

## ANALISIS PERTUMBUHAN DIGITAL ENTREPRENEURSHIP STARTUP SOCIAL ENTERPRISE DI INDONESIA

### ANALYSIS OF THE GROWTH OF DIGITAL ENTREPRENEURSHIP STARTUP SOCIAL ENTERPRISE IN INDONESIA

Eka Aprilia Lestari<sup>1</sup>, Titan Aprista Jesie<sup>2</sup>, Amelia Sari<sup>3</sup>, Bulan Syefa Maharani<sup>4</sup>, Ahmad Zaki<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta  
e-mail: [1ekaaprilial39411@gmail.com](mailto:1ekaaprilial39411@gmail.com), [2titanaprista@gmail.com](mailto:2titanaprista@gmail.com), [3ameliasai1756@gmail.com](mailto:3ameliasai1756@gmail.com)  
[4bulansyf11@gmail.com](mailto:4bulansyf11@gmail.com), [5ahmad.zaki@upnyk.ac.id](mailto:5ahmad.zaki@upnyk.ac.id)

Diterima	Direvisi	Disetujui
05-10-2024	21-12-2024	31-01-2025

**Abstrak** - *Digital entrepreneurship* mengalami perkembangan dalam berbagai bidang salah satunya di bidang *social enterprise*. Perkembangan ini dapat dilihat dari tumbuhnya *startup social enterprise* yang ada di Indonesia mulai dari bidang industri kreatif, agrikultur dan perikanan, serta edukasi atau pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan *social enterprise* di Indonesia dalam lima tahun terakhir yang mengalami peningkatan. Melalui metode literature review, penelitian ini menggali informasi dari berbagai sumber seperti jurnal, internet, dan buku yang relevan dengan topik untuk memahami dampak teknologi digital terhadap inovasi dalam menanggulangi masalah sosial dan lingkungan. Penelitian ini dilakukan dengan menghimpun data terkait dengan topik yang diangkat dalam suatu penelitian. Hasil penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan *social enterprise* seperti pertumbuhan teknologi digital dan kemudahan akses internet, berkembangnya pendanaan digital dan *crowdfunding*, kesadaran masyarakat akan keberlanjutan lingkungan, dukungan pemerintah dan sektor swasta serta budaya kepedulian sosial dan gotong royong.

Kata kunci : Digital Entrepreneurship, Startup, Perusahaan Sosial

**Abstract** - *Digital entrepreneurship* has developed in various fields, one of which is *social enterprise*. This development can be seen from the growth of *social enterprise startups* in Indonesia ranging from creative industry, agriculture and fisheries, as well as education or education. This study aims to analyze the factors that influence the growth of *social enterprise* in Indonesia in the last five years, which has increased. Through the literature review method, this research explores information from various sources such as journals, the internet, and books relevant to the topic to understand the impact of digital technology on innovation in tackling social and environmental problems. This research was conducted by collecting data related to the topic raised in a study. The results of this study found that the factors that influence the development of *social enterprises*, such as the growth of digital technology and easy internet access, the development of digital funding and *crowdfunding*, public awareness of environmental sustainability, government and private sector support, and a culture of social care and cooperation.

Keywords: Digital Entrepreneurship, Startup, Social Enterprise

## PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan, termasuk perekonomian digital yang semakin berkembang pesat. Peran kewirausahaan dalam suatu negara sangat penting, terutama bagi negara-negara berkembang atau negara miskin yang mengalami banyak masalah ekonomi seperti pengangguran dan kurangnya lapangan pekerjaan



(Perwita, 2021). Ekonomi digital menjadi salah satu pendorong utama untuk mengatasi tantangan ekonomi ini. Inovasi dan perkembangan teknologi digital memberikan peluang baru bagi wirausahawan untuk menciptakan solusi kreatif dan efektif yang berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesempatan kerja.

Perkembangan di masa digital ini sangat membantu mengatasi permasalahan ekonomi, penggunaan teknologi digital memberikan banyak manfaat dan kemudahan bagi para wirausaha untuk mengembangkan bisnisnya. Teknologi memiliki peran penting dalam menjaga daya saing dan kelangsungan bisnis, serta memungkinkan entrepreneur untuk selalu beinovasi, meningkatkan efisiensi dan produktifitas sehingga dapat bertahan di pasar (Zulkifli et al., 2023). Kehadiran teknologi digital dan internet telah mengubah paradigma masyarakat terhadap digitalisasi media untuk mendukung usaha yang dikembangkan anak bangsa (Adri et al, 2019). Perkembangan teknologi telah mengubah tidak hanya cara kita mendapatkan informasi, tetapi juga perspektif kita terhadap dunia dan kemajuan teknologi ini memberikan peluang bagi para entrepreneur untuk mengembangkan berbagai bisnis berbasis teknologi melalui akses tak terbatas terhadap informasi (Kurniati et al., 2021). *Entrepreneur* sendiri merupakan mereka yang menciptakan sebuah peluang atau bisnis baru yang biasa disebut sebagai wirausahawan (Zimmerer, 2012). Sedangkan *entrepreneurship* adalah mereka yang memiliki kesempatan serta kemampuan untuk membuat peluang serta dapat menggunakan peluang tersebut sebagai salah satu langkah perubahan (Marlo, 2013). Maka pada zaman ini muncul banyak entrepreneur yang menggeluti bidang kewirausahaan digital atau biasa disebut *digital entrepreneurship*.

*Digital entrepreneurship* adalah kesempatan bagi seseorang yang memiliki usaha atau ingin membuka usaha dengan menggunakan bantuan teknologi internet melalui bentuk menarik sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh semua orang (Zisuh, 2018). Digital sendiri didefinisikan sebagai teknologi apa pun yang dapat menghubungkan orang satu dengan yang lain atau dengan informasi (Purnomo et al., 2021). Dengan menggunakan teknologi internet semua orang akan merasakan kemudahan dalam berbisnis baik pengusaha maupun konsumen. Menurut (Hardiyanto, 2018). Fenomena *digital entrepreneurship* ini memiliki peluang yang luas pada masa datang di mana beberapa perusahaan sukses berkat pemanfaatan teknologi. Dengan besarnya peluang yang akan didapat apabila memanfaatkan teknologi yang ada, maka sekarang ini banyak wirausahawan yang memilih menggunakan media digital untuk bisnisnya. Penggunaan media digital untuk bisnis ini tidak terlepas dari proses perubahan atau digitalisasi yang terjadi. Digitalisasi saat ini dapat dikatakan sebagai kekuatan paling penting dalam kewirausahaan dan inovasi (Perwita, 2021). Penggunaan terkait teknologi digital semakin meningkat menjadi salah satu peluang yang tepat bagi pemilik usaha untuk melakukan *digital entrepreneurship*.

Berkembangnya teknologi terutama pada digitalisasi ini juga memiliki dampak positif yaitu munculnya banyak perusahaan *startup*. *Startup* sendiri merupakan perusahaan yang melakukan inovasi usaha dengan keunggulan yaitu menggunakan teknologi digital (Karina et al., 2021). Dapat juga dikatakan bahwa perusahaan *startup* adalah perusahaan yang sedang pada tahap merintis atau sedang dikembangkan (Maxmanroe, 2020). Selain itu *startup* ini dirancang untuk tumbuh secara cepat. *Startup* fokus pada pertumbuhan yang tidak dibatasi oleh geografi, hal inilah yang membedakannya dengan *small bussinesses* (Ria et al., 2021). Pendiri *startup* ini pada umumnya berasal dari generasi milenial dibawah usia 40 tahun, sehingga bisnis *startup* ini banyak digemari oleh anak muda (Shiba, 2021).

Pertumbuhan internet dari tahun ke tahun mempengaruhi perkembangan *startup* yang ada di Indonesia. Perkembangan *startup* di Indonesia untuk saat ini dapat dikatakan

berkembang cukup cepat, akan tetapi dalam perkembangannya ini juga sebanding dengan jumlah *startup* di Indonesia yang mengalami kegagalan (Hignasari, 2021). Kegagalan dari perusahaan *startup* kebanyakan ditemukan penyebabnya berasal dari internal perusahaan, seperti produk yang tidak dibutuhkan pasar (42%), terlalu banyak melakukan bakar uang (29%), tim yang tidak solid (23%), kalah kompetisi (19%), serta adanya *cost issues* (18%) (Efendi, 2018). Tingginya potensi pasar dan peluang bisnis yang muncul dari meningkatnya penggunaan Internet menjadikan Indonesia sebagai lokasi yang memiliki potensi besar untuk pengembangan startup. Berdasarkan Daily Social, setidaknya saat ini terdapat lebih dari 1500 startup lokal yang terdapat di Indonesia. Hal ini karena tingginya potensi akibar penggunaan internet di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya (Tiffany et al., 2020). Jumlah tersebut mencerminkan semakin kompetitifnya ekosistem startup, sehingga para pelaku industri harus mampu mengelola risiko dan memitigasi faktor risiko internal agar dapat bertahan dan berkembang.

Dengan adanya digitalisasi seperti sekarang ini internet menjadi kebutuhan masyarakat yang dapat menciptakan lingkungan baru. Sehingga dengan menggunakan teknologi digital seperti internet bisnis akan dapat berkembang dengan baik selaras dengan perkembangan teknologi di masyarakat. Digitalisasi memiliki peranan penting dalam berkembangnya *startup social enterprise*. Sebagai penyeimbang majunya teknologi digital, jepang mengeluarkan gagasan yang disebut dengan *society 5.0.*, pada konsep ini terjadi penggabungan transformasi digital dengan pemikiran manusia untuk memecahkan masalah dan penciptaan nilai dengan harapan adanya pembangunan yang berkelanjutan (Priandono, 2021). Para wirausaha tidak hanya berbekal keahlian yang unggul dalam teknologi digital namun juga adanya kepeluan terhadap kemajuan masyarakat mereka (Karacay et al., 2020). *Social enterprise* merupakan hal yang merujuk pada suatu jenis perusahaan yang tidak hanya mempertimbangkan aspek keuntungan berdasarkan sisi keuangannya saja, tetapi juga termasuk pada aspek sosial (Mawardi & Pratama, 2023a) Para wirausaha tidak hanya berbekal keahlian yang unggul dalam teknologi digital namun juga adanya keperluan terhadap kemajuan masyarakat mereka. *Social Enterprise* ini merupakan bentuk gabungan dari konsep *entrepreneurship* yang mengedepankan kegiatan ekonomi yang memiliki tujuan untuk mencapai profit dan berorientasi pada tujuan sosial (Firdaus, 2014). Adanya perusahaan dengan latar belakang *social enterprise* ini memiliki tujuan yaitu untuk mendapatkan profit secara maksimal melalui strategi komersial yang nantinya akan memberikan dampak baik kepada pihak-pihak terkait dan lingkungan disekitarnya (Qona'ah, 2021). Dengan demikian berdirinya *social enterprise* ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan kemiskinan yang ada (Al-Kahfi, n.d.). Hal ini selaras dengan misi dari *social enterprise* ini sendiri yaitu turut mengatasi masalah sosial dan lingkungan.

Dalam beberapa tahun kebelakang, *social enterprise* mengalami pertumbuhan dan pengakuan sebagai model bisnis untuk mengatasi masalah sosial dan beberapa negara telah menaruh perhatian karena melihat adanya peluang dan dampak positif dari *social enterprise* ini (Lontoh & Oktariani, 2021). *Sosial enterprise* di Indonesia dikategorikan menjadi empat model, yaitu *entrepreneurial NPO* atau *non-profit organization*, *social cooperative* (SC) model, *community development enterprise* (CSE) model, dan *social bussines* (SB) model dan sebagian besar *social enterprise* di Indonesia, secara umum menggunakan *non-profit* model dan terdaftar di badan hukum yayasan, perkumpulan atau koperasi dan menggunakan kegiatan wirausaha mereka sebagai sumber pendanaan program sosial mereka (Pratono et al., 2016).

Sejak tahun 2012, jumlah *social enterprise* di Indonesia terus meningkat, namun belakangan peningkatannya cukup tajam dengan pelaku *social enterprise* di Indonesia ini didominasi oleh usia 18 hingga 37 tahun. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (British Council, 2018) terdapat lebih dari 70% responden mengatakan mereka telah memulai bisnis dalam dua tahun terakhir, fenomena ini menyoroti pesatnya peningkatan kewirausahaan sosial di Indonesia, sebuah tren yang dapat dikaitkan dengan berbagai faktor, termasuk meningkatnya kesadaran generasi muda terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Kehadiran teknologi digital dan internet membuka peluang baru bagi berkembangnya startup sosial di Indonesia. Pertumbuhan *social enterprise* di Indonesia yang dikatakan signifikan ini juga merambah pada sektor baru seperti industri kreatif, pertanian, dan pendidikan (British Council, 2018). Hal ini menunjukkan adanya diversifikasi pendekatan bisnis sosial, dimana para wirausaha mencari solusi inovatif terhadap berbagai tantangan sosial yang dihadapi masyarakat.

Berdasarkan penelitian yang telah ada, dapat dilihat bahwa saat ini *digital entrepreneur* sudah sangat berkembang di Indonesia, ditambah lagi akan tingginya perkembangan *startup* di Indonesia. Maka, peneliti tertarik untuk melakukan analisis terkait pertumbuhan *digital entrepreneurship startup* di bidang *social enterprise* yang terdapat di Indonesia. Analisis pertumbuhan *digital entrepreneurship* dalam *startup social enterprise* di Indonesia akan melibatkan pemahaman mengenai bagaimana teknologi digital dan internet memberikan dorongan signifikan terhadap inovasi dalam menyelesaikan masalah sosial dan lingkungan

## **METODE PENELITIAN**

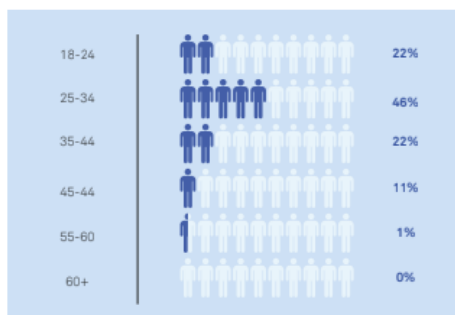
Fokus penelitian ini terdapat pada pertumbuhan digital entrepreneurship startup dibidang *social enterprise* yang ada di Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan yaitu dengan metode *literature review*. Maka dalam penelitiannya akan dilakukan tinjauan serta mencari referensi teoritis terkait pada permasalahan yang ditemukan pada topik yang sedang diangkat pada penelitian ini. Data dan informasi yang dikumpulkan melalui *literature review* ini merupakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari observasi tidak langsung tetapi menggunakan data hasil penelitian terdahulu (Hastuti et al., 2023) Dalam penelitian ini akan melakukan pengumpulan informasi serta data-data dari berbagai sumber seperti jurnal, internet, dan buku. Data yang diperoleh peneliti akan dianalisis menggunakan metode deskriptif yaitu menganalisis fakta serta data yang diperoleh yang selanjutnya melalui metode tersebut akan menghasilkan penjelasan terkait analisis permasalahan yang ditemukan dari penelitian ini. Informasi sekunder didapatkan dari beberapa referensi situs web resmi serta portal berita online (Zaki et al., 2023).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

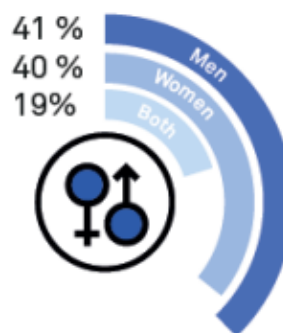
### **Digital Entrepreneurship Startup Social Enterprise Di Indonesia**

Indonesia memiliki potensi yang tinggi untuk bisa mengembangkan wirausahawan baru karena tingginya penduduk berusia produktif yaitu sebanyak 60% dengan 30% para generasi muda yang sangat potensial untuk berwirausaha (Perwita, 2021). Sedangkan, tumbuhnya minat untuk berwirausaha dan mendirikan *startup* ini didukung oleh beberapa faktor diantaranya mencakup pada faktor yang tumbuh pada individu seseorang dan juga faktor yang didapat dari lingkungan (Indarto & Yekti, 2021) Tidak hanya itu, (Alves et al., 2019) Selain faktor tadi, ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi seperti kesiapan usia, latar belakang edukasi atau pendidikan, budaya serta pengalaman keluarga hingga teman sampai peran dari sosial dan budaya yang dipahami.

Berdasarkan data yang diperoleh oleh (British Council, 2018) social enterprise di Indonesia didominasi oleh anak muda dengan kisaran umur tertinggi yaitu pada 25-34 tahun. Selain itu, jika dilihat penelitian berdasarkan gender antara perempuan dan laki-laki yang lebih banyak memimpin pada social enterprise memiliki hasil yang kurang lebih hampir sama, namun laki-laki menjadi yang paling banyak.



Gambar 1. Umur Pelaku *Social Enterprise*



Gambar 2. Gender Pelaku *Social Enterprise*

Berbeda dengan hasil penelitian jumlah tenaga kerja sektor *social enterprise* yang lebih didominasi pada wanita dengan menduduki 69% pada hasil penelitian oleh (British Council, 2018).



Gambar 3. Perbandingan Gender

Maka berdasarkan penelitian tersebut menghasilkan pertumbuhan *social enterprise* di Indonesia meningkat secara signifikan dalam 5 tahun terakhir, khususnya di bidang agrikultur, pendidikan, kesehatan, dan industri kreatif. (Oscar, 2019). Seperti pada hasil penelitian (British Council, 2018) bahwa tiga top sektor pada *social enterprise* dengan persentasi 22% industri kreatif, 16% Agrikultur dan perikanan, serta 15% edukasi atau pendidikan. Di Indonesia sendiri mendefinisikan *social enterprise* sebagai salah satu cara untuk menyelesaikan permasalahan sosial yang terjadi dan juga menyebarkan dampak positif pula (British Council, 2018).

*Social enterprise* mempunyai dampak positif terhadap pembangunan ekonomi dengan melakukan pemberdayaan masyarakat pada kelompok minoritas, seperti perempuan dan penyandang disabilitas. Pelaku perusahaan sosial (*sociopreneurship*) diharapkan dapat dijadikan sebagai solusi untuk mengatasi kemiskinan dan kesenjangan distribusi kekayaan di Indonesia (Oscar, 2019). Dengan memberdayakan kelompok-kelompok yang sering terpinggirkan, wirausaha sosial dapat memberikan kekuatan positif yang menciptakan kesetaraan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Seiring dengan terus berkembangnya kewirausahaan sosial, dampak positif ini diharapkan akan terus tumbuh dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perbaikan situasi sosial ekonomi Indonesia. Dalam penelitian ini diambil 7 (tujuh) perusahaan *social enterprise* sebagai objek penelitian untuk menganalisis pertumbuhan *digital entrepreneurship startup* di bidang *social*

*enterprise* di Indonesia.

### **1. Du Anyam ([www.duanyam.com](http://www.duanyam.com))**

Du Anyam merupakan salah satu perusahaan startup social enterprise yang didirikan oleh Melia Winata, Azalea Ayuningtyas, dan Hanna Keraf pada tahun 2014. Du Anyam ini hadir untuk meningkatkan kualitas hidup perempuan melalui kerajinan anyaman khususnya di Larantuka. Berkembangnya teknologi untuk saat ini juga turut membantu perkembangan startup Du Anyam ini karena mereka dapat memasarkan produknya melalui *e-commerce* dan laman resmi mereka. Sebagai sebuah startup social enterprise Du Anyam ini memiliki lingkungan kerja yang bersahabat. Walaupun lingkungan kerja mereka bersahabat namun ternyata Du Anyam ini mampu menjalin kerjasama dan mengeksport produk mereka hingga ke luar negeri dan bahkan produknya pernah dijadikan sebagai *merchandise* Asia Games 2018. Dengan semakin dikenalnya Du Anyam ini lebih luas maka kehidupan perempuan di daerah Larantuka sendiri juga semakin membaik bahkan dapat mengurangi fenomena *stunting* yang terjadi pada saat itu.

### **2. Crowde ([www.crowde.co](http://www.crowde.co))**

Crowde merupakan perusahaan startup argitech yang bergerak dibidang khusus permodalan dengan sistem P2P. Crowde ini mampu menghubungkan para petani atau pelaku bisnis pertanian dengan investor modal. Dengan menghubungkan para petani dengan investor ini diharapkan petani kecil dan menengah dapat mengembangkan ide pertanian mereka tanpa terhalang oleh modal. Hal itu selaras dengan tujuan dari crowde ini sendiri yaitu untuk membantu para petani di Indonesia dalam memberikan akses permodalan dan teknologi. Sebagai salah satu startup permodalan crowde ini telah mengantongi izin resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan surat keputusan No: KEP102/D.05/2021

### **3. Gandeng Tangan ([gandengtangan.co.id/](http://gandengtangan.co.id/))**

Gandeng Tangan merupakan perusahaan startup yang telah dirintis sejak 2017. Perusahaan ini bergerak dibidang teknologi finansial yang hadir memfasilitasi kebutuhan finansial UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi yang telah berkembang saat ini, Gandeng Tangan memiliki peran untuk menjembatani antara pihak pemberi modal maupun pengusaha UMKM yang membutuhkan modal. Tujuan dari adanya GandengTangan ini yaitu untuk mewujudkan mimpi para pengusaha UMKM mencapai kebebasan finansial melalui adanya permodalan yang diberikan sekaligus dapat memberikan dampak sosial bagi masyarakat Indonesia. Saat ini GandengTangan secara resmi telah memiliki izin serta dibawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai perusahaan teknologi finansial berbasis P2P dengan Nomor Surat Tanda Berizin No. KEP-89/D.05/2021.

### **4. EdenFarm ([www.edenfarm.id](http://www.edenfarm.id))**

EdenFarm merupakan salah satu *startup* yang melayani terkait ketersediaan makanan atau food service. Dibentuknya perusahaan ini yaitu ingin mewujudkan rantai pasok pangan yang lebih efisien karena adanya pemanfaat kemajuan teknologi serta digitalisasi. Perusahaan ini mulai dirintis pada tahun 2017 oleh David Gunawan. EdenFarm melakukan banyak kemitraan tidak hanya dengan para petani tetapi juga para pengusaha kuliner dan juga para penjual baik di pasar maupun grosir. Visi perusahaan ini yaitu menjadi *the most trusted food partner* bagi mitranya.

## 5. Evoware ([www.rethink-plastic.com](http://www.rethink-plastic.com))

Evoware merupakan perusahaan dengan tanggung jawab sosial yang berusaha meningkatkan gaya hidup ramah lingkungan dan memberikan nilai inovatif bagi masyarakat dengan menggunakan rumput laut sebagai solusi inovatif yang dihadirkan. Evo & Co. merupakan merek yang menyediakan solusi untuk mengakhiri polusi plastik dengan membuat *campaign* dan menawarkan berbagai alternatif berkelanjutan pada barang plastic sekali pakai, startup ini didirikan pada tahun 2016 di Indonesia yang diawali dengan terobosan bernama *Ella Jello Edible Cup*, yaitu gelas yang terbuat dari rumput laut yang diproduksi oleh Evoware sebagai merek pertama mereka. *#RethinkPlastik* merupakan gerakan kolaboratif perusahaan untuk mencegah kerusakan lingkungan lebih lanjut yang disebabkan plastik sekali pakai, dan sebagai pemberdayaan individu dan dunia usaha agar beralih ke alternatif ramah lingkungan. Selain itu, Evoware memiliki misi meningkatkan penghidupan para petani rumput laut di Indonesia. Evoware berkomitmen terhadap keberlanjutan dan dampak positif terhadap lingkungan. Melalui pendekatan kreatif dan teknologi berkelanjutan, evoware berkomitmen untuk memberikan alternatif yang lebih baik bagi konsumen yang sadar lingkungan. Dengan tim yang berdedikasi dan penuh semangat, Evoware terus mengembangkan produk-produk inovatif yang tidak hanya mengubah perilaku konsumen, namun juga memberikan kontribusi nyata terhadap kelestarian lingkungan. Evoware telah mendapatkan pengakuan dan penghargaan atas pendekatannya yang inovatif dan berkelanjutan, termasuk pengakuan dari berbagai kompetisi dan organisasi yang berfokus pada kewirausahaan sosial dan kelestarian lingkungan.

## 6. WarungPintar ([warungpintar.co.id](http://warungpintar.co.id))

WarungPintar adalah *platform* bisnis digital bagi UKM sebagai bentuk dukungan digitalisasi perkembangan konsumen di Indonesia. WarungPintar didirikan tahun 2017 sebagai bentuk menghadapi tantangan sistem distribusi tradisional di Indonesia, warung merupakan kanal distribusi tradisional yang menjadi pusat kegiatan bagi masyarakat Indonesia, dimana bentuknya masih sangat asimetris dan terfragmentasi sehingga terdapat keterbatasan dalam ekosistem bisnis warung mulai dari produsen, distributor, grosir hingga pengecer. WarungPintar berhasil mendigitalisasi sistem distribusi menciptakan transparansi informasi bagi seluruh stakeholder dengan menghadirkan solusi mulai dari rantai pasok hingga solusi bagi pemilik warung yang mengelola bisnis mereka. Fitur utama yang ada pada warungpintar. Pertama yaitu kios cerdas, warung Pintar memasang kios cerdas yang dilengkapi dengan beragam fitur digital. Ini mungkin termasuk sistem POS digital, alat manajemen inventaris, dan akses ke berbagai layanan keuangan. Kedua, digitalisasi, platform ini mendigitalkan operasional warung tradisional, memungkinkan pemilik untuk mengelola inventaris mereka, melacak penjualan, dan menawarkan opsi pembayaran digital kepada pelanggan. Ketiga, inklusi keuangan yaitu dengan melakukan kolaborasi dengan lembaga keuangan untuk menyediakan layanan keuangan kepada pemilik warung, sehingga mendorong inklusi keuangan. Keempat, pemberdayaan wirausaha dengan mengintegrasikan teknologi, WarungPintar bertujuan untuk memberdayakan wirausaha kecil, memberikan mereka alat untuk bersaing secara lebih efektif di lanskap ritel modern. Kelima yaitu ekspansi, WarungPintar telah memperluas jangkauannya ke berbagai lokasi di seluruh Indonesia, berkontribusi terhadap digitalisasi dan modernisasi sektor ritel tradisional di negara ini. Per Januari 2022, dilaporkan terdapat 500 ribu lebih warung di 200 kota yang bergabung di WarungPintar, dengan 15 ribu warung aktif menggunakan pembayaran digital, dan lebih dari 2000 warung aktif menggunakan *micro financing* dari WarungPintar.

## 7. Agradaya ([www.agradaya.id](http://www.agradaya.id))

Agradaya adalah perusahaan startup yang didirikan oleh Andhika Mahardika yang memproduksi berbagai macam bumbu dan rempah-rempah dan berkontribusi terhadap kelestarian alam dengan menerapkan sistem agroforestri dalam proses penanamannya. Agradaya berfokus pada pengembangan tanaman biofarmasi dengan petani kecil di Indonesia yang telah bekerja sama dengan lebih dari 200 petani untuk membudidayakan dan mengolah tanaman biofarmasi seperti jahe, kunyit, dan temulawak. Agradaya memiliki misi untuk berfokus pada pengembangan desa dan berkontribusi dalam menciptakan bisnis dan lingkungan yang berkelanjutan melalui kemitraan dengan petani kecil dan praktik pertanian yang berkelanjutan serta menghasilkan produk herbal dan rempah-rempah yang dapat bermanfaat bagi manusia dan alam.

## 8. Waste4Change ([waste4change.com](http://waste4change.com))

Waste4change tercetus dari diskusi PT Greeneration Indonesia & Ecobali yang didirikan oleh Mohamad Bijaksana Junerosano dengan nama PT Waste4change Alam Indonesia. Beberapa program yang berhasil diluncurkan oleh Waste4change, yaitu program Extended Producer Responsibility (2016), Send Your Waste & Dropbox Waste4change (2018), Recycle 4.0 (2019) yang bertujuan untuk menggandeng mitra daur ulang dan bank sampah lokal di seluruh Indonesia untuk mengelola sampah secara bertanggung jawab. Pada tahun 2022, Waste4change mendapatkan pendanaan series A US\$5 Juta dari AC Ventures dan meresmikan rumah pemulihan material bersama Perumahan Telaga Kahuripan Bogor. Waste4change memiliki visi, yaitu “Menjadi Pemimpin dalam Menyediakan Solusi Pengelolaan Sampah yang Bertanggung Jawab”. Selain itu, Waste4change juga mempunyai strategi untuk perubahan ekosistem pengelolaan sampah yang bertanggung jawab dengan berlandaskan kolaborasi dan teknologi menuju penerapan ekonomi melingkar (*circular economy*) dan Indonesia bebas sampah.

## 9. Kita Bisa (<https://kitabisa.com>)

Kita bisa merupakan perusahaan startup *social crowdfunding* atau penggalangan dana secara online yang didirikan oleh M Alfatih Timur pada tahun 2013 dalam bentuk website dan pada tahun 2017 menjadi sebuah aplikasi. Hingga tahun 2019, startup kitabisa ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Kitabisa ini didirikan dengan tujuan dapat menjadi jembatan dalam penggalangan dana secara transparan. Untuk membuktikan transparansi kitabisa kepada publik laporan keuangan kitabisa ini dapat diakses publik secara transparan. Dengan adanya kitabisa donatur dapat dengan mudah melakukan penggalangan dana secara online dan dapat dengan mudah juga membagikan informasi penggalangan dana ini melalui media sosial. Sebagai startup *social enterprise* kitabisa mengenakan biaya donasi operasional sebesar 5%. Namun untuk kategori bencana alam dan zakat biaya operasional tersebut ditiadakan. Startup kitabisa ini dijalankan secara amanah dan telah mendapatkan izin serta legalitas dari berbagai badan seperti kemenkumham, kemensos, kominfo, bazmas, BSI, dan BWI.

Dalam mewujudkan bisnis sosial yang berkelanjutan perlu adanya kerjasama dari berbagai pihak (Dwianto, 2018). Peningkatan jumlah social enterprise di Indonesia tidak lepas dari peran pemerintah, masyarakat, perusahaan atau lembaga pendidikan. Berbagai organisasi telah didirikan untuk memberikan dukungan menyeluruh bagi social enterprise, mulai dari mendukung tahap ide, pengujian model bisnis, hingga memfasilitasi peningkatan skala bisnis dan menyediakan program-program peningkatan keterampilan lainnya, seperti yang diidentifikasi dalam riset (British Council, 2018). Pada penelitiannya (Dwianto, 2018)



menyatakan terdapat kendala bagi bisnis sosial berupa masalah pendanaan dan kurangnya insentif dari pemerintah. Sehubungan dengan hal tersebut, Insteller sebagai yayasan yang menawarkan konsultasi bagi para pelaku *social enterprise*, menyatakan pengakuan dan dukungan pemerintah sangat penting untuk mendorong pengembangan usaha sosial (British Council, 2018). Sehingga, terlihat bahwa untuk mengokohkan eksistensi bisnis sosial, kolaborasi yang solid dan dukungan penuh dari berbagai pihak, terutama pemerintah, adalah langkah strategis yang harus terus diperkuat.

Pertumbuhan *social enterprise* di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan digitalisasi memiliki peran kunci dalam mendukung perkembangan ini. Berikut adalah beberapa faktor yang menyebabkan pertumbuhan *social enterprise* di Indonesia.

#### 1. Pertumbuhan teknologi digital dan kemudahan akses internet.

Kemajuan ekonomi bisnis di Indonesia sejalan dengan adanya pertumbuhan teknologi dan komunikasi di era digital saat ini (Pratiwi et al., 2022). Akses internet di Indonesia sudah mencapai tingkat yang cukup luas, dengan lebih dari 202 juta pengguna Internet per Januari 2021, atau sekitar 73,7% dari total penduduk (kompas.id, 2021). Semakin berkembangnya teknologi, akses informasi yang mudah memberikan manfaat yang menguntungkan dalam peningkatan dan perbaikan bisnis sehingga memberikan pengaruh signifikan dalam meningkatnya pelaku bisnis sosial. Terdapat peluang yang besar bagi generasi muda untuk menciptakan bisnis inovatif melalui perkembangan teknologi, dan dengan kemudahan akses internet mereka dapat merancang aplikasi, *platform online*, atau solusi berbasis teknologi untuk menjawab tuntutan pasar yang terus berkembang (Firmansyah, 2023). Lebih lanjut, dalam penelitian yang dilakukan (Herlina et al., 2021) menyatakan pemikiran inovasi digital menjadi pengaruh terbentuknya *social enterprise*. Pemikiran inovatif di bidang digital memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan bisnis sosial, memperluas ruang lingkup dan dampak positif yang dapat dicapai oleh pelaku bisnis sosial. Maka dapat dikatakan bahwa era digital dan teknologi sangat berperan dalam mengubah wajah perekonomian Indonesia dan menciptakan peluang-peluang baru khususnya di bidang bisnis sosial yang bertujuan untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat

#### 2. Berkembangnya pendanaan digital dan *crowdfunding*

*Crowdfunding* merupakan praktek pengumpulan dana secara daring oleh individu, organisasi, atau perusahaan melalui internet atau media lainnya, dengan tujuan mendanai proyek kemanusiaan, usaha, atau model lainnya, yang dikelola melalui *platform online* untuk menciptakan pendanaan demokratis dengan skala kecil namun melibatkan kontribusi dari jumlah masyarakat yang besar (Kadir, 2021). Alternatif pembiayaan *crowdfunding* muncul seiring perkembangan teknologi digital dan internet, *Platform crowdfunding* berperan penting dalam mendukung wirausaha sosial untuk menyusun kembali inovasi sosial mereka, ketika perusahaan sosial menggunakan *platform crowdfunding*, perusahaan perlu mempertimbangkan peningkatan peran *stakeholder* dalam mengambil keputusan dan *crowdfunding* melibatkan kerjasama antara sekelompok pelanggan yang memiliki pandangan serupa, yang dapat memberikan dorongan pada tujuan asli yang ingin dicapai oleh perusahaan sosial (Pratono et al., 2020). Istilah *crowdfunding* mulai dikenal di Indonesia pada tahun 2012 dengan munculnya beberapa platform seperti Wujudkan.com, AyoPeduli.com, Patungan.net, Kitabisa.com, dan GandengTangan.com meskipun pada awalnya hanya sekitar 6,5%, jumlah platform *crowdfunding* telah berkembang pesat

menjadi 93,5% seiring berjalannya waktu (Nugroho & Rachmaniyah, 2019). Fenomena ini memberikan gambaran mengenai meningkatnya penerimaan dan popularitas *crowdfunding* sebagai cara efektif untuk menggalang dukungan keuangan di tingkat lokal.

### 3. Kesadaran Masyarakat akan Keberlanjutan Lingkungan

Sejalan dengan hasil penelitian (Farina & Opti, 2016) menyatakan bahwa kesadaran masyarakat terhadap keberlanjutan lingkungan atau *sustainability environment* cukup tinggi. Perkembangan kewirausahaan sosial terus berlanjut seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perlunya tindakan konkret untuk mengatasi masalah sosial dan meningkatkan kesejahteraan. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial seperti lingkungan hidup dapat mendukung pembentukan bisnis sosial dengan fokus pada keberlanjutan sosial. Dengan demikian, ini dapat mendukung *social enterprise* dalam menggali sumber pendanaan dan memperjuangkan isu-isu sosial yang menjadi pusat perhatian organisasi.

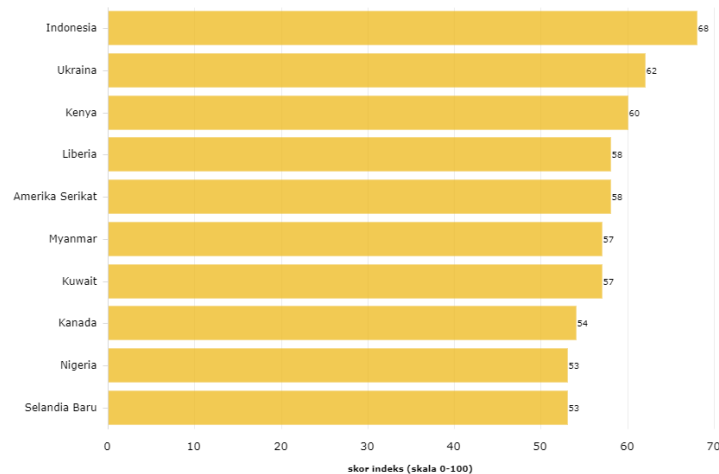
### 4. Dukungan Pemerintah dan Sektor Swasta

Pemerintah merupakan sebuah organisasi yang memiliki kekuasaan untuk membuat kebijakan di suatu wilayah tertentu (A. Kadir, 2018). Maka dari itu kebijakan dari pemerintah ini sangat penting bagi sebuah *startup*. Apabila pemerintah menciptakan kebijakan dan memberikan dukungan penuh kepada *startup* maka *startup* tersebut memiliki peluang untuk berkembang dan *startup* tersebut akan memberikan manfaat bagi negara. Seperti dengan berkembangnya *startup social enterprise* dapat menjadi salah satu usaha untuk menyelesaikan masalah sosial yang ada (British Council, 2018). Salah satu dukungan pemerintah dalam upaya mengembangkan *startup* adalah dengan memberikan pelatihan untuk mengembangkan keahlian para pelaku *startup* sehingga dapat berkompetensi (Rzya, 2016). Dukungan pemerintah lainnya dalam mendukung *startup* di Indonesia adalah dengan cara menugaskan BIT untuk membantu mendampingi calon wirausahawan yang ingin memulai bisnis barunya dengan memanfaatkan teknologi terkini (bppt.go.id)

Selain Pemerintah sektor swasta juga turut memberikan dukungan terhadap *startup social enterprise* yang ada di Indonesia. Karena mereka menyadari bahwa *social enterprise* ini memiliki peranan penting dalam pengembangan sosial dan ekonomi yang ada (Haryanti et al., 2020). Contoh dukungan yang diberikan oleh sektor swasta DBS adalah dengan melakukan mentoring hingga pemberian dana hibah untuk mendukung perkembangan *startup social enterprise* yang ada (Rahayu, 2020).

### 5. Budaya Kepedulian Sosial dan Gotong-Royong

*Social entrepreneurship* dipengaruhi oleh beberapa faktor dan salah satunya adalah karakter kepribadian pro-sosial yang berarti tendensi permanen dalam memikirkan kesejahteraan dan hak orang lain, merasa prihatin dan empati terhadap mereka dan bertindak dengan cara yang menguntungkan mereka salah satunya yaitu kedermawanan (Vania & Anwar, 2022). Berdasarkan survei terhadap 147.186 orang dari 142 negara di tahun 2022, Indonesia menduduki peringkat negara paling dermawan selama enam tahun berturut-turut berdasarkan ukuran penilaiannya yaitu pengalaman membantu orang tak dikenal, berdonasi uang untuk amal, serta kesediaan untuk menyumbangkan waktu menjadi sukarelawan (Muhamad, 2023).



Gambar 4. 10 Negara Paling Dermawan di Dunia

Tingkat kedermawanan yang tinggi mencerminkan kesadaran sosial yang kuat di masyarakat, kesadaran ini dapat mendorong minat dan partisipasi dalam inisiatif *social enterprise*. Menyadari peran aktif yang dapat dimainkan oleh dunia usaha dalam mencapai dampak sosial dapat memotivasi individu dan kelompok untuk berpartisipasi dalam inisiatif yang bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, tingginya tingkat kemurahan hati Indonesia dapat menjadi kontribusi penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan wirausaha sosial di negara ini.

Berdasarkan beberapa bentuk dukungan dari beberapa faktor eksternal tersebut mengakibatkan adanya dampak keberlanjutan serta sosial yang diterima oleh masyarakat (Olah, 2020). Bisnis dengan konsep *social enterprise* bisa menjadi suatu cara dalam tujuan untuk mencari keuntungan sebagai perolehan pendapatan atas modal yang dikeluarkan yang bersamaan dengan tercapainya misi sosial yang ingin dituju (Dees, 1998). Dalam *social enterprise* hal penting yang harus diperhatikan adalah hal terkait keberlanjutan atau sustainability. Berikut beberapa dampak positif yang didapatkan dengan adanya usaha bidang sosial ini (Gunawan, 2016a):

1. Dampak Ekonomi

Dampak ekonomi yang ini tidak jauh dari terciptanya lapangan pekerjaan yang luas. Hal ini akan membantu pemerintah untuk mengurangi tingkat pengangguran serta mendapatkan keuntungan secara atas hasil dari usaha sosial yang dijalankan (Gunawan, 2016a).

2. Dampak Sosial

Dalam *social enterprise*, beragam inisiatif pemberdayaan masyarakat dijalankan sebagai upaya untuk membangun modal sosial yang dapat meningkatkan kemampuan dan kualitas individu dalam bersaing di dunia profesional, sekaligus membentuk mereka menjadi praktisi bisnis yang baru (Mawardi & Pratama, 2023). Melalui program yang ada, *social enterprise* menciptakan peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan keterampilan baru, memperoleh pengetahuan yang lebih luas dan memperluas jaringan sosial.

3. Gaya Hidup

Melalui inovasi dan berbagai aktivitas yang dijalankan oleh pelaku usaha sosial, terdapat dampak positif terhadap gaya hidup masyarakat dengan memberikan Solusi berkelanjutan. Seperti halnya pada sektor layanan keuangan, adanya social enterprise tidak hanya memberikan fasilitas pinjaman kepada kelompok masyarakat kurang mampu, namun juga menyampaikan edukasi terkait kebijakan pengelolaan keuangan yang bijaksana (Mawardi & Pratama, 2023). Perubahan gaya hidup juga dapat terlihat dari adanya *startup social enterprise* seperti WarungPintar, dengan penggunaan teknologi yang lebih terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari sehingga menciptakan masyarakat yang lebih terhubung dan efisien secara digital.

#### 4. Dampak Lingkungan

Keterlibatan dalam tindakan berkelanjutan memiliki peran penting dalam upaya menjaga kelestarian lingkungan, baik oleh individu, kelompok maupun organisasi dapat memberikan kontribusi yang besar bagi pelestarian lingkungan (Maarif et al., 2023). Waste4Change dan Evoware merupakan dua dari sekian banyak social enterprise yang memberikan dampak positif bagi lingkungan, dimana mereka melakukan perubahan positif dalam pengelolaan sampah dan solusi plastik sekali pakai yang berkontribusi pada perubahan praktik bisnis yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Contoh dari dampak lingkungan dengan adanya kewirausahaan sosial ini adalah jika usaha sosial tersebut bergerak untuk lingkungan seperti pengolahan limbah, maka usaha tersebut mampu berdampak pada lingkungan dengan mengurangi limbah sampah. Sedangkan jika usaha sosial tersebut memiliki kelebihan produksi yang ramah lingkungan maka usaha tersebut mampu berkontribusi pelestarian lingkungan (Gunawan, 2016b).

Dari beberapa dampak positif *social enterprise* yang telah disebutkan diatas, dampak yang paling umum adalah dampak ekonomi. Seperti *social enterprise* ini memiliki keterkaitan positif terhadap ekonomi lokal masyarakat dan dapat menjadi salah satu solusi inovatif untuk mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat (Mawardi & Pratama, 2023). *Social enterprise* ini dapat dikatakan sebagai salah satu solusi inovatif untuk mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat karena *social enterprise* ini sendiri memadukan prinsip kewirausahaan dan komitmen terhadap dampak lingkungan sehingga berbeda dengan bisnis pada umumnya (Iskandar et al., 2023). Dengan memadukan prinsip kewirausahaan dan komitmen terhadap lingkungan ini dapat menciptakan inovasi sosial seperti *social enterprise* yang dapat mengatasi tantangan ekonomi sehingga angka kemiskinan pun dapat berkurang (Lasaksi & Andriani, n.d.).

## KESIMPULAN

Pertumbuhan *digital entrepreneurship*, *startup*, dan *social enterprise* di Indonesia mencerminkan perubahan yang positif dalam lingkungan bisnis di Indonesia. Fenomena *digital entrepreneurship* khususnya pada bidang *social enterprise* membawa harapan baru dalam membangun lingkungan bisnis yang berkelanjutan. Adanya pertumbuhan *startup social enterprise* di Indonesia tidak lepas dari pemanfaatan teknologi digital terutama internet yang telah menjadi pendorong utama dalam penciptaan inovasi dan solusi kreatif dalam mengatasi tantangan sosial dan ekonomi. Perkembangan *startup* di berbagai bidang, seperti *e-commerce*,

*fintech*, *edtech*, dan *agritech* menunjukkan diversifikasi yang sehat dalam lingkungan bisnis digital Indonesia. Pesatnya perkembangan di berbagai sektor usaha menunjukkan adanya antusiasme tinggi dari generasi muda untuk ikut berkontribusi pada pembangunan bisnis yang berkelanjutan, tidak hanya dengan mengoptimalkan bisnisnya, tetapi juga dengan memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan. Beberapa perusahaan social enterprise seperti Du Anyam, Crowde, GandengTangan, Edenfarm, Evoware, dan Waste4Change menunjukkan adanya diversitas tujuan sosial, mulai dari pemberdayaan perempuan hingga solusi manajemen sampah. Dukungan masyarakat yang semakin meningkat terhadap inisiatif yang memiliki nilai sosial memperkuat peran *social enterprise* dalam lingkungan bisnis. Selain dukungan masyarakat pemerintah pun ikut serta dalam memberikan dukungan terhadap para pelaku *social enterprise*. adanya kesadaran akan keberlanjutan sosial dan penggunaan platform digital sebagai tempat pendanaan juga membuat *startup* di bidang *social enterprise* tumbuh berkelanjutan dan mampu memberikan dampak positif di berbagai sektor seperti sektor sosial, ekonomi, lingkungan, kebijakan publik, perubahan gaya hidup, dan keterlibatan internasional.

Perkembangan positif dalam *digital entrepreneurship* dan *social enterprise* di Indonesia memberikan prospek masa depan yang cukup menjanjikan. Pertumbuhan *startup social enterprise* yang teramati dalam penelitian ini menciptakan peluang untuk pengembangan lebih lanjut dalam menciptakan solusi inovatif terkait masalah sosial dan lingkungan. Dan dengan berkembangnya teknologi digital dan kesadaran masyarakat akan keberlanjutan, dapat diharapkan akan muncul lebih banyak social enterprise yang beragam dalam tujuan dan sektornya. Dan saran untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan analisis yang lebih mendalam pada sektor-sektor tertentu. Fokus pada suatu sektor diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih rinci mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan *social enterprise*, dan memberikan wawasan lebih spesifik bagi pelaku bisnis, pemangku kepentingan, dan pembuat kebijakan dalam mendukung pengembangan social enterprise di Indonesia

## REFERENSI

- Adri, M., Hanesman, Sriwahyuni, T., & Almasari. (2019). *DIGITAL MARKETING SEBAGAI METODA ALTERNATIF WIRAUSAHA BAGI MAHASISWA DI UNIVERSITAS NEGERI PADANG*. <http://tip.ppj.unp.ac.id>
- Al-Kahfi, M. F. (n.d.). *SOCIAL ENTERPRISE BERBASIS EKONOMI PROTEKSI*.
- Alves, A. C., Fischer, B., Schaeffer, P. R., & Queiroz, S. (2019). Determinants of student entrepreneurship: An assessment on higher education institutions in Brazil. *Innovation and Management Review*, 16(2), 96–117. <https://doi.org/10.1108/INMR-02-2018-0002>
- Berkelanjutan, P. P., Lingkungan, M., Desa, P., Berbasis, W., Terbarukan, E., Ma'arif, S., Sari, R. E., & Indraswari, N. M. (2023). *Peran Perilaku Berkelanjutan dalam Manajemen Lingkungan untuk Pengembangan Desa Wisata Berbasis Energi Terbarukan* (Vol. 1, Issue 1).
- British Council. (2018a). *Building an Inclusive and Creative Economy*.
- British Council. (2018b). *Building an Inclusive and Creative Economy Developing an Inclusive and Creative Economy*.
- British Council. (2018c). *Building an Inclusive and Creative Economy Developing an Inclusive and Creative Economy*.
- Dees, J. G. (1998). The Meaning of “Social Entrepreneurship”; Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (CASE). *Duke University: Durham, NC, USA*. .
- Efendi, N. M. (2018). DIGITAL PADA START UP SEBAGAI METODE PEMBELAJARAN SISWA BELAJAR AKTIF). In *Habitus: Jurnal Pendidikan, Sosiologi dan Antropologi* (Vol. 2, Issue 2).
- Farina, K., & Opti, S. (2016). “*SELF-AWARENESS (KESADARAN PRIBADI) MASYARAKAT DALAM MEWUJUDKAN SUSTAINABLE ENVIRONMENT DITINJAU DARI PERSPEKTIF AUDIT LINGKUNGAN*.” 3(2), 104–119. <http://trilogi.ac.id/journal/ks/index.php/>
- Firdaus, N. (2014). PENGENTASAN KEMISKINAN MELALUI PENDEKATAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 22, 55–68.

- Firmansyah, A. A. (2023, October 5). *Tren Entrepreneurship di Era Society 5.0 dalam Meningkatkan Jiwa Berwirausaha Generasi Muda*. NNC Netralnews. <https://www.netralnews.com/tren-entrepreneurship-di-era-society-50-dalam-meningkatkan-jiwa-berwirausaha-generasi-muda/UDdFanp4ZmhmN3JIVFVISjNmaW1GQT09>
- Gunawan, V. U. (2016a). *Apa Saja Dampak Positif yang Dihasilkan oleh Usaha Sosial? 6 Jenis Dampak Positif Usaha Sosial*. Usaha Sosial.
- Gunawan, V. U. (2016b). *Apa Saja Dampak Positif yang Dihasilkan oleh Usaha Sosial? 6 Jenis Dampak Positif Usaha Sosial*. Usaha Sosial.
- Hardiyanto. (2018). *MOTIVASI MAHASISWA MENJADI START UP DIGITAL ENTREPRENEUR (TECHNOPRENEURSHIP)*.
- Haryanti, D. M., Hati, S. R. H., & Anggriyani, D. S. (2020). *Profit Untuk Misi Sosial*. DBS Foundation.
- Herlina, H., Disman, D., Sapriya, S., & Supriatna, N. (2021). Factors that influence the formation of Indonesian SMEs' social entrepreneurship: a case study of West Java. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(2), 65–80. [https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.2\(4\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.2(4))
- Hignasari, L. V. (2021). *ANALISIS PENINGKATAN INDUSTRI START UP DI BIDANG PENDIDIKAN SELAMA MASA PANDEMI COVID-19*. 4(1).
- Indarto, & Yekti, C. P. (2021). FAKTOR-FAKTOR PENDORONG MINAT WIRUSAHA STARTUP. In *Sejarah Artikel: Diterima*. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jreb>
- Iskandar, Y., Joeliaty, J., Kaltum, U., & Yudomartono, H. (2023). KEY FACTORS AFFECTING SOCIAL ENTERPRISE PERFORMANCE: A LITERATURE REVIEW. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 28(02).
- Kadir, A. (2018, August). *Studi Pemerintahan Daerah dan Pelayanan Publik*. <https://abdulkadir.blog.uma.ac.id/wp-content/uploads/sites/362/2018/01/BAB-I.pdf>
- Kadir, M. R. (2021). Sistem Equity Crowdfunding (ECF) Dalam Hukum DI Indonesia. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 13, 59–80.
- Karacay, G., Erten, H., Mslsj, A., Dogan, A., & Alpkam, L. (2020). SOCIAL ENTREPRENEURS STRATEGY MAKING IN SOCIETY 5.0. *Journal of Global Strategic Management*, 14(1), 45–54. <https://doi.org/10.20460/jgsm.2020.285>
- Karina, D., Alfiyatus Sa'diyah, S., Nabilah, H., & Panorama, M. (2021). PENGARUH PERUSAHAAN STARTUP TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA SELAMA PANDEMI COVID-19. *Berajah Journal*, 2(1), 156–166. <https://doi.org/10.47353/bj.v2i1.69>
- kompas.id. (2021, August 23). *Dari Kemudahan Akses Internet ke Literasi Digital*. PwC. <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/pwc-in-news/2021/indonesian/dari-kemudahan-akses-internet-ke-literasi-digital.html>
- Kurniati, D., Desrani, A., Marwa, A., Pendidikan, M., Arab, B., Malik, M., Malang, I., & Soekarno, J. I. (2021). Eksistensi Generasi Millennial dalam Berwirausaha di Era Digital (Studi Kasus Online Shop Denia Donuts Palembang). In *Journal Science Innovation and Technology* (Vol. 1, Issue 2).
- Lasaksi, P., & Andriani, E. (n.d.). Dampak Model Bisnis dan Pendekatan Inovasi Sosial terhadap Keberlanjutan Kewirausahaan Sosial di Indonesia. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 02(01), 18–25. <https://doi.org/10.58812/sek.v2i01>
- Lontoh, N. L., & Oktariani, A. (2021). *Setting Up Sustainable Development of Social Enterprises Model in Indonesia*.
- Marlo, A. (2013). *Hukum Langit*. Gramedia Pustaka Utama.
- Mawardi, R. A., & Pratama, M. R. (2023a). Peran Social Enterprise sebagai Inovasi Pengentasan Kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Studi Inovasi*, 3(1). <https://doi.org/10.52000/jsi.v3i1.130>
- Mawardi, R. A., & Pratama, M. R. (2023b). Peran Social Enterprise sebagai Inovasi Pengentasan Kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Studi Inovasi*, 3(1). <https://doi.org/10.52000/jsi.v3i1.130>
- Maxmanroe. (2020, July 10). *Apa Itu Start Up: Pengertian Dan Perkembangan Bisnis Startup Di Indonesia*. Maxmanroe. <https://www.maxmanroe.com/apa-itu-startup.html>
- Nabilah Muhamad. (2023, November 16). *10 Negara Paling Dermawan di Dunia 2023, Indonesia Juara*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/16/10-negara-paling-dermawan-di-dunia-2023-indonesia-juara>
- Nugroho, A. Y., & Rachmaniyah, F. (2019). FENOMENA PERKEMBANGAN CROWDFUNDING DI INDONESIA. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 34. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.254>
- Olah, J. , A. N. , P. J. , K. M. A. (2020). *Impact of Industry 4.0 on Environmental Sustainability*. Sustainability. 12(21).
- Oscar, O. (2019, February 22). *67 Persen Pelaku Social Enterprise di Indonesia adalah Anak Muda*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/millennial/67-persen-pelaku-social-enterprise-di-indonesia-adalah-anak-muda-1qYkhWvTACB/full>

- Perwita, D. (2021a). *BPPT Dukung Pengembangan Stratup Dan Social Enterprise*. 9(442–9449), 40–51.
- Perwita, D. (2021b). Telaah Digital Entrepreneurship: Suatu Implikasi Dalam Mengatasi Permasalahan Ekonomi. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro)*, 9.
- Perwita, D. (2021c). *TELAAH DIGITAL ENTREPRENEURSHIP: SUATU IMPLIKASI DALAM MENGATASI PERMASALAHAN EKONOMI*. 9, 40–51.
- Perwita, D. (2021d). *TELAAH DIGITAL ENTREPRENEURSHIP: SUATU IMPLIKASI DALAM MENGATASI PERMASALAHAN EKONOMI*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 9(2), 40–51.
- Pratiwi, C. P., Sasongko, A. H., Aguzman, G., Wibawa, R. C., & Pambudy, R. (2022). Characteristics and Challenge Faced By Socio-Technopreneur in Indonesia. *Business Review and Case Studies*. <https://doi.org/10.17358/brcs.3.1.13>
- Pratono, A. H., 36, N., Defourny, J., & Nyssens, M. (2016). *Social Enterprise in Indonesia: Emerging Models under Transition Government ICSEM Working Papers PREFACE AND ACKNOWLEDGEMENTS*.
- Pratono, A. H., Prima, D. A., Sinaga, N. F. N. T., Permatasari, A., Ariani, M., & Han, L. (2020). Crowdfunding in digital humanities: some evidence from Indonesian social enterprises. *Aslib Journal of Information Management*, 72(2), 287–303. <https://doi.org/10.1108/AJIM-05-2019-0123>
- Priandono, T. E. (2021, December 10). *TRANSFORMASI DIGITAL MENUJU ERA DIGITAL SOCIETY SEBAGAI AKSELERASI KEBANGKITAN EKONOMI NASIONAL*. <https://berita.upi.edu/transformasi-digital-menuju-era-digital-society-sebagai-akselerasi-kebangkitan-ekonomi-nasional/>
- Purnomo, M., Maulina, E., Zaki, A., & Fordian, D. (2021). STATE-OF-THE-ART DIGITAL ENTREPRENEURSHIP DALAM BISNIS KELUARGA: ANALISIS CO-AUTHORSHIP DAN CO-OCCURRENCE. *AdBispreneur*, 6(1), 93. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i1.31103>
- Qona'ah, S. (2021). *Strategi Bisnis Startup Social Enterprise Wahyoo Dalam Menghadapi Situasi Pandemi Covid-19*. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>
- Rahayu, E. M. (2020, September 29). *Apakah Kehadiran Social Enterprise akan Memperkaya Entrepreneurship?* SWA Online.
- Ria, D., Tb, Y., Aulia, N., & Kesehatan, I. (2021). START UP DIGITAL BUSINESS: MENGENAL PELUANG DAN TIPS BISNIS BAGI PARA PEMULA. In *Jurnal Pengabdian Masyarakat INOTEC UUI* (Vol. 3, Issue 2).
- Rzya, P. (2016, September 30). *Industri Startup dan Ekonomi Digital*. Daily Social.
- Shiba, N. (2021). *Sejarah Singkat Perkembangan Startup di Indonesia dan Faktor Pendukungnya*. IDS Digital Collage.
- Surya Dwianto, A. (2018). SOCIAL ENTREPRENEUR SHIP: INOVASI DAN TANTANGANNYA DI ERA PERSAINGAN BEBAS. *Majalah Ilmiah BIJAK*, 68(1), 68–76. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Tiffany, A., Yuniar, A., Febrian, A., Austeen, J., Suryaputra, L., Hannah. Michelle, Kevin, T., & Bagas, W. (2020). TRATEGI PEMILIK BISNIS STARTUP DI INDONESIA HADAPI PANDEMI COVID-19. *VICIDI*, 10, 55–65.
- Vania, A., & Anwar, S. (2022). Social entrepreneurship mengatasi krisis sosial dan ekonomi di masa Covid-19: perspektif ekonomi islam. In *Jurnal Paradigma Ekonomika* (Vol. 17, Issue 1).
- Yulastri, A., & Tri Putra Yanto, D. (2023). *Profil Entrepreneur Era Digital dalam Menghadapi Society 5.0*. 9(1). <https://doi.org/10.24036/jtev.v9i1.121838>
- Zaki, A., Hapsari, N. R., Gunung, S., Koraag, T., Mu'afi, M. I., Rahmawati, K., Bisnis, I. A., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Yogyakarta, ". (2023). ANALISIS PERTUMBUHAN DIGITAL ENTREPRENEURSHIP STARTUP FINTECH PADA SEGMENTASI PRODUK STUDENT LOAN INDONESIA. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, Dan Kebijakan*, 27(1), 82–98. <https://doi.org/10.31315/Vol>
- Zimmerer, T. W. (2012). *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Prenhallindo.
- Zisuh, M. (2018). Digital entrepreneurship in a resourcecarce context: A focus on entrepreneurial. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 483–500.
- Zulkifli, Sugiarto, I., Napu, F., Yanto Rukmana, A., & Hastuti, P. (2023). Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature). *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 01(02), 81–96.