

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iii
MOTTO.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Kerangka Konsep.....	17
1. Anak Jalanan sebagai Kelompok yang Termarginalisasi.....	17
2. Kewirausahaan dan Kewirausahaan Sosial.....	22
G. Kerangka Teori.....	33
1. Teori Agen Struktur Anthony Giddens.....	33
H. Metodologi Penelitian.....	38
1. Metode Penelitian.....	38
2. Subyek Penelitian.....	39
a. Profil Informan.....	40
1. Ketua Yayasan atau Founder Nara Kreatif.....	40
2. Kepala Operasional Nara Kreatif.....	43
3. Mantan Anak Jalanan atau Anak Binaan Nara Kreatif (Yohan).....	43
4. Mantan Anak Jalanan atau Anak Binaan Nara Kreatif (Asep)....	44
5. Mantan Anak Jalanan atau Anak Binaan Nara Kreatif (Hasan)..	45
3. Peran Peneliti.....	47
4. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
5. Teknik Pengumpulan Data.....	48
a. Observasi.....	49
b. Wawancara.....	49
c. Kajian Dokumen.....	50
d. Triangulasi Data.....	50

I. Sistematika Penelitian.....	51
--------------------------------	----

BAB II GAMBARAN UMUM USAHA SOSIAL NARA KREATIF

A. Pengantar.....	54
B. Profil Nara Kreatif.....	55
1. Sejarah Nara Kreatif.....	55
2. Latar Belakang Keluarga Besar Nara Kreatif.....	62
C. Tujuan.....	63
D. Visi dan Misi.....	63
E. Peran dan Fungsi Nara Kreatif.....	64
F. Bidang yang ditangani (Program).....	65
1. Daur Ulang (Recycle).....	65
a. Pengolahan Limbah.....	67
b. Hasil Beberapa Produk.....	70
c. Manfaat Pengolahan Limbah.....	72
2. Sekolah Kejar Paket.....	73
3. Kreatifitas Sablon.....	74
4. Kreatifitas Jahit.....	75
5. Nara Bersih.....	76
6. Pembelajaran Agama.....	77
7. Kelas Inspirasi.....	78
G. Sarana dan Prasarana.....	79
H. Srtuktur Organisasi.....	80
I. Letak Geografis.....	82
J. Pola Pendanaan.....	85
K. Kegiatan dan Rutinitas Anak-Anak Binaan Nara Kreatif.....	86
L. Kerjasama dengan Beberapa Perusahaan.....	93
M. Beberapa Penghargaan Nara Kreatif.....	94
1. Workshop atau Sharing.....	95
N. Penutup.....	97

BAB III PERAN NARA KREATIF DALAM MEMBERDAYAKAN ANAK JALANAN

A. Pengantar.....	99
B. Bentuk Kewirausahaan Sosial dari Nara Kreatif.....	100
1. Penyelesaian Masalah Sosial (Anak Jalanan) Melalui Inovasi Sosial Nara Kreatif.....	103
2. Nara Kreatif Membentuk Jaringan Sosial (<i>Network</i> atau Kerjasama). ..	105
C. Peran Nara Kreatif Di Dalam Kegiatan Usaha Sosial Kepada Anak-Anak Jalanan.....	108

1. Nara Kreatif Menciptakan Nilai-Nilai Kepada Anak Jalanan.....	109
a. Nara Kreatif Memberikan Pembinaan dengan Penanaman Nilai Kewirausahaan Sosial Pada Anak-Anak Jalanan.....	110
D. Perubahan Yang Terjadi Pada Anak-Anak Jalanan.....	115
1. Nara Kreatif Menciptakan Anak-Anak Jalanan yang Kreatif dan Terampil.....	116
2. Nara Kreatif Menciptakan Perubahan Positif Pada Anak- AnakJalanan.....	120
E. Kendala Didalam Kegiatan Nara Kreatif.....	129
F. Penutup.....	133

**BAB IV KEWIRAUSAHAAN SOSIAL (*SOCIAL ENTREPRENEURSHIP*)
SEBAGAI AGEN PERUBAHAN SOSIAL**

A. Pengantar.....	136
B. Analisis Kewirausahaan Sosial Pada Kegiatan Usaha Sosial Nara Kreatif.....	137
C. Usaha Sosial sebagai Rasionalisasi Tindakan Agen (Anthony Giddens).....	147
1. Keberhasilan Reproduksi Struktur di Nara Kreatif.....	154
2. Pengaruh Aturan-Aturan Terhadap Anak Jalanan.....	157
D. Penutup.....	156

BAB V PENUTUP	163
A. Kesimpulan.....	163
B. Saran.....	170

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
BIODATA**

DAFTAR BAGAN

Bagan I.1 Proses Kewirausahaan Sosial.....	30
Bagan I.1 Skema Monitoring Refleksif Tindakan Proses.....	35
Bagan I.2 Kerangka Konsep Pemikiran Giddens.....	37
Bagan II.1 Proses <i>Recycle</i>	69
Bagan II.3 Struktur Organisasi Yayasan Nara Kreatif.....	81
Bagan III.1 Proses Gambaran Perputaran Kegiatan Usaha Nara Kreatif.....	102
Skema IV.1 Konseptualisasi Kewirausahaan Sosial Nara Kreatif.....	138
Skema IV.1 Tahap Kewirausahaan Sosial Sebagai Rasionalisasi Tindakan Agen.....	151

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Perbandingan Tinjauan Penelitian Sejenis.....	13
Tabel I.2 Permasalahan Anak Jalanan.....	20
Tabel I.3 Perbedaan Antara Usaha Sosial Dengan Usaha Komersial.....	23
Tabel I.4 Subjek Penelitian.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Produk Yang Sudah Jadi.....	70
Gambar II.2	Tas Paper Bag BNI dan Royal Golf.....	71
Gambar II.3	Paper Bag Nutrifood.....	72
Gambar II.4	Suasana Belajar Mengajar Sekolah Paket A, B dan C.....	73
Gambar II.5	Kegiatan penyablonan.....	75
Gambar II.6	Proses Jahit Menjahit.....	76
Gambar II.7	Pembelajaran Kelas Agama.....	77
Gambar II.8	Ruang Kantor Founder, Fasilitas Komputer dan TV Plasma.....	80
Gambar II.9	Rak Beberapa Buku Pelajaran dan Alquran atau Iqro.....	80
Gambar II.10	Peta Lokasi Rumah Nara Kreatif.....	83
Gambar II.11	Rumah Nara Kreatif.....	84
Gambar II.12	Kegiatan Pack Lem Fox Cair.....	87
Gambar II.13	Kegiatan Pack Lem Tembak Stik Lem Fox.....	88
Gambar II.14	Proses Pematangan Bahan Untuk Bisa Menjadi Kotak Tissue.....	89
Gambar II.15	Kegiatan Produksi Note Book Merck.....	90
Gambar II.16	Kegiatan Paper Bag Nutrifood.....	90
Gambar II.17	Kegiatan Solat dan Makan.....	92
Gambar II.18	Beberapa Penghargaan Nara Kreatif.....	95
Gambar II.19	Nara Kreatif Menjadi Pembicara di Acara FMIPA UNJ.....	96
Gambar II.20	Kegiatan Sharing.....	97