

Kewirausahaan Sosial Bagi Kelompok Pengerajin Peyek Cetul Desagadingsantren, Klaten.

Henri Dwi Wahyudi, Sri Murwanti

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta.

e-mail: hdw122@ums.ac.id

Abstrak

Keywords:
kewirausahaan;
kemampuan
manajemen;
pengrajin; peyek.

Tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan motivasi berwirausaha peyek cetul, meningkatkan nilai tambah dari aktivitas ekonomi dengan wirausaha serta menganalisis dan menjelaskan faktor-faktor kunci kewirausahaan di kalangan pengrajin peyek cetul desagadingsantren, kelurahan belangwetan, kabupaten Klaten. Kami melakukan studi kasus UKM dalam bisnis makanan dan menganalisis proses bisnis start up UKM serta mendiskusikan proses bisnis pengrajin peyek cetul desagadingsantren, kelurahan belangwetan, kabupaten Klaten. Temuan kami menunjukkan bahwa ada beberapa karakteristik kewirausahaan. Mereka; Motivasi tinggi untuk sukses, inovatif dan antusias untuk kerja sama. Namun, ada juga beberapa masalah dalam bisnis ini; strategi pemasaran terbatas, kurangnya kemampuan manajemen dan proses bisnis yang tidak standar. Metode studi kasus yang digunakan dalam kajian ini adalah embedded multiple case study. Desain studi kasus untuk beberapa unit kasus dengan analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang didapatkan dari hasil wawancara mendalam dengan para pegrajin. Analisis kuantitatif juga dipergunakan untuk menganalisis aspek keuangan dari masing-masing produk yang menjadi unit analisis dalam studi kasus ini. Kami menawarkan program bantuan untuk mengatasi masalah tersebut dan hasilnya sedang berlangsung.

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Daerah Gading Santren RT.02 RW 10, Belang Wetan, merupakan daerah yang terletak di wilayah Klaten utara. Wilayah Gading Santren merupakan subsektor pengrajin makanan, yakni memproduksi peyek cetul. Suatu makanan cemilan yang berbahan dasar utama ikan cetul dan tepung beras. Usaha ini banyak dilakukan oleh masyarakat sekitar desa Gading Santren yang telah dilakukukan puluhan tahun dan turun-temurun, dan terdapat sekitar 25 pengrajin peyek cetul.

Mulyani (2011) menjelaskan bahwa kewirausahaan dan proses kewirausahaan terkait dengan menciptakan aktivitas ekonomi baru dengan melakukan inovasi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan dan penyerapan tenaga kerja. Noersongko, (2014) menjelaskan bagaimana kewirausahaan memberikan kontribusi pada perekonomian, melalui inovasi. Inovasi dalam bisnis pada dasarnya adalah usaha meningkatkan nilai tambah ekonomi melalui aktivitas-aktivitas ekonomi yang baru yang menghasilkan produk dan jasa serta menyerap tenaga kerja sehingga menyebabkan pertumbuhan ekonomi meningkat. Potret kewirausahaan di Indonesia terkait dengan bentuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan berbagai bidang usaha (Rafinaldy, Neddy, 2015). UMKM di Indonesia adalah potret kewirausahaan masyarakat yang bergerak mandiri dengan segala keterbatasan.

[R. Sudaryanto](#), RR Wijayanti (2013) menyebutkan bahwa kewirausahaan di Indonesia mempunyai peluang karena kekayaan sumber daya dan pasar yang luas, namun demikian kendala-kendala seperti investasi bagi pengusaha terutama UMKM terhambat karena akses permodalan, selain itu masalah ketrampilan dan pengetahuan tentang bisnis bagi para pengusaha juga perlu ditingkatkan.

Kajian ini merupakan studi kasus dari kewirausahaan kelompok masyarakat Gading Santren RT.02 RW 10, Belang Wetan, merupakan daerah yang terletak di wilayah Kabupaten Klaten Jawa Tengah. Studi kasus ini membahas analisis situasi dari alasan masyarakat di desa tersebut memutuskan untuk membentuk Kelompok witausaha pengrajin peyek yang produktif. Kajian ini juga membahas mulai dari awal dimulainya usaha, kendala-kendala yang dihadapi, alternative solusinya dan kondisi terkini.

B. Tujuan Kegiatan

Kegiatan pendampingan kepada warga bertujuan untuk :

1. Meningkatkan motivasi berwirausaha peyek cetul.
2. Meningkatkan nilai tambah dari aktivitas ekonomi dengan wirausaha.
3. menganalisis dan menjelaskan faktor-faktor kunci kewirausahaan pengrajin peyek cetul desa gading santren, kelurahan belang wetan, kabupaten Klaten

C. Manfaat Kegiatan

Adapun manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah

1. Peningkatan motivasi wirausaha pengrajin peyek cetul.
2. Peningkatan pengetahuan dan pengolahan makanan yang sehat.
3. Peningkatan pengetahuan dan kemampuan diversifikasi produk peyek.

D. Permasalahan Wilayah

Untuk mengetahui kondisi yang ada serta untuk memperoleh informasi awal tentang permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin maka perlu dilakukan observasi. Dari hasil observasi langsung pada pengrajin tersebut, dapat diidentifikasi permasalahan secara umum, yaitu sebagai berikut :

1. Pengrajin masih melakukan usaha di waktu lenggang saja dan belum memiliki motivasi yang kuat untuk berwirausaha.
2. Karena proses pengolahannya masih sangat sederhana maka perlu adanya pengetahuan pengolahan produk yang sehat dan penentuan harga pokok penjualan.
3. Pengrajin belum memahami pentingnya diversifikasi produk supaya produksi dapat berkelanjutan dengan kontinyu.

E. Kajian Literatur

1. Kewirausahaan Sosial

Wirasahawan sosial adalah individu yang memiliki solusi inovatif untuk menyelesaikan permasalahan sosial di masyarakat. Mereka sangat ambisius dan pantang menyerah, menangani masalah sosial yang besar dan menawarkan ide-ide baru untuk membawa perubahan yang lebih luas. Wirasahawan sosial berfokus pada kondisi dimana sektor sosial yang seharusnya berjalan belum bekerja dengan baik, dan memecahkan permasalahan tersebut dengan cara mengubah sistem, menawarkan solusi dan mengajak masyarakat untuk melakukan lompatan baru dalam menghadapi permasalahan mereka.

Wirasahawan sosial selalu memiliki ide-ide baru, dan mendedikasikan kehidupan mereka untuk melakukan perubahan pada kondisi sosial mereka. Mereka memiliki pandangan yang jauh kedepan dengan tujuan akhir yang jelas, berfokus pada implementasi praktis untuk mewujudkan visi mereka. Setiap wirasahawan sosial memberikan ide-ide yang mudah dipahami dan mudah dilakukan, memiliki etika, dan melibatkan masyarakat setempat untuk merealisasikan kegiatan mereka, beride bersama dalam mewujudkan ide tersebut.

. H Utomo (2015) menjelaskan bahwa kewirausahaan sosial adalah penggunaan perilaku kewirausahaan untuk menyelesaikan masalah-masalah sosial dan bukan mencari keuntungan atau keuntungan yang diperoleh dipergunakan untuk membantu kelompok yang membutuhkan. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa banyak pihak yang meyakini bahwa kewirausahaan sosial merupakan salah satu solusi yang diperlukan untuk mengatasi masalah-masalah sosial yang terjadi di Indonesia. Dalam bangunan perekonomian Indonesia saat ini, tingkat pengangguran pemuda masih cukup tinggi, sehingga akan mengakibatkan masalah sosial yang cukup tinggi pula apabila tidak memperoleh perhatian serius. Beberapa masalah sosial yang dipengaruhi oleh tingginya pengangguran diantaranya kemiskinan, penyalahgunaan narkoba, kriminalitas, pergaulan bebas, premanisme, jual beli manusia (*human trafficking*), dan lain sebagainya. Kondisi tersebut akan mengganggu pembangunan di segala bidang dan stabilitas nasional. Oleh karena itu, yang dibutuhkan saat ini adalah solusi nyata yang dapat membantu mengatasi permasalahan diatas. Salah satu solusi tersebut adalah dengan meningkatkan semangat kewirausahaan sosial pada setiap individu yang ada di masyarakat, terutama kaum muda sebagai tulang punggung bangsa.

Kewirausahaan sosial di Indonesia merupakan bagian dari sejarah Indonesia karena sejak jaman kolonial, zaman pergerakan sosial dan juga pergerakan Islam bentuk kelembagaan kewirausahaan sosial ini sudah ada dan mampu menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial pada masa itu (Idris dan Hati, 2013). Kewirausahaan sosial di Indonesia juga merupakan bagian dari solusi permasalahan ketimpangan kesejahteraan di Indonesia yang ada sejak masa kolonial hingga saat ini karena ketidaksempurnaan transisi struktur ekonomi dari pertanian menuju industry (Idris dan Hati, 2013).

Kewirausahaan sosial merupakan aktivitas bisnis yang terikat dengan hukum bisnis. Sebuah lembaga bisnis kewirausahaan sosial tetap harus menggunakan pendekatan dan strategi bisnis yang tepat untuk memperoleh keuntungan. Hal yang membedakan adalah perlakuan terhadap keuntungan yang dipergunakan untuk menyelesaikan masalah-masalah sosial yang menjadi alasan pendirian lembaga wirausaha sosial tersebut. Sud *et al.*, (2009) menyebutkan bahwa kewirausahaan sosial dalam praktek di beberapa negara ternyata menjadi solusi dari berbagai permasalahan sosial seperti kemiskinan, ketimpangan pendapatan dan pendidikan. Selanjutnya, Sud *et al.*, (2009) menekankan pentingnya peran kelembagaan bagi perkembangan kewirausahaan sosial. Kualitas kelembagaan kewirausahaan sosial dan kerjasama lembaga dengan jejaringnya akan menjamin optimalnya dampak dari keberadaan lembaga kewirausahaan sosial tersebut bagi penyelesaian masalah-masalah sosial. Klyver *et al.*, (2008) menyebutkan bahwa jejaring sosial juga sangat berperan bagi kesuksesan kewirausahaan sosial.

2. Strategi Bisnis Bagi Kewirausahaan Sosial

Bill Drayton (pendiri Ashoka Foundation) selaku penggagas kewirausahaan sosial menegaskan bahwa ada dua kunci kewirausahaan sosial, yaitu : 1. Adanya inovasi sosial yang mampu mengubah sistem yang ada di masyarakat. 2. Hadirnya individu yang bervisi, kreatif, berjiwa wirausaha (entrepreneurial) dan beretika dibelakang gagasan inovatif tersebut. Hulgard (2010) merangkum definisi kewirausahaan social dengan lebih komprehensi: "*Social entrepreneurship can be defined as "the creation of social value that is produced in collaboration with people and organisation from the civil society who are engaged in social innovation that usually imply an economic activity"*". Definisi komprehensif di atas memberikan pemahaman bahwa kewirausahaan sosial terdiri dari empat elemen utama yakni social value, civil society, innovation, and economic activity : (Hulgard, 2010) 1. *Social Value*. Ini merupakan elemen paling khas dari kewirausahaan sosial yakni menciptakan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. 2. *Civil Society*. Kewirausahaan sosial pada umumnya berasal dari inisiatif dan partisipasi masyarakat sipil dengan mengoptimalkan modal sosial yang ada di masyarakat. 3. *Innovation*. Kewirausahaan sosial memecahkan masalah sosial dengan

cara-cara inovatif antara lain dengan memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial. 4. *Economic Activity*. Kewirausahaan sosial yang berhasil pada umumnya dengan menyeimbangkan antara aktivitas sosial dan aktivitas bisnis. Aktivitas.

Lembaga kewirausahaan sosial secara umum berbentuk UMKM dan mereka juga harus menggunakan strategi bisnis yang tepat untuk berkembang. Krasniqi (2014) mengemukakan bahwa banyak UMKM di berbagai negara Eropa Timur yang mengalami hambatan dalam perkembangan karena masalah kelembagaan. Wong *et al.*, (2005) menyatakan bahwa kendala kelembagaan dalam UMKM karena keterbatasan kompetensi SDM dan masalah organisasi sehingga membatasi inovasi mereka. Menurut Thurik dan Wennekers (2004), UMKM mempunyai peran strategis dalam menyelesaikan masalah struktural dalam perekonomian terutama terkait dengan pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan pekerjaan sehingga badan usaha ini perlu didampingi dan difasilitasi dalam mengembangkan strategi bisnis mereka.

Srimuk dan Choibamroong (2015) menyatakan bahwa strategi investasi dan keuangan merupakan fondasi dasar bagi UMKM untuk berkembang, Hal ini diperkuat oleh temuan dari Soltanizadeh *et al.*, (2016) yang mengemukakan bahwa strategi efisiensi biaya dalam proses investasi sampai dengan aktivitas pemasaran UMKM mengurangi resiko kegagalan bisnis dalam survey terhadap 174 UMKM di Malaysia.

Pilihan strategi bisnis bagi UMKM kewirausahaan sosial terkait juga dengan sumber daya yang dimiliki. Kato *et al.*, (2015) menemukan bahwa sumber daya manusia yang berkualitas akan menjamin adanya inovasi di dalam organisasi bisnis UMKM. Sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif dengan ide-ide baru bisa memberikan kontribusi pada perkembangan bisnis UMKM. Richbell *et al.*, (2010) menjelaskan bahwa di dalam organisasi UMKM pola hubungan antara pemilik dan karyawan sangat informal, perencanaan strategis tidak didiskusikan dengan karyawan kecuali terkait dengan dampaknya dan masalah ketrampilan dan kompetensi karyawan tidak dianggap sebagai masalah sehingga pelatihan bagi karyawan jarang dilakukan. Hal ini dikarenakan menurut pelaku bisnis UMKM pada tahap awal untuk bertahan hidup mereka perlu meningkatkan aktivitas penjualan, aspek lain bisa dilakukan belakangan setelah penjualan stabil (Setyawan, *et al.*, 2015).

2. METODE

Metode studi kasus yang digunakan dalam kajian ini adalah *embedded multiple case study*. Yin (2011) menjelaskan bahwa *embedded case study* adalah desain studi kasus untuk beberapa unit kasus dengan analisis kualitatif dan kuantitatif.. Analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang didapatkan dari hasil wawancara mendalam dengan para pegrajin. Analisis kuantitatif juga dipergunakan untuk menganalisis aspek keuangan dari masing-masing produk yang menjadi unit analisis dalam studi kasus ini.

Solusi yang ditawarkan pada pengrajin peyek cetul di Desa Gading Santren, Kelurahan Belang Wetan Kabupaten Klaten, beserta solusi yang ditawarkan.

Tabel 1 Masalah Prioritas dan Solusi yang ditawarkan di Desa Gading Santren
Kelurahan Belang Wetan Kabupaten Klaten

Obyek	Masalah Prioritas	Solusi yang ditawarkan
Pengrajin Peyek cetul "Mak'e" milik ibu Sukiyem	Pengrajin belum memiliki motivasi yang kuat untuk wirausaha. Pengrajin belum memahami pengolahan dan pengemasan produk makanan yang sehat Masih temporer dalam pembuatan produk peyek	Pendampingan motivasi wirausaha Pendampingan motivasi pengolahan dan pengemasan produk serta penentuan harga pokok penjualan. Perlunya diversifikasi produk agar bisa kontinyu dalam produksi.
Pengrajin Peyek cetul milik ibu Mahmudah	Pengrajin belum memiliki motivasi yang kuat untuk wirausaha. Pengrajin belum memahami pengolahan untuk produk makanan yang sehat Masih temporer dalam pembuatan produk peyek	Pendampingan motivasi wirausaha Pendampingan motivasi pengolahan untuk produk dan penentuan harga pokok penjualan.. Perlunya diversifikasi produk agar bisa kontinyu dalam produksi.

Motivasi adalah kunci yang akan membuka potensi manusia. Tanpa motivasi, sedahsyat apapun potensi yang dimiliki tidak mampu untuk berubah menjadi kemampuan yang maha dahsyat. Dengan adanya motivasi kita mempunyai dorongan untuk berbuat, melakukan sesuatu yang kita inginkan. Motivasi dalam berwirausaha memang sangat diperlukan guna menjalankan suatu usaha memajukannya. Dengan adanya motivasi yang berasal dari dalam diri kita, kita akan dengan mudah menjalankan apapun karena motivasi merupakan modal awal yang harus dimiliki dan dikembangkan oleh seorang wirausahawan. Tanpa adanya motivasi mustahil suatu usaha dapat berjalan sendiri tanpa ada yang menggerakkannya.

Selain itu diversifikasi produk peyek perlu dilakukan supaya produksi yang semula temporer dapat menjadi kontinyu dan berkelanjutan dapat dijadikan wirausaha untuk menopang perekonomian keluarga. Dalam hal ini kami menawarkan selain pembuatan peyek cetul dapat dikembangkan pembuatan peyek kacang tanah dan kacang hijau, selain proses pembuatannya tidak jauh berbeda dan proses dan pembuatannya serta bahan baku mudah didapat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Motivasi

Setelah pendampingan dilakukan pengrajin semakin termotivasi untuk berwirausaha secara berkesinambungan dengan menciptakan diversifikasi produk peyek. Pengrajin sudah dapat memahami bagaimana menghitung biaya pokok produksi dan penentuan harga jual yang lebih menguntungkan. Keberlanjutan dan kemandirian dilihat pada peningkatan kualitas produk dan penciptaan variasi produk lain selain peyek cetul yaitu peyek teri dan peyek kacang sehingga produksi bisa kontinyu dan berkesinambungan

B. Penentuan harga Pokok Produk

Penentuan harga produk merupakan langkah krusial karena harga adalah komponen bauran pemasaran yang langsung menghasilkan keuntungan. Mulyadi (2009: 22) menyatakan istilah harga pokok juga digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Pada umumnya dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yaitu biaya produksi dan biaya nonproduksi. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk sedangkan biaya nonproduksi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan nonproduksi seperti kegiatan pemasaran dan administrasi. Biaya produksi membentuk harga pokok produksi yang digunakan untuk menghitung harga pokok produk jadi dan harga pokok produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Biaya non produksi ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk

Tabel 1. Identifikasi bahan produksi peyek cetul, kacang dan teri

Komponen Biaya		Harga	
1	Gas (16.000 : 15 hari)	Rp	1,000.00
2	1 ½ kg tepung beras	Rp	15,000.00
3	6 lembar daun jeruk	Rp	1,500.00
4	½ KG cetul, kacang, teri	Rp	10,000.00
5.	1 Lt minyak goreng	Rp.	12.000,00
6.	500 mili liter air	Rp.	2.000,00
7.	Bawang putih	Rp.	1.000,00
8.	Ketumbar	Rp.	500,00
9	Kemiri	Rp.	500,00
10	Garam	Rp.	500,00
11	Telur	Rp.	1.500,00
12	Plastik	Rp.	2.500,00
Jumlah		Rp.	48.000,00

Modal peralatan produksi:

Penggunaan peralatan produksi dalam 1 tahun :

- Kompor Rp 160.000
- Wadah + pisau Rp 16.000
- Peralatan Penggorengan Rp 40.000 +
- Jumlah Rp 216.000
- Penyesutan modal peralatan produksi per bulan = $216.000 : 12 = \text{Rp } 18.000$
- Penyesutan modal peralatan produksi per hari = $18.000 : 30 = \text{Rp } 600$ Jumlah
- modal produksi yang dikeluarkan per hari :

Keterangan	Jumlah
Modal bahan produksi / hari	Rp. 48.000
Penyesutan modal peralatan produksi /hari	Rp 600
Biaya tenaga kerja	Rp. 20.000
TOTAL MODAL/hari	Rp. 68.600

Penetapan Harga produksi:

Produk yang dihasilkan 200 biji peyek cetul setiap harinya

$$\text{Harga Pokok per unit} = \frac{\text{Modal}}{\text{Hasil Produksi}}$$

$$= \frac{68.600}{200}$$

$$= \text{Rp } 343$$

C. Penentuan harga Pokok Penjualan

Perhitungan Harga Jual tiap Kemasan produk:

	Kemasan Kecil	Kemasan Besar	JUMLAH
Jumlah biji @ kemasan	4 biji / kemasan x (25 kemasan)	10 biji / kemasan x (10 kemasan)	200 biji 35 kemasan
Harga pokok / biji	Rp 343	Rp 343	-
Harga pokok /kemasan	343 x 4 = Rp 1372	343 x 10 = Rp 3430	-
Harga jual / kemasan	Rp 2500	Rp 4500	-
Laba bersih/ kemasan	2500 – 1372= 1.128 1.128 x 25 = Rp 28.200	4500 –3430 = Rp1.070 1.070 x 10 = Rp 10.700	Rp 38.900
Total pendapatan	Rp 62.500	Rp 45.000	Rp107.500

4. KESIMPULAN

Kasus kewirausahaan sosial dalam kajian ini menunjukkan bahwa pengelolaan bisnis kewirausahaan sosial tetap mengacu pada strategi bisnis secara umum. Prinsip bisnis tentang perencanaan bisnis dan strategi bisnis yang tepat diperlukan oleh lembaga bisnis kewirausahaan sosial. Kasus dalam kajian ini yaitu kelompok masyarakat pengrajin peyek cetul di Desa Gading Santren, Kelurahan Belang Wetan Kabupaten Klaten menunjukkan pada level UMKM campur tangan pemerintah dan lembaga pendamping sangat diperlukan untuk memberikan panduan operasional bisnis.

Kelompok pengrajin peyek cetul di Desa Gading Santren, Kelurahan Belang Wetan Kabupaten Klaten merupakan usaha mandiri dari kelompok masyarakat desa untuk membangun kemandirian. Hal ini sesuai dengan prinsip dasar kewirausahaan sosial yaitu pengoptimalan kewirausahaan untuk menyelesaikan masalah-masalah sosial. Pada tahap awal pada saat masing-masing pengrajin mampu menghidupi produksinya maka bisa dikatakan kinerja bisnis dari lembaga bisnis kewirausahaan sosial dalam studi kasus ini berhasil.

Pelaksanaan kegiatan pakom bagi pengrajin peyek cetul di Desa Gading Santren, Kelurahan Belang Wetan Kabupaten Klaten perlu dikembangkan lebih lanjut, yaitu:

1. Pendampingan bagi pengrajin peyek cetul di Desa Gading Santren, Kelurahan Belang Wetan Kabupaten Klaten untuk terus memproduksi.
2. Pendampingan dibidang pemasaran baik penggunaan media promosi konvensional maupun pemasaran online.
3. Pendampingan untuk aktif ikut serta dalam pameran, dalam rangka mengenalkan produk secara lebih luas.

Kegiatan yang akan dilaksanakan lebih lanjut akan dipilih dan disesuaikan dengan prioritas masalah yang dihadapi oleh pengrajin. Musyawarah dan perencanaan akan disusun baik pihak pengrajin peyek cetul di Desa Gading Santren, Kelurahan Belang Wetan Kabupaten Klaten dan tim pendamping.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, N.S., 2017. Pemberdayaan Perempuan Samijali Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Eks Lokalisasi Warga Jarak Dolly Surabaya. *J+ PLUS UNESA*, 6(1).
- Ayağ, Zeki, and Rifat Gürcan Özdemir. "A hybrid approach to concept selection through fuzzy analytic network process." *Computers & Industrial Engineering* 56, no. 1 (2009): 368-379.
- Bramantyo, E., 2016. Pemberdayaan Perempuan Melalui Program Pendampingan Skb Di Pkbm Dalam Mengembangkan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal Kabupaten Bantul. *Jurnal Elektronik Mahasiswa Pend. Luar Sekolah-S1*, 4(3).
- Drayton, Bill. "Where the real power lies." (2005).
- Emilda, E. (2017). Pengaruh Entrepreneurial Orientation dan Market Orientation Terhadap Firm Performance pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Makanan Khas Minang di Kota Padang (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Hulgård, L., 2010. Discourses of social entrepreneurship—Variations of the same theme. *EMES European Research Network*.
- Idris .A dan Hati R.H, (2013):Social Entrepreneurship in Indonesia: Lessons from the Past, *Journal of Social Entrepreneurship*
- Kato .M, Okamuro .H, and Honjon .Y, (2015), Does Founders' Human Capital Matter for Innovation? Evidence from Japanese Start-ups, *Journal of Small Business Management* 53(1), pp. 114–128.
- Klyver, K., 2008. An analytical framework for micro-level analysis of GEM data. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 6(4), pp.583-603.
- Krasniqi, B.A., 2014. Characteristics of self-employment: A refuge from unemployment or road to entrepreneurship. *Small Enterprise Research*, 21(1), pp.33-53.
- Muniri, A., 2016. Pengembangan Kewirausahaan Sosial bagi Pemuda Muslim Pengangguran dari Ruang Kelas.
- Mulyani, Endang. "Model pendidikan kewirausahaan di pendidikan dasar dan menengah." *Jurnal Ekonomi & Pendidikan* 8, no. 1 (2011).
- Mulyadi, M.S., 2009. Volatility spillover in Indonesia, USA, and Japan capital market.
- Noersasongko, E., 2014. Analisis Pengaruh Karakteristik Individu, Kewirausahaan Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kemampuan Usaha Serta Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kecil Abtik Di Jawa Tengah. *Disertasi 2014*.
- Rafinaldy, Neddy. "Memeta Potensi dan Karakteristik UMKM bagi Penumbuhan Usaha Baru." *Infokop* 14, no. 29 (2015).
- Richbell, S., Szerb, L. and Vitai, Z., 2010. HRM in the Hungarian SME sector. *Employee Relations*, 32(3), pp.262-280.

- Sudaryanto, R. and Wijayanti, R.R., 2013. Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean. *Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan, Jakarta.*
- Saputri, G.O.D., 2017. Pengaruh Percaya Diri Dan Berani Mengambil Risiko Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Makanan Ringan Di Kota Semarang (Studi Kasus Pada Sentra Industri Kerupuk, Keripik, Peyek dan Sejenisnya di Kota Semarang) (*Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang*).
- Setyawan A.A, Isa .M, Wajdi M.F, Syamsudin dan Purnomo S.N (2015), An Assessment of SME Competitiveness in Indonesia, *Journal of Competitiveness*, Vol 7, Issue 2, pp 60-74.
- Soltanizadeh S, Abdul Rasid S.Z, Golshan N.M and Wan Ismail W.K, (2016). "Business Strategy, Enterprise Risk Management And Organizational Performance", *Management Research Review*, Vol. 39 Issue: 9, pp.1016-1033.
- Sud, M., VanSandt, C.V. and Baugous, A.M., 2009. Social entrepreneurship: The role of institutions. *Journal of business ethics*, 85(1), pp.201-216.
- Srimuk, N. and Choibamroong, T. (2015), Business Investment Strategy of SME Restaurants, *Research Journal of Business Management* 9 (3): pp. 457-469.
- Utomo, Hardi. "Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Sosial." *Jurnal Ilmiah Among Makarti* 7, no. 14 (2015).
- Yin, R.K., 2011. *Applications of case study research*. Sage.
- Thurik, R. and Wennekers, S., 2004. Entrepreneurship, small business and economic growth. *Journal of small business and enterprise development*, 11(1), pp.140-149