

MENGAPA *SOCIOPRENEUR* BUKAN *SOCIAL ENTREPRENEUR*?

M. Yusuf Azwar anas
Dosen Universitas Islam Raden Rahmat Malang

Abstrak

Akronim sering digunakan di Indonesia oleh banyak kalangan, atau memberikan istilah baru pada sebuah aktifitas tertentu. Pemberian nama pada sebuah aktifitas dengan memberikan akronim atau menggabungkan kata akan memunculkan akronim baru. Munculnya istilah baru padahal esensinya tidak mengalami perubahan yang berarti, sehingga menuntut seseorang untuk memahami istilah tersebut lebih dalam, agar tidak salah dalam interpretasi. Artikel ini berusaha untuk memberikan penjelasan terkait banyaknya akronim yang sering digunakan pada sebuah tulisan yang membuat kebingungan para pembaca. Banyak akronim pada istilah entrepreneur yang dihubungkan dengan aktifitas tertentu, misalnya entrepreneur yang dikaitkan dengan digital, sosial, dan teknologi. Fokus artikel ini membahas ambiguitas antara istilah *social entrepreneur* atau *sociopreneur*, agar para pembaca mendapatkan kejelasan dalam memaknai setiap istilah yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur yaitu dengan menelaah berbagai literatur hasil-hasil penelitian sebelumnya.

Kata Kunci: Akronim, *Social Entrepreneur* dan *Sociopreneur*

Entrepreneur

Istilah *social entrepreneur* dengan *sociopreneur* menjadi perdebatan di antara para peneliti, sebagian menggunakan istilah kewirausahaan sosial dengan menggunakan bahasa Inggris *Social entrepreneur* dan sebagian menggunakan istilah *sociopreneur*. Secara harfiah kedua sebutan dalam menunjuk orang yang bergerak dalam ranah aktifitas sosial /nirlaba. Namun sebelum menjelaskan perbedaan kedua istilah tersebut, terlebih dahulu akan diuraikan beberapa definisi tentang kewirausahaan. Hal ini menjadi penting karena akan menjadi rujukan kedua istilah tersebut. Istilah *social entrepreneur* berkembang atas dasar kewirausahaan yang sudah berkembang pesat.

Pada abad ke 17 istilah *Entrepreneur* digambarkan sebagai seorang yang melakukan kontrak pekerjaan dengan pemerintah untuk memasok produk tertentu. Kontrak ini memakai harga tetap keuntungan atau kerugian yang diperoleh dari pekerjaan ini adalah merupakan imbalan dari

kegiatan wirausaha (Hamilton & Harper, 1994). Pendapat Schumpeter 1976 yang dikemukakan oleh Hamilton & Harper (1994) bahwa pengusaha mempunyai fungsi sebagai reformasi atau revolusi pada pola produksi dengan eksploitasi temuan atas kemungkinan teknologi baru yang belum dicoba untuk menghasilkan komunitas baru, atau memproduksi dengan cara baru dengan membuka sumber pasokan bahan baru atau outlet baru untuk produk, dengan mengatur ulang suatu industri dan sebagainya. Schumpeter (1911) dalam Cheng & Chan (2009) mendefinisikan pengusaha sebagai orang yang menghancurkan tatanan ekonomi yang ada untuk menciptakan dan memperoleh keuntungan dari struktur baru dengan memperkenalkan produk dan layanan baru, atau dengan memanfaatkan bahan baku baru. Bagi Hamilton & Harper (1994) seorang pengusaha adalah wirausahawan yang mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis baru. Meskipun definisi yang membedakan seorang pengusaha berbeda dalam deskripsi, ada konsensus bahwa seorang pengusaha adalah

seseorang yang memiliki naluri, pola pikir, inspirasi dan visi unik, dan memiliki kekuatan, kemauan, dan kemampuan dalam rangka mengkonseptualisasikan gagasan dan menerapkan bisnis. Rencanakan dan siapa yang melihat perubahan sebagai kesempatan untuk menciptakan nilai.

Cheng & Chan (2009) nampaknya dimensi kepribadian, atau dengan kata lain, sifat pribadi (personal traits), merupakan faktor penting dalam menentukan apakah seseorang bisa jadi entrepreneur. Garis pemikiran ini mengarah ke pandangan umum. Bahwa ada sedikit logika dalam mengajar atau melatih seseorang berwirausaha. Pengusaha dilahirkan menjadi pengusaha. Pandangan ini berpendapat bahwa seorang pengusaha memiliki kualitas bawaan, yang tergantung pada faktor-faktor seperti latar belakang pribadi dan karakteristik, pengalaman jalan hidup dan pengaruh lingkungan dan kualitas ini tidak dapat dipindahtangankan dari satu orang ke orang lain. Makanya, tidak mungkin mengajari seseorang untuk menjadi pengusaha. Kewirausahaan adalah penciptaan perusahaan baru (Murray & MacMillan, 1998). Ini adalah penciptaan dan pengelolaan sebuah organisasi baru yang dirancang untuk mengejar sebuah kesempatan inovatif unik dan mencapai pertumbuhan yang cepat dan menguntungkan (Drucker, 1985). Hal ini adalah proses dinamis untuk menciptakan nilai dengan mengambil risiko (Ronstadt, 1984). Kewirausahaan adalah kegiatan inovatif untuk memanfaatkan peluang bisnis (Schumpeter, 1934). Kewirausahaan adalah keterampilan dan inovasi yang dengannya orang mengambil inisiatif untuk terlibat dalam pencarian produktif untuk mencapai tujuan mereka (Chowdhury, 2008). Menurut Richard Cantillon, kewirausahaan adalah proses memulai usaha untuk memproduksi produk dan menjual dengan harga pasti untuk hasil komersial tertinggi. Pengusaha adalah seseorang yang memulai bisnisnya sendiri. Pengusaha

adalah orang yang memiliki kemampuan dan mentalitas untuk memulai usaha baik untuk menghasilkan barang atau jasa dengan demikian menghasilkan keuntungan.

Sedangkan menurut Hisrich-Peters dalam Alma, (2011) *entrepreneurship is the process of creating something different with value by devoting the necessary time and effort, assuming the accompanying financial, personal satisfaction and independence* artinya kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan resiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi.

Kewirausahaan adalah mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi resiko atau ketidakpastian.

Zimmerer, Scarborough, & Wilson (2008) mendefinisikan wirausaha (entrepreneur) adalah orang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian dengan maksud untuk memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengenali peluang dan mengkombinasikan sumber-sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut. (*entrepreneur is who creates a new business in the face and uncertainty for the purpose of achieving profit and growth by indentifying opportunitites and assembling the necessary resources to capitalize on those opportunitie*). Kewirausahaan sebagai pilihan karir dianggap sebagai penentu penting pertumbuhan ekonomi yang cepat, lapangan kerja dan penciptaan lapangan kerja serta pengembangan sosial yang positif (Acs, 2006).

Longenecker et al. (2001) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah seorang pembuat keputusan yang membantu terbentuknya sistem ekonomi

perusahaan yang bebas. Sebagian besar pendorong perubahan, inovasi, dan kemajuan diperekonomian kita dimasa mendatang dari para wirausaha; orang-orang yang memiliki kemampuan untuk mengambil risiko dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Proses Kewirausahaan adalah upaya menciptakan sesuatu yang berbeda, yang memiliki nilai tambah melalui pengorbanan waktu dan tenaga dengan berbagai resiko finansial, psikis, dan sosial serta mendapat penghargaan berupa keuntungan dan kepuasan pribadi atas hasil yang diperoleh (Hisrich et al, 2005). Bygrave (1997), mendefinisikan proses kewirausahaan sebagai suatu rangkaian tindakan yang melibatkan semua fungsi, kegiatan dan tindakan yang terkait dengan identifikasi dan evaluasi peluang usaha serta menyatukan sumber daya yang diperlukan untuk suksesnya pembentukan perusahaan baru untuk mengejar dan menangkap peluang tersebut. Pendapat lain menyatakan bahwa proses kewirausahaan merupakan fungsi dari kapabilitas dan kemampuan berwirausaha disamping hak kepemilikan dan lingkungan eksternal (Soedjono dan Ropke dalam Suryana, 2008). Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa proses kewirausahaan adalah suatu rangkaian tindakan untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dengan mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan, resiko serta sumber daya yang diperlukan untuk pembentukan perusahaan baru.

Zimmerer, Scarborough, & Wilson (2008) mengklasifikasikan tahapan kewirausahaan berdasarkan prosesnya kedalam dua tahapan, yaitu tahap Awal/Perintisan dan tahap Pertumbuhan/Pengembangan usaha. Ketika proses kewirausahaan seseorang berada pada tahap perintisan maupun pengembangan, terdapat dua macam faktor yang mendorongnya untuk menjadi wirausaha, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari individu seseorang. Terdapat beberapa faktor

individu yang mendorong seseorang untuk terjun ke dunia bisnis pada tahap perintisan, seperti : adanya ide yang ingin dilaksanakan, berani menghadapi resiko (Bygrave, 1994); tingkat pendidikan (Hendro, 2011); pengalaman (Adhi dan Bawono, 2009); kebutuhan untuk berprestasi; dan keinginan menjadi bos bagi diri sendiri (Mazubane 2009). Faktor Eksternal yang dapat mendorong proses kewirausahaan pada masa perintisan adalah faktor yang berasal dari luar individu seseorang seperti faktor lingkungan, sosial dan organisasi. Terdapat beberapa faktor eksternal yang mendorong seseorang untuk terjun ke dunia bisnis, di antaranya adalah: Ketersediaan peluang; pesaing dalam industri ; adanya jejaring; dorongan pihak keluarga dan dorongan dari kebijakan Pemerintah (Setiadji, 2010).

Berdasarkan penjelasan dari beberapa pendapat diatas tentang kewirausahaan adalah seseorang yang memulai/ menciptakan usaha baru usaha yang dibangun sebagai upaya memanfaatkan peluang bisnis dalam rangka mendapatkan keuntungan bisnis. Organisasi bisnis yang dirancang oleh pengusaha untuk mengejar sebuah kesempatan inovatif unik untuk mencapai pertumbuhan yang cepat dan menguntungkan dimasa mendatang. Karakter pengusaha dalam dimensi pribadi / personal trait dari berbagai penjelasan diatas menyiratkan secara eksplisit, bahwa wirausaha setidaknya mempunyai niat yang kuat untuk mewujudkan visi unik bisnis, memiliki naluri, pola pikir, inspirasi, inovatif, dan memiliki kekuatan, kemauan, dan kemampuan untuk mengkonseptualisasikan gagasan dan menerapkan bisnis, selain itu pengusaha juga mempunyai sikap berani mengambil risiko dalam situasi ketidakpastian dan mengorbankan waktu, dengan harapan mendapatkan kemajuan ekonomi dimasa mendatang.

Kemunculan *Social entrepreneur*

Perkembangan entrepreneur sejalan dengan kemajuan teknologi informasi merubah cara pandang manusia terhadap perubahan lingkungan, terutama pada pertumbuhan ekonomi yang tidak sejalan dengan kesejahteraan masyarakat. Gap kemiskinan dan kesejahteraan menjadi isu yang belum pernah habis. Banyak orang berusaha melakukan berbagai aktifitas sosial untuk memperkecil kesenjangan. Tindakan sosial yang muncul atas dasar keprihatinan sosial untuk menyelesaikan persoalan kemiskinan, kerusakan lingkungan/polusi/sampah yang disebabkan dampak bisnis. Sebagai bentuk keprihatinan sosial inilah, upaya menggerakkan sebagian orang untuk melakukan berbagai tindakan agar memberikan kemanfaatan sosial bagi masyarakat. Sebagai contoh, program CSR yang dilakukan oleh perusahaan merupakan sebagian dari aktifitas tanggung jawab sosial, meskipun dalam perkembangannya CSR juga digunakan untuk membangun *brand image* perusahaan. Melihat fenomena sosial yang terjadi, memunculkan orang-orang yang tergerak dalam hatinya secara khusus untuk menyelesaikan persoalan sosial masyarakat (kemiskinan, kesehatan, pendidikan, pengangguran dll), tentunya orang-orang tersebut mempunyai niat, ide, gagasan dan visi agar persoalan masyarakat mendapatkan solusi untuk membentuk sebuah masyarakat yang sejahtera.

Kewirausahaan sosial diperkenalkan pada 1970-an untuk mengatasi masalah-masalah sosial secara berkelanjutan. Istilah entrepreneur 'wirausahawan sosial' pertama kali disebutkan pada tahun 1972 oleh Joseph Banks dalam karya seminalnya bernama *The Sociology of Social Movements*, ia menggunakan istilah itu untuk menggambarkan penggunaan keterampilan manajerial dalam mengatasi masalah sosial serta untuk mengatasi tantangan bisnis (Ebrashi, 2013)

Orang-orang yang tergerak mengimplementasikan visi-misi, ide dan gagasan sosial menurut penulis adalah pengusaha sosial/ *social entrepreneur*. Istilah *social entrepreneur* muncul sebagai pemecah arah dengan memanfaatkan ide baru yang dikombinasikan dengan visi dan kreatifitas sebagai upaya untuk mencari solusi dari berbagai persoalan di dunia nyata dengan mengedepankan etis, bersungguh-sungguh dan gigih dalam mencapai visinya (Bornstein, 1998). Dalam aktifitas sosial *social entrepreneur* merupakan opportunist yang profesional, visioner, pragmatis dan sarat etis menjadi jantung dari inisiatif berbasis masyarakat sebagai upaya menemukan solusi yang inovatif untuk memecahkan persoalan yang dihadapi masyarakat, terutama masyarakat miskin dan terpinggirkan, (Catford, 1998). Menurut carford bahwa *social entrepreneur* biasanya berpindah dari satu proyek ke proyek berikutnya; mereka membangun ide ke dalam proyek kerja bukan sebagai tindakan kekuasaan, tetapi sebagai ekspresi kreativitas dan nilai-nilai. Orang-orang menjadi wirausahawan sosial berbasis masyarakat melalui banyak jalur, seringkali dimulai sebagai aktivis paruh waktu dan sukarelawan sendiri. Selain itu, Seorang *social entrepreneur* adalah seseorang eksekutif yang mempunyai visi dan mampu menyeimbangkan keharusan moral dengan tanpa menyampingkan motif keuntungan dalam menangkap kekuatan pasar. Tindakan penyeimbangan merupakan jantung dan jiwa sebuah gerakan SE (Boschee, 1995). (Prabhu, 1999) menjelaskan *social entrepreneur* menunjukkan pemimpin usaha yang inovatif luar biasa dalam usaha sosial.

Menurut Lynn & Howard (2004) *social entrepreneur* adalah seseorang yang mendekati masalah sosial dengan spirit kewirausahaan dan ketajaman bisnis. Secara personal *social entrepreneur* adalah yang energik, gigih, biasanya percaya diri dengan kemampuan memberikan inspirasi bagi

agar orang lain terlibat dalam kegiatannya/ pekerjaannya. Shaker A. Zahra (2008) Kewirausahaan sosial meliputi kegiatan dan proses yang dilakukan untuk menemukan dan memanfaatkan peluang dalam rangka meningkatkan kekayaan sosial dengan menciptakan usaha baru atau mengelola organisasi yang ada dengan cara yang inovatif.

Dees (1998), Henton, Melville dan Walesh, (1997), Al vord, Brown dan Letts, (2004), Bornstein (1998) dan Ashoka (2000) dalam (Praszkie, Nowak, & Zablocka-Bursa, 2009) mengatakan bahwa social entrepreneur berperan sebagai agen perubahan di sektor sosial, dengan melaksanakan misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai sosial (bukan hanya nilai pribadi), mengenali dan memanfaatkan kesempatan baru untuk melaksanakan misi, terlibat dalam proses inovasi berkelanjutan, adaptasi, dan pembelajaran, bertindak berani, tidak membatasi diri pada sumber daya yang mudah diakses, menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi kepada daerah yang dilayani dan untuk hasil yang dicapai, menggabungkan pertumbuhan ekonomi dan sosial, termotivasi oleh tujuan sosial jangka panjang, menghasilkan perubahan kecil dalam jangka pendek yang bergaung melalui sistem yang ada, pada akhirnya memengaruhi perubahan signifikan dalam jangka panjang. Begitu pula, (Dees, 1998) mengusulkan bahwa wirausahawan sosial adalah agen perubahan yang memiliki lima kriteria berbeda: 1) mengadopsi misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai sosial; 2) menerima dan mengejar tanpa henti peluang baru untuk melayani misi; 3) terlibat dalam proses inovasi berkelanjutan, adaptasi dan pembelajaran; 4) bertindak dengan berani tanpa dibatasi oleh sumber daya yang ada saat ini; dan 5) menunjukkan rasa akuntabilitas yang tinggi terhadap konstituensi yang disajikan dan hasil yang dihasilkan. Definisi ini dijelaskan lebih lanjut oleh Saifan, (2012)

Pengusaha sosial adalah individu yang digerakkan oleh misi yang menggunakan seperangkat perilaku kewirausahaan untuk memberikan nilai sosial kepada yang kurang beruntung, semua melalui entitas yang berorientasi kepada kewirausahaan mandiri secara finansial, mandiri, atau berkelanjutan. (Haryani, 2016) Sosial entrepreneur berasal dari suatu niat mulia untuk menyelesaikan masalah-masalah sosial tertentu, dengan menggunakan pendekatan bisnis sebagai alat atau cara untuk mencapai tujuan sosial. (Kadir & Sarif, 2016) sebagaimana yang disimpulkan (Certo & Miller, 2008) ada dua poin penting dalam mendefinisikan social entrepreneur, pertama, secara tegas menyoroti peran inovasi. Kewirausahaan sosial penerapan pendekatan inovatif atau hal baru dalam upaya menciptakan nilai sosial, sehingga konsisten dengan pandangan Schumpeter tentang kewirausahaan yang menekankan peran inovasi dalam kewirausahaan. Kedua, kewirausahaan sosial mempunyai beragam konteks di mana kewirausahaan sosial terjadi. Kewirausahaan sosial dapat melibatkan pengusaha perorangan, organisasi baru atau yang sudah ada (baik nirlaba atau untuk laba), atau pemerintah. (Gandhi & Raina, 2018) Pengusaha sosial menekankan pada cara-cara untuk meringankan atau menghilangkan tekanan masyarakat dan menghasilkan eksternalitas progresif atau properti publik. Penjelasan dari beberapa pendapat tentang *social entrepreneur* dapat disimpulkan bahwa individu yang mempunyai karakter kewirausahaan dan mampu mengidentifikasi persoalan sosial yang digunakan sebagai pemecah persoalan sosial masyarakat. Misi sosial menjadi orientasi utama bagi seorang wirausaha sosial, yang menciptakan gagasan baru dan melaksanakannya dalam bisnis yang berkelanjutan. Namun perlu diingat pendapat (Ostrander, 2007) bahwa perbedaan utama antara *entrepreneur*

dan *social entrepreneur* adalah bahwa wirausaha dimotivasi oleh “uang” dan wirausaha sosial dimotivasi oleh “altruisme” atau filantropi.

Social entrepreneur vs Sociopreneur?

Asmahasanah, Ibdalsyah, & Sa'diyah (2018) menjelaskan bahwa *Sociopreneur* adalah kombinasi dari dua kata, yaitu sosial dan wirausaha. Singkatnya, Praszquier, Nowak, & Zablocka-Bursa, (2009) mendefinisikan *sociopreneur* sebagai individu yang mampu melakukan perubahan sosial dalam skala makro melalui keterlibatan masyarakat akar rumput. Martin dan Osberg (dalam Praszquier et al., 2009) menambahkan bahwa *sociopreneur* berbeda dari aktivis sosial. Efek perubahan sosial dari seorang *sociopreneur* bersifat jangka panjang, stabil, dan mendalam, sementara aktivis sosial hanya berjuang di tingkat permukaan. Istilah *sociopreneur* juga beberapa kali diungkapkan oleh Bhargava (2007) bahwa “pengembangan kewirausahaan di masa depan harus mengarah pada *sociopreneurship* dan wirausaha sebagai amanat yang sesuai dengan paradigma perusahaan yang baru berkembang dan paradigma pengembangan”, sehingga yang dimaksud *sociopreneur* adalah Social entrepreneur.

Eliyatiningsih, Luri A, & Etikasari (2017) Konsep *sociopreneur* dapat diartikan sebagai sebuah unit bisnis yang diciptakan untuk tujuan sosial dan untuk mengatasi serta mengurangi masalah sosial, namun tetap dijalankan secara disiplin, inovatif, dan profesional. Pada dasarnya *sociopreneur* merupakan bentuk penggabungan antara konsep kewirausahaan yang mengedepankan pada kegiatan ekonomi namun tujuan yang dicapai tidak hanya berorientasi pada profit, melainkan juga pada tujuan sosial. (Prayogo, 2017) *Sociopreneur* bertindak sebagai agen perubahan bagi masyarakat. Mulai dari memiliki pandangan baru, perbaikan sistem, ekonomi, menemukan pendekatan baru,

hingga dapat menemukan solusi untuk mengubah kehidupan masyarakat menjadi lebih baik, terutama untuk masyarakat menengah ke bawah.

Pada awal terbentuknya *sociopreneur*, tujuan *sociopreneur* adalah membuka suatu usaha atau badan *non-profit* untuk membantu masyarakat. Istilah *sociopreneur* menurut (Lubis, 2015) bahwa setiap lembaga mempunyai istilah dan akronim baru untuk menggambarkan keunikan pendidikan kewirausahaan (*entrepreneur education*) yaitu *technopreneur*, *sociopreneur*, *ecopreneur*, *edupreneur*, *creativepreneur* dan *digipreneur*. Setiap lembaga memiliki pemikiran sendiri untuk menggambarkan karakteristik tertentu yang melekat pada sejarah lembaga atau karakteristik tertentu. Akronim “*sociopreneur*”, “*ecopreneur*”, “*edupreneur*”, “*creativepreneur*” dan “*digipreneur*” merupakan kekuatan, keberanian, dan hasrat dari institusi pendidikan tinggi Indonesia yang berdampak positif bagi masyarakat Indonesia. *Sociopreneur* dan *Social Entrepreneur* merupakan istilah yang mempunyai makna dan definisi yang sama, akronim ini hanya muncul di Indonesia yang dengan mudah membuat sebuah istilah baru meskipun makna dan maksud yang diharapkan adalah sama.

Kesimpulan

Sociopreneur dan *Social Entrepreneur* mempunyai perbedaan istilah namun mempunyai arti yang sama, yaitu seseorang yang melakukan usaha atau bisnis yang berorientasi pada tujuan-tujuan sosial. Kependekan istilah dari Social entrepreneur menjadi *sociopreneur*, teknologi entrepreneur menjadi *tecnopreneur*, *digital entrepreneur* menjadi *digipreneur* lazim sering digunakan di Indonesia. Banyaknya akronim dibutuhkan penjelasan lebih lanjut agar pemahaman makna dan tujuan tidak salah atau tidak sesuai dengan maksud yang diharapkan oleh penulis.

Daftar Pustaka

- Asmahasanah, S., Ibdalsyah, & Sa'diyah, M. (2018). Social Studies Education in Elementary Schools Through Contextual REACT Based on Environment and Sociopreneur. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 52-61.
- Bhargava, S. (2007). The Evolution of the Concept of Entrepreneurship. In L. Bhole, *Developmental Aspects of Entrepreneurship* (p. 58). New Delhi: Vivek Mehra for Response Books.
- Bornstein, D. (1998, January 01). *magazine*. Retrieved from <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1998/01/changing-the-world-on-a-shoestring/377042/>
- Boschee, j. (1995). Social entrepreneurship: some non-profits are not only thinking about the unthinkable, they're doing it – running a profit. *Across the board, The Conference Board Magazine*, 20-25.
- Catford, J. (1998). Social entrepreneurs are vital for health promotion but they need supportive environments too. *Health Promotion International*, 95-97.
- Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business Horizons*, 267—271.
- Cheng, M. Y., & Chan, W. S. (2009). The effectiveness of entrepreneurship education in Malaysia. *Education + Training*, 555 - 566. doi: 10.1108/00400910910992754
- Dees, J. G. (1998, April 4). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Retrieved from https://web.stanford.edu/https://web.stanford.edu/class/e145/2007_fall/materials/dees_SE.pdf
- Ebrashi, R. E. (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*, 188 - 209. doi:10.1108/SRJ-07-2011-0013
- Eliyatiningsih, Luri A, S., & Etikasari, B. (2017). Pembinaan Sociopreneur sebagai Upaya Meningkatkan Kreativitas dan Kemandirian Anak Yatim di Yayasan Raudlatul Akbar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat 2017*, 73-77.
- Gandhi, T., & Raina, R. (2018). Social entrepreneurship: the need, relevance, facets and constraints. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1-13. doi:10.1186/s40497-018-0094-6
- Hamilton, R., & Harper, D. (1994). The Entrepreneur in Theory and Practice. *Journal of Economic Studies*, 21, 3-18.
- Haryani, H. H. (2016). *Berani Jadi Wirausaha Sosial?* jakarta: PT BANK DBS Indonesia.
- Kadir, A., & Sarif. (2016). Social Entrepreneurship, Social Entrepreneur and Social Enterprise: A Review of Concepts, Definitions and Development in Malaysia. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 1-16.
- Lubis, R. L. (2015). The “Triple-I” Learning Model Of Entrepreneurship Education In Indonesia: Where Do We Go From Here? *International Journal of Arts & Sciences*, 233–264.
- Lynn, B., & Howard, G. (2004). Is the social entrepreneur a new type of leader? *Leader to Leade*, 43-50.

- Murray, B. L., & MacMillan, I. C. (1998). Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. *Journal of Management*, 139-160.
- Ostrander, S. A. (2007). The Growth of Donor Control: Revisiting the Social Relations of Philanthropy. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 356-372.
doi:10.1177/0899764007300386
- Prabhu, G. N. (1999). Social Entrepreneurial Leadership. *Career Development International*, 140-145.
- Praszkier, R., Nowak, A., & Zablocka-Bursa, A. (2009). Social capital built by social entrepreneurs and the specific personality traits that facilitate the process. *Psychologia Społeczna*, 42-51.
- Prayogo, C. (2017). Studi Deskriptif Social Entrepreneur Pada Pemilik Agfa Di Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia. *Agora*, 1-6.
- Saifan, S. a. (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 22-27.
- Shaker A. Zahra, H. N. (2008). Globalization Of Social Entrepreneurship Opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 117-131.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, 5th Edition*. New Jersey: Pearson Education International 2002.