

SKRIPSI

**STRATEGI *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP* DALAM
PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS
LOCAL WISDOM
(STUDI PADA KELOMPOK PENGRAJIN ECENG GONDOK
“MELATI” PLAJU KOTA PALEMBANG)**



**RINA UTARI SAPUTRI
07021381520101**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2019**

SKRIPSI

STRATEGI *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP* DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS *LOCAL WISDOM* (STUDI PADA KELOMPOK PENGRAJIN ECENG GONDOK “MELATI” PLAJU KOTA PALEMBANG)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



**RINA UTARI SAPUTRI
07021381520101**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP* DALAM
PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS
LOCAL WISDOM
(STUDI PADA KELOMPOK PENGRAJIN ECENG GONDOK
“MELATI” PLAJU KOTA PALEMBANG)**

SKRIPSI

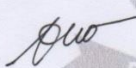
Oleh:

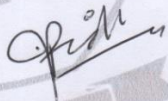
RINA UTARI SAPUTRI
07021381520101

Pembimbing I

Palembang, Desember 2019

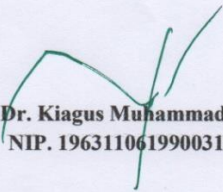
Pembimbing II


Dr. Yoyok Hendarso, M.A.
NIP. 196006251985031005


Dr. Ridhah Taqwa, M.Si
NIP. 196612311993031018

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya


Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si.
NIP. 196311061990031001

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul "STRATEGI *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP* DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS *LOCAL WISDOM* (STUDI PADA KELOMPOK PENGRAJIN ECENG GONDOK "MELATI" PLAJU KOTA PALEMBANG)" telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya pada Tanggal 12 Desember 2019

Palembang, Desember 2019

Ketua:

1. Dr. Yoyok Hendarso, M.A
NIP. 196006251985031005

Anggota:

1. Dr. Ridhah Taqwa, M.Si
NIP. 196612311993031018

2. Dr. Yunindyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 197506032000032001

3. Safira Soraida, S.Sos., M.Sos
NIP. 198209112006042001

Mengetahui:
Dekan FISIP

Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si.
NIP. 196311061990031001

Ketua Jurusan Sosiologi,

Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si.
NIP. 197506032000032001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Selalu Bahagia dan Bersyukur Dalam Keadaan Apapun”

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

Kedua Orangtua dan Keluarga

Calon Suami

Sahabat

Almamater

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rina Utari Saputri

Nim : 07021381520101

Konsentrasi : Perencanaan Sosial

Judul Skripsi: Strategi Social Entrepreneurship Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Local Wisdom (Studi Pada Kelompok Pengrajin Eceng Gondok "Melati" Plaju Kota Palembang)

Alamat : Jalan Radial Rusun Blok 31c Lt. 1 no. 07 rt/rw: 40/11, Kelurahan 24 ilir, Kecamatan Bukit Kecil, Palembang, Sumatera Selatan.

No. Hp : 082282377979

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis di atas merupakan karya sendiri, disusun dari hasil penelitian berdasarkan kaidah-kaidah ilmiah yang berlaku. Apabila kelak terbukti bahwa skripsi ini merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), saya bersedia menerima sanksi dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Indralaya, Januari 2020



Rina Utari saputri
NIM. 07021381520101

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi *Social Entrepreneurship* Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis *Local Wisdom* (Studi Pada Kelompok Pengrajin Eceng Gondok “Melati” Plaju Kota Palembang)”**. Skripsi ini disusun berdasarkan hasil dari observasi serta wawancara secara langsung pada kelompok pengrajin eceng gondok “Melati” yang ada di daerah Plaju Kota Palembang. Skripsi ini didukung dengan beberapa referensi dari jurnal dan buku yang berkaitan dengan judul untuk melengkapi skripsi. Tanpa adanya referensi tersebut skripsi ini tidak dapat diselesaikan.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Anis Saggaiff, M.S.C.E., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Yunindyawati, M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Safira Soraida, S.Sos., M.Sos., selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Yoyok Hendarso M.A., selaku dosen pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu dan membimbing penulis dengan sabar dalam penyusunan skripsi penelitian ini.
6. Bapak Dr. Ridhah Taqwa, M.Si., selaku dosen pembimbing 2 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu, membimbing, dan memotivasi saya dalam penyusunan skripsi penelitian ini.
7. Ibu Dra. Hj. Eva Lidya, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis dalam proses akademik.

8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta Staff karyawan Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
9. Kedua orangtua tercinta yang telah memberikan do'a dan restunya kepada penulis selama melaksanakan kegiatan perkuliahan hingga tahap akhir ini.
10. Saudara-saudara penulis, Rani Samawati, Niar Tri Putri, Rian Saputra, dan Arin Bari'ah Safira yang telah memberikan semangat untuk dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik.
11. Gaung Antrasita yang telah memberikan waktu luangnya untuk dapat menemani penelitian sebagai dokumentasi serta pembuat desain logo dan banner di tempat penelitian penulis.
12. Kakak tingkat Sosiologi 2014, terutama kak Iswadi, kak Yayan serta kakak tingkat lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-satu yang telah memberikan masukan dan sarannya untuk melengkapi skripsi ini.
13. Sahabat-sahabat seperjuangan Sosiologi angkatan 2015; Salsabilla Y.O., Chika Nurlita Z., Linda, Fadillah Aidil F., Vina Y., Ayu Z., Gladyz P.G., Stefanus, Piyan, Deyan, Arwan, Dhika, Renol, Yogi S., Robby, Arief J., yang selalu bersedia meluangkan waktu, memberikan masukan dan semangat, serta do'a dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Almamater, terkhusus untuk teman-teman seperjuangan Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, terima kasih atas segala dukungan dan kebersamaan yang telah kita lewati bersama.
15. Informan (Kelompok Pengrajin Eceng Gondok "Melati") yang telah memberikan informas, dan kesediaan waktu luangnya serta kerjasamanya dalam tahap observasi lapangan demi kelancaran dan kemudahan dalam pembuatan skripsi penulis.
16. Ibu Marya dan Bapak Sukirno, selaku ketua RT 26 Plaju Kota Palembang yang telah meluangkan waktunya serta menerima penulis dengan ramah dan baik sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Akhirnya, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati kepada pembaca untuk memberikan kritik dan saran demi kesempurnaannya skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat secara umum maupun akademik.

Palembang, Desember 2019

Rina Utari Saputri

RINGKASAN

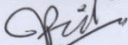
Penelitian ini membahas tentang "Strategi *Social Entrepreneurship* Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Local Wisdom (Studi Pada Kelompok Pengrajin Eceng Gondok "Melati" Plaju Kota Palembang)". Tujuan penelitian ini ialah untuk mengidentifikasi dan menganalisa faktor eksternal yang dapat menimbulkan peluang dan ancaman serta faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan bagi pelaku *socioentrepreneur* sehingga dapat menerapkan strategi *social entrepreneurship* dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis *local wisdom* di Plaju Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, terdapat beberapa informan dalam penelitian ini sebanyak 17 orang yang dipilih secara *purposive*. Teknik pengumpulan data penelitian ini secara observasi, wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini tentang strategi *social entrepreneurship* dari London dan Morfopoul. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa usaha sosial pada pengrajin eceng gondok menggunakan strategi kognitif, emosi, dan perilaku. Ketiganya berpacu pada proses pengaruh sosial yang membujuk masyarakat untuk ikut serta dalam membersihkan lingkungannya dari tanaman eceng gondok, maka diberdayakanlah tanaman gulma tersebut dengan dibuat menjadi sebuah kerajinan yang bernilai memiliki jual. Dalam pengembangan ekonomi kreatif dibutuhkan inovasi dan kreativitas, bersumber dari individu yang kreatif sehingga usaha dari kerajinan eceng gondok dapat berkembang. Menerapkan kerja bersama atau gotong royong dalam membuat produknya serta adanya anyaman pada setiap produknya menjadikan produk dari usaha kerajinan eceng gondok mempunyai ciri khas. Nilai gotong royong dan kerajinan anyaman merupakan kearifan lokal dari pengetahuan lokal yang didapatkan secara turun temurun.

Kata kunci : Strategi Wirausaha Sosial, Ekonomi Kreatif, dan Kearifan Lokal.

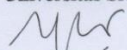
Dosen Pembimbing I


Dr. Yovok Hendarso, M.A
NIP. 196006251985031005

Dosen Pembimbing II


Dr. Ridhah Faqwa, M.Si
NIP. 196612311993031018

Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

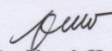

Dr. Yunindyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 197506032000032001

SUMMARY

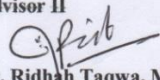
This study discusses the "Social Entrepreneurship Strategy in the Development of a Creative Economy Based on Local Wisdom (Study in the craftsman water hyacinth group "Melati" Plaju, Palembang City). The purpose of this study is to identify and analyze external factors that can create opportunities and threats as well as internal factors that are the strengths and weaknesses of social entrepreneurship so that they can implement social entrepreneurship strategies in the development of Creative Economy Based on Local Wisdom in Plaju, Palembang City. This study uses qualitative research methods with approach Phenomenology, a number of informants in this study were 17 people who were selected purposively. The data collection techniques of this study were observation, interviews, field notes and documentation. This study use social entrepreneurship strategy theory from London and Morfopoulos. The results of this study indicate that social businesses water hyacinth craftsmen use cognitive, logic, and cognitive strategies. The three of them understood the process of social influence that persuaded the community to participate in cleaning up their environment from water hyacinth plants, so the weed plant was empowered by being made into a handicraft that was worth having a sale. In the development of a creative economy, innovation and creativity are needed, sourced from creative individuals so that the business of water hyacinth handicrafts can develop. Implementing joint work or mutual cooperation in making their products and the presence of plait in each product makes the products of the water hyacinth handicraft business have a characteristic. The value of mutual cooperation and plait crafts is local wisdom from local knowledge that is obtained from generation to generation.

Keywords: Social Entrepreneurship Strategy, Creative Economy, and Wisdom Local.

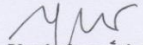
Advisor I


Dr. Yovok Hendarso, M.A
 NIP 196006251985031005

Advisor II


Dr. Ridhan Taqwa, M.Si.
 NIP. 196612311993031018

Head of the Sociology Department
faculty of Social Science and Political Science
Sriwijaya University


Dr. Yuningdyawati, S.Sos, M.Si
 NIP 197506032000032001

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
RINGKASAN	x
SUMMARY.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Umum.....	11
1.3.2 Tujuan Khusus.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritik	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	 13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.2 Kerangka Pemikiran.....	19
2.2.1 <i>Social Entrepreneurship</i>	19
2.2.2 Strategi <i>Social Entrepreneurship</i>	20
2.2.3 Ekonomi Kreatif	25
2.2.4 <i>Local Wisdom</i>	29
2.2.5 Bagan Kerangka Pemikiran	36
 BAB III METODE PENELITIAN	 37
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Lokasi Penelitian.....	37
3.3 Strategi Penelitian	38
3.4 Fokus Penelitian.....	39
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	39

3.6	Penentuan Informan	40
3.7	Peranan Peneliti	41
3.8	Unit Analisis Data.....	42
3.9	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.10	Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data	43
3.11	Teknik Analisis Data.....	44
3.12	Jadwal Kegiatan Penelitian	45
BAB IV	GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	46
4.1	Letak Geografis Lokasi Penelitian	46
4.2	Sejarah Kelompok Pengrajin Eceng Gondok “Melati”	48
4.3	Gambaran Umum Informan.....	50
4.3.1	Informan Utama.....	51
4.3.2	Informan Pendukung	58
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	61
	Strategi Kewirausahaan Sosial pada Pengrajin Eceng Gondok	61
	Strategi Kognitif Kewirausahaan Sosial pada Pengrajin Eceng Gondok	62
	Strategi Emosi Kewirausahaan Sosial pada Pengrajin Eceng Gondok	65
	Strategi Perilaku Kewirausahaan Sosial pada Pengrajin Eceng Gondok	69
	Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Kelompok Pengrajin Eceng Gondok.....	79
	Pemanfaatan Kearifan Lokal Dalam Memberdayakan Kelompok Pengrajinan Eceng Gondok	84
	Pembahasan Strategi Social Entrepreneurship Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Local Wisdom.....	91
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	95
6.1	Kesimpulan	95
6.2	Saran	96
	DAFTAR PUSTAKA	97
	LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2.2.2 Contoh Tindakan dan Strategi Wirausaha sosial	21
Tabel 3.12 Jadwal Kegiatan Penelitian	45
Tabel 4.1(1) Tingkat Pendidikan.....	47
Tabel 4.1(2) Jenis Pekerjaan	47
Tabel 4.2 Daftar Harga Produk Eceng Gondok	50
Tabel 4.3.1 Identitas Informan Utama	51
Tabel 4.3.2 Indentitas Informan Pendukung	58

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.2.4: Jenis Kearifan Lokal	33
Bagan 2.2.5: Skema Kerangka Pemikiran.....	36

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 (1): Perkembangan Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif (Ekraf) dan Ekspor Total	5
Gambar 4.2 Kondisi Lingkungan RT. 26 Karangluhur Talang Putri Plaju	48
Lampiran Gambar (1): Plang dan Kartu Nama Pengrajin Eceng Gondok “MELATI”	
Lampiran Gambar (2) : Mesin Jahit untuk Produksi Produk	
Lampiran Gambar (3) : Bahan Baku Produksi	
Lampiran Gambar (4) : Produk Hasil Produksi	
Lampiran Gambar (5) : Souvenir Hasil Produksi	
Lampiran Gambar (6) : Tas dan Sandal Jepit Hasil Produksi	
Lampiran Gambar (7) : Rumah Kerajinan Eceng Gondok Kelompok Melati	
Lampiran Gambar (8) : Kondisi Lingkungan Sekitar Rumah Kerajinan Kelompok Melati	
Lampiran Gambar (9) : Peralatan Produksi Usaha Kerajinan Kelompok Melati	
Lampiran Gambar (10) : Material Utama atau Bahan Pokok dari Tanaman Eceng Gondok yang telah Dikeringkan	
Lampiran Gambar (11) : Proses Kegiatan Produksi Kerajinan Eceng Gondok	
Lampiran Gambar (12) : Produk kerajinan eceng gondok Melati	
Lampiran Gambar (13) : Logo Kelompok Pengrajin Eceng Gondok Melati	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Foto Penelitian
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 Transkrip Wawancara
- Lampiran 4 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5 SK Judul Skripsi
- Lampiran 6 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 Cek Plagiarisme

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Social entrepreneurship dapat disebut juga dengan *sociopreneurship*. Sebelum memahami *social entrepreneurship*, maka akan dipahami terlebih dahulu mengenai *entrepreneurship*. *Entrepreneurship* diterjemahkan dengan kata kewiraswastaan pada akhir-akhir ini diterjemahkan dengan kata kewirausahaan. *Entrepreneur* berasal dari bahasa Perancis yaitu *entreprendre* yang artinya memulai atau melaksanakan. Wiraswasta/wirausaha berasal dari kata: Wira: utama, gagah berani, luhur; swa: sendiri; sta: berdiri; usaha: kegiatan produktif. Dari asal kata tersebut, wiraswasta pada mulanya ditujukan pada orang-orang yang dapat berdiri sendiri. Di Indonesia kata wiraswasta sering diartikan sebagai orang-orang yang tidak bekerja pada sektor pemerintah yaitu; para pedagang, pengusaha, dan orang-orang yang bekerja di perusahaan swasta, sedangkan wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai usaha sendiri. Yaghoobi, Salarzahi, Aramesh dan Akbari menyatakan bahwa wirausahawan adalah orang yang berani membuka kegiatan produktif yang mandiri (dalam Kaswan, 2017).

Menurut Gordon, *Entrepreneurship* atau kewirausahaan didefinisikan sebagai “*the start-up and management of a business, with great initiative and risk, and for profit.*” (dalam Kaswan, 2017). Pengertian tersebut menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah memulai dan mengelola bisnis dengan inisiatif dan risiko besar, untuk memperoleh keuntungan. Dalam definisi tersebut, terdapat unsur-unsur di dalam kewirausahaan, di antaranya: keberanian memulai, manajemen, inisiatif, risiko, dan keuntungan. Kewirausahaan hanya mementingkan keuntungan yang diperoleh oleh sebagian orang saja dan merupakan pekerjaan yang dilakukan dengan menggunakan barang produksi.

Tingkat kewirausahaan di Indonesia dari tahun 2010 ke tahun 2011 mengalami peningkatan dari 0.7 persen menjadi 1.4 persen, yang berarti mengalami peningkatan sebesar dua kali lipat dalam setahun dan masyarakat menyadari bahwa pentingnya eksistensi wirausaha di Indonesia. Para pelaku wirausaha belum banyak yang berniat untuk menjadi seorang *social entrepreneurship*, seorang *entrepreneur* belum tentu seorang *social entrepreneurship*. Sebab para pelaku *social entrepreneurship* dapat mengurangi dua masalah di Indonesia yaitu masalah kemiskinan dan masalah pengangguran yang tidak pernah ada habisnya.

Social entrepreneurship atau kewirausahaan sosial lebih mementingkan pekerjaan yang memperhatikan kesejahteraan masyarakat sebagai upaya dari pemetasan kemiskinan dan mengurangi jumlah pengangguran. Konsepsi dari kewirausahaan sosial merupakan jenis kewirausahaan yang berbeda dan bertujuan menciptakan nilai sosial, yaitu manfaat dalam skala besar bagi masyarakat menurut Richez-Battesti & Petrella (dalam Kaswan, 2017). Wirausaha sosial memanfaatkan peluang untuk mendorong perubahan di masyarakat yang bertujuan agar dapat memecahkan masalah sosial baru, dengan memberikan ide-ide ataupun gagasan baru dan menyediakan jenis-jenis jasa maupun pelayanan baru dengan mencari perpaduan baru atau yang lebih efisien dari sumber daya. Selain itu, kewirausahaan sosial dapat ditinjau dari tiga unsur utama: motivasi, organisasi, dan masyarakat menurut Durieux dan Stebbins (dalam Kaswan, 2017).

Di Indonesia saat ini muncul sebuah istilah baru di media massa, yaitu *social entrepreneurship*. *Social entrepreneurship* merupakan wirausaha yang melakukan kegiatan usahanya dengan tujuan untuk membantu masyarakat kecil yang kurang mampu secara ekonomi maupun jasmani. *Social entrepreneurship* mempekerjakan dan memberikan modal serta pembagian profit usaha kepada orang-orang yang kurang berpendidikan yang hanya memiliki keterampilan tertentu. *Social entrepreneurship* tidak hanya memikirkan keuntungan, tetapi juga memikirkan untuk membangun dan mengembangkan komunitasnya agar lebih berdaya. Akhir-akhir ini

banyak sekali usaha-usaha sosial yang berkembang, salah satunya *social entrepreneurship* yang ada di Indonesia yaitu ojek *online* atau disebut dengan “ojol”, terdapat pada aplikasi *online* seperti Gojek dan Grab. Aplikasi ini membantu meningkatkan pendapatan profesi jasa dibidang ojek, mengurangi pengangguran, dan mengangkat derajat profesi ojek menjadi lebih di hargai pada kalangan masyarakat.

Wira-usahawan sosial menggunakan strategi kognitif, emosi, dan perilaku untuk mempengaruhi sikap, perilaku dan keputusan orang/ pihak lain untuk mendukung tujuan mereka menurut London dan Morfopoul (dalam Kaswan, 2017). Strategi yang diadopsi wirausaha sosial cenderung tergantung pada pandangan mereka mengenai apa yang memotivasi orang, khususnya mengapa dan bagaimana mereka merespons terhadap pesan yang berbeda dan mempengaruhi usaha. Kewirausahaan sosial biasanya dikaitkan dengan inovasi sosial karenanya kewirausahaan sosial tidak dapat dipisahkan dari ekonomi kreatif. Kewirausahaan Sosial harus diiringi dengan pengembangan ekonomi kreatif, keduanya menuntut inovasi dan kreatifitas yang bertujuan untuk menghasilkan profit ekonomi bagi semua pihak yang terlibat di dalamnya.

Sumber daya insani merupakan modal utama dari ekonomi kreatif, terutama proses penciptaan, kreativitas, keahlian, dan talenta individu. Ekonomi kreatif termasuk pada kategori industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang mempunyai keterkaitan dalam proses perwujudan suatu ide atau gagasan yang menjadi satu kesatuan disebut sebagai kekayaan intelektual yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi terhadap kesejahteraan dan lapangan pekerjaan masyarakat serta dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Indonesia mempunyai potensi kekayaan lokal yang bisa menjadi faktor untuk memajukan ekonomi kreatif di Indonesia. Kekayaan lokal yang sangat banyak ditambah lagi dengan karakteristik ekonomi itu sendiri memberikan nilai tambah lebih bagi perekonomian Indonesia. Potensi kekayaan lokal yang dimiliki, dapat menjadi faktor untuk pengembangan ekonomi kreatif di Kota Palembang. Kota Palembang memiliki potensi yang

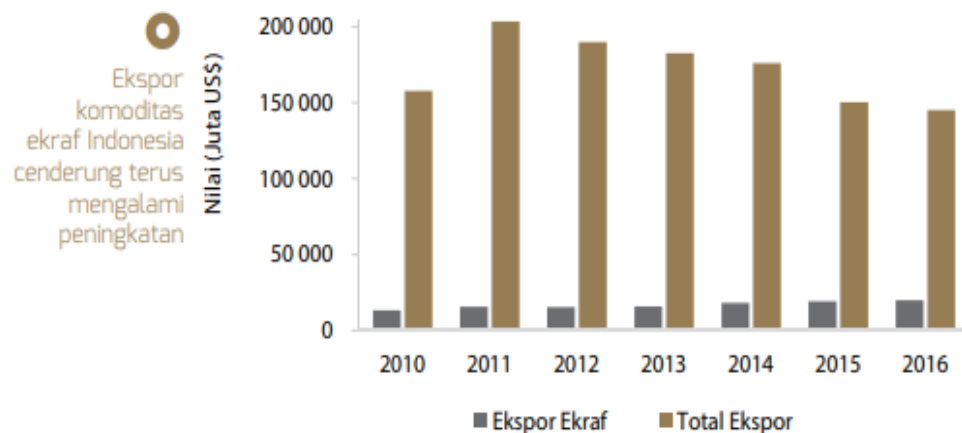
besar dalam pengembangan ekonomi kreatif karena mempunyai sumberdaya manusia yang kreatif dengan keragaman budaya dan ketersediaan bahan baku.

Pada masa Pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, ekonomi kreatif mulai dipopulerkan di Indonesia. Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mengeluarkan Instruksi Presiden (Inpres) No 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Dalam Inpres tersebut dijelaskan bahwa definisi ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan pada kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Melalui pengembangan ekonomi kreatif, Indonesia memiliki peluang besar untuk mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. Rakyat Indonesia sebagian besar para pelaku usahanya di bidang aktivitas ekonomi kreatif. Pada tahun 2035 penduduk Indonesia akan mengalami bonus demografi, hingga di tahun 2030 jumlah penduduk usia produktif akan di atas 60 persen dan 27 persen yaitu penduduk muda usia 16-30 tahun. Potensi tersebut berpeluang menjadi wirausaha dan tenaga kerja yang bertalenta kreatif. Serta didukung dengan pemanfaatan sumber daya yang masih banyak belum dimaksimalkan pengembangan pengelolaannya secara optimal. Ekonomi kreatif mendukung penciptaan nilai tambah pada produk dalam negeri dan pengembangan jasa kreatif akan mengembangkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Kontribusi positif dari ekonomi kreatif pada perekonomian nasional yaitu memberikan nilai tambah, lapangan pekerjaan, lapangan usaha, ataupun keterkaitan antarsektor.

Indonesia sudah berhasil melakukan ekspor di bidang ekonomi kreatif. Nilai ekspor Indonesia pada tahun 2010 secara total mencapai US\$157,78 miliar. Selanjutnya pada tahun 2011 mengalami peningkatan sebesar 28,98 persen menjadi US\$203,50 miliar. Selama tahun 2012 sampai dengan tahun 2016, nilai ekspor Indonesia cenderung terus mengalami penurunan. Namun sebaliknya ekspor komoditas ekonomi kreatif Indonesia cenderung terus mengalami peningkatan. Berikut terdapat gambar

perkembangan nilai ekspor ekonomi kreatif dan ekspor total yang bersumber dari dokumen PEB (Pemberitahuan Ekspor Barang) dan non-PEB (Pemberitahuan Ekspor Barang).



Gambar 1.1 (1): Perkembangan Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif (Ekraf) dan Ekspor Total
(Sumber: Dokumen PEB dan Non-PEB, diolah)

Pada tahun 2010 nilai ekspor ekonomi kreatif sebesar US\$13,51 miliar, terus mengalami peningkatan setiap tahunnya sehingga mencapai US\$19,99 miliar pada tahun 2016. Pada beberapa daerah sudah berhasil melakukan ekspor di bidang ekonomi kreatif selama tahun 2016 diantaranya Provinsi Jawa Barat dengan nilai ekspor US\$6,39 miliar atau 31,96 persen dari keseluruhan ekspor di bidang ekonomi kreatif Indonesia. Adapun Provinsi Jawa Timur sebesar US\$4,87 miliar atau 24,36 persen pada tahun 2016, serta Banten memiliki nilai ekspor di bidang ekonomi kreatif sebesar US\$3,04 miliar atau 15,23 persen terhadap keseluruhan daerah di Indonesia. Maka di harapkan seluruh daerah lainnya dapat mengembangkan bidang ekonomi kreatif, seluruh pemerintah daerah diwajibkan bersinergi dalam mencapai kesepakatan untuk melakukan terobosan sebagai solusi bermakna terhadap pelaku ekonomi kreatif.

Pemerintah daerah belum semuanya mempunyai data atau informasi yang setara berkaitan dengan ekonomi kreatif. Upaya terobosan akan menjadi pembuka bagi kemajuan ekonomi kreatif di daerah. Kota Palembang memiliki potensi sumber daya alam yang belum dimanfaatkan secara

optimal seperti tanaman eceng gondok yang ditemukan di sepanjang Sungai Musi. Hal tersebut merupakan upaya terpadu untuk melestarikan fungsi dari ekosistem di Sungai Musi yang mencakup pemanfaatan, pengembangan, pemeliharaan, dan pengendalian lingkungan. Sumber daya air dari Sungai Musi merupakan kebutuhan pokok bagi kehidupan masyarakat maka harus dipertahankan keberadaannya. Menurut Anonim, upaya pelestarian Sungai Musi, perlindungan dan pemanfaatannya dapat menjadi warisan budaya untuk generasi selanjutnya yang membutuhkan peran serta dari semua pihak terkait yaitu segenap instansi dan masyarakat secara terkoordinasi (dalam Sibarani, 2012).

Kearifan (*wisdom*) pada abad ke-5 SM, kaum Sofis (*sophists*) disebut sebagai *Sophists* yang berarti “orang-orang bijaksana” atau “kaum arif”. Dalam dunia filsafat didasarkan pada kajian kearifan atau kebijaksanaan, yang sangat penting untuk mengatur tatanan kehidupan manusia. Istilah filsafat (*philosophy*) secara etimologis berasal dari bahasa Yunani *philen* yang berarti “love of”; cinta akan” dan *sophia* berarti “wisdom; kearifan” merupakan cinta akan kebijaksanaan, cinta akan kearifan atau *love of wisdom*. Pada abad ke-8 SM sampai abad ke-6 SM, kearifan merupakan satu-satunya yang dapat mengatur kehidupan manusia.

Pada masyarakat Yunani, kearifan (*wisdom*) adalah suatu pengetahuan asli (*indigenous knowledge*) masyarakat setempat sebagaimana yang terjadi juga pada masyarakat Indonesia di daerah pedesaan sekitar juga generasi yang lalu. Manfaat pengetahuan asli ialah untuk mengatur kehidupan manusia dalam suatu masyarakat, hubungan manusia dengan alam serta hubungan manusia dengan Tuhan.

Menurut Babcock mengatakan bahwa kearifan atau *wisdom* adalah pengetahuan dan cara berpikir dalam kebudayaan suatu kelompok manusia yang merupakan hasil pengamatan selama kurun waktu yang lama (dalam Kaswan, 2017). Kearifan atau *wisdom* berisikan gambaran atau tanggapan dari masyarakat yang bersangkutan tentang hal-hal yang berkaitan dengan struktur lingkungan, bagaimana lingkungan berfungsi, bagaimana reaksi

alam atas tindakan manusia, serta hubungan-hubungan yang sebaliknya tercipta antara masyarakat (manusia) dan lingkungan alamnya.

Dimensi-dimensi kearifan lokal meliputi pengetahuan lokal, budaya lokal, keterampilan lokal, sumberdaya lokal, mekanisme pengambilan keputusan lokal, solidaritas kelompok menurut Jim (dalam Sibarani, 2012). Kearifan lokal sebagai suatu potensi yang merupakan unsur penting untuk terus digali dan dipelajari sehingga masyarakat dapat memanfaatkannya dalam kehidupan sehari-hari. Kearifan lokal mampu mendorong masyarakat dengan kemampuan dan potensi kekuatannya untuk membangun keberdayaan, mengembangkan kreativitas serta prakarsa dalam mengidentifikasi masalah, kebutuhan dan cara-cara penyelesaian dari masalahnya sendiri. Kearifan lokal adalah semua bentuk pengetahuan, keyakinan, pemahaman atau wawasan serta adat kebiasaan atau etika yang menuntun perilaku manusia dalam kehidupan di dalam komunitas ekologis menurut Keraf (dalam Sibarani, 2012). Kearifan lokal dapat menyelesaikan masalah kebutuhan dan dengan memanfaatkan kreativitas warisan keterampilan seperti anyaman. Memanfaatkan tanaman hama yang berada di Sungai Musi dapat diubah menjadi sebuah kerajinan anyaman yang bernilai ekonomis sehingga membantu penyelesaian masalah kebutuhan dan.

Semua bentuk kearifan lokal ini dihayati, dipraktikkan, diajarkan dan diwariskan dari generasi ke generasi sekaligus membentuk pola perilaku manusia terhadap sesama manusia, alam maupun gaib. Kearifan lokal adalah kepandaian dan strategi-strategi pengelolaan alam semesta dalam menjaga keseimbangan ekologis yang sudah berabad-abad teruji oleh berbagai bencana dan kendala serta keteledoran manusia menurut Wahono (dalam Sibarani, 2012). Kearifan lokal tidak hanya berhenti pada etika, tetapi sampai pada norma dan tindakan dan tingkah laku, sehingga kearifan lokal dapat menjadi seperti religi yang meneladani manusia dalam bersikap dan bertindak, baik dalam konteks kehidupan sehari-hari maupun menentukan peradaban manusia yang lebih jauh. Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia banyak menerapkan tindakan kerja sama atau disebut dengan gotong royong.

Indonesia memiliki sumber daya berlimpah yang belum di manfaatkan secara maksimal. Indonesia mempunyai berbagai peradaban keanekaragaman budaya, tradisi, etnis, ras, suku yang mewariskan berbagai kearifan hidup, menjaga alam yang subur dengan berbagai ritual bermakna sebagai simbol mensyukuri nikmat yang telah diberikan Tuhan dan membudaya sampai saat ini. Indonesia terdiri dari beberapa pulau, salah satunya Pulau Sumatera. Pulau Sumatera dibagi menjadi 3 provinsi yaitu Sumatera Selatan, Sumatera Barat dan Sumatera Utara. Ibu Kota Sumatera Selatan yaitu Kota Palembang.

Kota Palembang merupakan sebuah kota yang terbelah dua oleh Sungai Musi sehingga membaginya menjadi dua kawasan yaitu Seberang Ilir di bagian utara dan Seberang Ulu di bagian selatan. Sungai Musi menjadi urat nadi perekonomian Kota Palembang yang banyak di manfaatkan sebagai tempat pencari nafkah oleh nelayan dan jasa transportasi kapal untuk penyebrangan serta untuk keperluan mencuci dan mandi oleh masyarakat sekitar pinggiran sungai. Sungai Musi juga di manfaatkan untuk PLTA (Pembangkit Listrik Tenaga Air) yang terdapat di Ujan Mas Kabupaten Kepahiang, Bengkulu.

Tanaman eceng gondok banyak terdapat di Sungai Musi sehingga aliran arus Sungai Musi menjadi terhambat dan berakibat mengganggu kelancaran kerja dari PLTA Musi. Pada tanggal 8 Maret 2010, PLTA Musi memberdayakan masyarakat sekitar Sungai Musi dengan melatih dan menginformasikan untuk memanfaatkan tanaman eceng gondok sebagai pupuk kompos ataupun menjadi produk yang dapat dijual. Sumber daya tanaman eceng gondok di Sungai Musi sangatlah banyak karena tanaman eceng gondok merupakan tanaman yang cepat berkembang. Pelatihan membuat pupuk kompos dari tanaman eceng gondok dilakukan di Desa Bumi Sari, Kecamatan Ujan Mas, Kabupaten Kepahiang, Bengkulu karena desa tersebut berada di sekitar PLTA Musi dan sekarang warga Desa sudah mendirikan Rumah Kompos Sumber Sari. Tanaman eceng gondok berpotensi merusak ekosistem sungai karena tanaman tersebut menutupi

permukaan sungai sehingga sinar matahari tidak dapat masuk ke permukaan sungai.

Di Kota Palembang pada tanggal 10 Oktober 2017, pemberian pelatihan pemanfaatan tanaman eceng gondok menjadi pupuk kompos dilakukan di Lapangan Tanjung Rawo Kelurahan Bukit Lama Kecamatan Ilir Barat I. Pemberian pelatihan pemanfaatan tanaman eceng gondok menjadi pupuk kompos oleh Dosen Pertanian Universitas Sriwijaya Adipati Napoleon. Tanaman eceng gondok merupakan peluang usaha yang dapat menghasilkan banyak uang dan jika di manfaatkan dengan maksimal maka akan menjadikan kewirausahaan yang bernilai sosial yang memberikan perubahan besar di masyarakat. Kewirausahaan sosial melalui pupuk kompos dari tanaman eceng gondok memberikan manfaat perubahan besar yang dapat menjaga ekosistem Sungai Musi dari gangguan tanaman hama tersebut, kelancaran transportasi air, kelancaran aliran arus sungai, mengurangi pengangguran dan menambah pendapatan masyarakat pinggiran Sungai Musi.

Kota Palembang juga sudah terdapat *social entrepreneurship* yang ada di daerah Plaju yaitu kelompok eceng gondok “Melati” dari mitra binaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) Pertamina RU III. Berawal dari permasalahan lingkungan Sungai Musi yang dipenuhi oleh tanaman eceng gondok yang dapat merusak ekosistem sungai karena tanaman tersebut menghalangi cahaya matahari yang menembus masuk ke dasar sungai. Tanaman eceng gondok tersebut diubah menjadi pupuk kompos dan beberapa kerajinan seperti tikar, wadah, pot bunga dan sebagainya. Binaan dari CSR Pertamina RU III yang memberdayakan masyarakat, membantu menjaga ekosistem sungai yang merupakan suatu kearifan lokal, menambah pendapatan dan mengurangi pengangguran.

Kearifan lokal berupa pengetahuan lokal dan keterampilan lokal yang dimanfaatkan untuk mengembangkan kreativitas kerajinan tanaman hama tersebut. CSR Pertamina Plaju memberdayakan keterampilan masyarakat sekitar untuk mengolah tanaman eceng gondok menjadi sebuah kerajinan yang dapat bernilai jual. Industri dari tanaman eceng gondok ini memiliki

keunikan dan ciri khas berbeda dengan yang mereka buat dari industri lainnya dan merupakan suatu kreativitas yang dihadapi kelompok tersebut. Kreativitas membuat kelompok tersebut bertahan dalam membuat produk yang memiliki ciri khas dari tanaman eceng gondok yang harus di inovasikan dari setiap produk hasil produksinya. Ketika usaha kelompok tersebut memiliki kendala maka upaya-upaya kreatif dari pengetahuan lokal yang ada untuk usaha itu.

Kota Palembang memiliki *local wisdom* yang telah dijaga secara turun menurun dan diwariskan kepada generasi muda seperti pemeliharaan lingkungan Sungai Musi, kerajinan kain songket ataupun kain jumputan dan sebagainya yang dapat diberdayakan secara gotong royong untuk menjadi seorang *social entrepreneurship*. Sumber daya *social entrepreneurship* berbasis *local wisdom* dan dalam pengembangannya harus memiliki pola ekonomi yang kreatif. Untuk mewujudkan semua itu maka dibutuhkan strategi *social entrepreneurship* dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis *local wisdom* yang berarti diperlukannya upaya memberdayakan nilai kearifan lokal yang ada untuk kelestarian sumberdaya sekaligus sebagai ketahanan usaha sosial di Kota Palembang. Masalah ini penting diteliti, strategi *social entrepreneurship* (sebagai masalah penelitian) setiap kelompok *social entrepreneurship* memiliki strategi yang berbeda-beda dalam cara bertahan, memajukan usahanya, dan sebagainya. Masalah tersebut juga belum pernah diteliti dalam kawasan tertentu di suatu negara, serta menjadi suatu fenomena dalam peningkatan pemberdayaan tanaman eceng gondok yang sebelumnya hanya sungai yang berubah menjadi nilai jual.

Rumusan Masalah

Berdasarkan gambaran dari latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan pertanyaan berikut: “Bagaimana strategi *social entrepreneurship* dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis *local wisdom* di Kota Palembang” : Untuk dapat menjawab masalah utama pada penelitian tersebut, maka dapat diturunkan menjadi beberapa pertanyaan penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi kewirausahaan sosial pelaku pengrajin eceng gondok kelompok Melati di Plaju Kota Palembang ?
2. Bagaimana pengembangan ekonomi kreatif pada kelompok pengrajin eceng gondok “Melati” di Plaju Kota Palembang?
3. Bagaimana kearifan lokal dimanfaatkan pelaku pengrajin eceng gondok untuk memberdayakan kelompoknya?

Tujuan Penelitian

Tujuan Umum

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisa faktor eksternal yang dapat menimbulkan peluang dan ancaman serta faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan bagi pelaku *socioentrepreneur* sehingga dapat menerapkan strategi *social entrepreneurship* dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis *local wisdom* di Plaju Kota Palembang.

Tujuan Khusus

Untuk mengetahui strategi *social entrepreneurship* dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis *local wisdom* di Plaju Kota Palembang.

Manfaat Penelitian**Manfaat Teoritik**

Memberikan pengembangan ilmu secara umum terutama yang membahas masalah-masalah sosial, sehingga dapat diketahui masalah dan fenomena yang didapatkan di lokasi penelitian. Mahasiswa dapat memahami permasalahan-permasalahan sosial, khususnya menambah literatur pembelajaran mengenai strategi *social entrepreneurship* dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis *local wisdom*.

Manfaat Praktis

Sebagai bahan dan referensi di bidang ilmu sosiologi pemberdayaan serta bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama, sehingga ke depan dapat menjadi pegangan awal bagi pemerintah dan masyarakat dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat sekitarnya, khususnya tentang kearifan lokal di Plaju Kota Palembang. Diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mengenai strategi *social entrepreneurship* dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis *local wisdom*.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- BEKRAF, & BPS. (2017). *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*. Jakarta: CV. Pretatama Persada
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook Of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Firdausy, Carunia Mulya. (2017). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kaswan dan Akhyadi, A.S. (2017). *Social Entrepreneurship: Mengubah Masalah Sosial Menjadi Peluang Usaha*. Bandung: Alfa Beta.
- Nurhan, K. (2010). *Jelajah Musi: Eksotika Sungai Di Ujung Senja*. Jakarta: Buku Kompas.
- Sibarani, Robert. (2014). *Kearifan Lokal: Hakikat, Peran, dan Metode Tradisi Lisan*. Jakarta: Asosiasi Tradisi Lisan.

B. JURNAL

- Aisyianita, Revi A. (2017). *Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di D.I.Yogyakarta Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial (Sociopreneurship)*. Jurnal Media Wisata Vo. 15 No. 2 2017, 608-618. Diunggah pada tanggal 2 Maret 2019 pukul 20:30 wib.
- Azizah, S. N. (2017). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)*, 17, 63–78. Diunggah pada tanggal 1 Maret 2019 pukul 21:20 wib.
- Barat, J., Raya, J., Depok, B., & Barat, J. (n.d.). *Bmt Sebagai Corporate Social*, 1–31. Retrieved from [http://www.forumriset.com/assets/media/file/BMT sebagai Corporate Social Entrepreneurship \(revisi\).pdf](http://www.forumriset.com/assets/media/file/BMT%20sebagai%20Corporate%20Social%20Entrepreneurship%20(revisi).pdf). Diunggah pada tanggal 1 Maret 2019 pukul 21:00 wib.
- Indrawardana, I. (2012). *Kearifan Lokal Adat Masyarakat Sunda Dalam Hubungan Dengan Lingkungan Alam*. *Komunitas*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.15294/komunitas.v4i1.2390>. Diunggah pada tanggal 2 Maret 2019 pukul 20:25 wib.

- Moh. Ainol Yaqin, A. H. A. (2018). *Implementasi Sociopreneurship Dengan Sistem Berbasis Web Bootstrap Dan Android Di Kabupaten Probolinggo*. Metik Jurnal Vol.2 No.2 2018, 2(2), 14–21. [https://doi.org/ISSN: 2580-1503](https://doi.org/ISSN:2580-1503). Diunggah pada tanggal 2 Maret 2019 pukul 20:14 wib.
- Nur Firdaus. (2014). Pengentasan Kemiskinan melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial Poverty Alleviation Through Social Entrepreneurship. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 22, 55–67. <https://doi.org/10.1108/02630801011070966>. Diunggah pada tanggal 4 Maret 2019 pukul 20:00 wib.
- Pratikto H.; Wasiti; Sapir, & Hermawan A. (2014). *Model Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal Untuk Penguatan Ekonomi*. Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran, 21(1), 79–91. Diunggah pada tanggal 2 Maret 2019 pukul 20:00 wib.
- Reginald, A. R., & Mawardi, I. (2015). *Kewirausahaan Sosial Pada Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan, 1(5), 333–345. <https://doi.org/10.20473/VOL1ISS20145PP%P>. Diunggah pada tanggal 2 Maret 2019 pukul 20:10 wib.
- Sosial, K., & Sofia, I. P. (2015). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (*Social Entrepreneurship*) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian. Jurnal Universitas Pembangunan Jaya #2, 2. Diunggah pada tanggal 4 Maret 2019 pukul 21:10 wib.