

# POLA YANG DIUSULKAN DALAM Mendukung Keberlanjutan Kewirausahaan Sosial

Rintan Saragih<sup>✉</sup>, Kristanty M. N. Nadapdap, Duma Megaria Elisabeth

Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia, Medan, Indonesia

Email: [saragihrintan@gmail.com](mailto:saragihrintan@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.46880/methoda.Vol13No3.pp299-306>

## ABSTRACT

*Social entrepreneurship is currently receiving attention in a number of countries, including Indonesia. The existence of social entrepreneurship can make a real contribution to improving the community's economy. This research was conducted in Deli Serdang district, North Sumatra with informants who were social entrepreneurs. From the initial map, information was obtained that in the absence of a brand, the need for support from an institution and differences in the behavior of social entrepreneurship actors in viewing institutional support. This research uses qualitative research with a phenomenological approach. The research results show a number of categories, memo fund themes which then produce patterns in supporting the desire for social entrepreneurial activities.*

**Keyword:** Social Entrepreneurship, Phenomenology, Coding, Themes, Patterns.

## ABSTRAK

*Kewirausahaan sosial kini tengah mendapat perhatian disejumlah negara termasuk Indonesia. Keberadaan kewirausahaan sosial mampu memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan ekonomi Masyarakat. Penelitian ini dilakukan di kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara dengan informan pelaku kewirausahaan sosial. Dari pemetaan awal diperoleh informasi bahwa tidak adanya merek yang dimiliki, dibutuhkannya dukungan dari suatu lembaga serta perpetaan perilaku pelaku kewirausahaan sosial dalam memandang dukungan lembaga. Penelitian ini menggunakan disain kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan sejumlah kategori, tema dana memos yang selanjutnya menghasilkan pola dalam mendukung keberlanjutan aktivitas kewirausahaan sosial.*

**Kata Kunci:** Kewirausahaan Sosial, Fenomenologi, Koding, Tema, Pola.

## PENDAHULUAN

Kewirausahaan sosial dilihat sebagai suatu wadah yang dapat memecahkan permasalahan sosial diantaranya mengurangi kemiskinan, memperbaiki lingkungan, membuka peluang kerja sehingga mampu merangsang terjadinya perubahan sosial. Kewirausahaan sosial menciptakan solusi inovatif untuk memecahkan masalah sosial, serta memobilisasi ide, peluang, sumber daya dan mekanisme sosial yang diperlukan untuk transformasi sosial yang berkelanjutan (Anis Siti Hartati, A.Y.N Warsiki, Titik Kusmantini, 2018). Keadaan ini semakin memperkuat peran penting

kewirausahaan sosial dalam menjaga serta memperkuat kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Kewirausahaan sosial menghasilkan nilai jangka panjang bagi masyarakat. Tidak hanya pemenuhan dasar (primer) kebutuhan hidup, namun kewirausahaan sosial mampu memecahkan persoalan yang ada di masyarakat, meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi kemiskinan. Hal ini erat hubungannya dengan suatu kondisi dalam konteks pengentasan kemiskinan yang memerlukan kreativitas dan prakarsa masyarakat daerah. Peran kewirausahaan sosial semakin meningkat seiring dengan munculnya tantangan perekonomian

global. Sehingga keberadaan para wirausaha sosial sudah seyognya mendapat dukungan.

Selanjutnya tujuan kewirausahaan sosial adalah untuk membantu seluruh masyarakat mencapai hasil yang lebih baik di bidang keuangan, kemasyarakatan, lingkungan dan pemberdayaan Masyarakat (Anis Siti Hartati, A.Y.N Warsiki, Titik Kusmantini, 2018). Aktivitas kewirausahaan sosial identik dengan aktivitas yang inovatif dan penciptaan nilai sosial. Aktivitas tersebut dapat saja melibatkan penerapan teknologi atau pendekatan baru dalam upaya menciptakan nilai sosial sehingga kewirausahaan sosial memainkan peran sebagai agen perubahan di sektor sosial dan terlibat dalam proses inovasi, adaptasi dan pembelajaran yang berkelanjutan (Certo & Miller, 2008)

Dasar pemikiran penelitian ini adalah bahwa kewirausahaan sosial merupakan isu utama dalam pengentasan kemiskinan dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, Sehingga pelaku kewirausahaan sosial disebut sebagai agen perubahan. Beberapa penelitian telah membahas peranan penting kewirausahaan sosial (Seda & Ismail, 2020)(Wang & Yee, 2023). Penelitian ini menunjukkan beberapa negara terutama negara-negara berkembang terus menerus gagal mengatasi perubahan sosial ekonomi yang berkembang di negaranya. Oleh karena itu diperlukan upaya lain untuk mengisi kesenjangan ini yaitu melalui kewirausahaan sosial untuk kelangsungan hidup.

Hal penting lainnya adalah bahwa kewirausahaan sosial tersebar diberbagai lokasi geografis, berbagai budaya yang pada akhirnya membawanya ke dalam penanganan serangkaian masalah sosial yang berbeda-beda.

(Eng et al., 2020) dalam penelitiannya menyebutkan perlunya penyalarsan misi sosial dengan tanggungjawab sosial Perusahaan dan juga organisasi lainnya dalam mendukung aktivitas kewirausahaan sosial. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Seda & Ismail, 2020) menyebutkan bahwa pentingnya dukungan kelambagaan (organisasi) dalam kewirausahaan sosial, perlunya mempertimbangkan aspek hukum serta solusi dalam hal tantangan terkait kesadaran sosial

akan pentingnya kelembagaan yang mendukung aktivitas kewirausahaan sosial.

Guna mendalami isu tentang kewirausahaan sosial, maka peneliti menggali fenomena yang terjadi di lapangan dengan melakukan pemetaan awal melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Hasil temuan di lapangan menunjukkan sejumlah hal yang terjadi pada kewirausahaan sosial. Dari aspek positif, keberadaan kewirausahaan sosial mampu membuka lapangan kerja dengan memanfaatkan tenaga kerja yang berada di sekitar lokasi. Sehingga hal ini mengurangi pengangguran. Dampak positif lainnya adalah meningkatkan status ekonomi tukang kayu sebab dalam kegiatan operasional sangat membutuhkan jasa tukang kayu. Dari hasil wawancara diperoleh informasi bahwa terdapat beberapa pelaku kewirausahaan sosial lainnya. Hal yang muncul berikutnya yaitu adanya perbedaan harga jual diantara pelaku kewirausahaan sosial. Untuk mengatasi hal ini informan menyebutkan sangat dibutuhkan keberadaan suatu lembaga yang dapat mendukung keberadaan kewirausahaan sosial tersebut.

Hal lainnya yaitu belum adanya merek yang digunakan pelaku kewirausahaan sosial juga dianggap sebagai salah satu penyebab belum maksimalnya penerimaan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan oleh kewirausahaan sosial tersebut.

Mengacu pada hasil pemetaan awal tersebut, maka penelitian ini akan mengeksplorasi potensi dan hambatan yang dihadapi pelaku kewirausahaan sosial sehingga dapat dibangun sebuah pola untuk mendukung terwujudnya keberlanjutan peningkatan ekonomi masyarakat sekitar.

### **Rumusan Masalah**

Mengacu pada fenomena di atas, beberapa masalah penelitian yang dapat dirumuskan yaitu:

1. Belum adanya merek untuk produk kewirausahaan sosial.
2. Standar penetapan harga yang tidak ada yang berpotensi mengancam diantara pelaku kewirausahaan sosial.

3. Perlunya dukungan lembaga dalam mengembangkan kewirausahaan sosial namun disisi lain beberapa pelaku kewirausahaan sosial tidak merespon dengan positif terhadap kebutuhan ini.

### **Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana pembentukan merek bagi kewirausahaan sosial Opak Tuntungan?
2. Apakah jenis strategi harga yang sesuai bagi kewirausahaan sosial Opak Tuntungan?
3. Bagaimanakah pendekatan pola perilaku pelaku kewirausahaan sosial agar terbentuk respon positif terhadap keberadaan lembaga?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yaitu:

1. Untuk membangun merek yang menggambarkan potensi lokal Opak Tuntungan
2. Untuk menentukan keseragaman harga guna keberlanjutan kewirausahaan sosial Opak Tuntungan
3. Untuk menemukan kelompok adaptif pelaku kewirausahaan sosial dan selanjutnya merumuskan pola strategi dalam rangka kebutuhan terhadap lembaga pendukung.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Istilah kewirausahaan sosial dikenalkan oleh Bill Drayton pada tahun 1972 yang mendefinisikan kewirausahaan sosial sebagai berikut,” *Social entrepreneurs are not content just to give a fish or teach how to fish. They will not rest until they have revolutionized the fishing industry*” (Gamal Albinsaid, 2018). Dari pengertian ini menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial berperan dalam menyelesaikan permasalahan di Masyarakat dan melakukan perubahan besar di dalamnya.

Kewirausahaan sosial didasarkan pada konsep kolektif literatur dan praktisi saat ini. Ada dua pendekatan utama dalam kewirausahaan sosial. Yang pertama berfokus pada niat dan hasil, dengan definisi yang dijelaskan sebagai “upaya inovatif untuk memecahkan masalah sosial yang terus-menerus

seperti kemiskinan dan marginalisasi, yang sampai batas tertentu telah berhasil meningkatkan dampaknya dan mendorong transformasi sosial” (Alvorddkk.,2004) dalam (Smith & Nemetz, 2009)

Kewirausahaan sosial didefinisikan sebagai penggunaan sumber daya secara kreatif untuk nilai-nilai ekonomi dan sosial (Mair & Marti, 2006). Definisi lain dari kewirausahaan sosial adalah aktivitas wirausaha yang menanamkan tujuan sosial (James Austin, Howard Stevenson, 2021)

### **Kompetensi Kewirausahaan Sosial**

(Amini, Zahra, 2018) dalam penelitiannya menghasilkan kompetensi kewirausahaan sosial sebagai berikut:

1. Kompetensi umum  
Kompetensi umum adalah kompetensi yang dibutuhkan oleh semua pelaku kewiraysahaan. Terdapat tiga kompetensi yang dihasilkan yaitu kompetensi komunikasi, kompetensi individu dan kompetensi manajerial.
2. Kompetensi Sosial  
Kompetensi Sosial mencakup kompetensi yang harus dimiliki oleh para manajer organisasi kewirausahaan sosial, Kompetensi sosial meliputi kompetensi empati dan simpati.
3. Kompetensi Kewirausahaan  
Kompetensi kewirausahaan profesional meliputi keterampilan dan kemampuan dibidang kewirausahaan sosial. Diantaranya kemampuan mengidentifikasi peluang, kemampuan untuk mengenali kelompok sasaran.

Dari beberapa definisi dari kewirausahaan sosial, maka dapat dirumuskan bahwa kewirausahaan sosial sebagai wadah perubahan kehidupan sosial masyarakat yang aktif melakukan inovasi dengan tujuan sosial.

### **Elemen Utama dalam Kewirausahaan Sosial**

Terdapat empat elemen utama dalam kewirausahaan sosial (Hulgard, 2010):

#### **1. Social Value**

Nilai sosial ini menekankan bahwa kewirausahaan sosial memiliki peran dalam

menciptakan kebermanfaatn sosial. Nilai sosial ini merujuk pada permasalahan sosial yang diselesaikan

## 2. *Civil Society*

Kewirausahaan sosial membutuhkan peran masyarakat sipil secara luas dalam mengoptimalkan modal sosial yang ada.

## 3. *Innovation*

Kewirausahaan sosial memecahkan masalah sosial dengan cara-cara inovatif antara lain dengan memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial.

## 4. *Economic Activity*

Kewirausahaan sosial harus mampu membangun keseimbangan antara aktivitas sosial dan aktivitas bisnis. Aktivitas bisnis/ekonomi dikembangkan untuk menjamin kemandirian dan berkelanjutan misi sosial organisasi.

Terdapat lima komponen penting dalam kewirausahaan sosial (Gamal Albinsaid, 2018):

1. Resources, merupakan faktor penting dalam pengembangan sebuah bisnis. Dengan modal wirausaha sosial dapat bergerak, belajar mengenai bisnis dan melakukan akselerasi
2. Networking, merupakan sangat penting dimiliki dan dibangun guna kelangsungan sebuah bisnis
3. Research and Development. Melalui penelitian dan pengembangan Perusahaan dapat melakukan inovasi untuk meningkatkan daya saing serta membangun kredibilitas. Selain itu penelitian dan pengembangan memberikan informasi yang dapat dijadikan panduan dalam memodifikasi inovasi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.
4. Packaging, marketing and branding adalah faktor esensial yang dilakukan pada inovasi agar produk semakin dikenal lebih banyak orang.
5. Leadership and Entrepreneurship merupakan salah satu modal untuk mempertahankan dan memastikan keberlanjutan bisnis.

### **Tiga Komponen Pengembangan Wirausaha Sosial Berwawasan Internasional**

Tiga komponen pengembangan wirausaha sosial berwawasan internasional (Gamal Albinsaid, 2018):

#### 1. Innovative

Inovasi adalah ide, metode, alat, dan cara yang baru untuk menyelesaikan berbagai permasalahan. Inovasi memberikan keuntungan yang besar, menjadi pembeda dengan kompetitor. Inovasi dapat dilihat dari dua perspektif yaitu perspektif ekonomi dan sosial. Dari perspektif ekonomi, semua inovasi harus memiliki potensi meningkatkan nilai ekonomi yang dihasilkan dari selisih antara nilai manfaat yang dirasakan oleh konsumen dengan biaya yang dialami oleh konsumen. Dari perspektif sosial, inovasi harus mampu memberikan dampak dan menyelesaikan masalah di Masyarakat dengan cara yang efektif dan memberikan kehidupan yang berkelanjutan.

#### 2. Impact

Social Impact adalah hasil yang harus dicapai atau dampak berupa penyelesaian berbagai masalah sosial di masyarakat.

#### 3. International

Mencari berbagai peluang internasional dengan dua pendekatan. Pertama yaitu membangun jaringan (bermitra dan mengoptimalkan peluang-peluang internasional). Kedua meningkatkan kapasitas Perusahaan dan kualitas inovasi untuk mampu mencapai world class innovation.

### **METODE PENELITIAN**

Disain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai masalah-masalah manusia dan sosial. Creswell dalam bukunya yang berjudul *Qualitative Inquiry and Research Design* mendefinisikan pendekatan *phenomenological research*. sebagai berikut (John\_W\_Creswell], 2007): *a phenomenological study describes the common meaning for several individuals of their lived experiences of a concept or a phenomenon. Phenomenologists focus on describing what all*

participants have in common as they experience a phenomenon (e.g., grief is universally experienced).

### Jenis Data dan Sumber Data

Data kualitatif dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu data kualitatif empiris dan data kualitatif bermakna. Data kualitatif empiris adalah data sebagaimana adanya (tidak diberi makna). Data kualitatif bermakna adalah data dibalik fakta yang tampak. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dari dua sumber yaitu data primer yang diperoleh selama peneliti melakukan eksplorasi di lapangan dan data sekunder berupa dokumen.

### Informan Penelitian

Penentuan informan dilakukan secara *purposive sampling* yaitu informan dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah pelaku kewirausahaan sosial opak Tuntungan yang berlokasi di Dusun Tuntungan II, Deli Serdang, Sumatera Utara.

### Teknik Pengumpulan Data Fenomenologi

Mengacu pada (John\_W\_Creswell], 2007), beberapa Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. *In depth interview* (wawancara mendalam), merupakan Teknik pengumpulan data utama dalam studi fenomenologi. Peneliti melakukan wawancara semitrstruktur (semistructure interview), di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur.
2. Observasi. Peneliti dalam mengumpulkan data melalui observasi partisipatif. Pada bagian ini peneliti melakukan catatan lapangan perilaku dan aktivitas individu di lokasi penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari aktivitas wawancara dan observasi yang dilakukan terhadap pelaku kewirausahaan sosial, ditemukan beberapa hal yang menjadi fokus penggalan lebih lanjut. Display hasil penelitian diperoleh dengan menggunakan

*Manual Data Analysis Procedure* yang disajikan pada gambar di bawah ini:

### Koding



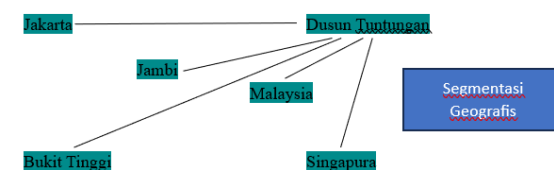
Gambar 1. Coding

Tahap awal yang dilakukan dalam proses olah data yaitu tahapan koding. Creswell, 2014 menjelaskan bahwa coding adalah proses mengolah materi / informasi menjadi segmen-segmen tertulis sebelum menginterpretasikan materi / informasi. Peneliti melakukan coding untuk memberikan gambaran yang detail sekaligus mendeskripsikan semua informasi.

Dalam proses coding yang dilakukan, peneliti mengkombinasikan keseluruhan kode yang telah ditentukan sebelumnya dan membuat kode-kode berdasarkan informasi yang muncul dengan sendirinya (Creswell, 2013)

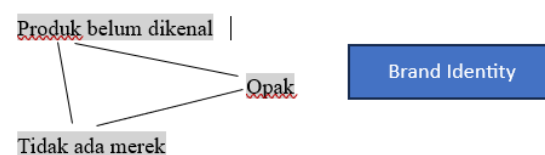
Setelah koding maka tahapan berikutnya adalah menentukan kategori berdasarkan koding warna yang telah dilakukan.

### Kategorisasi Baby Blue Color



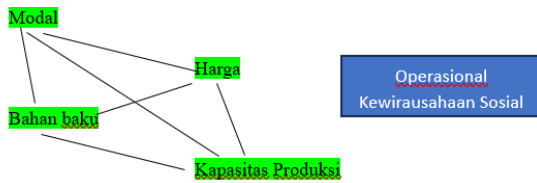
Gambar 2. Kategorisasi Baby Blue Color

### Kategorisasi Grey Color



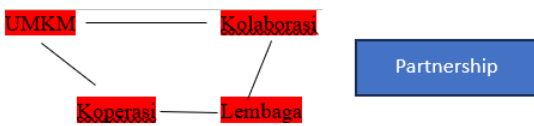
Gambar 3. Kategorisasi Grey Color

### Kategorisasi Green Color



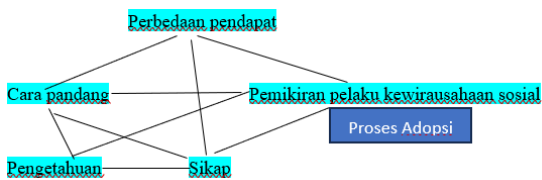
Gambar 4. Kategorisasi Green Color

### Kategorisasi Red Color



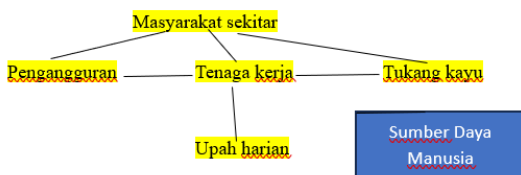
Gambar 5. Kategorisasi Red Color

### Kategorisasi Blue Color



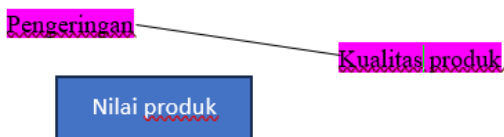
Gambar 6. Kategorisasi Blue Color

### Kategorisasi Yellow Color



Gambar 7. Kategorisasi Yellow Color

### Kategorisasi Purple Color



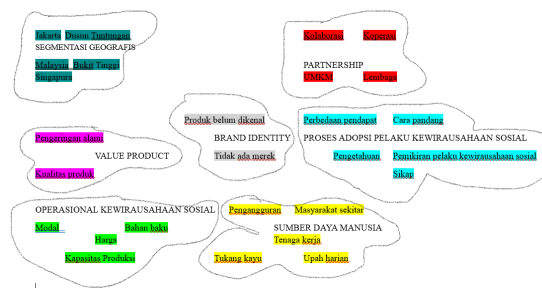
Gambar 8. Kategorisasi Purple Color

Hasil kategorisasi memperlihatkan beberapa variabel yang muncul yaitu wilayah geografis yang menunjukkan distribusi hasil prosukkewirausahaan sosial. Kategorisasi berikutnya adalah brand identity yang merupakan variabel penting dalam

keberlangsungan kegiatan kewirausahaan sosial. Selanjutnya adalah kategorisasi operasional kewirausahaan sosial yang memunculkan beberapa sub variabel antara lain kebutuhan akan modal, harga yang bervariasi, kapasitas produksi yang belum stabil serta perolehan bahan baku. Variabel lainnya yang muncul dari hasil kategorisasi yaitu partnership yang menunjukkan kebutuhan dukungan dari suatu lembaga yang diikuti dengan proses adopsi pelaku kewirausahaan sosial yang berbeda-beda terhadap penerimaan dukungan dari suatu lembaga. Kategorisasi berikutnya adalah sumber daya manusia dan juga nilai produk yang sangat berdampak dalam keberlangsungan aktivitas kewirausahaan sosial tersebut.

Tahapan selanjutnya adalah menentukan tema dan memos.

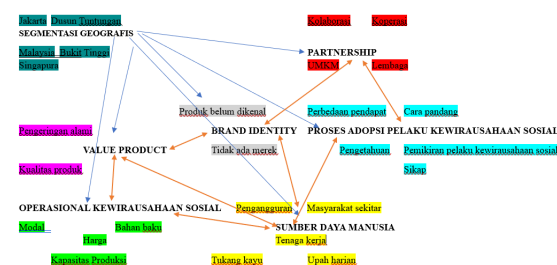
### Tema dan Memos 1



Gambar 9. Tema dan Memos 1

Hasil koding dikelompokkan menjadi satu kelompok untuk setiap masing-masing kategorisasi yang telah dihasilkan. Sehingga akan mempermudah untuk melihat sub variabel yang menjadi dasar munculnya kategorisasi.

### Tema dan Memos 2

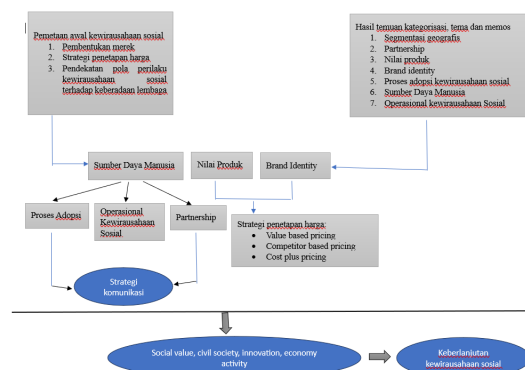


Gambar 10. Tema dan Memos 2

Memos diperoleh dari hasil wawancara yang menunjukkan hubungan ataupun keterkaitan dari masing-masing kategorisasi yang muncul. Dari Tema dan memos 2 di atas menunjukkan distribusi produk kewirausahaan sosial yang berada di beberapa wilayah Indonesia termasuk luar negeri yaitu Malaysia dan Singapura. Segmentasi geografi memerlukan dukungan dari partnership, brand identity, nilai produk, proses adopsi pelaku kewirausahaan sosial, sumber daya manusia dan operasional kewirausahaan sosial. Memos menunjukkan bahwa partnership memiliki keterkaitan/hubungan dengan brand identity, proses adopsi pelaku kewirausahaan sosial. Hal ini berarti bahwa proses adopsi yang terjadi membutuhkan pendekatan/strategi khusus terutama bagi pelaku kewirausahaan sosial yang masuk dalam kelompok laggard. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman akan pentingnya partnership dalam keberlanjutan aktivitas kewirausahaan sosial. Demikian halnya brand identity memiliki peran dan menguatkan posisi produk yang dihasilkan.

Memos berikutnya menunjukkan keterkaitan/hubungan antara brand identity terhadap pembentukan nilai produk. Yang tentunya akan semakin memperkuat posisi produk di pasar lokal dan internasional. Selanjutnya kegiatan operasional kewirausahaan sosial memiliki hubungan terhadap nilai produk karena berkontribusi dalam penciptaan produk yang berkualitas. Memos berikutnya adalah keterkaitan/hubungan antara sumber daya manusia dengan nilai produk, brand identity, proses adopsi pelaku kewirausahaan sosial dan juga operasional kewirausahaan sosial. Tentunya hal ini berkaitan erat dengan keberlanjutan aktivitas kewirausahaan sosial yang pada akhirnya diharapkan mampu memberikan kontribusi peningkatan ekonomi masyarakat.

Dari hasil kategorisasi, tema dan memos maka selanjutnya peneliti mengusulkan sebuah pola yang nantinya diharapkan dapat mendukung terwujudnya keberlanjutan peningkatan ekonomi masyarakat sekitar.



**Gambar 11.** Pola yang Diusulkan

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kategorisasi yang dihasilkan melalui proses coding dapat digunakan sebagai dasar pembentukan pola bagi aktivitas kewirausahaan sosial. Kategorisasi tersebut terdiri dari segmentasi geografis, partnership, nilai produk, brand identity, proses adopsi kewirausahaan sosial, sumber daya manusia dan operasional kewirausahaan sosial. Kategorisasi sendiri diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap informan dimana memunculkan berbagai informasi terkait dengan merek, harga dan juga perilaku pelaku kewirausahaan dalam menerima keberadaan dan dukungan lembaga. Dari hasil tema dan memos

Penelitian ini menghasilkan pola yang diharapkan dapat memberikan solusi bagi keberlanjutan aktivitas kewirausahaan sosial. Penelitian ini akan memiliki keberlanjutan terkait pola yang dihasilkan yang harus kembali diuji keberhasilannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amini, Zahra, et. all. (2018). Identifying social entrepreneurship competencies of managers in social entrepreneurship organizations in healthcare sector. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0102-x>
- Anis Siti hartati, A.Y.N Warsiki, Titik Kusmantini, A. K. D. (2018). Kewirausahaan Sosial: Fundamentals, Concepts, Case Study. *Unpar.Ac.Id*, 1.
- Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business Horizons*, Elsevier, 51(4), 267–271.

<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.02.009>

- Eng, T. Y., Ozdemir, S., Gupta, S., & Kanungo, R. P. (2020). International social entrepreneurship and social value creation in cause-related marketing through personal relationships and accountability. *International Marketing Review*, 37(5), 945–976. <https://doi.org/10.1108/IMR-12-2018-0360>
- Gamal Albinsaid. (2018). *Era baru Wirausaha Sosial*. 273.
- Hulgard, L. (2010). Discourses of social entrepreneurship—Variations of the same theme? *EMES European Research Network*, 10, 1–21.
- James Austin, Howard Stevenson, J. W.-S. (2021). Social and Commercial Entrepreneurship. *Social Entrepreneurship in India: Quarter Idealism and a Pound of Pragmatism*, 77–96. <https://doi.org/10.4135/9789353885892.n4>
- John\_W\_Creswell]. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design.pdf* (p. 414).
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36–44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Seda, A., & Ismail, M. (2020). Challenges facing social entrepreneurship: The implications for government policy in Egypt. *Review of Economics and Political Science*, 5(2), 162–182. <https://doi.org/10.1108/REPS-03-2019-0036>
- Smith, T. C., & Nemetz, P. L. (2009). Social entrepreneurship compared to government foreign aid: Perceptions in an East African village. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 11(1), 49–65. <https://doi.org/10.1108/14715200911014149>
- Wang, A., & Yee, C. M. (2023). A Literature Review of Social Entrepreneurship. *Open Journal of Business and Management*, 11(05), 2232–2246. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.115123>