

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: PARTISIPASI MASYARAKAT DAN EVALUASI DAMPAK SOSIAL-EKONOMI

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: CITIZEN PARTICIPATION AND EVALUATION OF SOCIO-ECONOMIC IMPACT

Budi Hasanah¹, Ahmad Sururi², Daffa Putri Prananda³, Adam Maulana Noval⁴

¹Program Studi Administrasi Negara Universitas Serang Raya
email: budihasanah@gmail.com

²Program Studi Administrasi Negara Universitas Serang Raya
email: ahmadbroer@gmail.com

³Program Studi Administrasi Negara Universitas Serang Raya
Email: daffaputrip@gmail.com

⁴Program Studi Administrasi Negara Universitas Serang Raya
email: adammaulananoval23@gmail.com

Abstrak

Penanganan permasalahan sosial ekonomi masih menjadi fokus perhatian baik pemerintah maupun masyarakat terutama di masa pandemi COVID-19 dan semakin meningkatnya angka masyarakat miskin di Kota Serang. Program UMKM model *social entrepreneurship* bertujuan tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi akan tetapi memecahkan permasalahan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana partisipasi dan dampak sosial ekonomi dari program UMKM dengan model *social entrepreneurship* di Kota Serang khususnya pada jenis usaha *design and fashion, crafting (handmade* aksesoris dan *supply* bahan-bahan kerajinan), dan *tour and travel*. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa partisipasi aktor UMKM kewirausahaan sosial sudah menunjukkan capaian yang efektif melalui keterlibatan mental dan emosi individu dalam melakukan aktivitas kelompok, motivasi individu untuk memberikan kontribusi dan rasa tanggung jawab dalam diri individu terhadap aktivitas kelompok dalam usaha pencapaian tujuan. Selain itu dampak sosial ekonomi dalam konteks kewirausahaan sosial telah menghasilkan kapasitas dan kemandirian dalam membuka peluang usaha. Temuan penelitian menunjukkan pentingnya dukungan pemerintah Kota Serang dan kebijakan yang mampu mengakomodir peluang ekonomi dan merepresentasikan nilai-nilai sosial kewirausahaan di masa depan secara berkelanjutan. Rekomendasi penelitian ini adalah mendorong peningkatan UMKM melalui model kewirausahaan sosial sebagai upaya memecahkan permasalahan sosial dan ekonomi masyarakat, peningkatan kemitraan dengan kewirausahaan yang lebih besar dan mendorong regulasi pemerintah untuk mengakomodir peluang dan partisipasi masyarakat dan dampak ekonomi dalam kewirausahaan sosial.

Kata Kunci: Kewirausahaan Sosial; Partisipasi Masyarakat; Evaluasi Dampak Sosial Ekonomi; Kebijakan Publik

Abstract

Socioeconomic problem handling and the increasing number of poor people in Serang City are still the focus of attention of both the government and the community, especially during the COVID-19 pandemic. The Small, Micro, and Medium Enterprises social entrepreneurship model program aims not only to focus on economic

benefits but also to solve social problems. This study aims to find out how the participation and socio-economic impact of the MSME program with the social entrepreneurship model in Serang City, especially in the types of business design and fashion, handcrafting, and tour and travel. The research method used in this study is qualitative descriptive. The results of this study indicate that the participation of MSME actors in social entrepreneurship has shown effective achievement through the mental and emotional involvement of individuals in group activities, individual motivation to contribute, and a sense of personal responsibility towards group activities to achieve goals. In addition, the socio-economic impact in the context of social entrepreneurship has resulted in capacity and independence in opening up business opportunities. The research findings show the importance of Serang City government support and policies that can accommodate economic opportunities and represent the social values of entrepreneurship in a sustainable future. The recommendation of this research is to encourage the improvement of MSMEs through the social entrepreneurship model as an effort to solve social and economic problems of the community, increase partnerships with greater entrepreneurship and encourage government regulations to accommodate opportunities and community participation and economic impact in social entrepreneurship.

Keywords: *Social Entrepreneurship; Community Participation; Evaluation of Social and Economic; Public Policy*

PENDAHULUAN

Penanganan masalah sosial dan ekonomi di Kota Serang masih dalam proses pencarian formula yang tepat. Hal tersebut dapat terlihat dari masih banyaknya jumlah penduduk miskin di Kota Serang berdasarkan data Biro Pusat Statistik (BPS) Kota Serang 2021 selama empat tahun terakhir 2016-2017 yaitu sebanyak 36,40 ribu dan 36,97 ribu dan tahun 2018-2019 sebanyak 36,21 ribu. Jumlah penduduk miskin semakin bertambah karena dampak dari wabah pandemi COVID-19 (*Corona Virus Disease*) berdasarkan BPS Provinsi Banten dalam angka 2021 yaitu sebesar 42,24 ribu dan hal ini semakin bertambah di tahun 2021 berdasar sumber data Indoposco.id sebanyak 600 ribu masuk dalam kategori warga miskin baru. Hadirnya Undang-Undang (UU) No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Peraturan Pemerintah No. 17

Tahun 2013 tentang pelaksanaan UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM serta yang terbaru secara legal formal disahkan dalam masa kondisi pandemi COVID-19 yaitu Peraturan RI No. 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, pemberdayaan koperasi dan UMKM sebagai bentuk keinginan untuk mewujudkan pembangunan masyarakat madani. Salah satu bentuk program UMKM yang mendukung pembangunan masyarakat sekaligus melibatkan masyarakat dalam kegiatan pemberdayaan adalah model *social entrepreneurship support*.

Kehadiran *sociopreneurship* atau kewirausahaan sosial sebagai trend baru model UMKM yang dikemas lebih modern dalam beberapa tahun belakangan ini seperti angin segar, dikarenakan tidak hanya profit yang menjadi orientasi dalam kegiatan wirausaha namun terdapat kegiatan lain seperti pemberdayaan masyarakat untuk

pembangunan masyarakat dalam meningkatkan kualitas sosial dan ekonomi masyarakat. sebagaimana dikemukakan Pomerantz (2017), bahwa kewirausahaan sosial adalah pengembangan inovatif, dukungan misi, penciptaan lapangan kerja atau lisensi, usaha oleh pengusaha sosial individu atau organisasi nirlaba, atau nirlaba dalam asosiasi dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

Kewirausahaan sosial merupakan konsep yang relatif baru dan telah muncul dengan fenomena yang cukup kuat (ILO, 2017) dan memainkan peran kunci dalam pengembangan negara berkembang (Iorgulescu & Răvar, 2015). Dijelaskan lebih lanjut bahwa fenomena ini tumbuh dari keinginan beberapa asosiasi sukarela untuk menciptakan lapangan kerja bagi orang-orang yang terpinggirkan dari pasar tenaga kerja tradisional dan dari pengusaha yang ingin menjalankan bisnis tetapi dengan tujuan sosial yang jelas.

Meskipun demikian, menurut (Niño, 2015) kewirausahaan sosial tetap memiliki keterkaitan dengan aktivitas sektor profit, hal ini menjadi fenomena umum yang mencakup sebagian besar organisasi yang tidak dapat terlepas sebagai perusahaan sosial, terlepas dari kenyataan bahwa kewirausahaan memiliki misi untuk melakukan perubahan sosial. Kewirausahaan sosial dipromosikan untuk

melakukan identifikasi dan mendorong wirausahawan sosial melakukan kegiatan sosial dan partisipasi masyarakat (ILO, 2017).

Hal ini sejalan dengan manfaat yang didapat oleh masyarakat dimana pengembangan kewirausahaan sosial menggunakan prinsip-prinsip sosial dan usaha bisnis untuk menciptakan perubahan sosial dan membangun berbagai jenis bisnis yang bersifat sosial melalui partisipasi aktif masyarakat dalam merencanakan, melaksanakan, dan menilai dampaknya terhadap kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat (Hidayat & Putra, 2020). Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa salah satu kunci penting dan indikator terlaksananya kewirausahaan sosial adalah partisipasi dari masyarakat.

Partisipasi masyarakat memberikan ruang kepada masyarakat untuk meningkatkan kapasitasnya sebagai manusia. Seperti dijelaskan oleh Reed *et al.* (2018) bahwa partisipasi merupakan suatu proses di mana individu, kelompok dan/atau organisasi publik atau pemangku kepentingan terlibat dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi mereka, baik secara pasif melalui konsultasi atau secara aktif melalui keterlibatan dua arah

Menurut Reed *et.al* (2018) partisipasi merupakan salah satu argumen penting bagi individu dalam masyarakat demokratis dan partisipasi merupakan kunci dalam upaya membentuk nilai-nilai kewarganegaraan dan

publik. Termasuk dalam hal ini membangun modal sosial dan pembangunan masyarakat (Claridge, 2004). Oleh karena itu, menurut Kummitha (2017) partisipasi masyarakat diharapkan dapat mengisi kekosongan dengan membawa masyarakat ke dalamnya, akan tetapi muncul pertanyaan apakah pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan pengetahuan eksternal akan menguntungkan pembangunan secara keseluruhan, atau akankah ideal untuk menciptakan sistem dari dalam dan memanfaatkan sumber daya dan pengetahuan lokal untuk membangun sistem pengetahuan yang menjadi dasar kemampuan masyarakat. Hal ini disebabkan masyarakat tidak dapat menawarkan pengetahuan atau pendekatan yang cukup yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan karena keterbatasan yang dimiliki.

Partisipasi dapat dimaknai sebagai keterlibatan mental dan emosional orang-orang dalam suatu kelompok dalam mendorong dan berkontribusi pada tujuan pembagian tanggung jawab (Newstrom & Davis, 2007). Pengertian ini, mengandung tiga unsur pokok, yaitu adanya keterlibatan mental dan emosi individu dalam melakukan aktivitas kelompok, adanya motivasi individu untuk memberikan kontribusi tergerak yang dapat berwujud barang, jasa, buah pikiran, tenaga, dan keterampilan, dan timbulnya rasa

tanggung jawab dalam diri individu terhadap aktivitas kelompok dalam usaha pencapaian tujuan.

Jika melihat sebaran UMKM di Provinsi Banten, maka Kota Serang merupakan daerah yang memiliki jumlah UMKM terendah dimana tidak sampai satu persen dari total UMKM di provinsi Banten. Selain itu, berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, dari data tersebut tidak semua UMKM yang terdaftar maupun tidak terdaftar di Dinas Perdagangan, Industri, Koperasi, dan UKM Kota Serang yang menerapkan model *sociopreneurship* dan data UMKM dengan menggunakan model ini belum ada data yang tersedia dengan pasti di instansi terkait.

Berikut adalah sebaran masyarakat yang berpartisipasi dalam UMKM di Provinsi Banten.

Tabel 1 Sebaran UMKM di Provinsi Banten

Kab/Kota	Jumlah UMKM	Omzet (Rp)
Kabupaten Pandeglang	791	3.542.500.000.000
Kabupaten Lebak	3.447	2.832.500.000.000
Kabupaten Tangerang	167.649	145.786.388.000.000
Kabupaten Serang	67.194	26.853.500.000.000
Kota Tangerang	22.592	234.715.582.651
Kota Serang	39	945.000.000
Kota Cilegon	52.100	17.733.399.105.972
Kota Tangerang Selatan	105.762	42.710.400.000.000
TOTAL	419.574	239.694.347.688.623

Sumber : NewsMedia, 3 Desember 2021

Melihat kesempatan ini, program UMKM model *social entrepreneurship* bisa

diimplementasikan dalam hal untuk membantu meminimalisir angka pengangguran dan kemiskinan di Kota Serang. Seperti yang disampaikan oleh Sijabat (2015) bahwa kewirausahaan sosial memungkinkan peluang ekonomi bagi masyarakat miskin, sehingga menghilangkan masalah sosial dan ekonomi di masyarakat. Sejalan dengan semakin pesatnya kemajuan dan pemanfaatan teknologi, maka diharapkan akan semakin mempermudah kegiatan *sociopreneurship* ini. Oleh karena itu, walaupun masih dalam kondisi pandemi COVID-19 yang diawali akhir tahun 2019 sampai saat ini, *sociopreneurship* semakin berjamur karena bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja.

Menurut Kusumasari (2015), terdapat empat jenis model kewirausahaan sosial di Indonesia (Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Bali) yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah sosial, ekonomi, dan lingkungan yaitu *mixed-based model*, *sharia-mixed model*, *volunteerism-based model* dan *cooperation-based model*. Sedangkan Smith & Stevens (2010) mengatakan kewirausahaan sosial terdiri dari tiga jenis yaitu, pertama bricoleur sosial yang fokus pada keprihatinan lokal, dan sebagian didorong permasalahan yang dihadapi masyarakat. Dalam situasi seperti ini, pengenalan masalah sebagian besar didorong oleh pengetahuan lokal. Untuk jenis kewirausahaan sosial ini, seringkali ada

motivasi untuk memecahkan masalah lokal dan mempertahankan fokus lokal karena ini merupakan sumber peluang dan jalan untuk mengukur keberhasilan. Walaupun bentuk kewirausahaan sosial Bricoleur Sosial ada di wilayah-wilayah di seluruh dunia, solusi yang dikembangkan umumnya dalam skala dan cakupan yang agak kecil.

Jenis kewirausahaan kedua adalah konstruksionis sosial yang bertujuan untuk mengidentifikasi peluang sosial. Berbeda dengan tipe Bricoleur Sosial, terutama dalam fokus pasar yang lebih luas. Untuk konstruksionis sosial, pengetahuan khusus domain kurang berfungsi sebagai metode pengenalan masalah dan lebih sebagai filter untuk banyak masalah yang dihadapi. Ketiga adalah kewirausahaan sosial berbasis sosial *engineering* yang memusatkan perhatian pada pencarian legitimasi, karena skala dan cakupan luas dari usaha kewirausahaan memerlukan dukungan massa dan berfokus pada isu-isu berskala besar.

Melihat data tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian sosial mengenai *social entrepreneurship* pada jenis usaha *design and fashion, crafting (handmade aksesoris dan supply bahan-bahan kerajinan, dan tour and travel*. Pada penelitian ini, kegiatan evaluasi diperlukan untuk mengetahui sejauhmana program tersebut berjalan.

Evaluasi kebijakan merupakan pemeriksaan yang objektif, sistematis, dan empiris terhadap efek dari kebijakan dan program publik terhadap targetnya dari segi tujuan yang ingin dicapai (Parson, 2011). Jenis evaluasi kebijakan atau program yang dipakai pada penelitian ini adalah evaluasi dampak dari program UMKM model *social entrepreneurship*. Penilaian ini untuk memperkirakan apakah intervensi menghasilkan efek yang diterapkan atau tidak (Parson, 2011; Rossi et al., 2004), dimana dampak kebijakan ini merupakan salah satu konsep pokok yang harus dipahami di dalam evaluasi kebijakan publik atau program yang secara formal mengumpulkan data secara sistematis dan bertujuan memberikan informasi untuk pengambilan keputusan (Mertens & Wilson, 2019).

Beberapa penelitian tentang partisipasi dan evaluasi dampak sosial ekonomi diantaranya Kiu (2018) dalam hasil penelitiannya menyebutkan pelaksanaan program dana pemberdayaan ekonomi masyarakat menghasilkan dampak positif oleh masyarakat karena terjadi peningkatan pendapatan masyarakat, peningkatan produktivitas usaha masyarakat, peningkatan kemandirian masyarakat. Sejalan dengan penelitian tersebut, hasil penelitian Mursalim & Kurniati (2020) menyebutkan pemberdayaan melalui *social*

entrepreneurship telah mampu memberikan dampak positif dalam pengembangan kemandirian masyarakat.

Selain itu Firdaus (2014) dalam hasil penelitiannya mengemukakan bahwa kegiatan kewirausahaan sosial, pada tingkat individu, dapat mengurangi tingkat pengangguran dengan menciptakan lapangan kerja dan pada tingkat kelompok, dapat mengurangi tingkat kemiskinan di masyarakat. Penelitian *Tišma et al.* (2022) menyebutkan terdapat enam bentuk hukum kewirausahaan sosial meliputi asosiasi, koperasi, lembaga, yayasan, perusahaan dan kerajinan. Hal tersebut menjadi faktor penting kewirausahaan sosial dalam menghubungkan sektor profit dan nonprofit, sehingga dapat diimplementasikan melalui bentuk hukum yang sama untuk kedua sektor

Penelitian yang dikemukakan oleh Gabarret *et al.* (2018) menyebutkan kewirausahaan sosial dimotivasi oleh kombinasi faktor pendorong dan penarik dalam memberikan dampak sosial dan ekonomi, sedangkan Wanyoike & Maseno (2021) menunjukkan bahwa faktor penting pengalaman pribadi dan orientasi pencapaian yang tinggi terhadap peningkatan mata pencaharian mampu menciptakan dampak kewirausahaan sosial yang sangat tinggi.

Beberapa penelitian di atas, dalam berbagai perspektif memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan, akan

tetapi penelitian yang membahas dan mendiskusikan partisipasi dan evaluasi dampak sosial ekonomi kewirausahaan sosial di Kota Serang masih belum dilakukan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan dampak sosial ekonomi dari program UMKM dengan model *social entrepreneurship* di Kota Serang khususnya pada jenis usaha *design and fashion, crafting* (*handmade* aksesoris dan *supply* bahan-bahan kerajinan), dan *tour and travel*.

KAJIAN LITERATUR

Kewirausahaan Sosial

Tren perkembangan kewirausahaan sosial telah mengalami peningkatan yang sangat pesat di dunia dalam beberapa dekade terakhir (Jiatong et al., 2021; Kibler et al., 2018; Lumpkin et al., 2011; Nicholls, 2008; I. O. Santos, 2018; Sekliuckiene & Kisielius, 2015; Turok & Raco, 2016). Istilah kewirausahaan sosial semakin dikenal dan berkembang serta menjadi solusi inovatif bagi negara maju semakin tenar di wilayah pengembangannya, namun bisa menjadi inovatif di lingkungan negara maju (Saebi et al., 2019) dan mengalami pertumbuhan yang meningkat di beberapa negara berkembang, bahkan telah menjadi model utama dan diskusi akademis bidang social ekonomi yang mengacu pada penggunaan kegiatan komersial oleh organisasi nirlaba (Defourny & Nyssens, 2014).

Secara umum kewirausahaan sosial dipandang sebagai konsep yang terlalu luas dan tidak memiliki batasan yang jelas (Battilana et al., 2012), meskipun beberapa referensi mendefinisikan keirausahawan sosial sebagai suatu usaha bisnis yang dihormati dan dapat menawarkan layanan kepada semua jenis atau kelas orang di masyarakat (Zainal & John, 2014). Kewirausahaan sosial adalah elemen penting dalam lingkungan pendidikan bisnis dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, bahkan dalam situasi epidemi (Littlewood & Holt, 2018).

Hal ini terkait dengan individu dan tim dengan mengembangkan kebutuhan sosial dan lingkungan masyarakat dalam situasi ekologi normal dan abnormal. Namun, dalam penelitian sebelumnya, pentingnya kewirausahaan sosial telah diakui oleh para peneliti dan praktisi (Chell et al., 2016; Wu & Si, 2018). Selain itu, hal ini tidak terlepas dari potensi, kebutuhan dan tujuan kewirausahaan social yang mampu membawa perubahan social ekonomi dan kesejahteraan sosial (Kumar, 2020; Tišma et al., 2022).

Menurut Idris & Hijrah Hati (2013), kewirausahaan sosial adalah proses organisasi untuk menciptakan perubahan sosial yang positif melalui strategi kewirausahaan yang melibatkan identifikasi peluang yang efektif dan evaluasi, inovasi dan kemandirian finansial. Definisi tersebut dianggap tepat

untuk tujuan saat ini karena mampu menyatukan perbedaan spesifik dalam atribut organisasi seperti organisasi agama versus organisasi sekuler, dan dengan jelas membedakan kewirausahaan sosial dari organisasi non-pemerintah. Sedangkan menurut Santos (2012) kewirausahaan sosial merupakan bidang disiplin yang terpisah, beberapa setuju untuk menganalisis fenomena ini melalui kerangka kerja yang sudah ada dalam kewirausahaan. Yang terpenting, kewirausahaan sosial adalah tentang "menciptakan industri baru, memvalidasi model bisnis baru, dan mengarahkan sumber daya ke masalah sosial yang terabaikan.

Dimensi kewirausahaan sosial meliputi misi sosial yang merupakan focus utama, inovasi sosial, perubahan sosial, semangat kewirausahaan dan kepribadian (Praszki & Nowak, 2012). Menurut Martin & Osberg (2007) dan Popoviciu & Popoviciu (2011), kewirausahaan sosial terdiri dari tiga komponen utama, konteks kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan dan hasil kewirausahaan (Martin & Osberg, 2007). Konteks kewirausahaan menyiratkan mengidentifikasi faktor-faktor sosial yang menentukan dan mempertahankan kemiskinan, marginalisasi dan pengucilan. Pemahaman tentang masalah sosial berbeda di seluruh dunia dan oleh karena itu, pendekatan yang diambil untuk menemukan solusi

berkelanjutan perlu mempertimbangkan keadaan kontekstual yang berbeda.

Karakteristik kewirausahaan mengacu pada tindakan langsung dalam bentuk solusi baru (inovasi) untuk populasi sasaran, konteks atau aplikasi. Tantangan untuk menemukan solusi yang efektif dan berkelanjutan untuk masalah sosial cukup besar dan mungkin memerlukan beberapa unsur dari bisnis yang sukses. Juga, solusi untuk masalah sosial seringkali memerlukan transformasi mendasar dalam sistem politik, ekonomi dan sosial.

Hasil wirausaha adalah ekosistem baru yang stabil atau perubahan sosial yang substansial bagi segmen populasi yang kurang beruntung. Hasil dari kewirausahaan sosial terlihat dan terukur melalui peningkatan kualitas hidup, efisiensi, keberlanjutan sosial dan/atau pilihan pertumbuhan ekonomi dan bernilai. Perubahan sosial tersebut dapat berupa skala kecil (lokal) atau skala besar (sistemik). Artinya, hasilnya dapat bermanfaat bagi populasi sasaran di suatu wilayah tertentu atau dapat berupa perubahan paradigmatik dalam pendekatan dan pandangannya.

Partisipasi dan Evaluasi Kebijakan/Program

Menurut Reed, *et.al.* (2018) partisipasi merupakan salah satu argumen penting bagi individu dalam masyarakat demokratis dan merupakan kunci dalam upaya membentuk nilai-nilai kewarganegaraan dan publik.

Termasuk dalam hal ini membangun modal sosial dan pembangunan masyarakat (Claridge, 2004). Partisipasi merupakan keterlibatan mental dan emosional orang-orang dalam situasi kelompok yang mendorong mereka untuk berkontribusi pada tujuan kelompok dan berbagi tanggung jawab (Newstrom & Davis, 2007).

Menurut Greve (2017) Partisipasi berhubungan dengan pengguna, kelompok pengguna, warga negara, dan kelompok kepentingan. Artinya, kelompok-kelompok atau kepentingan-kepentingan tersebut secara langsung dan langsung dipengaruhi oleh kebijakan. Oleh sebab itu pendekatan partisipatif juga mencakup kelompok lain yang terlibat dalam perumusan, pemantauan dan peninjauan kebijakan, serta implementasi dan penyampaian, seperti pembuat kebijakan, pegawai negeri, praktisi dan politisi.

Partisipasi dicirikan sebagai komunikasi tanpa batas dan tanpa paksaan di antara pihak-pihak yang berkepentingan, atau pemangku kepentingan, dengan harapan mencapai saling pengertian. Proses pengambilan keputusan bersifat partisipatif ketika peserta—termasuk warga negara, pembuat kebijakan, dan aktor lain—merasa bahwa mereka dapat secara penuh dan bebas mengangkat isu tentang sebuah rencana (Chang & Jacobson, 2010). Sesuai dengan pandangan tersebut, Kummitha (2017) mengatakan bahwa partisipasi

masyarakat diklaim sebagai mekanisme penting untuk mencapai pertumbuhan inklusif, seperti yang telah dibahas sebelumnya, masyarakat perlu dilatih atau diberdayakan untuk meningkatkan keterampilan mereka sendiri.

Menurut Sharpe (2011) komponen dalam suatu program penting untuk dievaluasi agar temuan komponen dapat diandalkan, bersifat valid, bermakna, dan dapat ditafsirkan. Komponen program dapat meliputi penilaian kebutuhan, evaluasi proses, evaluasi dampak, dan efektivitas biaya (Guiu, 2018).

Evaluasi adalah profesi yang menggunakan metodologi formal untuk memberikan bukti empiris yang berguna tentang entitas publik (seperti program, produk, kinerja) (Mertens & Wilson, 2019). Selanjutnya untuk mengukur indikator keberhasilan program, terdapat standar evaluasi menurut lima atribut utama evaluasi adalah utilitas (seberapa berguna dan tepat penggunaan evaluasi itu), kelayakan (sejauh mana evaluasi dapat dilaksanakan dengan sukses dalam pengaturan tertentu), kepatutan (seberapa manusiawi, etis, moral, pantas, legal, dan profesional penilaiannya), akurasi (seberapa dapat diandalkan, tepat, jujur, dan dapat dipercaya evaluasinya), dan meta-evaluasi (sejauh mana kualitas evaluasi itu sendiri dijamin dan dikendalikan).

Kewirausahaan Sosial dan Pembangunan Masyarakat

Dalam konteks organisasi ekonomi, kewirausahaan sosial beroperasi dalam ekonomi sosial dan mengacu pada salah satu hasil nyata dari kewirausahaan sosial (Doh, 2020). Kewirausahaan sosial menjadi faktor penting dalam pembangunan sosial melalui model yang berkelanjutan dan kelayakan ekonomi (Ebrashi, 2013).

Menurut Juneja (2021) dan Yunus *et al.* (2010) dalam aktivitas kewirausahaan sosial didasarkan pada tujuh prinsip perilaku utama. Prinsip pertama mendefinisikan tujuan keberadaan perusahaan sosial. Menurut prinsip ini, tujuan bisnis mereka adalah untuk mengatasi kemiskinan atau untuk mengatasi masalah seperti pendidikan, gizi, kesehatan, lingkungan dan memungkinkan akses teknologi ke populasi berpenghasilan rendah dan tidak hanya untuk mencari keuntungan. Prinsip kedua mengacu pada keberlanjutan finansial dan ekonomi. Wirausahawan sosial mencari sumber keuangan yang bertanggung jawab secara sosial. Prinsip ketiga mengatur pengembalian investasi. Investor wirausaha sosial tidak didorong untuk mengejar keuntungan dengan mengorbankan pencapaian manfaat sosial yang lebih luas. Prinsip keempat terkait dengan jumlah yang diperoleh di atas dan di atas investasi yang harus diinvestasikan kembali untuk meningkatkan

ruang lingkup operasi dan memperbaikinya. Perluasan ini bertujuan untuk menarik lebih banyak orang atau meningkatkan kualitas layanan.

Prinsip kelima mencakup usaha sosial yang harus bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan. Mereka harus memainkan peran utama dalam perbaikan lingkungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Ini berarti bahwa operasi mereka memastikan bahwa mereka tidak merusak lingkungan. Prinsip keenam berarti bahwa karyawan perusahaan akan menerima kompensasi yang adil, yang sesuai dengan standar industri. Para pekerja menerima kondisi kerja yang lebih baik. Prinsip ketujuh merupakan sikap bahwa wirausahawan sosial tidak bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Oleh karena itu, pekerjaan sosial hanya dikelola oleh mereka yang dengan penuh semangat berkontribusi baik kepada masyarakat maupun lingkungan. Ini berarti bahwa bisnis berlangsung dalam lingkungan yang menyenangkan dan tidak dalam tekanan.

Menurut De los Ríos-Sastre & González-Sánchez (2020) dalam konteks pembangunan, kewirausahaan sosial memiliki hubungan positif dengan pembangunan ekonomi daerah, penelitian ini juga menunjukkan bahwa modal fisik, modal manusia, modal pengetahuan, dan kewirausahaan merupakan faktor yang signifikan dan penting dalam

membentuk output ekonomi daerah. Hal ini sejalan dengan konsep kewirausahaan sosial yang fokus pada penciptaan dampak sosial dan perubahan sosial (Haugh & Talwar, 2016; Kimmitt & Muñoz, 2018; Nicholls, 2008).

Menurut Pareja-Cano *et al.* (2020) selain pembangunan, pemberdayaan dapat menjadi konstruk mediasi yang valid untuk menjelaskan hubungan antara praktik kewirausahaan dan pencapaian tujuan sosial, karena dua alasan. Pertama, memungkinkan menangkap efektivitas upaya usaha sosial untuk memecahkan masalah penerima manfaat, kedua pemberdayaan adalah konstruksi multi-level, multidimensi dan kontekstual serta dapat dilihat pada tingkat yang berbeda-beda yaitu individu, organisasi atau komunitas (Zimmerman, 2000).

Dalam penelitian ini, kami mensintesis teori evaluasi program untuk menganalisis kewirausahaan sosial dalam perspektif partisipasi masyarakat dan evaluasi dampak sebagaimana dikemukakan Newstrom & Davis (2007) dan Rossi *et al.* (2004) yaitu partisipasi, terdiri dari keterlibatan mental dan emosi dalam kewirausahaan sosial, motivasi dan kontribusi dalam kewirausahaan sosial, tanggung jawab individu dalam kewirausahaan sosial. Kedua evaluasi dampak kebijakan/program yang meliputi dampak sosial dan ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu wawancara dan observasi. Teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penelitian kualitatif dimana tujuan pengambilan informan terfokus pada informan yang memiliki informasi untuk dipelajari secara mendalam (Patton, 2002). Sampel dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM model kewirausahaan sosial dan peserta kegiatan pemberdayaan kewirausahaan sosial pada jenis usaha *design and fashion, crafting* (*handmade* aksesoris dan *supply* bahan-bahan kerajinan, dan *tour and travel* dimana dalam menentukan informan. Kajian literatur juga dilakukan dengan melihat sumber-sumber yang relevan, seperti dokumen pemerintah, media elektronik, jurnal, dan buku. Data yang terkumpul kemudian dideskripsikan dalam bentuk narasi dan dianalisis dengan menggunakan teori partisipasi dan evaluasi dampak dan selanjutnya dilakukan proses interpretasi data. Uji validitas pada penelitian ini dengan teknik triangulasi metode dan sumber.

HASIL PENELITIAN

Keterlibatan mental dan emosional orang-orang dalam situasi kelompok menjadi faktor pendorong dalam memberikan berkontribusi pada tujuan kelompok dan

pembagian tanggung jawab (Newstrom & Davis, 2007). Aspek keterlibatan tersebut terwujud dalam perilaku dan kinerja wirausahawan sosial sehingga sangat penting mewujudkan tujuan kewirausahaan sosial dengan dukungan komitmen afektif, keterlibatan kerja, dan nilai-nilai pribadi para aktor (Sotiropoulou *et al.*, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara penelitian berdasarkan aspek keterlibatan mental dan emosi pelaku usaha dapat dikatakan bahwa orientasi dalam menjalankan usaha tidak hanya profit tetapi terdapat kegiatan sosial. Hal ini turut membantu penanganan permasalahan sosial ekonomi di masyarakat dimana para pelaku UMKM berharap dari usahanya ada kebermanfaatan yang lebih luas untuk masyarakat, seperti membuka peluang usaha baru bagi masyarakat, membantu memaksimalkan potensi masyarakat untuk lebih berdaya, memiliki usaha atau pekerjaan, mandiri, berprestasi. Selain itu, sebagai *healing* bagi rutinitas aktivitas para pekerja kantoran pada kegiatan jahit dan membuat aksesoris sehingga memberikan motivasi dalam upaya meningkatkan pendapatan ekonomi.

Motivasi dalam kewirausahaan sosial merupakan faktor yang sangat penting, terutama terkait dengan karakteristik dan profil para aktor UMKM tersebut, karena selain terdapat kepentingan pribadi, ada juga

orientasi untuk memberikan kesejahteraan kepada masyarakat (Braga *et al.*, 2014).

Berdasarkan hasil observasi, hal ini menjadi motivasi para pelaku usaha untuk memberikan kontribusi dalam bentuk jasa, buah pikiran, tenaga, dan keterampilan jahit, pembuatan aksesoris, macrame, kreasi *handmade* pada kegiatan sosial usaha mereka. Hal ini terlihat pada program kegiatan yang telah dan/atau sedang mereka realisasikan dengan berbagai media dan pendekatan baik secara *online* maupun *offline*.

Program kegiatan yang dijalankan secara *offline* yaitu program kelas peduli belajar jahit gratis dan kelas jahit *crafting* gratis serta *workshop* pembuatan aksesoris khususnya *mask strap* yang sedang *happening* di masa pandemi dimana masing-masing peserta rata-rata berjumlah 20-25 peserta. Selain itu kegiatan sosial yang dilakukan secara online yaitu pembuatan tutorial seputar *design and fashion* dan pembuatan aksesoris melalui akun instagram mereka yaitu @kelasjahit, @elyecraf yang bisa dipelajari oleh siapapun dan kapanpun secara gratis. Selain itu, kegiatan *workshop* dilakukan juga secara online baik secara zoom yaitu membuat kresi *handmade*, melalui whatsapp grup yaitu pembuatan kerajinan macrame dimana pada kegiatan macrame ini terdiri dari 4 kelas, masing-masing terdiri dari 30 peserta. Selain itu melalui media online instagram maupun

secara *live* dalam pembuatan aksesoris yang dihadiri dan diikuti oleh siapapun secara gratis dari Aceh-Jayapura yang diadakan sebanyak dua kali dalam sebulan.

Untuk mewujudkan kegiatan tersebut penting adanya tim yang solid dan bertanggungjawab. Selain tim internal dan peserta kegiatan yang aktif, terdapat kolaborasi baik antarusaha lain maupun dengan pihak BUMN. Seperti kegiatan kelas jahit berkolaborasi dengan @Travelinggeh (akun instagram) bergerak dalam bidang *tour and travel* yang menyediakan fasilitas tempat dan mesin jahit yang diadakan di Kota Serang sedangkan pada kegiatan workshop pembuatan aksesoris khususnya *mask strap* berkolaborasi dengan Azalea Beauty Hijab yang bergerak dalam bidang kecantikan, kosmetik, dan perawatan diri yang di adakan di Jakarta. Selain itu, kegiatan *workshop* dimana tim @elyecraft memberikan ilmu dan pelatihan pembuatan kreasi *handmade* bekerjasama dengan BUMN Bank Mandiri melalui RKB (Rumah Kreatif Banten) Mandiri dengan menggunakan media online zoom.

Berbagai kegiatan sosial tersebut terdapat dampak sosial ekonomi bagi masyarakat yang ikut sebagai partisipan dengan mengikuti berbagai program kegiatan yang dibuat oleh para pelaku UMKM dalam kegiatan sosialnya dengan waktu dan tempat serta penggunaan media yang telah

ditentukan yaitu mereka mampu membuka usaha sendiri seperti usaha jahit baju di tempat tinggal mereka, usaha jasa dimana mereka membuka kelas kegiatan *workshop* sendiri dengan bidang yang sama, membuka usaha sendiri dengan membuat dan menjual produk macrame dan aksesoris baik secara online maupun *offline* dengan metode titip ke toko-toko besar seperti toko *baby shop* dan intermedia, dan terdapat beberapa alumni dari peserta prgram sosial yang di-hire oleh @elyecraft untuk membantu memberikan ilmu dan pelatihan untuk peserta lain karena peserta kegiatan semakin bertambah. Selain itu, program kegiatan ini menjadi inspirasi bagi peserta wanita sehingga alumni yang mengikuti program kegiatan tersebut kemudian membuka usaha sejenis sebagai alternatif karena suami mereka terkena PHK dampak pandemi COVID-19.

PEMBAHASAN

Keterlibatan Mental dan Emosi dalam Kewirausahaan Sosial.

Dimensi partisipasi masyarakat didefinisikan sebagai intervensi yang berusaha mengidentifikasi hubungan sebab akibat langsung antara partisipasi masyarakat sekaligus sebagai sebuah proses berkelanjutan (Rifkin, 2017) dan berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat dikemukakan bahwa dimensi partisipasi aktor UMKM dalam kegiatan kewirausahaan sosial menunjukkan

keterlibatan mental dan emosi yang positif, hal ini dapat terlihat dari orientasi para aktor yang tidak hanya bersifat profit akan tetapi terdapat beberapa kegiatan sosial sehingga dapat membantu penanganan permasalahan sosial ekonomi di masyarakat.

Hal ini sejalan dengan penelitian Firdaus (2014) yang mengatakan bahwa kegiatan kewirausahaan sosial, pada tingkat individu, dapat mengurangi tingkat pengangguran dengan menciptakan lapangan kerja dan pada tingkat kelompok dapat mengurangi tingkat kemiskinan di masyarakat. Ditegaskan oleh Kummitha (2017) sebagai bagian dari membangun kepercayaan pada tahap awal, wirausahawan sosial membawa pejabat pemerintah, dan orang-orang terkenal lainnya ke komunitas untuk mendukung kegiatan mereka, yang memperkuat modal sosial di antara wirausahawan sosial, timnya, dan komunitas.

Konsep sosial sebagai landasan dalam kewirausahaan sosial dijelaskan secara komprehensif oleh Niño (2015) yang menjelaskan terjadinya krisis global baru-baru ini telah memberikan bukti-bukti permasalahan sosial yang menghambat pembangunan manusia yang berkelanjutan. Hubungan antara perusahaan dan masyarakat, memberikan peluang untuk mengurangi dampak buruk dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Pilihan terhadap

kewirausahaan sosial merupakan keniscayaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan bersama yang dihasilkan dari sistem ekonomi dan *Corporate Social Responsibility*.

Sebagaimana telah dijelaskan pada bagian sebelumnya bahwa salah satu faktor penting keberhasilan kewirausahaan sosial adalah keterlibatan atau partisipasi masyarakat termasuk dalam hal keterlibatan mental dan emosi. Bahwa strategi pelatihan kewirausahaan sosial partisipatif menunjukkan semakin kuatnya partisipasi aktif masyarakat dalam mengembangkan potensi lingkungan dalam berbagai aspek pembangunan dan kewirausahaan sosial bertujuan untuk menciptakan nilai sosial yang bermanfaat bagi masyarakat (Hidayat & Putra, 2020)

Menurut Newstroom & Davis (2007) partisipasi mampu menumbuhkan kepuasan masyarakat dalam pemenuhan berbagai kebutuhan. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dikemukakan oleh Kibler et al. (2018) yang mengatakan kewirausahaan sosial merupakan solusi yang paling efisien dalam mewujudkan kesejahteraan sosial pada suatu negara dan sering dikaitkan dengan inovasi sosial karena dapat memenuhi kebutuhan sosial.

Menurut Jiatong *et al.* (2021) kewirausahaan sosial merupakan prosedur dan misi sosial yang membantu masyarakat menggunakan ide-ide inovatif dan

menggabungkan sumber daya untuk mengembangkan nilai-nilai ekonomi dan sosial. Selain itu Robinson (2006) mengatakan misi sosial dalam konteks kewirausahaan sosial merupakan bagian paling penting selain keuntungan atau bisnis. Partisipasi actor UMKM dalam konteks mental dan emosi dalam mendorong misi sosial didukung respon dan minat dari masyarakat. Sebagaimana ditegaskan oleh (Mandrysz, 2020) yang memandang perlunya usaha bersama dan ekonomi sosial berbasis masyarakat, mendorong hubungan modal sosial dan pengembangan masyarakat dalam suatu komunitas tertentu dalam upaya mengembangkan entitas ekonomi sosial.

Kewirausahaan sosial selain untuk menciptakan nilai ekonomi, juga secara ideal membangun budaya dan kapasitas masyarakat melalui berbagai interaksi sosial (Kummitha, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat didorong oleh kebutuhan dan kerjasama yang kuat antara entitas kewirausahaan sosial berdasarkan nilai-nilai bersama dan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.

Keterlibatan individu dalam kewirausahaan sosial telah memberikan nilai-nilai sosial yang positif. Hal ini dikarenakan tidak semua organisasi atau institusi mampu menciptakan nilai-nilai sosial (Agafonow, 2014). Berbeda dengan kewirausahaan

komersial yang lebih memiliki kecenderungan mencari keuntungan, maka kewirausahaan sosial lebih mempertimbangkan fitur organisasi yang lebih konkret dari strategi dan tindakan untuk mempromosikan tujuan wirausahawan sosial.

Menurut Santos (2009) kewirausahaan sosial tidak secara khusus menciptakan mekanisme pasar, mengamankan subsidi pemerintah atau menciptakan perusahaan sosial, akan tetapi tentang kemampuan menyusun solusi yang efektif dan berkelanjutan dengan menggunakan kombinasi berbagai sarana kelembagaan apa pun yang dianggap efektif. Hal ini sesuai dengan pandangan Agafonow (2014) yang menegaskan kewirausahaan sosial sebagai suatu konsep yang memayungi ruang untuk berbagai jenis inisiatif masyarakat dalam mengatasi masalah sosial. Dengan demikian pendekatan partisipasi dan evaluasi melalui keterlibatan mental dan emosi yang dilakukan oleh aktor UMKM kewirausahaan sosial di Kota Serang sudah berjalan dengan efektif seperti mampu menumbuhkan kepuasan masyarakat, mendorong misi sosial dan membangun interaksi positif secara efektif dengan masyarakat dalam upaya meningkatkan kapasitas dan kesejahteraan.

Motivasi dan Kontribusi dalam Kewirausahaan Sosial

Berbagai kegiatan partisipasi UMKM kewirausahaan sosial dalam memberikan motivasi dan kontribusi terhadap masyarakat dalam bentuk jasa, gagasan, tenaga, dan keterampilan menjahit, pembuatan aksesoris, macrame, kreasi *handmade* pada kegiatan sosial telah tercapai secara efektif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Kiu (2018) yang menyebutkan pelaksanaan program pemberdayaan ekonomi masyarakat menghasilkan dampak positif terhadap masyarakat yang dibarengi dengan peningkatan pendapatan, peningkatan produktivitas usaha masyarakat, dan peningkatan kemandirian masyarakat.

Motivasi mempengaruhi perilaku kewirausahaan dalam tiga cara yang saling melengkapi: pengaruh pada pilihan individu, yaitu arah tindakan; mempengaruhi intensitas tindakan, berdasarkan pada pentingnya atau nilai tindakan tersebut bagi pengusaha dan mempengaruhi kegigihan tindakan, berdasarkan kejelasan jalan untuk mencapai nilai ini (Locke, 2000). Motivasi dalam kewirausahaan sosial merupakan faktor yang sangat penting, terutama terkait dengan karakteristik dan profil para aktor UMKM tersebut, karena selain terdapat kepentingan pribadi, ada juga orientasi untuk memberikan kesejahteraan kepada masyarakat (Braga *et al.*,

2014). Disisi lain hambatan utama dalam menciptakan dan pengembangan usaha sosial seperti mobilisasi sumber daya manusia dan keuangan, manajemen waktu sehingga memerlukan keterampilan inti yang dibutuhkan untuk wirausahawan sosial yaitu ketekunan, kepemimpinan dan empati.

Motivasi dan aktivitas kewirausahawan sosial bertujuan untuk mengintegrasikan sumber daya dan memfasilitasi pertumbuhan inklusif melalui pendekatan *bottom-up* berdasarkan dinamika dan penciptaan nilai bersama (Azmat *et al.*, 2015; Mandrysz, 2020) Hal ini menunjukkan bahwa motivasi dan nilai-nilai sosial menjadi suatu tindakan yang terintegrasi dalam kewirausahaan sosial. Sebagaimana ditegaskan oleh Dhesi (2000) bahwa wirausahawan sosial memobilisasi sumber daya masyarakat untuk membangun inisiatif berkelanjutan, selain menawarkan kontribusi keuangan mereka sendiri.

Hal ini sejalan dengan pendapat Kusumasari (2015) yang menjelaskan tentang pentingnya proposisi nilai, penciptaan nilai, dan penangkapan nilai dalam kewirausahaan sosial sekaligus menunjukkan bahwa dalam hal proposisi nilai dalam model bisnis kewirausahaan semua organisasi didirikan sebagai respons terhadap diskriminasi yang dialami oleh komunitas marginal. Terkait aspek penangkap nilai, tampak melalui serangkaian kegiatan seperti melakukan

program-program berbasis kemanusiaan, peningkatan kapasitas serta mengadakan pendidikan dan pelatihan tentang lingkungan. Penciptaan nilai ditemukan dalam kasus-kasus di mana semakin banyak manfaat yang diperoleh masyarakat dari pelaksanaan program, maka kewirausahaan sosial akan semakin berhasil dan berkelanjutan.

Menurut Braga *et al.*, (2014) terdapat faktor-faktor yang memotivasi individu untuk mengembangkan dan memelihara kewirausahaan sosial seperti semangat, pengaruh tokoh, pengalaman masa lalu, dan keinginan untuk berkreasi dan berinovasi. Beberapa kegiatan seperti program pelatihan keterampilan baik secara *online* maupun *offline* telah mampu meningkatkan pendapatan tambahan bagi masyarakat yang ikut berpartisipasi dan menjadi motivasi penting aktor UMKM kewirausahaan sosial. Menurut Boluk & Mottiar (2014) wirausahawan sosial memiliki karakteristik lebih unggul daripada wirausahawan konvensional karena mereka lebih termotivasi untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat daripada dengan keuntungan, meskipun dalam terdapat motivasi tambahan sehubungan dengan usaha bisnis seperti motif gaya hidup, menerima pengakuan dan menghasilkan keuntungan.

Dalam konteks kewirausahaan sosial, motivasi utama dikategorikan menjadi dua yaitu faktor pendorong dan faktor penarik. Dua

faktor pendorong yang diidentifikasi adalah latar belakang dan nilai-nilai sosial. Faktor penarik diidentifikasi sebagai model bisnis, penyebab, pengakuan peluang, motivasi diri, jaringan, penghargaan pribadi, gaya hidup dan motif non-keuangan (Humphris, 2017).

Temuan penelitian yang telah diuraikan, jika dikonfirmasi menurut Gabarret *et al.* (2018) bahwa motivasi kewirausahaan sosial dipengaruhi oleh kombinasi faktor pendorong dan penarik dimana pendorong motivasi tidak hanya pada tingkat individu (kebutuhan pribadi) tetapi juga pada tingkat sosial melalui pengenalan kebutuhan sosial.

Selain itu faktor motivasi yang tinggi dari masyarakat selaku peserta kegiatan kewirausahaan sosial menjadi faktor penting keberhasilan. Hal ini sejalan dengan penelitian Wanyoike & Maseno (2021) yang menunjukkan bahwa pengalaman pribadi yang intens terkait dengan peristiwa kehidupan masa lalu serta orientasi pencapaian yang tinggi terhadap peningkatan mata pencaharian dan menciptakan dampak berfungsi sebagai pemicu utama kewirausahaan sosial.

Kontribusi efektif kewirausahaan sosial yang telah ditunjukkan oleh UMKM kewirausahaan sosial di Kota Serang tersebut telah sejalan dengan pandangan Iorgulescu & Răvar (2015) yang menyebutkan bahwa kewirausahaan sosial telah memainkan peran kunci dalam pengembangan negara

berkembang. Selain sebagai penyedia kesempatan kerja bagi kelompok rentan, mereka seringkali menjadi inisiator penting dari proyek-proyek yang langgeng, menyediakan serangkaian layanan yang biasanya seharusnya ditawarkan oleh pemerintah. Selain itu kontribusi penting kewirausahaan sosial adalah terciptanya inovasi sosial dan perubahan sosial masyarakat secara kolektif (Bechir Fridhi, 2021) dan hal tersebut sudah ditunjukkan oleh UMKM kewirausahaan sosial melalui pendekatan partisipasi berdasarkan motivasi dan kontribusi.

Tanggung jawab Individu dalam Aktivitas Kewirausahaan Sosial

Menurut Nino (2015) kewirausahaan sosial ditujukan untuk memenuhi kebutuhan bersama yang dihasilkan dari sistem ekonomi dan *Corporate Social Responsibility*, yang merupakan hasil refleksi etika perusahaan berdasarkan saling ketergantungan dan timbal balik. Bagi masyarakat, kedua jalur tersebut erat kaitannya dengan penciptaan nilai sosial yang berkelanjutan. Pada Konferensi Perubahan Sosial Walden 2009, David Bornstein menyoroti tiga tahap pengembangan, yaitu kewirausahaan sosial “Kewirausahaan sosial 1.0” yang difokuskan pada pengusaha individu, kedua “Kewirausahaan sosial 2.0” yang terkait dengan institusi penyebab perubahan sosial,

dan ketiga “Kewirausahaan sosial 3.0” menyiratkan pengakuan bahwa perubahan sosial dan inovasi sosial telah dimulai (Schwiesow, 2010).

Sejalan dengan penelitian tersebut, hasil penelitian Mursalim & Kurniati (2020) menyebutkan pemberdayaan melalui *social entrepreneurship* telah mampu memberikan dampak positif dalam pengembangan kemandirian masyarakat. Dalam hal ini kemandirian ditunjukkan melalui proses tanggung jawab yang melekat pada aktor UMKM dan masyarakat. Menghubungkan karakteristik kewirausahaan sosial dan bentuk tanggung jawab sangat terkait dengan kinerja sosial dan ekonomi dan beragam kepentingan (Wang, 2006).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab UMKM kewirausahaan sosial menunjukkan pencapaian yang efektif. Hal tersebut ditunjukkan melalui timbulnya rasa tanggung jawab dalam diri individu terhadap aktivitas kelompok dalam usaha pencapaian tujuan. Buendía-Martínez & Monteagudo (2020) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh konteks budaya pada dimensi kewirausahaan sosial. Selain itu, pengaruh ini terjadi melalui dua kelompok variabel melalui modal sosial dan tanggung jawab sosial perusahaan, meskipun pengaruhnya menunjukkan tanda yang berlawanan. Faktor-faktor ini memiliki implikasi penting bagi pembuat kebijakan

yang bertanggung jawab untuk mendorong pengembangan kewirausahaan sosial.

Tanggung jawab individu terhadap berbagai aktivitas sosial tersebut dapat bertransformasi menjadi modal sosial. Jika dikonfirmasi berdasarkan hasil penelitian Idris & Hijrah Hati (2013), bahwa pertumbuhan kewirausahaan sosial saat ini melihat pada dua faktor utama yaitu persepsi tingkat pemberdayaan ekonomi dan aktivisme sosial. Dengan demikian tanggung jawab dalam konteks kewirausahaan sosial dapat berperan sebagai bagian dari pemberdayaan dan pembangunan masyarakat dengan mengedepankan nilai-nilai sosial dan kemanusiaan.

Bahwa akuntabilitas dalam kewirausahaan sosial dapat dilihat melalui tiga cara berbeda yaitu sebagai hubungan antar pihak, sebagai hasil, atau sebagai variabel prediktor (Schwiesow, 2010). Dalam konteks berbeda, tanggung jawab kewirausahaan sosial memiliki dimensi temporal akuntabilitas, yaitu kewirausahaan sosial mengakui akuntabilitas sosial dan penganggaran keuangan, tetapi lebih diprioritaskan kepada kinerja sosial. Selain itu komunikasi kinerja sosial terbatas, dengan laporan yang tersedia untuk umum sehingga bersifat parsial dan selektif. Komunikasi kinerja keuangan bahkan lebih terbatas, pelaporan biasanya ditujukan kepada pemangku kepentingan internal. Hal ini

berimplikasi terhadap cakupan kebutuhan kewirausahaan sosial untuk mengomunikasikan kinerja sosial dan keuangan secara lebih luas, termasuk untuk memajukan legitimasi moral (berdasarkan niat) menjadi legitimasi konsekuensi (berdasarkan pencapaian).

Menurut Chen et al. (2020) modal sosial berpengaruh positif terhadap kewirausahaan sosial dan intensitas wirausaha sosial, wirausaha berpengaruh positif terhadap intensitas wirausaha sosial, dan wirausaha berperan sebagai perantara antara modal sosial dan intensitas wirausaha sosial. Kewirausahaan sosial dipromosikan oleh banyak jaringan dan melakukan proses inisiatif untuk mengidentifikasi dan mendorong wirausahawan sosial dan usaha sosial. Sebagaimana konsep kewirausahaan sosial, modal sosial telah didefinisikan dalam beberapa hal yang berbeda cara. Pada intinya, modal sosial dapat dipahami sebagai “hubungan, jaringan, dan institusi di dalam suatu komunitas, masyarakat atau bangsa yang memungkinkan kerjasama dan partisipasi kelompok (ILO, 2017).

Evaluasi Dampak Sosial dan Ekonomi.

Kewirausahaan sosial memberikan peluang terhadap nilai ekonomi dan sosial yang berpotensi meningkatkan kualitas hidup dan membuat kemajuan sosial (Urban & George, 2015). Berdasarkan hasil penelitian

yang telah diuraikan, dampak sosial dan ekonomi masyarakat menunjukkan pencapaian yang cukup efektif.

Hal ini menunjukkan bahwa secara empiris, evaluasi dampak sosial dan ekonomi memiliki keterkaitan erat dan telah menjadi komponen penting dalam suatu program bersifat valid, bermakna, dan dapat ditafsirkan Sharpe (2011), sekaligus bahwa komponen dalam suatu program penting untuk dievaluasi agar temuan komponen dapat diandalkan, Komponen program dapat meliputi penilaian kebutuhan, evaluasi proses, evaluasi dampak, dan efektivitas biaya (Guiu, 2018).

Evaluasi adalah profesi yang menggunakan metodologi formal untuk memberikan bukti empiris yang berguna tentang entitas publik (seperti program, produk, kinerja) (Mertens & Wilson, 2019). Selanjutnya untuk mengukur indikator keberhasilan program, terdapat standar evaluasi menurut lima atribut utama evaluasi, yaitu utilitas (seberapa berguna dan tepat penggunaan evaluasi itu), kelayakan (sejauh mana evaluasi dapat dilaksanakan dengan sukses dalam pengaturan tertentu), kepatutan (seberapa manusiawi, etis, moral, pantas, legal, dan profesional penilaiannya), akurasi (seberapa dapat diandalkan, tepat, jujur, dan dapat dipercaya evaluasinya), dan meta-evaluasi (sejauh mana kualitas evaluasi itu sendiri dijamin dan dikendalikan).

Hal ini sejalan dengan penelitian Kumar (2020), Tišma *et al.* (2022) yang menyebutkan potensi, kebutuhan dan tujuan kewirausahaan sosial telah mampu membawa perubahan sosial ekonomi dan kesejahteraan sosial. Dampak sosial ekonomi menghasilkan kapasitas individu dalam membuka peluang usaha sehingga partisipan dapat membuka usaha sendiri menjadi lebih mandiri dan berpenghasilan serta ada beberapa yang di tangani oleh penyelenggara untuk membantu dalam kegiatan *workshop* karena peserta semakin bertambah.

Terkait dengan hasil penelitian yang menunjukkan evaluasi dampak sosial dan ekonomi telah mampu menciptakan partisipasi masyarakat menjadi lebih mandiri. Bobbio (2019) mengatakan bahwa partisipasi merupakan sesuatu yang bersifat fleksibel, warga yang terlibat bisa sedikit atau banyak, kurang atau sangat berdaya, dan partisipasi mereka bisa di tempat atau online, untuk jangka waktu pendek atau panjang, dan berada pada isu-isu berisiko tinggi atau rendah.

Menurut Muli & Arasa (2019) kewirausahaan sosial melibatkan faktor-faktor: identifikasi masalah sosial tertentu dan solusi khusus untuk mengatasinya; evaluasi dampak sosial, model bisnis dan keberlanjutan usaha, sehingga hal ini menjadi relevan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Hal tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian

Sijabat (2015) yang mengatakan kewirausahaan sosial memungkinkan terjadinya peluang ekonomi bagi masyarakat miskin, sehingga menghilangkan masalah sosial dan ekonomi di masyarakat. Ini juga mencoba untuk lebih memahami peran kewirausahaan sosial dalam memungkinkan peluang ekonomi bagi masyarakat miskin.

Untuk mencapai tujuan tersebut, kewirausahaan sosial dapat dikembangkan dalam membuka peluang ekonomi meliputi penciptaan akses terhadap sumber daya keuangan, penggunaan inovasi sosial, pemberdayaan dan inklusi sosial, dan penciptaan lapangan kerja (Sijabat, 2015). Untuk mengukur indikator keberhasilan program, Mertens & Wilson (2019) menyusun standar evaluasi menurut lima atribut utama evaluasi, yaitu utilitas (seberapa berguna dan tepat penggunaan evaluasi itu), kelayakan (sejauh mana evaluasi dapat dilaksanakan dengan sukses dalam pengaturan tertentu), kepatutan (seberapa manusiawi, etis, moral, pantas, legal, dan profesional penilaiannya), akurasi (seberapa dapat diandalkan, tepat, jujur, dan dapat dipercaya evaluasinya), dan meta-evaluasi (sejauh mana kualitas evaluasi itu sendiri dijamin dan dikendalikan).

Hasil penelitian juga relevan dengan Storey (2009) yang menegaskan pengembangan lebih lanjut bidang ekonomi

politik untuk mengevaluasi dampak kebijakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Hal ini dikarenakan kewirausahaan sosial di Kota Serang memerlukan dukungan pemerintah dan regulasi yang mampu mengakomodasi secara efektif peluang ekonomi dan nilai sosial secara berkelanjutan.

Pentingnya regulasi dan dukungan pemerintah dalam kewirausahaan sosial berkelanjutan dikemukakan oleh Jiatong *et al.* (2021) bahwa jaringan sosial memiliki peran mediasi dalam hubungan antara misi sosial dan inovasi sosial pada pengembangan usaha yang berkelanjutan. Selain itu, peraturan pemerintah juga memiliki pengaruh positif dan efek moderasi yang signifikan terhadap pengembangan usaha berkelanjutan dan dampak sosial yang lebih positif.

Menurut Tisma *et al.* (2022) tren kewirausahaan sosial yang semakin meningkat seharusnya didukung dengan kerangka regulasi dan hukum yang jelas serta terhubung dengan kebijakan publik, selain itu diperlukan tindakan yang untuk mendorong langkah-langkah kebijakan masa depan yang bertujuan untuk mendukung kewirausahawan sosial. Bahwa pemerintah berkontribusi dalam membantu wirausahawan sosial untuk mengidentifikasi sumber daya untuk membiayai kegiatan, menyelenggarakan sosialisasi dan informasi untuk memberikan

kesadaran kepada masyarakat tentang masalah sosial. (Zainal & John, 2014).

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa partisipasi program UMKM dengan model *social entrepreneurship* di Kota Serang khususnya pada jenis usaha *design and fashion, crafting (handmade aksesoris dan supply* bahan-bahan kerajinan), dan *tour and travel* yang dilakukan oleh aktor UMKM kewirausahaan sosial sudah menunjukkan capaian yang efektif melalui keterlibatan mental dan emosi individu dalam melakukan aktivitas kelompok, motivasi individu untuk memberikan kontribusi dan rasa tanggung jawab dalam diri individu terhadap aktivitas kelompok dalam usaha pencapaian tujuan.

Selain itu dampak sosial ekonomi dalam konteks kewirausahaan sosial telah menghasilkan kapasitas dan kemandirian dalam membuka peluang usaha. Temuan penelitian menunjukkan pentingnya dukungan pemerintah Kota Serang dan kebijakan yang mampu mengakomodir peluang ekonomi dan merepresentasikan nilai-nilai sosial kewirausahaan di masa depan secara berkelanjutan. Rekomendasi penelitian selanjutnya adalah mendorong peningkatan UMKM melalui model kewirausahaan sosial sebagai upaya memecahkan permasalahan sosial dan ekonomi masyarakat, peningkatan kemitraan dengan kewirausahaan yang lebih

besar dan mendorong regulasi pemerintah untuk mengakomodir peluang dan partisipasi masyarakat dan dampak ekonomi dalam kewirausahaan sosial.

REFERENSI

- Agafonow, A. (2014). Toward A Positive Theory of Social Entrepreneurship. On Maximizing Versus Satisficing Value Capture. *Journal of Business Ethics*, 125(4), 709–713. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1948-z>
- Azmat, F., Ferdous, A. S., & Couchman, P. (2015). Understanding the Dynamics Between Social Entrepreneurship and Inclusive Growth in Subsistence Marketplaces. *Journal of Public Policy and Marketing*, 34(2), 252–271. <https://doi.org/10.1509/jppm.14.150>
- Battilana, J., Lee, M., Walker, J., & Dorsey, C. (2012). In Search of the Hybrid Ideal. *Stanford Social Innovation Review*, 10(3 (Summer)), 51–55. http://ssir.org/articles/entry/in_search_of_the_hybrid_ideal
- Bechir, F. (2021). Social entrepreneurship and social enterprise phenomenon: toward a collective approach to social innovation in Tunisia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 46(161), 1–6. <https://doi.org/10.1080/03056244.2018.1546429>
- Bobbio, L., (2019). Designing effective public participation. *Policy and Society*, 38(1), 41–57. <https://doi.org/10.1080/14494035.2018.1511193>
- Boluk, K., & Mottiar, Z. (2014). Motivations of social entrepreneurs: blurring the social contribution and profits dichotomy. *Social Enterprise Journal*, 10(1), 53–68. <https://doi.org/10.1108/SEJ-01-2013-0001>

- Braga, J. C., Proença, T., & Ferreira, M. R. (2014). Motivations for social entrepreneurship – Evidences from Portugal. *Tékhne*, 12(1), 11–21. <https://doi.org/10.1016/j.tekhne.2015.01.002>
- Buendía-Martínez, I., & Monteagudo, I. C. (2020). The Role of CSR on Social Entrepreneurship: An International Analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 12(17), 1–22. <https://doi.org/10.3390/SU12176976>
- Chang, L., & Jacobson, T. (2010). Measuring Participation as Communicative Action: A Case Study of Citizen Involvement in and Assessment of a City's Smoking Cessation Policy-Making Process. *Journal of Communication*, 60(4), 660–679. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01508.x>
- Chell, E., Spence, L. J., Perrini, F., & Harris, J. D. (2016). Social Entrepreneurship and Business Ethics: Does Social Equal Ethical? *Journal of Business Ethics*, 133(4), 619–625. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2439-6>
- Chen, R., Liu, Y., & Zhou, F. (2020). Research on the Relationship Between Social Capital and Social Entrepreneurship Intention: The Mediating Role of Entrepreneurial Bricolage. *6th International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2020)*, 435, 545–549. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200428.117>
- Claridge, T. (2004). *Designing social capital sensitive participation methodologies*. Social capital research, 15-30.
- De los Ríos-Sastre, S., & González-Sánchez, V. M. (2020). Social Entrepreneurship and Sustainable Development: New Challenges and Opportunities. In M. Galindo-Martín, M. Mendez-Picazo, & M. Castaño-Martínez (Ed.), *Analyzing the Relationship Between Innovation, Value Creation, and Entrepreneurship* (pp. 64-84). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1169-5.ch004>
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2014). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32–53. <https://doi.org/10.1080/19420670903442053>
- Dhesi, A. S. (2000). Social capital and community development. *Community Development Journal*, 35(3), 199-214. <https://doi.org/10.1093/cdj/35.3.199>
- Doh, S. (2020). Social Entrepreneurship and Regional Economic Development: The Case of Social Enterprise in South Korea. *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su12218843>
- Ebrashi, R. E. (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*, 9(2), 188–209. <https://doi.org/10.1108/SRJ-07-2011-0013>
- Firdaus, N. (2014). Pengentasan Kemiskinan melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 22(1), 55–67. <https://doi.org/10.14203/JEP.22.1.2014.69-81>
- Gabarret, I., Vedel, B., Decaillon, J., & Affair, A. S. (2018). A Social Affair: Identifying Motivation of Social Entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, Inderscience*, 31(3), 399-415. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2017.084845>
- Greve, B. (2017). *Handbook of Social Policy Evaluation*. In Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781785363245>
- Guiu, S. S. (2018). *Theory of Change in Program Evaluation* (Issue October). Innovations for Poverty Action. <https://projectrg.org/wp->

- content/uploads/2018/11/Theory-of-Change-in-Program-Evaluation.pdf
- Haugh, H. M., & Talwar, A. (2016). Linking Social Entrepreneurship and Social Change: The Mediating Role of Empowerment. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 643–658. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2449-4>
- Hidayat, D., & Putra, A. (2020). Participative Based Social Entrepreneurship Training for Community Empowerment. *Digital Press Social Sciences and Humanities*, 6, 00016. <https://doi.org/10.29037/digitalpress.46381>
- Humphris, G. K. (2017). Motivations of social entrepreneurs. *Fields: journal of Huddersfield student research*, 3(1). <https://doi.org/10.5920/fields.2017.06>
- Idris, A., & Hijrah H., R. (2013). Social Entrepreneurship in Indonesia: Lessons from the Past. *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(3), 277–301. <https://doi.org/10.1080/19420676.2013.820778>
- ILO. (2017). *Promoting Social Entrepreneurship and Social Capital Social; A Practice Guide to Supporting Social Entrepreneurship and Inclusiveness in Rural Communities*. International Labour Organization. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---africa/---ro-abidjan/---sro-cairo/documents/publication/wcms_589097.pdf
- Iorgulescu, M.-C., & Răvar, A. S. (2015). The Contribution of Social Enterprises to the Development of Tourism. The Case of Romania. *Procedia Economics and Finance*, 32(15), 672–679. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01448-3](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01448-3)
- Jiatong, W., Li, C., Murad, M., Shahzad, F., & Ashraf, S. F. (2021). Impact of Social Entrepreneurial Factors on Sustainable Enterprise Development: Mediating Role of Social Network and Moderating Effect of Government Regulations. *SAGE Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211030636>
- Juneja, P. (2021). *Principles of Social Business*. Management Study Guide Content Team. <https://www.managementstudyguide.com/social-business-principles.htm> (Diakses pada tanggal 01 April 2022)
- Kibler, E., Salmivaara, V., Stenholm, P., & Terjesen, S. (2018). The evaluative legitimacy of social entrepreneurship in capitalist welfare systems. *Journal of World Business*, 53(6), 944–957. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2018.08.002>
- Kimmit, J., & Muñoz, P. (2018). Sensemaking the ‘social’ in social entrepreneurship. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(8), 859–886. <https://doi.org/10.1177/0266242618789230>
- Kiu, Y. M. (2018). Evaluasi Dampak Program Dana Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kelurahan Kayu Putih Kota Kupang. *Jurnal Analisis Kebijakan Dan Pelayanan Publik*, 4, 1–13. <https://doi.org/10.31947/jakpp.v4i2.3887>
- Kumar, N. (2020). Social Business Model and its Efficacy: A Case Study on Agroforestry in the Indian Context. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 6(1), 195–219. <https://doi.org/10.1177/2393957519899568>
- Kummitha, R. K. R. (2017). Barefoot Approach and Its Practice. Dalam R. K. R. Kummitha (Ed.), *Social Entrepreneurship and Social Inclusion: Processes, Practices, and Prospects* (hlm. 77–101). Singapore: Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-10-1615-8_4
- Kusumasari, B. (2015). The Business Model

- of Social Entrepreneurship. *International Journal of Administrative Science & Organization*, 22(3), 157–167.
<https://doi.org/10.20476/jbb.v22i3.6438>
- Littlewood, D., & Holt, D. (2018). Social Entrepreneurship in South Africa: Exploring the Influence of Environment. *Business and Society*, 57(3), 525–561.
<https://doi.org/10.1177/0007650315613293>
- Locke, E. A. (2000). Motivation, Cognition, and Action: An Analysis of Studies of Task Goals and Knowledge. *Applied Psychology*, 49(3), 408–429.
<https://doi.org/10.1111/1464-0597.00023>
- Lumpkin, G. T., Steier, L., & Wright, M. (2011). Research in Social Entrepreneurship: Past Contributions and Future Opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 306, 285–306. <https://doi.org/10.1002/sej>
- Mandrysz, W. (2020). Community-Based Social Economy – Social Capital and Civic Participation in Social Entrepreneurship and Community Development. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 8(1), 80–93.
<https://doi.org/10.2478/mdke-2020-0006>
- Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*. In Leland Stanford Jr. University.
<https://doi.org/10.1002/anie.201310158>
- Mertens, D. M., & Wilson, A. T. (2019). *Program Evaluation Theory and Practice A Comprehensive Guide*. In The Guilford Press New York London.
- Muli, J. M., & Arasa, R. (2019). Social Entrepreneurship: Sustainability and Social Impact By Not-for-Profits: Theory and Evidence. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, VII(2), 198–215.
- Mursalim, S. W., & Kurniati, T. (2020). Sociopreneurship Sebagai Upaya Pemberdayaan di Kota Tasikmalaya. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 4(1), 182-186.
- Newstrom, J. W., & Davis, K. (2007). *Organizational Behavior: Human Behavior at Work* (Twelfth Ed). The McGraw-Hill Companies.
- Nicholls, A. (Ed.). (2008). *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. OUP Oxford.
- Niño, A. C. S. (2015). Social Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility: Differences and Points in Common. *Journal of Business & Economic Policy*, 2(2), 85–93.
- Pareja-Cano, B., Valor, C., & Benito, A. (2020). How Social Enterprises Nurture Empowerment: A Grounded Theoretical Model of Social Change. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-21.
<https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1821753>
- Parson, W. (2011). *Public Policy: Pengantar Teori dan Praktik Analisis Kebijakan*. Kencana Prenada Media Group.
- Patton, M. Q. (2002). Two Decades of Developments in Qualitative Inquiry: A Personal, Experiential Perspective. *Qualitative Social Work*, 1(3), 261–283.
<https://doi.org/10.1177/1473325002001003636>
- Pomerantz, M. (2003). *The Business of social Entrepreneurship in A "Down Economy"*. In Business Emmaus Pennsylvania, 25(3), 25–28.
- Popoviciu, I., & Popoviciu, S. A. (2011). Social entrepreneurship, social enterprise and the principles of a community of practice. *Revista de Cercetare Si Interventie Sociala*, 33(1), 44–55.
- Praszkier, R., & Nowak, A. (2011). *Dimensions of Social Entrepreneurship. In Social Entrepreneurship: Theory and Practice* (pp. 14-25). Cambridge: Cambridge University Press.
[doi:10.1017/CBO9781139049467.004](https://doi.org/10.1017/CBO9781139049467.004)

- Reed, M. S., Vella, S., Challies, E., de Vente, J., Frewer, L., Hohenwallner-Ries, D., Huber, T., Neumann, R. K., Oughton, E. A., Sidoli del Ceno, J., & van Delden, H. (2018). A theory of participation: what makes stakeholder and public engagement in environmental management work? *Restoration Ecology*, 26(August), S7–S17. <https://doi.org/10.1111/rec.12541>
- Rifkin, S. B. (2017). Examining the links between community participation and health outcomes: A review of the literature. *Health Policy and Planning*, 29(2), ii98–ii106. <https://doi.org/10.1093/heapol/czu076>
- Robinson, J. A. (2006). Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How Social Entrepreneurs. In *Social Entrepreneurship* (Issue August, pp. 95–120). <https://doi.org/10.1057/9780230625655>
- Rossi, P. H., Lipsey, M. W., & Freeman, H. E. (2004). *Evaluation A Systematic Approach Seventh Edition*. In SAGE Publications Inc.
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social Entrepreneurship Research: Past Achievements and Future Promises. *Journal of Management*, 45(1), 70–95. <https://doi.org/10.1177/0149206318793196>
- Santos, F. M. (2009). *A Positive Theory of Social Entrepreneurship. Working Paper. In INSEAD Social Innovation Centre*.
- Santos, F. M. (2012). A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335–351. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1413-4>
- Santos, I. M. R. O. (2018). *Public policy, policy-making and social entrepreneurship: the case of Portugal and the UK* (Doctoral dissertation).
- Schwiesow, D. (2010). Re-visioning social entrepreneurship. *Walden Magazine*, 5: 14–16.
- Sekliuckiene, J., & Kisielius, E. (2015). Development of Social Entrepreneurship Initiatives: A Theoretical Framework. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 1015–1019. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.519>
- Sharpe, G. (2011). A review of program theory and theory-based evaluations. *American International Journal of Contemporary Research*, 1(3), 72-75.
- Sijabat, R. (2015). The role of social entrepreneurship in enabling economic opportunities for the poor: A synthesis of the literature and empirical works. *International Journal of Business and Social Science*, 6(11), 35-41.
- Smith, B. R., & Stevens, C. E. (2010). Different Types of Social Entrepreneurship: The Role of Geography and Embeddedness on the Measurement and Scaling of Social Value. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(6), 575–598. <https://doi.org/10.1080/08985626.2010.488405>
- Sotiropoulou, A., Papadimitriou, D., & Tsordia, C. (2022). The Role of Affective Commitment and Work Engagement to the Performance of Greek Social Entrepreneurs and the Moderating Effect of Personal Values. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-28. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/19420676.2022.2121746>
- Storey, D. J. (2009). Evaluating SME Policies and Programmes: Technical and Political Dimensions. In *The Oxford Handbook of Entrepreneurship* (Issue April 2018). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199546992.003.0010>
- Tišma, S., Maleković, S., Jelinčić, D. A., Škrtić, M. M., & Keser, I. (2022). From Science to Policy: How to Support Social Entrepreneurship in Croatia. *Journal of Risk and Financial*

- Management*, 15(1), 23.
<https://doi.org/10.3390/jrfm15010023>
- Turok, I., & Raco, M. (2016). Developing expertise in small and medium-sized enterprises: an evaluation of consultancy support. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 18(4), 409–427.
<https://doi.org/10.1068/c9868>
- Urban, B., & George, J. (2015). Evaluation of social enterprise outcomes and self-efficacy. *International Journal of Social Economics*, 42(2), 163–178.
<https://doi.org/10.1108/IJSE-03-2013-0071>
- Wang, W. J. (2009). *Accountability in social enterprises: an analytical framework*. The University of Pittsburgh's Johnson Institute for Responsible Leadership Working Papers.
- Wanyoike, C. N., & Maseno, M. (2021). Exploring the Motivation of Social Entrepreneurs in Creating Successful Social Enterprises in East Africa. *New England Journal of Entrepreneurship*, 24(2), 79–104.
<https://doi.org/10.1108/NEJE-07-2020-0028>
- Wu, J., & Si, S. (2018). Poverty reduction through entrepreneurship: incentives, social networks, and sustainability. *Asian Business and Management*, 17(4), 243–259.
<https://doi.org/10.1057/s41291-018-0039-5>
- Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. *Long Range Planning*, 43(2–3), 308–325.
<https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.12.005>
- Zainal A., F., & John K., E. (2014). Issues Surrounding Government Support for Social Entrepreneurship as a Change Agent. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(9), 191–201.
<https://doi.org/10.6007/ijarbss/v4-i9/1148>
- Zimmerman. (2000). Empowerment Theory: Psychological, Organizational and Community Levels of Analysis. In *Handbook of Community Psychology; Rappaport, J., Seidman, E., Eds.; Kluwer Academic/Plenum Publishers: New York, NY, USA*, (pp. 43–63).