreativitas dalam manajemen. Untuk menambah wawasan mengenai kreativitas, Saung Angklung Udjo seringkali mengadakan seminar mengenai kreativitas untuk seluruh pekerja.

4.1.2 Teknologi Informasi dan Komunikasi

Berikut adalah kesimpulan mengenai nilai kewirausahaan sosial yang terdapat pada Saung Angklung Udjo:

a. **Efektivitas dalam penyebaran informasi (*Increased information flow*)**

Penerapan teknologi informasi dan komunikasi yang dilakukan Saung Angklung Udjo memberikan manfaat dalam efektivitas penyebaran informasi, baik internal maupun eksternal. Untuk penyebaran informasi internal, Saung Angklung Udjo menggunakan *email* dan *Dropbox*. Digunakannya *email* dan *Dropbox* membuat penyebaran dan pertukaran informasi antar seluruh divisi menjadi lebih mudah dan cepat, karena tidak perlunya diadakan pertemuan langsung atau tatap muka. Untuk penyebaran informasi eksternal, Saung Angklung Udjo memanfaatkan penerapan teknologi informasi dan komunikasi dari yang sederhana seperti telepon sampai teknologi informasi modern, menggunakan internet seperti *website*, *email*, media sosial *Facebook* dan *Twitter*.

b. **Koneksi langsung dengan pelanggan (*Direct links with customer*)**

Untuk dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan masyarakat sekitar, calon pengunjung, hingga klien bisnis, Saung Angklung Udjo memanfaatkan penerapan teknologi informasi dan komunikasi, melalui telepon, *email*, *website*, dan media sosial. Melalui media sosial *Facebook* dan *Twitter*, masyarakat dan klien bisnis dapat berinteraksi langsung, tanpa dibatasi waktu, dan dapat diakses di seluruh dunia.

c. Meningkatkan pendapatan (*Increased revenue*)

Penerapan teknologi informasi dan komunikasi melalui internet seperti *website* dan *You Tube*, memberikan pengaruh baik dari segi pendapatan. Dibuatnya *website* Saung Angklung Udjo menjadi sebuah wadah informasi yang lengkap dan adanya video macam-macam pertunjukkan di Saung Angklung Udjo, menjadikan banyak masyarakat baik di dalam dan di luar negeri serta klien bisnis tertarik sehingga ingin datang dan melihat pertunjukkan-pertunjukkan kesenian Sunda serta Angklung. Semakin banyaknya pengunjung yang datang, maka pendapatan Saung Angklung Udjo pun akan meningkat.

d. Peluang mendapatkan pasar baru (*Access to new markets*)

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi modern seperti internet, *website*, dan media sosial (*Facebook, Twitter, You Tube*) memudahkan masyarakat baik di dalam dan luar negeri untuk mendapatkan informasi mengenai Saung Angklung Udjo. Hal tersebut memberikan peluang bagi Saung Angklung Udjo untuk mendapatkan pasar baru. Karena dengan internet, *website* dan media sosial (*Facebook, Twitter, You Tube*) dapat diakses di berbagai tempat dan kapan saja, sehingga Saung Angklung Udjo dapat menjangkau target pasar yang sebelumnya belum tercapai dan akan semakin banyak orang yang mengetahui keberadaan Saung Angklung Udjo.

e. Sarana bisnis terdepan (*Future business tools*)

Dari berbagai manfaat internal dan eksternal penerapan teknologi informasi dan komunikasi, Saung Angklung Udjo menjadikan TIK sebagai sarana yang sangat membantu proses kerja bisnis, dimana hal tersebut akan berpengaruh baik bagi *future sustainability* dan pengembangan kewirausahaan sosial Saung Angklung Udjo secara internal dan eksternal.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian Analisis Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi Untuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial (studi pada saung Angklung Udjo Bandung Jawa Barat 2014) maka penulis mencoba mengajukan saran-saran. Saran ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan perbaikan oleh Saung Angklung Udjo.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dalam penyebaran informasi eksternal adalah apabila ada informasi terbaru, maka divisi *Corporate Secretary* langsung mempublikasikannya di *website* dan media sosial yang dimiliki Saung Angklung Udjo. Namun terkadang, ada keterlambatan waktu dalam melakukan publikasi tersebut. Oleh karena itu, dapat disarankan kepada Saung Angklung Udjo untuk dapat membina sumber daya manusia yang memiliki tanggung jawab atas penyebaran informasi eksternal agar dapat bekerja lebih optimal sehingga kebijakan tersebut dapat berlangsung lebih baik dan efektif.
2. Dari hasil pengumpulan data melalui wawancara, didapatkan informasi bahwa terdapat masyarakat yang mengajukan pertanyaan-pertanyaan mengenai Saung Angklung Udjo, dimana sebenarnya informasi seputar pertanyaan tersebut dapat ditemukan di *website* Saung Angklung Udjo. Maka dapat disarankan agar Saung Angklung Udjo melakukan pengoptimalan *website* dengan memperbaharui *design* dan tata letak subjek informasi menjadi sederhana namun jauh lebih informatif, agar seluruh informasi yang ingin disampaikan Saung Angklung Udjo melalui *website* tersebut dapat diterima dan diketahui dengan jelas oleh masyarakat baik di dalam atau luar negeri.
3. Saung Angklung Udjo diharapkan dapat menjadi *prototype* bagi kewirausahaan sosial di Indonesia yang bergerak di bidang alat musik. Hal ini dilakukan agar tidak hanya angklung saja yang dapat diakui oleh UNESCO, melainkan berbagai alat musik asal Indonesia yang juga memiliki keunikan seperti ukulele, kolintang, sasando, dan alat musik daerah lainnya. Saung Angklung Udjo dan Kementerian Kebudayaan Pariwisata dapat bekerja sama untuk mewujudkan hal tersebut.

4.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengeksplorasi lebih luas lagi tentang penerapan teknologi informasi dan komunikasi yang bermanfaat bagi pengembangan kewirausahaan sosial. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan metode lain untuk mendapatkan informasi mengenai penerapan teknologi informasi dan komunikasi untuk pengembangan kewirausahaan sosial dari sisi eksternal seperti misalnya menyebarkan kuesioner yang merupakan bagian dari metode kuantitatif kepada pengunjung Saung Angklung Udjo, sehingga dapat memperkaya ilmu dari topik penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Endraswari, Rizki Mariskha. (2006). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Aplikasi Teknologi Informasi dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Kerajinan Tangan Bantul, Yogyakarta)*. Thesis pada Program Studi Magister Manajemen, Universitas Diponegoro [Online]. Tersedia: http://eprints.undip.ac.id/19141/1/Rizki_Mariskha_Endraswari.pdf. [01 April 2014]
- [2] Eugenia, Maria., Molina, Ruiz, Saura, Irene Gil, Velazquez, Beatriz Moliner. (2010). *Good enviromental practices for hospitality and tourism : The role of information and communication technologies*. *Management of Enviromental Quality: An International Journal* 21(4), 464-476 [Online]. Tersedia: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=17542731&volume=25&issue=1&articleid=17073286&show=html>. [01 April 2014]
- [3] Satori, Djam'an., & Komariah, Aan. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [4] Shiels, Helen., McIvor, Ronan., O'Reilly, Doloers. (2003). *Understanding The Implications Of ICT Adoption*. *Logistics Information Management* 16(5), 312-326 [Online]. Tersedia: <http://www.emeraldinsight.com/0957-6053.htm>. [01 April 2014]
- [5] Tan, Khong Sin., Chong, Siong Choy., Lin, Binshan., Eze, Uchena Cyril. (2010). *Internet-based ICT adoption among SMEs: Demographic versus benefits, barriers, and adoption intention*. *Journal of Enterprise Information Management* 23(1), 27-55 [Online]. Tersedia: <http://www.emeraldinsight.comjournals.htm?issn=17410398&volume=23&issue=1&articleid=1827459&show=.pdf>. [01 April 2014]
- [6] Wibhawa, Budhi., Mulyana, Nandang., Taftazani, Budi Muhammad., Rachim, Hadiyanto A., Basar, GK.K., Raharjo, Santoso T., Ishartono., Resnaty, Risna., Wibowo, Hery., Nulhaqim, Soni A., Santoso, Meilanny Budhi., Irfan, Maulana. (2011). *Social Entrepreneurship Social Enterprise Corporate Sosial Responsibility*. Jatinangor: Widya Padjajaran.