

**POLA KEMITRAAN DALAM KEWIRAUSAHAAN SOSIAL BERBASIS
WISATA DI PT SHAKRAN KREASI INDONESIA**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Pembimbing:
Beti Nur Hayati, M.A.
NIP. 19931012 201903 2 011

**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2161/Un.02/DD/PP.00.9/12/2024

Tugas Akhir dengan judul : POLA KEMITRAAN DALAM KEWIRAUSAHAAN SOSIAL BERBASIS
DI PT. SHAKRAN KREASI INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DIAUL MALA
Nomor Induk Mahasiswa : 18102030070
Telah diujikan pada : Senin, 09 Desember 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Beti Nur Hayati, M.A.

SIGNED

Valid ID: 676a2357c4566



Penguji I

Ahmad Izudin, M.Si.

SIGNED



Penguji II

Suharto, M.A.

SIGNED

Valid ID: 676a189f1bb65



Yogyakarta, 09 Desember 2024

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.

SIGNED

Valid ID: 676a2e8b6de27

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Diaul Mala
NIM : 18102030070
Judul Skripsi : Pola Kemitraan dalam Kewirausahaan Sosial Berbasis Wisata di PT Shakran Kreasi Indonesia

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini saya mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapan terimakasih.

Yogyakarta, 29 November 2024

Pembimbing,


Beti Nur Hayati, M.A.
NIP. 19931012 201903 2 011

Mengetahui:

Ketua Prodi,


Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si
NIP. 19830811 201 101 2 010

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Diazul Mala
NIM : 18102030070
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul "Pola Kemitraan dalam Kewirausahaan Sosial Berbasis Wisata di PT Shakran Kreasi Indonesia" merupakan hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tiak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 29 November 2024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohiim...

Dengan segala kerendahan hati, karya yang tercipta dengan banyak keringat dan air mata ini saya persembahkan untuk Keluarga tercinta saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam keadaan apapun. Beberapa lembar naskah ini merupakan saksi bisu perjuangan masa-masa perkuliahan yang tidak akan pernah saya lupakan.

Semoga bisa bermanfaat bagi sesama, agama, nusa dan bangsa ini.

Aaamiin aamiin ya rabbal alamiin



MOTTO

"We aren't where we want to be. We aren't where we ought to be. But thank goodness we aren't where we used to be."

(Diaul Mala)

" Kecerdasan tanpa ambisi adalah burung tanpa sayap."

(Salvador Dalí)



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufiq, dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsinya dan diberikan kesehatan yang luar biasa tiada tandingannya. Sholawat serta salam senantiasa dihaturkan kepada baginda nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya. Semoga kelak kita mendapatkan syafaat beliau di yaumul mahsyar.

Segala usaha yang telah peneliti berikan dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai bahan penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa rahmat Allah SWT serta bantuan dari berbagai pihak. Peneliti menyadari bahwa penelitian yang sudah peneliti lakukan ini masih memiliki banyak kekurangan, maka dari itu peneliti mengharapkan kritik yang membangun terhadap penelitian yang telah peneliti lakukan.

Dengan penuh kesadaran diri, peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. sebagai Rektor UIN Sunan Kalijaga.
2. Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga.

3. Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si. selaku Ketua Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga.
4. Beti Nur Hayati, M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang dengan sabar memberikan bimbingan kepada peneliti dari awal hingga selesainya skripsi ini.
5. Selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan kritik, masukan, dan saran untuk perbaikan skripsi yang telah peneliti kerjakan.
6. Seluruh Dosen Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta atas segala ilmu luar biasa yang diberikan kepada peneliti selama masa perkuliahan. Dan Staf Fakultas yang telah melayani dengan baik kebutuhan mahasiswa tentang administrasi akademik.
7. Kedua orang tuaku tercinta yang selalu mendorong peneliti untuk menjadi manusia yang berprikemanusiaan.

Yogyakarta, 16 September 2024

Yang menyatakan

Diaul Mala

NIM.18102030070

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model kemitraan dalam kewirausahaan sosial berbasis wisata yang diterapkan oleh PT. Shakran Kreasi Indonesia dan dampaknya terhadap pelaku wisata sosial di Kabupaten Sleman. Dengan menggunakan metode wawancara dan analisis kualitatif, penelitian ini mengidentifikasi elemen-elemen utama dari model kemitraan yang melibatkan PT. Shakran dan para UMKM lokal, khususnya dalam konteks pemberdayaan ekonomi melalui wisata berbasis pengalaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model kemitraan PT. Shakran, yang bersifat kolaboratif dan inklusif, berhasil mendorong peningkatan pendapatan para pelaku wisata sosial dengan memperluas akses pasar melalui pelatihan digital marketing dan promosi online. Kemitraan ini juga berperan dalam pemberdayaan komunitas lokal, terutama perempuan, dengan meningkatkan kapasitas dan kemampuan mereka dalam mengelola usaha berbasis wisata. Selain itu, inovasi dalam wisata berbasis pengalaman seperti Ecoprint dan kerajinan tangan telah memperkuat daya tarik wisata dan mendukung ekonomi kreatif. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan, seperti ketergantungan pada model kemitraan informal dan keterbatasan infrastruktur. Kritik dan saran yang diberikan mencakup perlunya model kemitraan yang lebih formal dan standarisasi kualitas, serta peningkatan dalam pengelolaan sumber daya dan inovasi berkelanjutan. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan pentingnya keberlanjutan komunikasi dan dukungan yang efektif dalam memastikan dampak positif jangka panjang dari kemitraan sosial berbasis wisata.

Kata kunci: Kemitraan, kewirausahaan sosial, wisata berbasis pengalaman, pemberdayaan komunitas, UMKM.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study aims to evaluate the partnership model in tourism-based social entrepreneurship implemented by PT. Shakran Kreasi Indonesia and its impact on social tourism actors in Sleman Regency. Using interview methods and qualitative analysis, this research identifies the key elements of the partnership model involving PT. Shakran and local MSMEs, particularly in the context of economic empowerment through experiential tourism. The findings indicate that PT. Shakran's partnership model, characterized by its collaborative and inclusive approach, has successfully enhanced the income of social tourism actors by expanding market access through digital marketing training and online promotion. Additionally, the partnership contributes to the empowerment of local communities, especially women, by improving their capacity and skills in managing tourism-based businesses. Furthermore, innovations in experiential tourism, such as Ecoprint and handicrafts, have strengthened tourism appeal and supported the creative economy. However, the study also identifies several challenges, including reliance on informal partnership models and limited infrastructure. The recommendations highlight the need for a more formalized partnership model, quality standardization, and better resource management and sustainable innovation. This study concludes by emphasizing the importance of sustainable communication and effective support to ensure the long-term positive impacts of tourism-based social partnerships.

Keywords: Partnership, social entrepreneurship, experiential tourism, community empowerment, MSMEs.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kajian Pustaka	5
F. Kerangka Teori	13
1. Kemitraan.....	13
2. Kewirausahaan Sosial	21
G. Metode Penelitian	33
H. Teknik Analisis Data.....	37
I. Sitematika Pembahasan	39
BAB II GAMBARAN UMUM.....	41
A. Profil dan Sejarah Perusahaan	41
B. Layanan perusahaan.....	48
C. Kegiatan Perusahaan.....	53
BAB III POLA KEMITRAAN DALAM KEWIRAUSAHAAN SOSIAL BERBASIS WISATA DI PT SHAKRAN KREASI INDONESIA.....	57

A.	Model Kemitraan PT Shakran Kreasi	57
1.	Kemitraan dengan Lembaga Pemerintahan	60
2.	Kemitraan dengan Institusi pendidikan	67
3.	Kemitraan dengan Sesama Pelaku Industri Pariwisata	75
B.	Hasil Kemitraan	82
1.	Dampak Sosial	82
C.	Analisis Hasil	87
	BAB IV PENUTUP	94
A.	Kesimpulan	94
1.	Model Kemitraan Dalam Kewirausahaan Sosial Berbasis Wisata Oleh PT. Shakran Kreasi Indonesia.....	94
2.	Hasil Kemitraan Dalam Kewirausahaan Sosial Antara PT. Shakran Dan Para Pelaku Wisata Sosial Di Kabupaten Sleman	95
B.	Kritik dan Saran	96
1.	Kepada PT. Shakran.....	96
2.	Kepada Pelaku Wisata Sosial Di Kabupaten Sleman	97
	DAFTAR PUSTAKA	99
	LAMPIRAN	105
	PEDOMAN WAWANCARA.....	107
	CURRICULUM VITAE	109

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kajian Pustaka.....	7
Tabel 1. 2 Jumlah & Kluster Informant	34



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Konsep kewirausahaan menurut Dees	32
Bagan 2. 1 Struktur Operasional Perusahaan	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Poster Open Trip Karimun	49
Gambar 2. 2 Poster Paket Tour Yogyakarta.....	50
Gambar 2. 3 Poster Outbond.....	51
Gambar 2. 4 Kegiatan Corporate Gathering PT Shakran.....	52
Gambar 2. 5 Wokshop Ecoprint Desa Prima	53
Gambar 2. 6 Tim Shakran Bertugas di Hotel.....	54
Gambar 2. 7 Tim Shakran Bertugas di Lapangan	54
Gambar 2. 8 Rafting Sungai Elo	55
Gambar 2. 9 Outbond di Dolan Deso.....	56
Gambar 2. 10 Shakan bersama rombongan tamu nya.....	56
Gambar 3. 1 Katalog Desa Prima.....	62
Gambar 3. 2 Outbound di Dolan Ndeso Boro.....	67
Gambar 3. 3 Pendaftar magang di PT Shakran Kreasi.....	69



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata dianggap sebagai salah satu sektor strategis yang memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks ini, pengembangan pariwisata menjadi perhatian utama para peneliti dan pembuat kebijakan, terutama di negara-negara berkembang yang sedang berusaha meningkatkan kapasitas ekonomi mereka melalui sektor ini.¹

Salah satu pendekatan yang efektif dalam mendorong pengembangan pariwisata adalah melalui kemitraan berbasis kewirausahaan sosial. Konsep ini menuntut kolaborasi yang erat antara berbagai pihak, termasuk pemerintah pusat dan daerah, pengusaha sosial, serta masyarakat. Tujuan utama dari kemitraan ini adalah untuk meningkatkan perekonomian, khususnya dalam sektor pariwisata, dengan memanfaatkan kewirausahaan sosial sebagai alat utama. Kewirausahaan sosial memiliki potensi untuk menarik wisatawan, baik dari dalam negeri maupun mancanegara, melalui model bisnis yang inovatif dan berkelanjutan.²

Kewirausahaan sosial mencakup berbagai kegiatan dan proses yang dirancang untuk menciptakan peluang baru serta meningkatkan kekayaan sosial.

¹Rojaul Huda, “Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Sektor Pariwisata Di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga,” *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* 11, no. 2 (2020): 157–70, <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v1i2.1470>.

²Zahra, S. A., Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O., & Hayton, J. C. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(2), 117–131

Pendekatan ini tidak hanya fokus pada penciptaan usaha baru, tetapi juga pada pengelolaan organisasi yang ada dengan cara yang lebih kreatif dan inovatif. Melalui kewirausahaan sosial, diharapkan tercipta stimulasi ekonomi yang signifikan dan pengembangan usaha yang dapat berdampak positif bagi masyarakat luas.³ Pengalaman menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial dapat berperan penting dalam meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat dan berfungsi sebagai akselerator dalam upaya pengentasan kemiskinan. Keberhasilan kewirausahaan sosial sangat tergantung pada peran pengusaha sosial (social entrepreneurs), yang diperlukan untuk mengelola usaha dengan kompeten. Menurut Mercho (2014), wirausahawan sosial adalah individu yang mendirikan dan menjalankan usaha dengan tujuan utama untuk memecahkan masalah sosial atau mendorong perubahan sosial berbasis masyarakat. Pengusaha sosial memiliki tujuan utama yaitu, membangun bisnis yang tidak hanya menghasilkan keuntungan tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha serta kesejahteraan karyawan.⁴ Dalam konteks kewirausahaan sosial, pola kemitraan memainkan peranan yang sangat penting. Kemitraan ini melibatkan berbagai elemen—baik dari sektor publik, kelompok masyarakat, lembaga pemerintah, maupun organisasi non-pemerintah—yang bekerja sama untuk menciptakan pengembangan yang berkelanjutan. Melalui

³Firdaus, Nur. 2018. “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>.

⁴Mercho L. (2014). Social entrepreneurship: A Smarter way to save the world. news.unca.edu. <http://news.unca.edu/features/socialentrepreneurship-smarter-way-saveworld>. Accessed January 3, 2018

kemitraan ini, berbagai pihak dapat saling melengkapi dan mendukung dalam upaya pengembangan pariwisata yang lebih terstruktur dan berdampak luas.⁵

Dalam kajian ini, peneliti akan mengkaji PT. Shakran Kreasi Indonesia sebagai studi kasus mengenai penerapan kewirausahaan sosial dalam peningkatan pendapatan desa wisata. PT. Shakran Kreasi Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang Event Organizer dan Travel Agency, yang menerapkan pola kemitraan dengan berbagai destinasi wisata, khususnya di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana PT. Shakran Kreasi Indonesia menjalin kemitraan dengan destinasi wisata lokal. Fokus utama adalah untuk mengevaluasi dampak kemitraan tersebut terhadap peningkatan jumlah pengunjung dan kontribusinya terhadap pemasukan ekonomi masyarakat lokal di destinasi wisata tersebut.

Penelitian ini akan memberikan wawasan yang komprehensif mengenai efektivitas kemitraan berbasis kewirausahaan sosial dalam konteks pariwisata, serta kontribusinya terhadap pengembangan ekonomi lokal. Dengan pendekatan yang sistematis dan analitis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis untuk pemangku kepentingan dan pelaku industri pariwisata dalam mengoptimalkan potensi sektor ini untuk kesejahteraan masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

⁵ Kuswidanti, “Gambaran Kemitraan Lintas Sektor Dan Organisasi Di Bidang Komunikasi Komite Nasional Flu Burung Dan Pandemi Influenza (Komnas FBPI),” *Administrasi Kebijakan Kesehatan*, 2008, <https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/122823-S-5461-Gambaran kemitraan-Tinjauan literatur.pdf>.

1. Bagaimana model kemitraan dalam kewirausahaan sosial berbasis wisata oleh PT. Shakran Kreasi Indonesia?
2. Bagaimana hasil kemitraan dalam kewirausahaan sosial PT. Shakran dengan para pelaku wisata sosial Kabupaten Sleman?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguraikan model kemitraan yang diterapkan oleh PT. Shakran Kreasi Indonesia dalam konteks kewirausahaan sosial berbasis pariwisata.
2. Mendeskripsikan kemitraan antara PT. Shakran Kreasi dan pelaku wisata sosial di Kabupaten Sleman serta hasil-hasil yang diperoleh dari kemitraan tersebut.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam:

1. Menambah ketersediaan literatur, khususnya dalam bidang kewirausahaan sosial yang berfokus pada sektor pariwisata.
2. Memberikan wawasan dan kontribusi dalam pengembangan desa wisata melalui pelajaran yang diperoleh dari pengalaman PT. Shakran Kreasi Indonesia.
3. Menawarkan solusi praktis untuk tantangan yang dihadapi dalam pengembangan desa wisata, berdasarkan temuan dan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini.

E. Kajian Pustaka

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah dan penelitian terkait, isu tentang pengembangan kewirausahaan sosial berbasis desa wisata telah menjadi fokus utama dalam kajian pengembangan ekonomi dan sosial. Kewirausahaan sosial telah terbukti sebagai mekanisme yang efektif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat serta berperan sebagai akselerator dalam pengentasan kemiskinan. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa ukuran kesuksesan kewirausahaan sosial tidak semata-mata diukur dari aspek finansial, tetapi juga dari dampak sosial yang dihasilkannya.

Menurut Dees, salah satu ahli di bidang kewirausahaan sosial, ukuran keberhasilan kewirausahaan sosial seharusnya tidak hanya didasarkan pada jumlah profit yang dihasilkan, melainkan pada sejauh mana organisasi tersebut berhasil menciptakan nilai sosial (social value).⁶ Dengan kata lain, keberhasilan kewirausahaan sosial diukur dari dampak positif yang dihasilkannya terhadap masyarakat, seperti peningkatan kesejahteraan, pemberdayaan komunitas, dan perbaikan kondisi sosial. Para wirausaha sosial berperan sebagai agen perubahan dalam sektor sosial dengan berbagai pendekatan yang inovatif. Mereka tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga pada penciptaan perubahan sosial yang signifikan.

Yayasan Schwab, sebuah lembaga internasional yang mendorong aktivitas kewirausahaan sosial, menyatakan bahwa: “Para social entrepreneur menciptakan

⁶Budhi Wibawa, dkk, *Pemikiran, Konseptual, dan Praktik: Social Enterpreneurship, Social Enterprise, Corporate Social Responsibility* (Bandung: Widya Padjajaran, 2011) h. 30

dan memimpin organisasi—baik yang berorientasi pada laba maupun tidak—yang bertujuan sebagai katalisator perubahan sosial di tingkat sistem melalui gagasan baru, produk, layanan, metodologi, dan perubahan sikap.” Pernyataan ini menjelaskan bagaimana para pengusaha sosial dapat memajukan perubahan sistemik dalam lingkungan sosial mereka. Mereka melakukan ini dengan cara mengubah perilaku, meningkatkan kesadaran, dan memperluas pemahaman masyarakat tentang isu-isu sosial yang relevan. Pengusaha sosial berusaha menciptakan dampak sosial yang positif melalui inovasi dan metodologi yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Mereka mengidentifikasi masalah sosial dan merancang solusi yang tidak hanya menjawab kebutuhan mendesak tetapi juga menciptakan perubahan yang berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, kewirausahaan sosial tidak hanya berfungsi sebagai solusi untuk masalah-masalah sosial, tetapi juga sebagai pendorong untuk pembaharuan sistem yang lebih luas di masyarakat.⁷

Dalam kajian ini, fokus pada pengembangan kewirausahaan sosial berbasis desa wisata mencakup evaluasi tentang bagaimana model ini dapat diterapkan untuk meningkatkan pendapatan lokal dan memperkuat ekonomi desa. Dengan memahami peran dan dampak kewirausahaan sosial, diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai efektivitas strategi ini dalam konteks pariwisata dan pengembangan ekonomi lokal.

⁷Astawa, “Studi Kasus Kewirausahaan Sosial Di Bali Dalam Pendekatan Konsepsual,” *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 12, no. 1 (2016): 12–21, <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>. dhimas suryo Prayogo, “Pengaruh Kewirausahaan Sosial Terhadap Pengembangan Individu Pada Unit Pasar Besar Pasar Minggu,” *Resma* 3, no. 2 (2016): 13–22.

Pada Tabel 1.1 menyajikan ringkasan dari berbagai penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian ini. Dalam tabel ini, tercantum judul penelitian, temuan penelitian, serta implikasi penelitian yang dibahas oleh peneliti sebelumnya. Tabel ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai landasan teoritis dan penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam merumuskan penelitian ini. Pembaca dapat melihat bagaimana penelitian-penelitian sebelumnya berkontribusi dalam pengembangan topik yang diteliti.

Tabel 1. 1 Kajian Pustaka

No	Judul Penelitian	Temuan Penelitian	Implikasi Penelitian	Penulis dan Tempat Publikasi
1	PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI KEWIRAUUSAHAAN SOSIAL. Studi Proses Pemberdayaan Masyarakat oleh Bambooland Social Enterprise dalam Pembangunan Ekonomi Lokal di Dusun Ngepring, Desa Purwobinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, DIY	Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses kewirausahaan sosial dilakukan BSE dalam membangun Bamboo Living Laboratory bersama masyarakat. Proses pemberdayaan dilakukan melalui program Sekolah Lapang dalam meningkatkan kapasitas masyarakat, serta diimplementasikan dengan membentuk kelompok pengurus	Bambooland Social Enterprise (BSE) di Purwobinangun, Pakem, Sleman yang telah berdiri selama 2 tahun dan mendefinisikan dirinya sebagai satu model kewirausahaan sosial. Selain telah menginisiasi wadah bagi studi mengenai pemanfaatan bambu di Sleman, juga tidak luput membangun	Muhammad Najih I dan Dr. Silverius Djuni Prihatin, M.Si. Skripsi S1 di Program Studi Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan Universitas Gadjah Mada

		Bambooland Dusun Ngepring sebagai bentuk pendeklegasian otoritas. Pembangunan ekonomi lokal yang dilakukan BSE ditinjau melalui perannya dalam membangun modal sosial, melakukan pengembangan berfokus pada komunitas, melakukan pengembangan masyarakat dengan pendekatan terintegrasi, serta utamanya dalam pembangunan kembali siklus ekonomi di masyarakat Dusun Ngepring. ⁸	perlahan ekonomi masyarakat melalui pendampingan usaha serta berbagai peningkatan kapasitas masyarakat secara menyeluruh mengenai tanaman bambu sejak hulu (proses tanam dan budidaya) hingga hilir (produk ekonomi dan berbagai produk turunannya).	
2	KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: SUATU STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI DESA MELALUI PROGRAM DANA DESA	Hasil penelitian menunjukan kewirausahaan sosial dapat dijadikan sebagai salah satu metode pengembangan	Tujuan penulisan adalah untuk memperlihatkan tentang bagaimana peran para	Marisa Susanty Seran Jurnal Poros Politik Vol. 1 No. 2 (2019)

⁸Muhammad Najih I, Dr. Silverius Djuni Prihatin, M.si. " Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kewirausahaan Sosial. Studi Proses Pemberdayaan Masyarakat oleh Bambooland Social Enterprise dalam Pembangunan Ekonomi Lokal di Dusun Ngepring, Desa Purwobinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman"

		<p>potensi desa agar setiap aparatur desa yang merupakan pengusaha di desa dapat mengembangkan setiap potensi desa dengan baik.⁹</p>	<p>pengusaha desa dalam mengelola setiap potensi desa yang dimiliki guna pengembangan desa sehingga dapat menjadi desa unggul dan mandiri.</p>	
3	<p>Pengembangan Kesejahteraan Melalui Kewirausahaan Sosial: Studi Kasus Pertanian Berkelanjutan Di Minggir Sleman DIY</p>	<p>Dampak dari praktik Kewirausahaan sosial oleh CV. Agradaya Indonesia dirasakan oleh Jaringan Rempah Menoreh yaitu menumbuhkan lapangan pekerjaan, peningkatan Soft Skill dan akses informasi dan teknologi, dan melahirkan perubahan sosial.¹⁰</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa pola kemitraan CV. Agradaya Indonesia menggunakan pola kemitraan produktif, yakni pola yang memiliki karakteristik pihak yang bermitra ditempatkan sebagai subjek. Perusahaan mengedepankan prinsip simbiosis mutualisme atau saling menguntungkan.</p>	<p>Danang Nurhidayatullah Skripsi S1 di program studi Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta</p>

⁹Marisa Susanty Seran, “Kewirausahaan Sosial: Suatu Strategi Pengembangan Potensi Desa Melalui Program Dana Desa,” *Jurnal Poros Politik* 1, no. 2 (2020): 21–25, <https://doi.org/10.32938/jppol.v1i2.452>.

¹⁰N I M 15230048 Danang Nurhidayatullah, “Pengembangan Kesejahteraan Melalui Kewirausahaan Sosial : Studi Kasus Pertanian Berkelanjutan Di Minggir Sleman Diy,” 2019, 122, <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/35232/>.

4	STUDI KASUS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DI BALI DALAM PENDEKATAN KONSEPSUAL	Hasil kajian dapat menjelaskan bahwa kewirausahaan sosial dalam bentuk LPD dengan memperhatikan faktor lingkungan terutama mengenai budaya lokal akan memperkuat keberadaan usaha yang dapat meningkatkan kinerja. Penerapan nilai-nilai harmoni THK dengan baik di LPD mendorong para nasabah untuk melakukan pembayaran kredit dengan baik karena di dalam praktik nilai harmoni ada unsur yang berkaitan dengan Tuhan yang diyakini memberikan fibrasi positif tentang keberhasilan yang dilakukan di dunia ini. ¹¹	Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan aktivitas salah satu kewirausahaan sosial di Bali yaitu Lembaga Perkreditan Desa (LPD) yang dipengaruhi oleh faktor budaya dan lembaga dalam meningkatkan kinerja dan meningkatkan perekonomian desa.	I Putu Astawa Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 12 No. 1 Maret (2016)
6	Pola Kemitraan Pemerintah, Civil Society, dan Swasta	Pola kemitraan yang terjadi antara	Melihat dari hasil penelitian	Imelda Merry Melyanti

¹¹Astawa, "Studi Kasus Kewirausahaan Sosial Di Bali Dalam Pendekatan Konsepsual."

	dalam Program Bank Sampah di Pasar Baru Kota Probolinggo	pemerintah, civil society dan swasta tergolong dalam jenis pola kemitraan mutualistik. Untuk peran pemerintah, civil society, dan swasta secara umum mereka bersama-sama merencanakan dan melaksanakan. Secara khusus pemerintah sebagai penguat komitmen, mendampingi, dan berkontribusi baik fisik maupun non fisik. Untuk pihak swasta berperan dalam memberikan bantuan fisik maupun non fisik dan civil society sebagai pihak yang mengoperasikan bank sampah.	terdahulu bahwa kemitraan tidak selalu membuat program atau tujuan tercapai. Untuk itu melihat keberhasilan yang diperoleh bank sampah Pasar Baru Probolinggo dengan sinergitas yang baik antara pemerintah, civil society, dan swasta membuat penulis ingin melihat lebih jauh lagi mengenai kemitraan yang dijalankan. Permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana pola kemitraan pemerintah, civil society, dan swasta dalam program bank sampah di Pasar Baru Kota Probolinggo, bagaimana perannya, proses apa saja yang	Kebijakan dan Manajemen Publik, Volume 2, Nomor 1, Januari 2014
--	---	---	---	---

			telah dilakukan dalam mencapai keberhasilan kemitraan, dan manfaat yang diperoleh masing-masing aktor dan kelompok sasaran dari adanya kemitraan. ¹²	
--	--	--	---	--

Dari pemaparan kecenderungan riset yang telah diuraikan, peneliti menyadari adanya kebutuhan untuk mengisi kekosongan dalam literatur yang tersedia terkait pengembangan kewirausahaan sosial berbasis desa wisata. Kekosongan pengetahuan atau *knowledge gap* yang dimaksud terletak pada pemahaman mengenai bagaimana kewirausahaan sosial dapat berperan sebagai mitra strategis bagi desa wisata, dengan tujuan utama mendatangkan wisatawan dan meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PAD). Selain itu, kewirausahaan sosial juga diharapkan dapat memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat desa melalui penjualan produk lokal.

Saat ini, literatur yang ada cenderung kurang menyoroti mekanisme konkret dan model praktis bagaimana kewirausahaan sosial dapat berfungsi secara efektif dalam konteks desa wisata. Meskipun terdapat penelitian yang mengakui potensi kewirausahaan sosial dalam pengembangan ekonomi lokal, masih terdapat

¹²Imelda Merry Melyanti, “Pola Kemitraan Pemerintah, Civil Society, Dan Swasta Dalam Program Bank Sampah Di Pasar Baru Kota Probolinggo,” *Kebijakan Dan Manajemen Publik* 2, no. 1 (2014): 1–9, www.paskomnas.com.

kekurangan dalam hal bagaimana konsep ini diterapkan secara langsung untuk memajukan desa wisata serta mengoptimalkan potensi produk lokal.

Oleh karena itu, peneliti merasa perlu untuk melakukan kajian yang lebih mendalam mengenai fenomena ini. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi baru dalam pengembangan model kewirausahaan sosial berbasis wisata dengan menggunakan PT. Shakran Kreasi Indonesia sebagai studi kasus. PT. Shakran Kreasi Indonesia, sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang Event Organizer dan Travel Agency, menawarkan kerangka kerja yang relevan untuk mengeksplorasi bagaimana kewirausahaan sosial dapat diterapkan dalam meningkatkan daya tarik dan pendapatan desa wisata.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana kewirausahaan sosial dapat mengoptimalkan potensi desa wisata dan meningkatkan pendapatan asli desa serta kesejahteraan masyarakat lokal. Dengan pendekatan yang terstruktur dan analitis, diharapkan dapat ditemukan model baru yang dapat memperkaya wacana akademik dan praktik dalam bidang kewirausahaan sosial dan pariwisata. Penelitian ini akan menjadi referensi penting untuk studi-studi selanjutnya dan memberikan dasar bagi pengembangan strategi yang lebih efektif dalam memanfaatkan kewirausahaan sosial untuk kemajuan desa wisata.

F. Kerangka Teori

1. Kemitraan

Kemitraan adalah bentuk kerja sama yang melibatkan berbagai pihak,

baik individu, kelompok, maupun organisasi, dalam upaya untuk mencapai tujuan bersama. Kemitraan ini bukan hanya sekadar suatu hubungan bisnis, tetapi juga menggambarkan sebuah proses interaksi yang saling mendukung dan berkesinambungan antar pihak yang terkait. Kemitraan merujuk pada tercapainya tujuan yang sudah disepakati bersama dengan cara sukarela, di mana semua pihak yang terlibat mencoba memberikan kontribusi yang terbaik. Dalam konteks tata kelola yang baik, kemitraan begitu penting karena melibatkan beberapa pemangku kepentingan, termasuk warga negara dan pihak-pihak lain yang memiliki peran dalam proses pengelolaan dan pengambilan keputusan. Kemitraan, dalam konteks ini, dapat diartikan sebagai bentuk kolaborasi yang tidak hanya terbatas pada kerjasama antara sektor publik dan swasta, tetapi juga mencakup masyarakat dalam upaya mencapai hasil yang maksimal.¹³

Dalam upaya memahami konsep kemitraan lebih lanjut, kita bisa melihat bahwa hubungan yang terbentuk dalam kemitraan ini berlandaskan pada prinsip *win-win solution*, yaitu kondisi di mana semua sektor yang terlibat mendapatkan manfaat yang seimbang sesuai dengan peran dan kontribusinya masing-masing. Dengan kata lain, kemitraan berfokus pada pencapaian keuntungan bersama, di mana setiap pihak tidak merasa dirugikan dan mendapatkan hasil yang sesuai dengan ekspektasi serta kontribusinya

¹³ Noor, M., Suaedi, F., & Mardiyanta, A. (2022). *Collaborative governance: Suatu tinjauan teoritis dan praktik*. BILDUNG. ISBN 978-623-8091-05-8. Retrieved from <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/126355>

dalam proyek atau kerja sama tersebut.¹⁴ Pada dasarnya, kerja sama ini menuntut adanya kesepakatan bersama mengenai tujuan, prinsip, serta pembagian tugas dan tanggung jawab antara pihak-pihak yang terlibat.¹⁵ Seperti contoh, pada industri agen wisata, kemitraan bisa terjadi antara agen perjalanan, penyedia jasa akomodasi, pemandu wisata, pemerintah daerah, dan masyarakat lokal. Setiap pihak mempunyai peran yang saling melengkapi dan mendukung untuk mewujudkan tujuan bersama untuk meningkatkan kualitas dan daya saing industri pariwisata.

Kemitraan dalam industri agen wisata mempunyai berbagai macam bentuk yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan masing-masing pihak yang terlibat. Bentuk kemitraan yang ada bisa berfokus pada aspek pembiayaan, pengelolaan, atau bahkan pemasaran produk dan layanan.¹⁶ Contohnya, pada konteks kerja sama antara agen wisata dan pemandu wisata lokal, mereka dapat menjalin kerjasama dalam hal penyediaan layanan yang lebih lengkap, dengan tujuan untuk memberikan pengalaman wisata yang lebih baik terutama bagi para pelanggan. Sementara itu, pemerintah daerah atau instansi terkait dapat berperan sebagai penggerak kemitraan dengan menyediakan fasilitas atau dukungan dalam hal infrastruktur dan promosi

¹⁴ Risambessy, A., Sormin, R. B. D., & Ferdinandus, S. J. (2017). Strategi kemitraan dalam meningkatkan daya saing usaha pengolahan dan pemasaran rumput laut di wilayah Kota Ambon dan Kabupaten Maluku Tenggara Barat. *Faculty of Economics and Business, Universitas Jenderal Soedirman*. Retrieved from <http://jp.feb.unsoed.ac.id:article/925>

¹⁵ Habib, M. (2021). KAJIAN TEORITIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN EKONOMI KREATIF. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 1(2), 82-110. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v1i2.4778>

¹⁶ Septiani, A., & Kewuel, H. K. (2021). *Modal sosial dalam pengembangan kampung wisata Kungkuk, Desa Punten, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu*. Kusa Lawa, 1(2), 55. <https://doi.org/10.21776/ub.kusalawa.2021.001.02.05>

destinasi wisata. Dengan adanya kemitraan semacam ini, semua pihak yang terlibat dapat mendapatkan manfaat yang lebih maksimal, baik dalam aspek finansial, reputasi, ataupun pengembangan kapasitas sumber daya manusia di sektor pariwisata.¹⁷

Pentingnya kemitraan di industri agen wisata juga tidak dapat terlepas dari kebutuhan untuk menghadapi tantangan dan dinamika pasar yang terus berubah. Melalui kemitraan yang saling menguntungkan, setiap pihak dapat saling melengkapi kekuatan dan keunggulannya.¹⁸ Sebagai contoh, agen wisata yang memiliki jaringan luas dengan pasar yang luas bisa menjalin kemitraan dengan penyedia jasa lokal untuk memberdayakan keahlian lokal dalam memberikan pengalaman wisata yang lebih menarik. Di sisi lain, penyedia jasa lokal yang belum memiliki akses pasar yang luas, bisa memanfaatkan kemitraan tersebut untuk meningkatkan visibilitas dan mendapatkan lebih banyak pelanggan¹⁹. Oleh karena itu, kemitraan ini juga berpotensi untuk membuka peluang bagi setiap pihak untuk mengakses sumber daya yang sebelumnya sulit didapat tanpa adanya kerja sama yang

¹⁷ Prameswari, N. K., & Yani, Y. (2023). Gastrodiplomasi GASTRODIPLOMACY PROJECTION: REKOMENDASI KEBIJAKAN UNTUK KESUKSESAN GASTRODIPLOMASI INDONESIA. *SPICES: Social Political Sciences Journal*, 1(1), 01-11. Retrieved from <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/spices/article/view/9282>

¹⁸ Marwan, M., & Isnaeni, N. (2022). Bringing Environmental State Back In: Menakar Sentralitas Peran Pemerintah dalam Kemitraan Multipihak untuk Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Pasca Covid-19 (Studi Kasus Wakatobi). *Intermestic: Journal Of International Studies*, 7(1), 123-153. doi:10.24198/intermestic.v7n1.7

¹⁹ Firman Sinaga, Francisca Titing Koerniawaty, & Firlie Lanovia Amir. (2023). PENGABDIAN KEMITRAAN MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITIES, AND ANCILLARY (4A) WISATA DI DESA PEMOGAN BALI UNTUK MEWUJUDKAN DESA WISATA BERKELANJUTAN. *JURNAL PENGABDIAN MANDIRI*, 2(11), 2313–2320. Retrieved from <https://www.bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/6923>

terjalin.²⁰

Kemitraan yang baik diperlukan adanya kesepakatan yang transparan terkait hak dan kewajiban masing-masing pihak, serta sistem pengawasan dan evaluasi yang tepat untuk memastikan bahwa tujuan bersama bisa tercapai. Dalam konteks ini, kemitraan di industri agen wisata memerlukan prinsip-prinsip transparansi, kepercayaan, dan komitmen bersama untuk mencapai tujuan yang telah disepakati. Semua pihak yang terkait harus mempunyai pemahaman yang sama terkait pentingnya kolaborasi dan kontribusi yang diberikan, serta saling mendukung satu sama lain untuk mengatasi tantangan yang ada selama pelaksanaan kemitraan.²¹

Dengan demikian, kemitraan tidak hanya sekadar hubungan formal antara dua pihak, tetapi suatu proses yang dinamis dan berkembang seiring dengan perkembangan kebutuhan dan tantangan di sektor pariwisata. Kemitraan yang terjalin dengan baik akan memberikan dampak positif tidak hanya bagi para pihak yang terlibat, tetapi juga bagi masyarakat dan perekonomian secara menyeluruh.²² Dalam industri agen wisata, kemitraan

²⁰ Sukarmi, Ganindha, R., & Umar, A. (2021). Pelaksanaan Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Perjanjian Kemitraan untuk Meningkatkan Daya Saing dalam Era Ekonomi Global (Studi di Sentra Industri Keripik Tempe dan Keramik Dinoyo): Implementation of Legal Protection for Micro, Small and Medium Enterprises Based on Partnership Agreements to Increase Competitiveness in the Global Economic Era (Study at the Dinoyo Tempe Chips and Ceramics Industrial Center). *Warkat*, 1(1), 48–61. <https://doi.org/10.21776/warkat.v1n1.4>

²¹ Saputra, G. R., Zaenuri, M., Priyo Purnomo, . E., & Dian Fridayani , . H. . (2019). Kemitraan Pengelolaan Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tasikmalaya Tahun 2017 (Studi Kasus Objek Wisata Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya). *KEMUDI : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 3(2), 298–341. Retrieved from <https://ojs.umrah.ac.id/index.php/kemudi/article/view/896>

²² Anggiani, P., & Hikmawan, M. D. (2022). Dinamika Kemitraan Antara Perum Perhutani Dengan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Dalam Pelestarian Hutan Mangrove Di Pulo Cangkir Kabupaten Tangerang. *Journal of Social Politics and Governance (JSPG)*, 4(2), 112-127. <https://doi.org/10.24076/jspg.v4i2.936>

ini menjadi poin utama dalam menciptakan pengalaman wisata yang lebih baik, meningkatkan daya saing, dan mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah-daerah wisata.

Menurut Kuswidati dalam membangun kemitraan yang efektif, ada tiga prinsip utama yang diterapkan oleh setiap pihak yang terlibat, yaitu:²³

a. Prinsip Kesetaraan (Equity):

Setiap individu, organisasi, atau institusi yang terlibat dalam kemitraan harus memiliki posisi yang setara satu sama lain dalam mencapai tujuan yang sudah disepakati bersama. Kesetaraan ini penting untuk memastikan bahwa semua pihak merasa dihargai dan memiliki hak serta kewajiban yang sama dalam proses kemitraan. Dalam konteks industri agen wisata, prinsip ini akan memastikan bahwa baik agen perjalanan maupun penyedia layanan wisata lokal memiliki peran yang setara dalam menciptakan pengalaman wisata yang optimal bagi pelanggan.

b. Prinsip Keterbukaan

Keterbukaan merupakan prinsip yang menuntut setiap pihak untuk saling berbagi informasi mengenai kekurangan, kelemahan, dan sumber daya yang dimiliki. Keterbukaan ini dilakukan dari awal kemitraan dimulai hingga berakhirnya kemitraan, agar setiap pihak bisa

²³ Yasin, F., Putra, F., & Danar, O. R. (2021). Manajemen barang milik daerah berbasis kemitraan dalam meningkatkan sumber pendapatan daerah. *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(2), 147-155. <https://doi.org/10.26905>

saling melengkapi dan membantu satu dengan yang lain. Pada industri agen wisata, keterbukaan ini mendorong agen wisata dan penyedia jasa lokal untuk berkolaborasi lebih erat, mengidentifikasi peluang yang ada, serta mengatasi tantangan bersama. Misalnya, agen wisata dapat memberikan akses pasar nasional, sementara penyedia jasa lokal dapat berbagi pengalaman lebih dalam tentang destinasi wisata.

c. Prinsip Azas Manfaat Bersama (Mutual Benefit)

Kemitraan yang efektif adalah kemitraan yang memberikan manfaat kepada semua pihak yang terkait. Setiap individu, organisasi, atau institusi harus mendapatkan manfaat sesuai dengan kontribusi yang mereka berikan dalam kemitraan. Pada konteks wisata, ini berarti agen perjalanan bisa memperoleh keuntungan dari layanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa lokal, sementara penyedia jasa lokal juga mendapatkan benefit berupa peningkatan visibilitas dan akses ke pelanggan yang lebih luas. Kemitraan yang saling menguntungkan ini dapat menciptakan kegiatan atau pekerjaan yang lebih efisien dan efektif, karena semua pihak berkontribusi untuk mencapai tujuan bersama.

Menurut Sulistiyani, terdapat tiga pola kemitraan yang dapat diidentifikasi. Masing-masing pola ini memiliki karakteristik yang berbeda dalam konteks hubungan antara pihak-pihak yang bermitra, Berikut adalah uraian dari ketiga pola kemitraan tersebut:²⁴

²⁴ Prasojo, R. A., & Fauziah, L. (2015). Peran pemerintah-masyarakat dalam pembangunan Desa Sedatigede Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo [The role of government-community in the

a. Pseudo Partnership (Kemitraan Semu)

Kemitraan semu terjadi ketika pihak atau lebih menjalin hubungan kerja sama, namun tidak ada keseimbangan dalam kontribusi dan pemahaman antara pihak-pihak yang terlibat. Dalam pola ini, pihak-pihak yang bermitra merasa bahwa mereka sedang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi mereka tidak memahami secara penuh atau menyetujui makna dan tujuan dari kemitraan tersebut. Dalam industri agen wisata, kemitraan semu bisa terjadi ketika agen wisata dan penyedia layanan lokal menjalin hubungan tanpa adanya kesepahaman terkait peran masing-masing, tujuan yang ingin dicapai, dan manfaat yang didapat. Hal ini berisiko mengurangi efektivitas kemitraan dan berpengaruh pada kualitas layanan yang diberikan ke pelanggan.

b. Kemitraan Mutualistik

Kemitraan mutualistik merupakan jenis kemitraan yang paling ideal, di mana kedua belah pihak atau lebih saling memahami pentingnya kerja sama dan berkomitmen untuk saling memberikan manfaat. Pada kemitraan ini, pihak-pihak yang terlibat bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama secara optimal, dengan masing-masing pihak mendapatkan keuntungan sesuai dengan kontribusinya. Dalam industri agen wisata, kemitraan mutualistik ini terjadi ketika agen wisata dan penyedia jasa lokal atau pengelola destinasi bekerja sama dengan tujuan

untuk memberikan pengalaman wisata yang lebih baik dan berkelanjutan. Kedua pihak saling memahami bahwa kemitraan ini saling menguntungkan, dengan agen wisata mendapat akses ke pasar yang lebih luas dan penyedia layanan lokal mendapatkan lebih banyak pelanggan yang datang dari jaringan agen wisata tersebut.

c. Kemitraan Konjugasi

Kemitraan konjugasi diambil dari analogi kehidupan *paramecium*, di mana dua organisme bergabung untuk mendapatkan energi dan kemudian berpisah dengan cara melakukan pembelahan diri. Dalam konteks kemitraan, model ini bisa diterapkan ketika dua atau lebih dengan sumber daya yang berbeda bekerja sama untuk saling menguatkan satu sama lain. Model kemitraan ini bisa terjadi dalam industri agen wisata ketika agen wisata yang memiliki jaringan pasar yang lebih luas bekerja sama dengan penyedia jasa lokal yang mempunyai pengetahuan secara mendalam tentang destinasi tertentu. Dengan bergabungnya kekuatan masing-masing pihak, keduanya dapat mencapai tujuan yang lebih besar, seperti meningkatkan kualitas pengalaman wisata yang ditawarkan, meningkatkan daya saing, dan memperluas jangkauan pasar.

2. Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan sosial terdiri dari dua kata, yaitu kewirausahaan yang berkaitan dengan aktivitas usaha, dan sosial yang berhubungan dengan

kepentingan masyarakat. Secara sederhana, kewirausahaan sosial dapat diartikan sebagai kemampuan individu atau kelompok dalam menjalankan usaha yang bertujuan untuk menyelesaikan atau mengurangi masalah sosial yang ada di lingkungan mereka atau komunitas sekitarnya.²⁵

Kewirausahaan sosial memiliki beragam definisi dari para ahli, tetapi secara umum konsep ini mengacu pada kegiatan kreatif dan inovatif yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah sosial. Kegiatan ini dapat dilakukan melalui organisasi nirlaba maupun perusahaan komersial yang berfokus pada dampak positif bagi masyarakat. Menurut Dees dan Anderson, serta Emerson dan Twersky, kewirausahaan sosial adalah sebuah proses inovatif yang melahirkan usaha atau organisasi sosial. Sementara itu, Hulgard menekankan pentingnya kerja sama dengan organisasi masyarakat untuk menciptakan nilai sosial melalui inovasi yang juga mendukung kegiatan ekonomi. Dari berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan sosial tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga bertujuan membawa perubahan yang bermanfaat bagi masyarakat.²⁶

Dalam lingkup yang lebih sempit, kewirausahaan sosial didefinisikan sebagai penerapan keterampilan bisnis di sektor nirlaba, seperti ketika organisasi nirlaba mengembangkan pendekatan inovatif untuk menciptakan sumber pendapatan. Definisi ini menyoroti bahwa tujuan utama kewirausahaan sosial bukanlah untuk menghasilkan keuntungan pribadi,

²⁵ Betti Nurhayati. (2023). *Kewirausahaan Sosial: Pengantar dan Praktik Baik di Indonesia* (hlm. 28). Yogyakarta: RELASI INTI MEDIA.

²⁶ Ibid

tetapi untuk menciptakan nilai sosial yang berkelanjutan. Kegiatan ini ditandai dengan inovasi yang menghasilkan sesuatu yang baru, bukan sekedar praktik yang sudah ada.²⁷

Berdasarkan berbagai pandangan, kewirausahaan sosial dapat disimpulkan sebagai penekatan raktis yang berorientasi pada aksi nyata, bukan sekedar konsep teoritis, banyak definisi memandang kewirausahaan sosial sebagai aktivitas yang menggabungkan misi sosial dengan pendekatan kewirausahaan. Dees dan Martin dan Osberg melihat wirausaha sosial sebagai individu atau organisasi yang bertujuan untuk memecahkan masalah sosial, sementara Austin et al menekankan pentingnya tujuan sosial dalam aktivitas wirausaha.²⁸

Kewirausahaan sosial dapat dipahami sebagai upaya inovatif untuk mengatasi kegagalan pasar melalui solusi yang berkelanjutan secara finansial dan memberikan dampak sosial. Tiga elemen penting yang mendasari kewirausahaan sosial meliputi: (1) Respons terhadap kegagalan pasar, (2) Inovasi transformatif, dan (3) Keberlanjutan finansial. Dalam konteks ini, kewirausahaan sosial mengintegrasikan misi sosial dengan prinsip-prinsip

²⁷ Judijanto, L., Rijal, S., Ahmad, M. I. S., & Harsono, I. (2024). Analisis Bibliometrik tentang Kewirausahaan Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(03), 314–322. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i03.1050>

²⁸ Ekasari, A., Hermawan, A. , Nurhayati, N., Bangun, C. S., & Ani Nuraini. (2023). MENUMBUHKAN SEMANGAT KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: PENYULUHAN TENTANG BANK SAMPAH di PANTI SOSIAL BINA REMAJA TARUNA JAYA 1, PULO GEBANG, JAKARTA. *JURNAL PENGABDIAN MANDIRI*, 2(7), 1631–1640. Retrieved from <https://www.bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/6222>

bisnis, inovasi, dan tekad yang kuat. Perusahaan sosial, misalnya, memanfaatkan pendekatan bisnis untuk menyelesaikan masalah sosial dengan tujuan menciptakan keberlanjutan tanpa sepenuhnya bergantung pada hibah atau donasi. Keuntungan yang diperoleh sepenuhnya diinvestasikan kembali untuk mendukung aktivitas organisasi.²⁹

Di era modern, model operasional kewirausahaan sosial memungkinkan organisasi nirlaba untuk menghasilkan pendapatan sambil tetap mempertahankan nilai-nilai sosial seperti melayani kepentingan publik. Prinsip-prinsip bisnis seperti persaingan, diversifikasi, dan inovasi hidup berdampingan dengan nilai-nilai sektor sosial, menciptakan pendekatan yang holistik dan efisien. Keberhasilan kewirausahaan sosial bergantung pada model bisnis yang efektif, yang menggabungkan tujuan sosial dengan keberlanjutan finansial secara strategis.³⁰

Peneliti teori kewirausahaan sosial merupakan salah satu jenis wirausaha yang memberikan dampak sosial kepada masyarakat sebagai upaya dalam peningkatan ekonomi masyarakat. Menurut Dees, Konsep kewirausahaan ini didasari pada lima prinsip utama yaitu;

- a. Dampak sosial (Social Mission/ Impact).

Prinsip pertama dalam kewirausahaan sosial adalah Dampak Sosial,

²⁹ Lasaksi, P., Andriani, E., & Rosita, R. (2023). Dampak Model Bisnis dan Pendekatan Inovasi Sosial terhadap Keberlanjutan Kewirausahaan Sosial di Indonesia. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(01), 18–25. <https://doi.org/10.58812/sek.v2i01.272>

³⁰ Dwijayanti, R. (2017). PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, LOCUS OF CONTROL, DAN KEBUTUHAN BERPRESTASI TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA. *JURNAL EKONOMI PENDIDIKAN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 3(2), 170–180. <https://doi.org/10.26740/jepk.v3n2.p170-180>

atau sering disebut sebagai "Misi Sosial" atau "Impact". Prinsip ini merupakan motivasi dasar dan tujuan utama pendirian sebuah usaha sosial. Dampak sosial bertujuan untuk menyelesaikan masalah sosial yang ada di masyarakat. Masalah sosial diartikan sebagai kondisi yang tidak diinginkan dan merugikan baik secara fisik maupun non-fisik, serta kondisi yang tidak sesuai dengan norma sosial yang berlaku. Masalah sosial dapat bervariasi dari waktu ke waktu dan sesuai dengan dinamika yang terjadi di masyarakat. Oleh karena itu, misi sosial bertujuan untuk memberikan solusi terhadap masalah tersebut melalui model kewirausahaan sosial yang inovatif dan relevan.³¹

Prinsip ini penting karena "*the reason and purpose to live*" atau motivasi pendiri/ tujuan mendirikan sebuah Social Enterpreneurship.³² Misi sosial berhubungan dengan masalah sosial, sebagaimana yang diketahui, bahwasannya masalah sosial merupakan kondisi yang tidak diharapkan dan mengandung unsur merugikan baik fisik ataupun nonfisik, atau kondisi dimana melanggar norma atau standar sosial.³³ Masalah sosial muncul dari waktu kewaktu sesuai dengan realitas yang terjadi di masyarakat, sehingga misi sosial diharapkan bisa menyelesaikan masalah sosial yang terjadi dengan konsep dan model

³¹ Umi K. Yaumidin, "Kewirausahaan Sosial Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Tantangan Singergi Multi-sektor Dan Multi-dimensi", Jurnal Ekonomi Pembangunan LIPI 21, no. 1 (2013): 7-27

³² Yusuf Wibisono, "Membedah Konsep dan Aplikasi CSR", (Fascho Publishing: Gresik, 2007) hlm. 104. Dewi Meisari Haryanti, dkk., "Berani jadi Wirausaha Sosial? : Membangun Solusi Atas Permasalahan Sosial Secara Mandiri dan Berkelanjutan", (PT. Bank DBS Indonesia, 2016), hlm. 355

³³ Soetomo, "Pembangunan Masyarakat", (Yogyakart: Pustaka Pelajar, 2012) hlm. 84

Social Enterpreneurship.³⁴

Pada konteks ini, dampak sosial tidak hanya terbatas pada perubahan langsung yang dihasilkan oleh kegiatan kewirausahaan sosial, tetapi juga mencakup dampak jangka panjang terhadap komunitas. Misalnya, sebuah usaha sosial yang berfokus pada pendidikan dapat menghasilkan dampak sosial yang signifikan melalui peningkatan tingkat pendidikan dan kesempatan kerja bagi generasi muda. Oleh karena itu, misi sosial harus dirancang dengan cermat untuk memastikan bahwa solusi yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan.³⁵

b. Empowerment (Pemberdayaan).

Konsep ini merupakan konsep praktis dimana kegiatan yang berbasis masyarakat seperti Social Enterpreneurship yang bertujuan untuk membangun kembali struktur-struktur masyarakat yang sudah lama dihancurkan oleh bagian integral dari pengembangan industri kapitalistik.³⁶ Menurut Jim Ife dan Frank Tesorioro landasan Empowerment memiliki landasan dengan perspektif ekologis dan perspektif keadilan sosial dan HAM. Kedua perspektif ini diperlukan dan saling melengkapi satu sama lain. Integrasi dari keduanya akan

³⁴ Dewi Meisari Haryanti, dkk., “Berani jadi Wirausaha Sosial? : Membangun Solusi Atas Permasalahan Sosial Secara Mandiri dan Berkelanjutan”, (PT. Bank DBS Indonesia, 2016), hlm. 356

³⁵ L. Judijanto, S. Rijal, M. I. S. Ahmad, dan I. Harsono, “*Analisis Bibliometrik tentang Kewirausahaan Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembangunan Ekonomi*”, Jurnal Multidisiplin West Science 3, no. 03 (2024): 314–322, <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i03.1050>.

³⁶ Jim Ife, Frank Tesorioro, “Community Development”, hlm. 32

menjadikan suatu masyarakat yang adil dan berkelanjutan. landasan tersebut membutuhkan kerangka perubahan yang sistematis untuk mewujudkannya.

Empowerment memiliki dimensi perubahan yang dimulai dengan membangun kesadaran terhadap masyarakat ke arah yang lebih baik. Untuk menghasilkan perubahan, ada tiga hal yang harus dilakukan sekaligus: melihat, bergerak, dan menyelesaikan sampai tuntas. Perubahan dapat dihadapi dengan masyarakat yang gagal melihat (*failure to see*), gagal bergerak (*failure to move*), atau gagal menyelesaikan (*failure to finish*).³⁷ oleh karena itu, pentingnya Empowerment adalah beberapa orang/ organisasi/ komunitas akan mengajak melihat, bergerak dan menyelesaikan potensi yang dapat diraih bersama masyarakat untuk membangun *social entrepreneurship*. Prinsip bisnis yang dibangun social entrepreneurship adalah untuk memaksimalkan benefit atau manfaat yang bisa diraih.³⁸

Perspektif ekologis menekankan pentingnya menjaga keseimbangan lingkungan pada setiap aktivitas sosial, sedangkan perspektif keadilan sosial dan HAM berfokus kepada hak-hak individu dan kelompok untuk mendapatkan perlakuan yang adil dan setara. Integrasi kedua perspektif ini begitu penting dalam mewujudkan masyarakat yang adil dan

37 Rhenald Kasali, “Change!” (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 114

38 Dewi Meisari Haryanti, dkk., “Berani jadi Wirausaha Sosial? : Membangun Solusi Atas Permasalahan Sosial Secara Mandiri dan Berkelanjutan”, (PT. Bank DBS Indonesia, 2016), hlm. 361-364

berkelanjutan. Proses pemberdayaan melibatkan tiga langkah utama: melihat, bergerak, dan menyelesaikan. Langkah pertama adalah upaya meningkatkan kesadaran masyarakat terkait potensi dan permasalahan yang ada. Langkah kedua adalah tindakan kongkrit untuk bergerak menuju solusi, dan langkah ketiga adalah menyelesaikan proses dengan komitmen penuh untuk mencapai tujuan yang diinginkan.³⁹

Pemberdayaan yang efektif juga melibatkan partisipasi yang aktif dari masyarakat pada setiap tahapan proses. Organisasi yang berfokus pada pemberdayaan harus mampu mengajak masyarakat untuk berkontribusi dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan, serta memberikan fasilitas dukungan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan bersama.⁴⁰

c. Ethical Business Principles (Prinsip bisnis yang sesuai etika).

Prinsip Bisnis Etis merupakan salah satu pilar utama dalam kewirausahaan sosial yang berfokus pada pentingnya penerapan nilai-nilai etika dalam seluruh aspek operasional sebuah usaha. Prinsip ini tidak hanya berfokus pada kegiatan bisnis itu sendiri, tetapi juga bagaimana cara usaha sosial tersebut berinteraksi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, mitra kerja, pelanggan, dan

³⁹ I. Moridu et al., “*Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Sosial dan Kewirausahaan Sosial dalam Menangani Masalah Sosial*”, Eastasouth Journal of Effective Community Services 2, no. 01 (2023): 42–53, <https://doi.org/10.58812/ejecs.v2i01.143>.

⁴⁰ R. Vikaliana dan A. Andayani, “*Social Entrepreneurship: Kewirausahaan Perempuan di Bogor melalui Pengolahan Kain Perca Limbah Konveksi menjadi Aksesoris*”, PM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat) 3, no. 2 (2018): 323–329, <https://doi.org/10.21067/jpm.v3i2.2864>.

masyarakat luas.

Pertama adalah etika bisnis (*Business Ethics*), Etika bisnis melibatkan nilai-nilai dan norma yang mengatur hubungan antara anggota organisasi, pimpinan, karyawan, mitra kerja, dan pelanggan. Dalam konteks kewirausahaan sosial, etika bisnis berperan penting dalam membangun dan menjaga modal sosial yang berupa kepercayaan (*trust*). Kepercayaan ini sangat penting karena menjadi fondasi untuk pencapaian misi sosial yang lebih luas. Etika bisnis yang baik mengharuskan setiap pihak untuk bertindak dengan integritas, kejujuran, dan tanggung jawab, yang pada akhirnya membantu memberikan lingkungan kerja yang adil dan produktif serta hubungan yang baik dengan pihak luar.⁴¹

Kedua adalah tanggungjawab sosial (*Socially Responsible*), Tanggung jawab sosial mencakup kewajiban organisasi untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat di luar keuntungan bisnis semata. Ini melibatkan aspek-aspek seperti produksi yang ramah lingkungan, pengelolaan sumber daya manusia secara etis, dan proses distribusi yang adil. Prinsip ini sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan yang memperhatikan keseimbangan antara keuntungan, masyarakat, dan lingkungan (people, profit, planet). Dengan mengadopsi prinsip ini, kewirausahaan sosial tidak hanya mengejar keuntungan

⁴¹ M. H. Hasibuan dan Z. M. Nawawi, “*Kewirausahaan Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Economic Reviews Journal 2, no. 1 (2022): 68–80, <https://doi.org/10.56709/mrj.v2i1.42>.

finansial tetapi juga memastikan bahwa kegiatan operasionalnya memberikan manfaat yang signifikan bagi komunitas dan lingkungan.⁴²

Ketiga adalah Akuntabilitas (*Accountability*), Akuntabilitas berkaitan dengan kewajiban untuk memberikan penjelasan dan justifikasi atas keputusan dan tindakan yang diambil oleh organisasi. Prinsip ini menuntut transparansi dalam proses pengambilan keputusan dan memungkinkan pemangku kepentingan untuk memahami alasan di balik keputusan tersebut. Selain itu, akuntabilitas juga berarti bahwa organisasi harus siap menanggung konsekuensi jika terjadi pelanggaran atau kesalahan. Dengan adanya akuntabilitas, kewirausahaan sosial dapat memastikan bahwa semua tindakan yang diambil sesuai dengan nilai-nilai etika dan memberikan dampak yang positif.⁴³

Kriteria empat yakni Transparansi (*Transparency*), Transparansi merupakan prinsip yang berkaitan dengan keterbukaan dan kejelasan informasi yang disediakan oleh organisasi. Ini mencakup aspek-aspek seperti laporan keuangan, kepemilikan, manajemen organisasi, dan dampak sosial yang dihasilkan. Dengan transparansi yang tinggi, pemangku kepentingan bisa melihat dengan jelas bagaimana organisasi beroperasi dan memberikan keputusan berdasarkan informasi yang tepat.

⁴² Dewi Meisari Haryanti, dkk., “Berani jadi Wirausaha Sosial? : Membangun Solusi Atas Permasalahan Sosial Secara Mandiri dan Berkelanjutan”, (PT. Bank DBS Indonesia, 2016), hlm. 375-385

⁴³ Budi Hasanah, Ahmad Sururi, Daffa Putri Prananda, dan Adam Maulana Noval, “*Kewirausahaan Sosial: Partisipasi Masyarakat dan Evaluasi Dampak Sosial-Ekonomi*”, Jurnal Administrasi Negara 28, no. 3 (2022): 291–317, <https://doi.org/10.33509/jan.v28i3.1721>.

Transparansi juga membantu membangun kepercayaan dan memastikan bahwa organisasi bertindak dengan cara yang etis dan bertanggung jawab.⁴⁴

d. Reinvestasi untuk Misi Sosial (Reinvestment for Social Mission)

Prinsip keempat adalah Reinvestasi untuk Misi Sosial, yang menekankan pentingnya reinvestasi surplus atau profit yang didapatkan dari kegiatan usaha untuk mendukung misi sosial organisasi. Kewirausahaan sosial melihat bisnis sebagai alat untuk mencapai tujuan sosialnya, dan sebab itu, sebagian besar keuntungan (minimal 51%) harus diinvestasikan kembali untuk mendukung misi sosial organisasi. Prinsip ini membedakan kewirausahaan sosial dari bisnis konvensional dengan menekankan komitmen terhadap pencapaian tujuan sosial melalui alokasi ulang keuntungan.⁴⁵

e. Keberlanjutan (Sustainability)

Prinsip terakhir adalah Keberlanjutan, yang mencakup aspek keberlanjutan organisasi dari segi operasional dan finansial. Keberlanjutan memastikan bahwa organisasi bisa beroperasi secara mandiri dalam jangka waktu yang lama, tanpa bergantung pada sumber daya eksternal yang tidak stabil. Untuk mencapai keberlanjutan, organisasi perlu membangun basis dukungan yang kuat, baik dari

⁴⁴ Ibid, hlm. 389-390

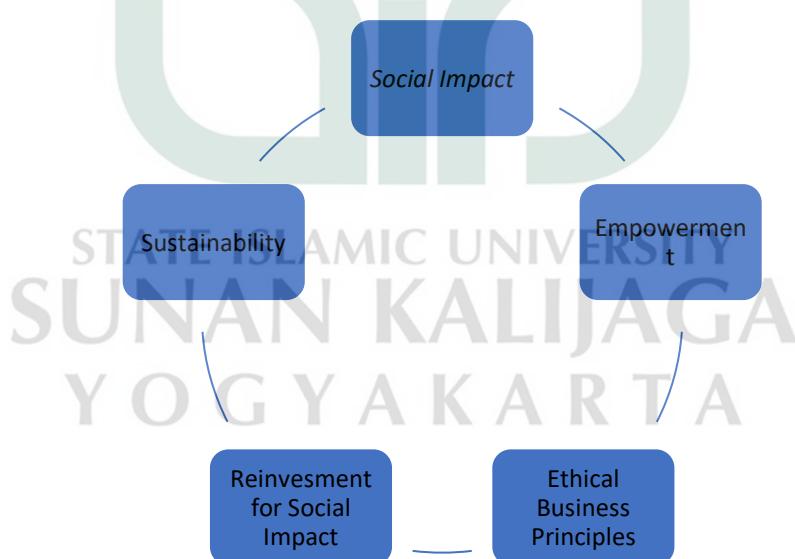
⁴⁵ I. S. Tarigan, A. S. Sitompul, H. B. Hombing, dan W. F. Sihombing, “*Social Entrepreneurship: Upaya Peningkatan Skill Mahasiswa Teologi dalam Pelayanan Holistik*”, EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran 5, no. 1 (2024): 419–432, <https://doi.org/10.62775/edukasia.v5i1.781>.

donatur setia maupun melalui adopsi prinsip etika bisnis yang baik.⁴⁶

Keberlanjutan eksternal mencakup dua aspek utama: sosial dan lingkungan. Aspek sosial melibatkan penciptaan dampak yang positif dan jangka panjang bagi masyarakat, sedangkan aspek lingkungan melibatkan tanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan dan pengelolaan sumber daya secara berkelanjutan. Penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan ini membantu organisasi untuk membangun kepercayaan dan dukungan dari masyarakat, yang penting untuk pertumbuhan dan ekspansi jangka panjang.⁴⁷

Untuk meyederhanakan teori yang peneliti gunakan maka peneliti membuat bagan sebagai berikut :

Bagan 1. 1 Konsep kewirausahaan menurut Dees



⁴⁶ D. Rustya dan Siswoyo, “Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan dalam Pendidikan: Pendekatan Berdasarkan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam”, Journal Islamic Banking 3, no. 2 (2023): 61–75, <https://doi.org/10.51675/jib.v3i2.630>.

⁴⁷ S. Supriandi dan Y. Priyana, “Faktor-faktor yang Mendorong Kesuksesan Kewirausahaan Sosial dalam Menyelesaikan Masalah Lingkungan”, Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science 1, no. 04 (2023): 280–291, <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.714>.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini disusun secara terstruktur agar data yang diperoleh lebih akurat dan dapat dipercaya. Proses ini dirancang dengan memperhatikan tujuan penelitian, jenis data yang dibutuhkan, serta cara menganalisisnya. Setiap langkah dalam metode penelitian dijelaskan secara jelas, mulai dari pengumpulan data, pengolahan, hingga analisis data. Harapannya, metode ini dapat menghasilkan temuan yang relevan, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan metode yang tepat, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas dan mendalam terkait topik yang dibahas.

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti objek dengan kondisi yang alamiah (keadaan riil, tidak disetting atau dalam keadaan eksperimen) di mana peneliti adalah instrumen kuncinya.⁴⁸ Hal tersebut karena penelitian kualitatif menekankan hasil penelitian dari kemampuan deskripsi, analisis, sintesis, dan evaluasi penelitiannya sendiri, bukan dari statistik yang dihasilkan oleh instrumen penelitiannya seperti pada penelitian kuantitatif. Dengan demikian, penelitiannya sendiri merupakan salah satu instrumennya.

2. Teknik Pengumpulan Data

⁴⁸Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alphabet.

Peneliti secara total telah melakukan wawancara terhadap sebelas informan yang dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling*.⁴⁹ Teknik ini digunakan peneliti dalam menentukan informan penelitian dengan pertimbangan bahwa riset kualitatif tidak mengenal istilah populasi. Peneliti memilih 9 informan berdasarkan peran mereka dalam kewirausahaan sosial yang dilakukan oleh PT. Shakran Kreasi Indonesia. Berdasarkan jumlah tersebut, dua informan dari kalangan PT. Shakran Kreasi sebagai pelaku kewirausahaan sosial yang memberikan peningkatan pendapat sekitar desa wisata melalui pengunjung yang menggunakan jasa agensi tersebut, empat informan dari kalangan masyarakat desa wisata selaku mitra PT. Shakran Kreasi Indonesia. (**Table 1**).

Tabel 1. 2 Jumlah & Kluster Informant

Kode Informan	Peran	Total Wawancara
F1	Pengelola PT. Shakran	6
F2	Masyarakat Lokal	3
Total		9

Source: Fieldwork, 2021.

Untuk menunjang kelancaran dalam proses pengumpulan data, peneliti mengurus proses perizinan ke pemerintahan desa yang kemudian akan diberitahukan kepada lembaga-lembaga terkait yang ada guna menemukan kejelaskan dalam melakukan penelitian. Kemudian dalam melakukan pengumpulan

⁴⁹Julie White, “Book Review: The SAGE Handbook of Qualitative Research,” in *Evaluation Journal of Australasia*, 4th ed., vol. 11 (California: SAGE Publications, 2011), 52–53, <https://doi.org/10.1177/1035719x1101100208>.

data berupa observasi dan wawancara peneliti membuat kesepakatan dengan informan melalui personal messages via WhatsApp adapun beberapa informan lainnya langsung peneliti temui. Untuk itu ada beberapa metode yang digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data antara lain:

1. Observasi

Peneliti menggunakan *participant observation* dikarenakan peneliti terlibat secara langsung didalam kewirausahaan sosial PT. Shakran Kreasi. Dalam melakukan observasi peneliti tidak tinggal di lokasi penelitian, dikarenakan jarak tempat tinggal peneliti dengan lokasi penelitian tidak terlalu jauh. Peneliti melakukan observasi pada bulan Maret sampai dengan Agustus 2024.

2. Wawancara

Teknik wawancara yang peneliti lakukan dengan metode semi terstruktur, alasan peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur agar proses wawancara peneliti dengan informan dapat berjalan dengan santai dan fleksibel dalam menyampaikan argumen dan pendapat. Selain itu peneliti juga menambahkan beberapa pertanyaan diluar pedoman wawancara untuk memperdalam informasi yang diterima tentang pola kemitraan kewirausahaan sosial berbasis wisata melalui PT Shakran Kreasi.

Proses wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara tatap muka setelah sebelumnya disepakati waktu dan tempat pelaksanaannya bersama informan. Dalam menentukan jadwal wawancara, peneliti memanfaatkan aplikasi pesan instan WhatsApp untuk berkomunikasi dengan informan. Selama wawancara berlangsung, peneliti menggunakan handphone sebagai

alat perekam suara guna memastikan seluruh informasi yang disampaikan oleh informan dapat didokumentasikan dengan baik.

Wawancara dilakukan di lokasi yang disepakati bersama, seperti rumah atau kantor informan, dengan durasi yang bervariasi antara 30 hingga 70 menit untuk setiap sesi wawancara. Setiap informan diwawancarai sebanyak satu hingga dua kali, bergantung pada kejelasan informasi yang diberikan serta kebutuhan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Seluruh proses wawancara berlangsung selama kurang lebih tiga bulan, terhitung dari bulan Mei hingga Agustus 2024.

Perlu diketahui bahwa sebelum penelitian ini dilaksanakan, peneliti telah memiliki hubungan kemitraan dengan PT Shakran sejak tahun 2021, khususnya dalam bidang dokumentasi. Kendati demikian, dalam penelitian ini, peneliti berupaya untuk mengambil sudut pandang (point of view) sebagai orang yang netral, layaknya pengamat dari kalangan umum. Hal ini dilakukan agar penyajian data tetap objektif dan sesuai dengan kondisi faktual di lapangan. Dengan pendekatan ini, peneliti berkomitmen untuk menjaga keakuratan dan validitas data yang diperoleh.⁵⁰

Setelah semua proses *interview* dilakukan peneliti mentraskipsikan data sehingga menjadi bentuk transkripsi wawancara. Sebelum mentraskipsikan data wawancara peneliti meminta izin untuk mencantumkan data yang berbentuk perkataan informan ke dalam laporan penelitian hal ini merupakan salah satu

⁵⁰Cr Kothari, *Research Methodology: Methods and Techniques*, New Age International, Second Rev (New Delhi: New Age International, 2004), <https://doi.org/http://196.29.172.66:8080/jspui/bitstream/123456789/2574/1/Research%20Methodology.pdf>.

bentuk afirmasi penelitian sehingga semua data wawancara dapat diolah menjadi kutipan langsung. Semua informan penelitian dibuat secara anonim untuk menjaga kerahasiaan data yang dianggap penting dan bisa menuai kontroversi.⁵¹ Untuk itu peneliti melakukan wawancara secara hati-hati dengan menjaga etika penelitian dan dibuat menjadi kode informan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui foto kegiatan, jurnal penelitian, buku-buku yang berhubungan dengan tema penelitian, data statistik, jurnal, dan sumber *literature* lain yang mendukung pemaknaan baru dalam menggali lebih dalam pola kemitraan sosial yang diterapkan oleh PT. Shakran Kreasi. Selain itu peneliti juga mencatat semua bentuk kegiatan lapangan ke dalam fieldnote. Ini berfungsi sebagai memperkuat data wawancara yang tidak tercover informasi dalam penelitian. Proses observasi dilakukan selama penelitian berlangsung. Oleh karena itu semua data dokumentasi menjadi pelengkap informasi sehingga tidak ada yang disebut Determinan.⁵²

H. Teknik Analisis Data

Setelah data yang dibutuhkan terkumpul, peneliti melakukan uji analisis data dengan menggunakan analisis data deskriptif melalui 3 tahapan. Menurut *Miles dan Huberman* dalam penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, kegiatan

⁵¹Michael Angrosino, *Doing Ethnographic and Observational Research, Doing Ethnographic and Observational Research* (New York: SAGE Publications Ltd, 2011), 53–57, <https://doi.org/10.4135/9781849208932>.

⁵²Variabel yang mempengaruhi kesejangan dalam data informasi penelitian.

menganalisis data dilakukan melalui 3 tahap, yaitu tahap reduksi data, tahap penyajian data, tahap penarikan kesimpulan.⁵³

1. Tahap Reduksi Data

Tahap analisis data pertama kali ini peneliti melakukan pengumpulan data selama berkegiatan dilapangan, data dikumpulkan secara rapi sesuai dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, data data tersebut diambil dari rekaman atau (Recording), kemudian peneliti akan melakukan tahap penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperolah menjadi satu bentuk tulisan yang akan dianalisis kemudian akan direduksi untuk memperjelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data terkait dengan konsep pola kemitraan sosial yang diterapkan oleh PT. Shakran Kreasi.

2. Tahap Penyajian Data

Setelah mereduksi data yang telah peneliti kumpulkan melalui *field research*, peneliti akan menyajikan data secara sistematis, terorganisir, dan tersusun menjadi satu dalam pola yang saling berhubungan dan disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif sehingga akan lebih mudah dipahami, agar tidak terjadi pengulangan pembahasan atau menghindari penilaian yang dianggap subyektif.

3. Tahap Penarikan Kesimpulan

Tahap ini diharapkan menghasilkan kesimpulan dari analisis yang dilakukan dan mengkaji kembali kesimpulan tersebut. Pada setiap verifikasi

⁵³Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif” (2018).

dilakukan penarikan kesimpulan di data yang telah diperoleh dari survei. Catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Kesimpulan dalam penelitian diharapkan bisa menjawab rumusan masalah yang sudah dirumuskan sejak awal yang menemukan temuan-temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, dan temuan baru ini bersifat deskriptif atau suatu gambaran objek yang dipaparkan secara jelas dan terinci.

4. Teknik Validitas Data

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain yaitu melakukan pemeriksaan data dengan cara membandingkan dan mengecek kembali antara data satu dengan data yang lainnya (hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi) agar saling mendukung dan menguatkan satu dengan yang lainnya. Dengan dilakukan uji keabsahan data, hasil penelitian ini memiliki derajat kepercayaan yang tinggi.⁵⁴

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca melihat gambaran umum penelitian ini, peneliti membagi menjadi empat bab dengan pembahasan yang berbeda di dalamnya. Berikut uraian sistematika pembahasan penelitian ini:

BAB I Pendahuluan, yaitu pengantar yang merupakan bagian utama dari proposal penelitian. Isi bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, dan sistematika pembahasan.

⁵⁴Lexi J Moleong. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

BAB II Gambaran Umum, berisi gambaran umum lokasi dan objek penelitian. Dalam penelitian ini disajikan gambaran umum PT. Shakran Kreasi Indonesia.

BAB III Hasil Penelitian dan Analisis Pembahasan, berisi penyajian data dan analisis penelitian terkait pola kemitraan kewirausahaan sosial berbasis wisata yang ditemukan di lapangan serta pembahasan hasil penelitian mengenai model pengembangan kewirausahaan sosial berbasis wisata melalui PT. Shakran Kreasi indonesia.

BAB V Penutup, berisi kesimpulan dari pembahasan di bab sebelumnya dan saran yang membangun bagi PT. Shakran Kreasi Indonesia selaku instansi yang mengembangkan konsep kewirausahaan sosial



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan dari rumusan masalah yang penulis rumuskan adalah:

1. Model Kemitraan Dalam Kewirausahaan Sosial Berbasis Wisata

Oleh PT. Shakran Kreasi Indonesia

Berdasarkan penelitian, PT Shakran Kreasi Indonesia mengadopsi model kemitraan yang didominasi oleh kemitraan mutualistik. Mereka menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, seperti lembaga pemerintahan, institusi pendidikan, dan pelaku wisata lainnya. Pola kemitraan ini berorientasi pada pemberdayaan masyarakat lokal sekaligus mendukung pemberdayaan di sektor pariwisata. Selain itu, Shakran juga menerapkan pola kemitraan konjungsi untuk beberapa kerja sama tertentu. Dengan menggabungkan kedua pola tersebut, Shakran berhasil menciptakan sinergi antara pelaku wisata lokal, UMKM, institusi pendidikan, dan pemerintah.

Strategi ini tidak hanya mengutamakan keuntungan bisnis, tetapi juga memberikan dampak sosial yang positif, seperti pemberdayaan komunitas, promosi produk lokal, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Di tingkat lokal, kemitraan sederhana menjadi dasar yang kemudian diperkuat dengan prinsip-prinsip seperti kesetaraan, keterbukaan, dan asas manfaat bersama. Langkah Shakran dalam memperkuat legalitas sebagai industri kreatif selama pandemi juga menunjukkan adaptasi dan inovasi mereka dalam menghadapi

tantangan industri. Dengan pendekatan ini, Shakran berhasil menciptakan ekosistem pariwisata yang lebih inklusif, relevan, dan berkelanjutan, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkuat daya saing pariwisata di Yogyakarta.

2. Hasil Kemitraan Dalam Kewirausahaan Sosial Antara PT.

Shakran Dan Para Pelaku Wisata Sosial Di Kabupaten Sleman

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemitraan Shakran memberikan dampak bagi lingkungan dari berbagai sisi. Secara sosial, Shakran berperan dalam memberdayakan generasi muda lokal melalui pelatihan kerja dan pengembangan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan industri pariwisata. Upaya ini tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga meningkatkan kapasitas sumber daya manusia lokal. Secara ekonomi, Shakran membantu menggerakkan perekonomian masyarakat melalui kunjungan wisatawan yang memanfaatkan jasa UMKM lokal, seperti penyedia kuliner, jasa transportasi, dan pengrajin suvenir. Dari sisi budaya, Shakran turut melestarikan kearifan lokal, seperti melalui pelatihan ecoprint bagi kelompok perempuan di Desa Prima Kartini, yang sekaligus membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat.

Kemitraan ini menjadikan Shakran sebagai penghubung antara kebutuhan sektor pariwisata dan pengembangan ekonomi lokal. Shakran juga berhasil mempertahankan relevansi bisnisnya selama pandemi dengan memperkuat legalitas sebagai bagian dari industri kreatif. Meski demikian, ada beberapa

tantangan yang perlu dihadapi, seperti menjaga komunikasi yang berkelanjutan dengan mitra, memastikan dukungan infrastruktur, dan menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi. Untuk menjawab tantangan ini, dibutuhkan inovasi dan kolaborasi yang lebih erat dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, UMKM, dan komunitas wisata.

B. Kritik dan Saran

Berdasarkan pembahasan serta kesimpulan yang telah dipaparkan diatas serta tanpa mengurangi rasa hormat dari peneliti kepada seluruh pihak terkait, kritik dan saran dari penulis sebagai berikut:

1. Kepada PT. Shakran

Saat ini, model kemitraan PT. Shakran yang lebih banyak mengandalkan komunikasi informal tanpa adanya kontrak resmi memiliki risiko ketidakpastian di masa mendatang. Jika ada perubahan dalam manajemen atau strategi, hal ini bisa mengganggu keberlanjutan kerja sama. Selain itu, meskipun PT. Shakran telah mendukung UMKM dengan pelatihan digital marketing dan promosi, masih banyak pelaku usaha yang terkendala infrastruktur, sehingga mereka sulit memanfaatkan teknologi secara optimal.

PT. Shakran sebaiknya mulai menyusun perjanjian kemitraan formal yang jelas, mencakup hak dan kewajiban kedua belah pihak. Ini akan membantu meminimalkan konflik di masa depan dan memastikan kerja sama yang lebih stabil.

Untuk mempertahankan daya saing, PT. Shakran perlu terus berinovasi, baik dalam pengembangan produk wisata maupun strategi pemasaran.

Misalnya, memanfaatkan teknologi baru dan pendekatan promosi yang lebih kreatif agar produk wisata semakin menarik. Selain itu, memberikan pelatihan berkelanjutan kepada UMKM lokal juga penting agar mereka bisa lebih adaptif terhadap perubahan tren dan kebutuhan wisatawan. Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, PT. Shakran dapat memperkuat kerja sama dengan pelaku wisata lokal, memastikan dampak positif jangka panjang, dan meningkatkan keberlanjutan industri pariwisata.

2. Kepada Pelaku Wisata Sosial Di Kabupaten Sleman

Banyak pelaku wisata sosial di Sleman masih kesulitan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal, baik karena keterbatasan keterampilan maupun akses ke alat digital. Hal ini membuat mereka kurang efektif dalam memasarkan produk atau layanan. Selain itu, beberapa pelaku usaha masih mengandalkan model wisata tradisional yang kurang inovatif, sehingga sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Variasi kualitas produk dan layanan juga menjadi tantangan, karena tanpa standar yang konsisten, reputasi pelaku usaha bisa terpengaruh.

Pelaku wisata sosial perlu aktif mencari pelatihan untuk meningkatkan keterampilan digital mereka. Dengan memanfaatkan platform seperti media sosial, website, atau e-commerce, mereka dapat lebih efektif mempromosikan dan menjual produk. Selain itu, penting bagi mereka untuk menawarkan konsep wisata yang lebih inovatif, seperti wisata edukasi atau pengalaman interaktif, agar bisa menarik lebih banyak wisatawan.

Pelaku usaha juga disarankan untuk menerapkan standar kualitas yang konsisten, baik untuk produk maupun layanan. Ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat reputasi mereka. Menggunakan sistem umpan balik dari pengunjung bisa menjadi langkah awal untuk memastikan kualitas tetap terjaga.

Terakhir, pengelolaan sumber daya perlu lebih efisien, seperti mengatur persediaan dengan baik dan memberikan pelatihan bagi tenaga kerja. Pelaku usaha juga bisa membangun jaringan kerja sama dengan pelaku bisnis lain, pemerintah, atau organisasi non-pemerintah untuk mendapatkan peluang dan sumber daya tambahan. Dengan menerapkan saran-saran ini, pelaku wisata sosial di Sleman dapat meningkatkan daya saing usaha mereka dan mendukung perkembangan pariwisata yang lebih inovatif dan berkelanjutan.



DAFTAR PUSTAKA

- Rojaul Huda, “Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Sektor Pariwisata Di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga,” *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* 11, no. 2 (2020): 157–70, <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v11i2.1470.>,
- Zahra, S. A., Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O., & Hayton, J. C. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(2), 117–131
- Firdaus, Nur. 2018. “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>.
- Mercho L. (2014). Social entrepreneurship: A Smarter way to save the world. news.unca.edu. <http://news.unca.edu/features/socialentrepreneurship-smarter-way-saveworld>. Accessed January 3, 2018
- Kuswidanti, “Gambaran Kemitraan Lintas Sektor Dan Organisasi Di Bidang Komunikasi Komite Nasional Flu Burung Dan Pandemi Influenza (Komnas FBPI),” *Administrasi Kebijakan Kesehatan*, 2008, https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/122823-S-5461-Gambaran_kemitraan-Tinjauan_literatur.pdf.
- Budhi Wibawa, dkk, *Pemikiran, Konseptual, dan Praktik: Social EnterPreneurship, Social Enterprise, Corporate Social Responsibility* (Bandung: Widya Padjajaran, 2011) h. 30
- Astawa, “Studi Kasus Kewirausahaan Sosial Di Bali Dalam Pendekatan Konsepsual,” *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 12, no. 1 (2016): 12–21, <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
dhimas suryo Prayogo, “Pengaruh Kewirausahaan Sosial Terhadap Pengembangan Individu Pada Unit Pasar Besar Pasar Minggu,” *Resma* 3, no. 2 (2016): 13–22.
- Muhammad Najih I, Dr. Silverius Djuni Prihatin, M.si. “ Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kewirausahaan Sosial. Studi Proses Pemberdayaan Masyarakat oleh Bambooland Social Enterprise dalam Pembangunan Ekonomi Lokal di Dusun Ngepring, Desa Purwobinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman”

Marisa Susanty Seran, “Kewirausahaan Sosial: Suatu Strategi Pengembangan Potensi Desa Melalui Program Dana Desa,” *Jurnal Poros Politik* 1, no. 2 (2020): 21–25, <https://doi.org/10.32938/jppol.v1i2.452>.

N I M 15230048 Danang Nurhidayatullah, “Pengembangan Kesejahteraan Melalui Kewirausahaan Sosial : Studi Kasus Pertanian Berkelanjutan Di Minggir Sleman DIY,” 2019, 122, <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/35232/>.

Astawa, “Studi Kasus Kewirausahaan Sosial Di Bali Dalam Pendekatan Konsepsual.”

Danang Nurhidayatullah, “Pengembangan Kesejahteraan Melalui Kewirausahaan Sosial : Studi Kasus Pertanian Berkelanjutan Di Minggir Sleman DIY.”

Imelda Merry Melyanti, “Pola Kemitraan Pemerintah, Civil Society, Dan Swasta Dalam Program Bank Sampah Di Pasar Baru Kota Probolinggo,” *Kebijakan Dan Manajemen Publik* 2, no. 1 (2014): 1–9, www.paskomnas.com.

Noor, M., Suaedi, F., & Mardiyanta, A. (2022). *Collaborative governance: Suatu tinjauan teoritis dan praktik.* BILDUNG. ISBN 978-623-8091-05-8. Retrieved from <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/126355>

Risambessy, A., Sormin, R. B. D., & Ferdinandus, S. J. (2017). Strategi kemitraan dalam meningkatkan daya saing usaha pengolahan dan pemasaran rumput laut di wilayah Kota Ambon dan Kabupaten Maluku Tenggara Barat. *Faculty of Economics and Business, Universitas Jenderal Soedirman.* Retrieved from <http://jp.feb.unsoed.ac.id:article/925>

Habib, M. (2021). KAJIAN TEORITIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN EKONOMI KREATIF. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 1(2), 82-110. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v1i2.4778>

Septiani, A., & Kewuel, H. K. (2021). *Modal sosial dalam pengembangan kampung wisata Kungkuk, Desa Punten, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Kusa Lawa*, 1(2), 55. <https://doi.org/10.21776/ub.kusalawa.2021.001.02.05>

Prameswari, N. K., & Yani, Y. (2023). Gastrodiplomasi GASTRODIPLOMACY PROJECTION: REKOMENDASI KEBIJAKAN UNTUK KESUKSESAN GASTRODIPLOMASI INDONESIA. *SPICES: Social Political Sciences Journal*, 1(1), 01-11. Retrieved from <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/spices/article/view/9282>

- Marwan, M., & Isnaeni, N. (2022). Bringing Environmental State Back In: Menakar Sentralitas Peran Pemerintah dalam Kemitraan Multipihak untuk Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Pasca Covid-19 (Studi Kasus Wakatobi). *Intermestic: Journal Of International Studies*, 7(1), 123-153. doi:10.24198/intermestic.v7n1.7
- Firman Sinaga, Francisca Titing Koerniawaty, & Firlie Lanovia Amir. (2023). PENGABDIAN KEMITRAAN MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITIES, AND ANCILLARY (4A) WISATA DI DESA PEMOGAN BALI UNTUK MEWUJUDKAN DESA WISATA BERKELANJUTAN. *JURNAL PENGABDIAN MANDIRI*, 2(11), 2313–2320. Retrieved from <https://www.bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/6923>
- Sukarmi, Ganindha, R., & Umar, A. (2021). Pelaksanaan Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Perjanjian Kemitraan untuk Meningkatkan Daya Saing dalam Era Ekonomi Global (Studi di Sentra Industri Keripik Tempe dan Keramik Dinoyo): Implementation of Legal Protection for Micro, Small and Medium Enterprises Based on Partnership Agreements to Increase Competitiveness in the Global Economic Era (Study at the Dinoyo Tempe Chips and Ceramics Industrial Center). *Warkat*, 1(1), 48–61. <https://doi.org/10.21776/warkat.v1n1.4>
- Saputra, G. R., Zaenuri, M., Priyo Purnomo, . E. ., & Dian Fridayani , . H. . (2019). Kemitraan Pengelolaan Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tasikmalaya Tahun 2017 (Studi Kasus Objek Wisata Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya). *KEMUDI : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 3(2), 298–341. Retrieved from <https://ojs.umrah.ac.id/index.php/kemudi/article/view/896>
- Anggiani, P., & Hikmawan, M. D. (2022). Dinamika Kemitraan Antara Perum Perhutani Dengan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Dalam Pelestarian Hutan Mangrove Di Pulo Cangkir Kabupaten Tangerang. *Journal of Social Politics and Governance (JSPG)*, 4(2), 112-127. <https://doi.org/10.24076/jspg.v4i2.936>
- Yasin, F., Putra, F., & Danar, O. R. (2021). Manajemen barang milik daerah berbasis kemitraan dalam meningkatkan sumber pendapatan daerah. *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(2), 147-155. <https://doi.org/10.26905>

- Prasojo, R. A., & Fauziah, L. (2015). Peran pemerintah-masyarakat dalam pembangunan Desa Sedatigede Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo [The role of government-community in the development of Sedatigede Village, Sedati District, Sidoarjo Regency]. *JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik)*, 3(1), 52. <https://doi.org/10.21070/jkmp.v3i1.180>
- Sawal Sartono, & Sri Sutismi. (2020). Kewirausahaan; Kewirausahaan Komersial dan Sosial: Studi Literatur. *BENEFIT*, 7(2), 94-102. Retrieved from <https://journal.unita.ac.id/index.php/benefit/article/view/275>
- Judijanto, L., Rijal, S., Ahmad, M. I. S., & Harsono, I. (2024). Analisis Bibliometrik tentang Kewirausahaan Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(03), 314–322. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i03.1050>
- Ekasari, A., Hermawan, A., Nurhayati, N., Bangun, C. S., & Ani Nuraini. (2023). MENUMBUHKAN SEMANGAT KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: PENYULUHAN TENTANG BANK SAMPAH di PANTI SOSIAL BINA REMAJA TARUNA JAYA 1, PULO GEBANG, JAKARTA. *JURNAL PENGABDIAN MANDIRI*, 2(7), 1631–1640. Retrieved from <https://www.bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/6222>
- Lasaksi, P., Andriani, E., & Rosita, R. (2023). Dampak Model Bisnis dan Pendekatan Inovasi Sosial terhadap Keberlanjutan Kewirausahaan Sosial di Indonesia. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(01), 18–25. <https://doi.org/10.58812/sek.v2i01.272>
- Dwijayanti, R. (2017). PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, LOCUS OF CONTROL, DAN KEBUTUHAN BERPRESTASI TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA. *JURNAL EKONOMI PENDIDIKAN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 3(2), 170–180. <https://doi.org/10.26740/jepk.v3n2.p170-180>
- Umi K. Yaumidin, “*Kewirausahaan Sosial Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Tantangan Singergi Multi-sektor Dan Multi-dimensi*”, Jurnal Ekonomi Pembangunan LIPI 21, no. 1 (2013): 7-27
- Yusuf Wibisono, “Membedah Konsep dan Aplikasi CSR”, (Fascho Publishing: Gresik, 2007) hlm. 104. Dewi Meisari Haryanti, dkk., “Berani jadi Wirausaha Sosial? : Membangun Solusi Atas Permasalahan Sosial Secara Mandiri dan Berkelanjutan”, (PT. Bank DBS Indonesia, 2016), hlm. 355

Soetomo, "Pembangunan Masyarakat", (Yogyakart: Pustaka Pelajar, 2012) hlm. 84

Dewi Meisari Haryanti, dkk., "Berani jadi Wirausaha Sosial? : Membangun Solusi Atas Permasalahan Sosial Secara Mandiri dan Berkelanjutan", (PT. Bank DBS Indonesia, 2016), hlm. 356

L. Judijanto, S. Rijal, M. I. S. Ahmad, dan I. Harsono, "*Analisis Bibliometrik tentang Kewirausahaan Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembangunan Ekonomi*", Jurnal Multidisiplin West Science 3, no. 03 (2024): 314–322, <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i03.1050>.

Jim Ife, Frank Tesorioro, "Community Development", hlm. 32

Rhenald Kasali, "Change!" (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 114

Dewi Meisari Haryanti, dkk., "Berani jadi Wirausaha Sosial? : Membangun Solusi Atas Permasalahan Sosial Secara Mandiri dan Berkelanjutan", (PT. Bank DBS Indonesia, 2016), hlm. 361-364

I. Moridu et al., "*Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Sosial dan Kewirausahaan Sosial dalam Menangani Masalah Sosial*", Eastasouth Journal of Effective Community Services 2, no. 01 (2023): 42–53, <https://doi.org/10.58812/ejecs.v2i01.143>.

R. Vikaliana dan A. Andayani, "*Social Entrepreneurship: Kewirausahaan Perempuan di Bogor melalui Pengolahan Kain Perca Limbah Konveksi menjadi Aksesoris*", PM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat) 3, no. 2 (2018): 323–329, <https://doi.org/10.21067/jpm.v3i2.2864>.

M. H. Hasibuan dan Z. M. Nawawi, "*Kewirausahaan Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*", Economic Reviews Journal 2, no. 1 (2022): 68–80, <https://doi.org/10.56709/mrj.v2i1.42>.

Dewi Meisari Haryanti, dkk., "Berani jadi Wirausaha Sosial? : Membangun Solusi Atas Permasalahan Sosial Secara Mandiri dan Berkelanjutan", (PT. Bank DBS Indonesia, 2016), hlm. 375-385

Budi Hasanah, Ahmad Sururi, Daffa Putri Prananda, dan Adam Maulana Noval, "*Kewirausahaan Sosial: Partisipasi Masyarakat dan Evaluasi Dampak Sosial-Ekonomi*", Jurnal Administrasi Negara 28, no. 3 (2022): 291–317, <https://doi.org/10.33509/jan.v28i3.1721>.

- I. S. Tarigan, A. S. Sitompul, H. B. Hombing, dan W. F. Sihombing, “*Social Entrepreneurship: Upaya Peningkatan Skill Mahasiswa Teologi dalam Pelayanan Holistik*”, EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran 5, no. 1 (2024): 419–432, <https://doi.org/10.62775/edukasia.v5i1.781>.
- D. Rustya dan Siswoyo, “*Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan dalam Pendidikan: Pendekatan Berdasarkan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*”, Journal Islamic Banking 3, no. 2 (2023): 61–75, <https://doi.org/10.51675/jib.v3i2.630>.
- S. Supriandi dan Y. Priyana, “*Faktor-faktor yang Mendorong Kesuksesan Kewirausahaan Sosial dalam Menyelesaikan Masalah Lingkungan*”, Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science 1, no. 04 (2023): 280–291, <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.714>.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alphabet.
- Julie White, “Book Review: The SAGE Handbook of Qualitative Research,” in *Evaluation Journal of Australasia*, 4th ed., vol. 11 (California: SAGE Publications, 2011), 52–53, <https://doi.org/10.1177/1035719x1101100208>.
- Cr Kothari, *Research Methodology: Methods and Techniques, New Age International*, Second Rev (New Delhi: New Age International, 2004), <https://doi.org/http://196.29.172.66:8080/jspui/bitstream/123456789/2574/1/Research%20Methodology.pdf>.
- Michael Angrosino, *Doing Ethnographic and Observational Research, Doing Ethnographic and Observational Research* (New York: SAGE Publications Ltd, 2011), 53–57, <https://doi.org/10.4135/9781849208932>.
- Variabel yang mempengaruhi kesejangan dalam data informasi penelitian.
- Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif” (2018).
- Lexi J Moleong. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.