
PELATIHAN DAN MODUL *SOCIOPRENEUR* BAGI PENINGKATAN MOTIVASI *SOCIOPRENEUR* UNTUK PEMBERDAYAAN WANITA DI DESA HARGOREJO

Reny Yuniasanti^{1*}, Awang Setiawan Wicaksono², Dian Sartika Sari³

^{1,3}Program Studi Psikologi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

²Program Studi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Gresik

*Email: reny.yuniasanti@mercubuana-yogya.ac.id

ABSTRAK

Upaya penurunan penduduk miskin di Indonesia saat ini menjadi upaya yang selalu diprioritaskan oleh pemerintah. Salah satu penumbuhan ekonomi yang dapat ditingkatkan adalah melalui *sociopreneurship*. Komunitas dipandang tidak hanya sebagai penerima proses pembangunan tetapi diajak ikut serta berkolaborasi dalam proses pembangunan. Oleh karena itu diperlukan sebuah upaya untuk penanaman intervensi yang dapat menanamkan inisiasi pada masyarakat untuk memulai adanya proses pengenalan dan peningkatan jiwa *sociopreneurship*. Tujuan dari aktivitas ini adalah untuk menumbuhkan semangat *sociopreneur* pada 11 kader wanita yang telah dipilih untuk meningkatkan kemandirian pada komunitas wanita di Desa Hargorejo, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta. Metode pengabdian masyarakat ini adalah melalui pelatihan sosialisasi dan pemberian modul *sociopreneurship* pada kader wanita yang telah dipilih. Proses pelatihan yang dilakukan pada 11 kader wanita ini adalah dengan adanya *focus group discussion*, pemberian materi dan peningkatan ketrampilan dengan ketrampilan batik sibori serta analisis swot dan strategi dan perencanaan usaha yang dapat dilakukan di Desa Hargorejo, Kecamatan Kokap. Hasil dari proses intervensi pengabdian ini memunculkan semangat dengan diwujudkan adanya perencanaan dari wanita di Desa Hargorejo, Kecamatan Kokap untuk memulai inisiasi pembuatan usaha bagi peningkatan ekonomi yang memunculkan kemandirian. Bentuk pengabdian ini diharapkan menjadi contoh suatu intervensi yang dapat memunculkan dan meningkatkan *sociopreneurship* di komunitas marjinal.

Kata kunci: *sociopreneurship*, komunitas, kader wanita, pelatihan *sociopreneurship*

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada bulan Maret 2018, jumlah penduduk miskin di Indonesia mencapai 25,95 juta orang (9,82 persen), berkurang sebesar 633,2 ribu orang dibandingkan dengan kondisi September 2017 yang sebesar 26,58 juta orang (10,12 persen) (BPS 2017). Meskipun ada kontroversi mengenai menurunnya tingkat kemiskinan ini, angka ini merupakan persentase terendah sepanjang sejarah, dimana angka kemiskinan di Indonesia hanya satu digit (di bawah 10%) (BBC 2018). Hal ini berkorelasi positif dengan angka pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018 mencatat pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II (Agustus) 2018 sebesar 5,27 persen. Angka tersebut tumbuh lebih tinggi daripada kuartal I di bulan Maret) 2018 sebesar 5,06 persen (BPS, 2018). Meskipun masih di bawah target pemerintah yang mencapai 5,4%, angka ini menunjukkan tren positif. Bukan hanya pertumbuhan ekonomi saja yang membaik, angka statistik menunjukkan pembangunan ekonomi yang membaik pula. Salah satunya ditunjukkan dengan menurunnya ketimpangan ekonomi di masyarakat. Pada Maret 2018, tingkat ketimpangan pengeluaran penduduk Indonesia yang diukur oleh BPS statistic adalah data BPS 2017 yang sebesar 0,3915 (BPS 2017). Hal ini menunjukkan adanya peningkatan dan pemerataan ekonomi yang baik di Indonesia.

Salah satu sektor ekonomi yang dianggap menyumbang angka positif bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah sektor bisnis. Pada beberapa tahun terakhir, sektor ini mendapat perhatian serius dari Pemerintah. Menurut Presiden Joko Widodo, hampir di setiap negara maju, standar penduduk entrepreneur di atas 14% sedangkan di Indonesia masih belum mencapai angka tersebut sehingga masih diperlukan adanya percepatan. Angka wirausaha di Indonesia dari terus meningkat, hal ini seperti yang dikemukakan oleh Puspayoga, Menteri Koperasi dan UKM, rasio wirausaha di Indonesia terbaru sudah meningkat menjadi 7% lebih dari total penduduk Indonesia. Angka tersebut sudah di atas standar internasional yang mematok 2% (Haryanti dkk. 2015).

Menurut Rhenald Kasali, Guru Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (dalam Fransisca 2014), ternyata banyaknya wirausaha saja tidak cukup. Kewirausahaan sosial mulai berkembang di Indonesia dan dalam upaya pengembangan untuk menumbuhkan inspirasi menjadi *sociopreneurship*. Rhenald Kasali (dalam Fransisca, 2014) yang terbit pada surat kabar Nasional online Kontan juga mengemukakan pernyataan bahwa jumlah wirausaha di Indonesia terus tumbuh dan bertambah banyak, namun, belum banyak yang berjiwa *sociopreneur*. Padahal, *sociopreneur* yang berbasiskan aksi sosial ini dapat mendorong perekonomian ke arah yang lebih baik. Rhenald Kasali (dalam Fransisca 2014) menambahkan bahwa bentuk usaha ini sangat sesuai diterapkan di Indonesia yang memiliki jumlah penduduk banyak dikarenakan bisnisnya berbasiskan gotong royong dan melibatkan seluruh elemen masyarakat.

Social entrepreneurship diperkenalkan pertama kali dari tahun 1970 yang diharapkan dapat melakukan perubahan yang lebih baik (Umi, 2021). Selanjutnya *social entrepreneurship* menjadi populer pada tahun 2006 ketika seorang *social entrepreneurship* mendapatkan hadiah nobel perdamaian karena menciptakan bank untuk kaum miskin dimana akhirnya sistem tersebut yang dibangunnya berhasil menurunkan kemiskinan warga di Bangladesh (Umi 2021).

Merujuk pada pengertiannya, *social entrepreneurship* berada di antara dua sektor yang selama ini berjalan dikotomis, yaitu entitas bisnis yang cenderung komersial dan lembaga sosial yang sama sekali tidak mengejar keuntungan. Bisnis sosial hadir dengan logika bisnis tetapi membawa misi sosial (Wibowo 2015). Keberhasilan dari *social entrepreneurship* ini tidak hanya ditentukan dari jumlah keuntungan yang didapatkan tetapi lebih kepada tingkatan yang bisa dihasilkan dari nilai-nilai sosial yang ditanamkan. Dikuatkan oleh pendapat dari Hasanah, dkk (2022) bahwa konsep *sociopreneurship* merupakan konsep yang unik yaitu menggabungkan dua misi yang berbeda, terkait

dampak sosial dan keuntungan finansial. Diharapkan dari implementasi *social entrepreneurship* dapat mewujudkan adanya suatu pemberdayaan masyarakat yang menciptakan masalah nilai sosial, adanya solusi yang berkesinambungan dan membawa suatu kesejahteraan bagi masyarakatnya. Perkembangan *sociopreneurship* sebenarnya telah menjadi perbincangan sejak dua dekade lalu. Tren bisnis ini berkembang hampir di seluruh dunia, mulai dari negara maju hingga negara berkembang. Di Indonesia, perbincangan mengenai *social enterpreneurship* menjadi populer dan menguat dalam beberapa tahun terakhir (Hasanah, dkk, 2022). Perumbuhan *social enterpreneurship* meningkat selama lima tahun terakhir secara signifikan di Indonesia terutama di beberapa sector yaitu pendidikan, kesehatan, pertanian dan di industry kreatif (Umi, 2021).

Para *sociopreneur* menguatkan ‘ceritanya’. Pada bukunya yang berjudul *The Emergence of Social Enterprise*, Borgaza and Defourny, 2001) menyebutkan bahwa tidak ada perbedaan aktivitas yang mendasar antara bisnis komersial dengan bisnis sosial. Keduanya sama-sama menghasilkan barang atau jasa. Elemen yang membedakan adalah pada cara mereka berbisnis, aktor yang dilibatkan, dan kejaran akhirnya. Jika bisnis komersial tujuannya adalah keuntungan, bisnis sosial lebih banyak bicara soal dampak sosial. Keuntungan adalah medium atau tools untuk dapat memberikan dampak sosial, bahkan melalui cara mereka berbisnis.

Berdasarkan data dari Biro Tata Pemerintahan (2023) menyebutkan bahwa Desa Hargorejo, Kecamatan Kokap Kabupaten Kulon Progo Yogyakarta terdiri dari 126 RT 37 RW dan dengan jumlah penduduk 9.558 jiwa. Desa Hargorejo sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani dan pekebun dikarenakan sebagian besar zona wilayahnya adalah pegunungan. Selain itu terdapat pula beberapa penduduk desa yang bermata pencaharian sebagai wiraswata dan pegawai lepas. Berdasarkan data observasi yang dilakukan batas wilayah dari Desa Hargorejo yaitu sebelah selatannya terdapat Desa Tawang Sari, sebelah barat terdapat Desa Kulur, sebelah utara Desa Hargowilis, dan bagian Timur Desa Karang Sari. Beberapa potensi Desa Hargorejo yaitu adanya potensi di bidang pariwisata, perkebunan dan bidang budaya yang dapat dikembangkan dan memiliki potensi untuk mendatangkan tambahan peningkatan perekonomian masyarakat Desa. Daerah ini terkenal dengan potensi Jathilan klasik dan adanya potensi sebagai desa agrowisata kebun buah. Tingkat kemiskinan Desa Hargorejo berada di tingkat 34.4% dan dapat dikatakan masih tergolong tinggi (Lukisworo 2022).

Berdasarkan data demografi dan tingkat kemiskinan yang masih tergolong tinggi tersebut maka diperlukan upaya yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Hargorejo. Sebagai besar ibu-ibu di Desa Hargorejo adalah ibu rumah tangga. Aktivitas mereka di pagi hari setelah menyiapkan keperluan rumah dan anak-anak pergi ke sekolah maka mereka akan mengantar makanan kepada suami di kebun ataupun sawah. Setelah aktivitas itu selesai maka mereka akan kembali ke rumah dan melakukan aktivitas rumah tangga. Potensi waktu dan usia ibu-ibu di Desa Hargorejo yang termasuk produktif antara 22-40 tahun menjadi salah satu potensi yang menjadi modal sumber daya peningkatan perekonomian.

(Lindawati 2019) mengemukakan bahwa kekuatan cerita menjadi salah satu ciri khas yang memotivasi orang untuk menjalankan bisnis *sociopreneur*. Tanpa cerita, bisnis sosial akan tampak seperti bisnis pada umumnya. Selain untuk menarik minat konsumen, ‘cerita’ bagi *sociopreneur* juga penting untuk membangun *multistakeholder partnership*.

Untuk itu pengabdian kali ini ingin melakukan bimbingan *sociopreneurship* melalui pelatihan dan juga pemberian buku yang salah satunya akan mencakup cerita sukses akan *sociopreneur*. Pengabdian kali ini difokuskan pada *enterpreneur* wanita, hal ini dikarenakan menurut data IWAPI pengusaha wanita di Indonesia belum mencapai satu juta pengusaha. Baru sekitar 0,25 persen pengusaha perempuan yang eksis dan aktif melakukan jiwa wirausahanya di Indonesia. Tujuan dari

pengabdian ini adalah menanamkan karakter dan inspirasi wanita di Desa Hargorejo untuk menjadi *sociopreneur* yang dapat membantu meningkatkan perekonomian keluarga dan menurunkan prosentase tingkat kemiskinan desa. Wirasausaha perempuan dinyatakan oleh (Anjani 2021) memiliki potensi yang cukup besar dalam menyumbang tingkat perekonomian yang lebih inklusif.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan ini dengan menggunakan metode pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 22 Oktober 2023. Tim pelatihan ini kolaborasi dari Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik dengan melibatkan mahasiswa untuk menanamkan pula karakter *sociopreneurship* pada mereka.

Kegiatan dilakukan pada 11 perwakilan kader *sociopreneur* yang telah dipilih oleh ibu ketua Dasawisma Desa Sindon Kelurahan Hangorejo. Ibu-ibu yang dipilih adalah mereka yang memiliki potensi berjiwa inisiator di Desa Sindon Kelurahan Hangorejo. Berikut identitas dari kader wanita yang telah dipilih untuk ikut pelatihan *sociopreneurship*.

Tabel 1. Kader wanita pelatihan *sociopreneurship*

Nama	Usia	Pendidikan	Jumlahanak	Pekerjaan
ARW	35	S1	2	IRT
IDK	30	SMK	1	Wiraswasta
M	45	SMA	1	IRT
DAW	23	SMK	0	IRT
S1	42	SMK	2	IRT
WA	28	SMK	1	IRT
R	33	SMA	3	IRT
S2	52	SMA	2	IRT
I	38	S1	2	IRT
S3	48	SMK	3	IRT
WW	51	SMA	1	IRT

Note : IRT = Ibu Rumah tangga

Proses pelatihan yang dilakukan melalui dengan alur yang pertama melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menggali permasalahan dan kendala yang dihadapi para wanita di Desa Sindon Kelurahan Hangorejo dalam memulai pelaksanaan usaha yang mengajak peran serta wanita yang lain di satu pedukuhan. Selain itu *Focus Group Discussion* ditujukan juga dapat menumbuhkan inspirasi terkait usaha berbasis komunitas untuk mengeksplorasi produk atau upaya apa saja yang dapat dikembangkan dan ditumbuhkan di desa.

Setelah itu ibu-ibu diberikan penjelasan pengertian, langkah-langkah dan strategi *sociopreneurship* oleh Ibu Reny Yuniasanti, M.Psi., Ph.D., Psikolog. Pada kegiatan pelatihan dijelaskan pula penggunaan modul *sociopreneurship* dengan judul : *Bagaimana menjadi Sociopreneur*” sehingga menjadi acuan yang lebih jelas dan aplikatif dalam berproses menjadi *sociopreneur* di masyarakat. Pada modul ini berisi penjelasan mengenai definisi dan langkah-langkah menjadi *sociopreneurship* yang dilengkapi dengan latihan lembar kerja dan juga kata-kata motivasi kepada masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan dan menumbuhkan keinginan mereka sebagai *sociopreneurship* di komunitas desa mereka. Pelatihan ini juga dilengkapi dengan pemberian ketrampilan baru kepada ibu-ibu di Desa Sindon Kelurahan Hangorejo yaitu pembuatan batik Sibori.

Pemilihan ketrampilan baru ini dengan latar belakang potensi budaya yang dimiliki oleh ibu-ibu dan remaja wanita yang masih terbiasa menggunakan batik dalam kegiatan atau acara desa. Pengembangan motif batik dengan penambahan inspirasi motif yang lain dan cara pembuatan yang mudah diharapkan dapat sebagai kegiatan awal berbasis komunitas yang dapat dikembangkan oleh ibu-ibu dan remaja wanita.

Ibu-ibu di Padukuhan Sindon Kalurahan Hangorejo pada proses pelatihan terlihat senang, bersemangat dan terinspirasi untuk membuat usaha bersama pengembangan batik. Niat mereka terlihat di akhir pelatihan. Ibu-ibu juga berdiskusi langkah awal untuk berupaya membuat usaha batik Sibori dan merancang perhitungan modal usaha dari iuran yang akan terkumpul. Selain itu mereka sudah membuat perencanaan akan motif-motif batik apa saja yang akan dikembangkan.



Gambar 1. Pelatihan *Sociopreneurship*



Gambar 2. Pemberian materi pelatihan *Sociopreneurship*



Gambar 3. Pemberian Modul “Bagaimana Menjadi *Sociopreneurship*”

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data diketahui bahwa sebagian ibu-ibu yang tertarik menjadi *pioneer* usaha *sociopreneur* di desa adalah ibu rumah tangga dengan pendidikan rata-rata adalah Sekolah Menengah Atas. Ibu-ibu ini ada yang belum memiliki anak dan sudah memiliki anak sebanyak 1 - 3 anak. Waktu ibu-ibu yang cenderung lebih fleksibel karena tidak terikat instansi.

Seperti yang telah disampaikan, bahwa dalam aktivitas ini juga dilakukan FGD dengan melakukan SWOT. Berikut adalah rangkuman dari hasil aktivitas FGD dengan metode SWOT. Peserta diminta untuk mengisikan tabel kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), keuntungan (*opportunity*) dan hambatan (*threatened*). Sebagai tolak ukur kekuatan yang dapat membuat mereka berkembang dan mengembangkan usaha *sociopreneur* bersama untuk meningkatkan perekonomian mereka khususnya perekonomian di desa.

Tabel 2. Hasil SWOT

SWOT	Hasil SWOT
<i>Strength</i>	Membuat gamelan & wayang, memperternakkan kambing dan sapi, usaha bengkel, limbahwayang
<i>Weakness</i>	Modal, tempat, peralatan, pemasaran, kurangnya pengetahuan, kurang kreatif, sulit membagiwaktu
<i>Opportunity</i>	Pembuatan asesoris, membatik, galery wayang, membuat baju dari kain perca
<i>Threatened</i>	Banyaknya pesaing, harga

jual, kurang percaya diri

Dari rangkuman diatas dapat dianalisa bahwa, masyarakat cenderung kurang percaya diri terhadap persaingan yang ada mengenai bagaimana mana pemasaran dapat dilakukan. Serta mereka tidak memiliki ide pada awalnya mengenai dari mana mereka dapat memiliki modal usaha. Di sisi lain dari data yang ada terlihat ibu-ibu menyadari potensi mereka yang memiliki pusat pembuatan gamelan dan wayang serta banyak usaha lainnya. Peluang untuk memunculkan usaha baru yang dari limbah wayang, atau peternakan juga menjadi ide yang muncul dalam proses FGD ini.

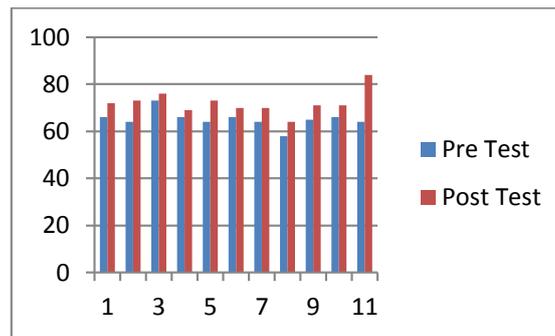
Selain itu proses ini kemudian juga memunculkan ide usaha yang berasal dari kain hasil dari pelatihan ini yang akan dijual dan dibeli untuk modal skala kecil. Pemesanan akan coba dilakukan secara PO sehingga ibu ibu tidak membutuhkan modal yang besar. Dalam proses diskusi peserta juga berhasil membuat struktur pionir organisasi sebagai berikut :

Tabel 3. Draft Struktur Pionir Organisasi *Sociopreneurship*

No	Inisial Nama	Peran
1	S	Ketua
2	IDK	Wakil
3	M	Keuangan
4	DAW	Adminstrasi
5	SU	Marketing
6	WA	Marketing
7	R	Produksi
8	SI	Produksi
9	I	Produksi
10	AD	Produksi
11	W	Produksi

Tabel 4. Pre dan Post Tes *Sociopreneurship*

N	Pre test	Post test
1	66	72
2	64	73
3	73	76
4	66	69
5	64	73
6	66	70
7	64	70
8	58	64
9	65	71
10	66	71
11	64	84



Gambar 4. Perbedaan Pre dan Post Test Pengetahuan Peserta

Tabel 5. Pre dan Post Tes Sociopreneurship

No	Pre Test	Post Test
1	45	90
2	45	80
3	0	80
4	30	80
5	0	80
6	30	80
7	20	80
8	0	20
9	70	80
10	15	70
11	15	60

Dari hasil pelatihan didapatkan hasil bahwa masyarakat mengalami peningkatan pengetahuan tentang kewirausahaan dan *sociopreneur*. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan, FGD, dan pembagian informasi lewat modul cukup efektif dilakukan dan memberikan *insight* kepada peserta pelatihan. Memberikan informasi lewat pengalaman langsung dan diskusi lebih menyentuh emosi dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai *sociopreneur* (Fransisca 2014).

Proses sosialisasi dan berbagi pengetahuan pada aktivitas ini dilakukan dengan menceritakan terlebih dahulu pengalaman dari Peneliti dan seluruh Tim Pengabdian yang cukup berpengalaman dibidang *sociopreneur*. Hal ini menjadi salah satu cara yang cukup efektif untuk memotivasi minat usaha berbasis sosial (Lindawati 2019).

Tabel 6. Paired Differences

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	SD	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	pre__test - post_test	-48.182	21.595	6.511	-62.690	-33.674	-7.400	10	.000

Berdasarkan hasil analisis *paired t-test* dengan menggunakan SPSS, diketahui bahwa terdapat perbedaan tingkat *sociopreneur* para kader wanita sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan *sociopreneurship* ($p < 0.000$). Hal ini menunjukkan bahwa proses intervensi yang dilakukan dapat meningkatkan inisiasi para kader wanita di Desa Hargorejo dalam memulai pelaksanaan usaha yang melibatkan masyarakat dan merupakan bentuk gotong royong untuk meningkatkan perekonomian keluarga pada khususnya dan tingkat perekonomian desa pada umumnya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penumbuhan nilai *sociopreneurship* di Desa Hargorejo melalui pelatihan dan pemberian modul *sociopreneur* dapat meningkatkan secara signifikan pengetahuan dan inisiasi nilai-nilai *sociopreneurship* pada ibu-ibu kader yang telah dipilih. Proses pelatihan yang juga memberikan pelatihan ketrampilan dengan pembuatan batik sibori menjadikan ibu-ibu kader wanita menjadi lebih semangat dan memiliki perencanaan dalam menginisiasi usaha yang akan diproduksi bersama. Diharapkan melalui salah satu upaya *pilot project* pemberdayaan wanita melalui metode pelatihan dan pemberian modul *sociopreneurship* ini akan dapat menjadi satu pioner dan contoh bagi pengembangan *sociopreneurship* di wilayah lain, khususnya di sekitar Desa Hargorejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, N. H. 2021. "Potensi Dan Tantangan Wirausaha Perempuan Dalam Perekonomian Indonesia." *CIPS*. Retrieved (<https://www.cips-indonesia.org/post/opini-potensi-dan-tantangan-wirausaha-perempuan-dalam-perekonomian-indonesia?lang=id>).
- BBC. 2018. "Empat Hal Di Balik Angka Kemiskinan Indonesia Yang Disebut Mencatat Sejarah." *BBC News Indonesia*. Retrieved (<https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-44861258>).
- Borgaza, C., and J. Defourny. 2001. "The Emergence of Social Enterprise." in *Key Concepts*. London: Routledge.
- BPS. 2017. "Gini Ratio Tercatat Sebesar 0.389." *Badan Pusat Statistik*.
- BPS. 2018. "Persentase Penduduk Miskin Maret 2018 Turun Menjadi 9.82 Persen." *Badan Pusat Statistik*. Retrieved (<https://www.bps.go.id/pressrelease/2018/07/16/1483/persentasependuduk-miskin-maret-2018-turun-menjadi>).
- Fransisca, G. 2014. "Rhenald Kasali: Indonesia Butuh Banyak Sociopreneur." *KONTAN.Co.Id*. Retrieved (<https://nasional.kontan.co.id/news/rhenald-kasaliindonesia-butuh-banyak-sociopreneur>).
- Haryanti, D. M., S. R. H. Hati, A. Wirastuti, and K. Susanto. 2015. "Berani Jadi Wirausaha Sosial." *DBS.Com*. Retrieved (<chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.dbs.com/iwov-resources/pdf/indonesia/social-good/Berani-jadi-SE-24Jun2015-final.pdf>).
- Hasanah, B., Sururi, A., Prananda, D. P., & Noval, A. M. (2022). Kewirausahaan sosial: partisipasi masyarakat dan evaluasi dampak sosial-ekonomi. *Jurnal Administrasi Negara*, 28(3), 291-317.
- Lindawati, Lisa. 2019. "Kekuatan Cerita Dalam Bisnis Sosial." *Jurnal Studi Pemuda* 7(2):100–110. doi: 10.22146/studipemudaugm.39643.
- Lukisworo, Agustinus Aryo. 2022. "Pengembangan Wisata Di Desa Hargorejo, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Atma Inovasia* 2(3):317–22. doi: 10.24002/jai.v2i3.4440.

- Umi, U. C. (2021). *Implementasi Social Entrepreneurship dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus pada PT. Rumah Moca Indonesia)* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Wibowo, Hery. 2015. *Kewirausahaan Sosial: Merevolusi Pola Pikir Menginisiasi Mitra Pembangunan*. Bandung : Unpad Press.