

## PAPER NAME

**Pemberdayaan Perempuan dalam Kewirausahaan Sosial.pdf**

---

## WORD COUNT

**3186 Words**

## CHARACTER COUNT

**21585 Characters**

## PAGE COUNT

**9 Pages**

## FILE SIZE

**353.9KB**

## SUBMISSION DATE

**Oct 18, 2022 8:29 AM GMT+7**

## REPORT DATE

**Oct 18, 2022 8:30 AM GMT+7**

---

● **11% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 11% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 1% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Manually excluded sources

# 1 PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM KEWIRAUSAHAAN SOSIAL (Studi Kasus Waroeng Hijau, Ancol)

Dien Yudithadewi<sup>1</sup>  
Bonifasius Parikesit<sup>2</sup>  
Rini Sudarmanti<sup>3</sup>

## ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada kewirausahaan sosial bernama Waroeng Hijau, yang telah diinisiasi oleh salah satu Badan Usaha Milik Daerah sejak tahun 2008. Waroeng Hijau merupakan program pemberdayaan perempuan untuk menjawab isu sosial di wilayah Kecamatan Pademangan, Jakarta Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus persuasif (Siggelkow, 2007) untuk melihat struktur kelembagaan atau model bisnis kewirausahaan sosial yang mendukung pemberdayaan perempuan. Proses pengumpulan data dilakukan melalui telaah literatur dan wawancara terhadap para pemangku kepentingan yang relevan. Hasil penelitian menyatakan bahwa model pengelolaan dan pendanaan yang inovatif, kesetaraan, serta gotong royong menjadi elemen pemberdayaan yang menunjang kinerja kewirausahaan sosial.

**KATA KUNCI:** Pemberdayaan Perempuan, Kewirausahaan Sosial.

## ABSTRACT

This research focuses on social entrepreneurship called Waroeng Hijau, which was initiated by one of the Regional Owned Enterprises since 2008. Waroeng Hijau is a women's empowerment program to address social issues in the Pademangan Sub-district, North Jakarta. This study uses a persuasive case approach (Siggelkow, 2007) to see the institutional structure or business model of social entrepreneurship that supports women's empowerment. The data collection process is carried out through literature review and interviews with relevant stakeholders. The results of the study stated that the innovative management model and funding, equality, and mutual cooperation became elements of empowerment that support social entrepreneurship performance.

**KEYWORDS:** Women's Empowerment, Social Entrepreneurship.

---

<sup>1</sup> Graduate School of Communication, Paramadina University

<sup>2</sup> Graduate School of Communication, Paramadina University

<sup>3</sup> Graduate School of Communication, Paramadina University

## PENDAHULUAN

6 Ketika berbicara mengenai pemberdayaan perempuan, seringkali topik ini dimulai dari kondisi kemiskinan yang membuat mereka menjadi termarjinalkan (Datta dan Gailey, 2012).

1 Faktor budaya patriarki yang menempatkan struktur dan kendali dalam dominasi pria dan sebatas menempatkan perempuan dalam urusan domestik (Sakina dan Siti, 2017) dengan tanggung jawab sebatas mengemban urusan rumah tangga, ditengarai menjadi penyebabnya. Padahal, dengan pemberian akses “pemberdayaan ekonomi” dampak positif tidak hanya menyentuh perempuan itu sendiri, tetapi juga keluarga dan masyarakat luas (Bruce, dkk 1995).

Menghadapi situasi demikian, perempuan umumnya kehilangan rasa percaya diri yang kemudian mempengaruhi kemampuan mereka dalam bekerja. Dalam keadaan tersebut, kewirausahaan dapat menjadi opsi yang diambil untuk memberdayakan perempuan, karena membantu mereka mencapai kemampuan untuk mengambil tindakan. Dampaknya, kontribusi ekonomi perempuan secara potensial dapat meningkat yang juga akan berbanding lurus dengan daya tawar dalam rumah tangga (*increased intra-household bargaining power*) (MkNelly dan Dunford, 1999).

Secara global keterlibatan perempuan dalam kewirausahaan sudah cukup signifikan. Laporan yang diterbitkan Global Entrepreneurship Monitor/GEM (2017) dengan melibatkan sampel yang berasal dari 74 negara, menyebutkan bahwa pada tahun 2016 diperkirakan terdapat 163 juta jiwa perempuan mulai terlibat aktif dalam kewirausahaan, dimana sebanyak 111 juta orang diperkirakan telah berhasil menjalankan bisnis dengan baik.

Serupa dengan kondisi yang terjadi pada tingkat global, di Indonesia keterlibatan perempuan dalam kewirausahaan juga menunjukkan angka yang terus tumbuh. Rilis yang diterbitkan International Finance Corporation (2011), 7 menyebutkan 51% dari Usaha Kecil dan 34% dari Usaha Menengah dimiliki oleh perempuan. Hal ini sejalan dengan data Bank Indonesia yang menyebutkan bahwa 60% dari jumlah UMKM dikelola oleh perempuan (Kumparan, 2018).

Belakangan tren yang berkembang pun mulai banyak mengarah pada bentuk kewirausahaan sosial yang menempatkan inklusivitas dan kesetaraan sebagai inti. Perempuan dalam bentuk usaha ini pun menempati posisi yang cukup dominan. 4 Berdasarkan data United Nations Economic and Social Commission for Asia and The Pacific (UNESCAP) dan British Council (2018), keterlibatan perempuan dalam kewirausahaan sosial di Indonesia mencapai 40%. Mereka 3 membuka peluang kerja yang lebih inklusif, menjangkau berbagai kelompok minoritas termasuk perempuan dan para penyandang disabilitas, serta mampu 3 menjadi jawaban untuk mengatasi kemiskinan dan distribusi kekayaan yang tidak merata.

Penelitian ini dibuat dengan objek Waroeng Hijau, salah satu kewirausahaan sosial yang dibina perusahaan milik daerah yang mencatatkan dirinya di Bursa Efek Indonesia. Waroeng Hijau diinisiasi untuk menjawab isu sosial yang berkembang di wilayah Kecamatan Pademangan, Jakarta Utara. Maka, pertanyaan penelitian ini adalah: bagaimana pemberdayaan perempuan dalam implementasi kewirausahaan sosial?

## 5 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus persuasif (Siggelkow, 2007) untuk melihat struktur kelembagaan atau model bisnis kewirausahaan sosial yang mendukung pemberdayaan perempuan. Snell, Miller, Belk, Garcia-Falconi dan Hernandez Sanchez (1989) menyatakan bahwa perempuan memiliki kecenderungan lebih terbuka dalam mengungkapkan perasaan atau pengalaman emosi. Proses pengumpulan data dilakukan melalui telaah literatur dan wawancara terhadap para pemangku kepentingan yang relevan, terdiri dari (1) Anggota kelompok Waroeng Hijau sebanyak 15 perempuan; (2) Tim *Community Development* dari perusahaan sebanyak tiga orang, dan (3) mitra pendamping sebanyak dua orang. Proses wawancara dilakukan dalam rentang Juli – Agustus 2019 bertempat di kantor perusahaan dan Waroeng Hijau. Selama proses wawancara berlangsung, peneliti melakukan perekaman dan menuliskan transkrip atasnya.

Dikarenakan jumlah responden yang cenderung sedikit, selama proses wawancara berlangsung, peneliti melakukan pengamatan serta pengumpulan data sekunder tentang Waroeng Hijau. Ragam sumber data inilah yang kemudian dicatat, diorganisir dan dianalisis secara mendalam.

Analisis data dilakukan dalam empat tahap yang meliputi:

1. Penyusunan transkrip berdasar hasil rekaman dalam wawancara. Tujuannya untuk membangun *event history database* (Van de Ven & Poole, 1990).
2. Melakukan koding atas transkrip wawancara untuk mengidentifikasi topik-topik utama. Dalam proses ini terdapat dua topik utama,

yaitu peran masing-masing pihak, dan pendapat mereka tentang model bisnis yang dikembangkan dalam kewirausahaan sosial.

3. Menganalisis data temuan dengan literatur berkaitan dengan kewirausahaan sosial dan pemberdayaan perempuan.
4. Membangun *“hermeneutic circle”* berdasar teks hasil transkrip wawancara dan literatur yang berkaitan dengan kewirausahaan sosial dan pemberdayaan perempuan.

## HASIL

Secara umum, berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pemangku kepentingan yang relevan, terdapat tiga periode utama dalam proses operasional Waroeng Hijau yang dapat membantu penyusunan *“event history database”*. Ketiga periode tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Periode Pengembangan

Periode ini terjadi dalam rentang tahun 2008 – 2013. Pada periode ini Waroeng Hijau dikembangkan dari program Ancol Sayang Lingkungan (ASL) yang memiliki ragam aktivitas untuk menangani isu sosial, ekonomi dan lingkungan yang muncul di wilayah Kecamatan Pademangan. Namun, seiring munculnya banyak hambatan dalam pelaksanaan program akibat konflik internal, Waroeng Hijau akhirnya ditetapkan sebagai program terpisah melalui penunjukan satu individu yang dianggap sebagai *Local Champion* oleh perusahaan.

Awalnya, Waroeng Hijau diposisikan perusahaan sebagai wadah berbentuk kelompok yang menempatkan nilai inklusivitas dan kesetaraan sebagai dasar operasional. Pemilihan anggota didasarkan pada kriteria berikut: (1) diutamakan perempuan; (2) memiliki semangat untuk

mengembangkan diri dan berwirausaha, serta (3) berdomisili di wilayah Kecamatan Pademangan. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Pademangan didominasi keluarga kategori pra-sejahtera, dimana kebanyakan perempuan sebatas mengurus rumah tangga. Padahal mereka memiliki potensi besar dalam meningkatkan ekonomi keluarga.

## 2. Periode Pembungkaman

Periode ini terjadi dalam rentang tahun 2013 – 2018, dimana Waroeng Hijau berkembang secara statis akibat model bisnis yang dijalankan berdasar keputusan satu orang. Dampaknya, empat anggota lainnya tidak memiliki kemampuan untuk menyampaikan pendapat dan mereka diposisikan sebagai karyawan yang pembagian tugas dan fungsinya ditentukan oleh *Local Champion* yang dipilih oleh perusahaan. Pembayaran atas kontribusi kerja juga dilakukan melalui mekanisme penggajian dengan besaran Rp 700.00 – 800.000/bulan.

## 3. Periode Perubahan/Inovasi Sosial

Periode ini terjadi dalam rentang tahun 2018 hingga saat berlangsungnya penelitian. Perusahaan selaku pihak yang melakukan intervensi terhadap Waroeng Hijau, melakukan evaluasi penghitungan dampak sosial melalui Social Return On Investment (SROI).

Hasil perhitungan SROI menunjukkan besaran rasio 1 : 1,05 yang berarti untuk setiap Rp 1 yang diinvestasikan, perusahaan sebatas memberikan *social return* sebesar Rp 1,105 selama lima tahun pelaksanaan program. Secara eksplisit, hal ini menunjukkan bahwa keberadaan Waroeng Hijau belum memberikan dampak positif yang maksimal bagi anggota kelompok, karena distribusi kesejahteraan sebatas mengakumulasi satu pihak.

Terdapat sejumlah isu yang dialami Waroeng Hijau, yaitu: (1) Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga; (2) Transparansi Pembagian Keuntungan maupun Kerugian; serta (3) Mekanisme komunikasi pelaporan kinerja kelompok kepada perusahaan.

Berangkat dari kondisi tersebut, perusahaan bersama para pemangku kepentingan yang relevan berinisiatif melakukan intervensi kembali untuk membangun Waroeng Hijau. Inisiatif ini dilakukan dalam empat dimensi keberlanjutan yang digagas Herman Daly dan dikembangkan lebih lanjut oleh Alan Atkisson (2017), menggunakan Kompas Keberlanjutan (*Sustainability Compass*), yang terdiri dari:

### a. *North* (Utara) = *Nature* (Lingkungan)

Dimensi ini berisi hal-hal terkait upaya dan proses yang dilakukan Waroeng Hijau untuk menjawab isu-isu lingkungan yang timbul dari aktivitas operasional. Bentuk nyata dari pelaksanaan dimensi ini berupa: (1) pengurangan penggunaan plastik sekali pakai sebagai pembungkus makanan, dan menggantinya dengan daun pisang, pada jenis makanan tertentu; (2) penggunaan besek sebagai wadah pembungkus makanan; (3) penggunaan sedotan berbahan non-plastik; serta (4) pemberian air minum gratis apabila pengunjung membawa *tumbler* secara mandiri.

### b. *East* (Timur): *Economy* (Ekonomi)

Dimensi ini berisi ciptaan dampak ekonomi (dalam bentuk moneter) yang dihasilkan dari keberadaan Waroeng Hijau terhadap anggota.

Bentuk nyata dari pelaksanaan dimensi ini adalah perubahan sistem distribusi keuntungan dan kerugian yang tadinya berbentuk penggajian, menjadi bagi hasil. Hal ini juga menjadikan model bisnis yang tadinya dibangun dengan memperlakukan anggota layaknya karyawan

berubah menjadi sistem bagi hasil yang pembagiannya dilakukan berdasar kinerja kelompok.

Ketika sistem gaji berlaku, anggota sebatas menerima Rp700.000 – Rp800.000 per bulan dan saat sistem bagi hasil diperkenalkan, mereka bisa menerima penghasilan sebesar Rp1.000.000. Bahkan pada saat bulan Ramadan mereka tetap bisa mendapat penghasilan serta tambahan Tunjangan Hari Raya dari sisihan bagi hasil yang ditabung tiap bulannya. Dengan penerapan model bisnis baru, kelompok juga berhasil melakukan pengembalian modal bergulir dalam tempo enam bulan, mencatatkan uang di tangan sebesar Rp14.000.000 dan mengadaptasi sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi, serta terdaftar menjadi mitra layanan penjual makanan dan minuman antar seperti Go Food dan Grab Food.

c. *South* (Selatan): *Society* (Masyarakat)

Dimensi ini berisi hal terkait dampak sosial yang muncul dari keberadaan Waroeng Hijau, khususnya berkaitan dengan ikatan sosial (kohesi). Bentuk perilaku tolong menolong dimanifestasikan dengan sikap gotong royong untuk membantu anggota lain saat mengalami keduakaan seperti kebakaran, kerabat meninggal, dan sebagainya.

d. *West* (Barat): *Wellbeing* (kesenangan/kesejahteraan)

Dimensi ini berisi hal yang berkaitan dengan tingkat kesenangan yang dirasakan masing-masing individu sehubungan dengan keberadaan Waroeng Hijau. Dari skala 1 – 10 yang peneliti ajukan untuk menggambarkan tingkat kesenangan yang dialami anggota kelompok, seluruh anggota menjawab tingkat kesenangan sebesar 10 atau absolut pada posisi positif. Faktor berupa peningkatan ekonomi, terbukanya akses jejaring komunitas serta

kemampuan untuk menginspirasi masyarakat, menjadi alasannya.

Kemudian berdasarkan penuturan anggota kelompok, secara umum kinerja positif dari proses periode ini dapat terlihat dari kemampuan Waroeng Hijau melakukan penambahan dua titik usaha. Jumlah anggota yang terlibat pun meningkat menjadi 15 orang.

## PEMBAHASAN

Waroeng Hijau menawarkan gagasan menarik tentang bagaimana pemberdayaan perempuan yang dilakukan dengan intervensi perusahaan, dapat berkontribusi dalam membangun kewirausahaan sosial. Untuk menjawab hal tersebut, pada bagian ini peneliti akan menjabarkan elemen yang terdapat dalam model bisnis Waroeng Hijau dan mengelaborasi pendapat anggota terhadap proses yang berlangsung.

### Elemen Pemberdayaan Perempuan dalam Model Bisnis Waroeng Hijau

Secara definisi, para ahli merumuskan kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) menjadi beberapa versi. Seelos, Mair (2004) menjabarkannya sebagai kewirausahaan tradisional/ konvensional yang memiliki misi mengubah keadaan masyarakat. Sementara Mair dan Martí (2006) menyatakan bahwa kewirausahaan sosial merupakan proses atau perilaku (dari kegiatan itu sendiri).

Leadbeater dalam Lee (2015) menyebutkan bahwa kewirausahaan sosial hadir untuk mengidentifikasi sumber daya yang selama ini kurang dimanfaatkan, dan menemukan cara baru serta strategis untuk memberdayakannya.

Sebagai kewirausahaan sosial, Waroeng Hijau menghadapi tantangan ganda dalam menjalankan operasional berkaitan dengan penciptaan nilai

sosial dan pengelolaan risiko. Untuk mengadaptasi dan memitigasi kondisi yang ada, Waroeng Hijau menempatkan suatu masalah sosial menjadi inovasi sosial. Caranya dengan mengidentifikasi dan mengeksplorasi risiko dengan kemampuan serta peluang bisnis yang bisa dikembangkan dalam suatu model bisnis. Hal ini sejalan dengan temuan Perrini and Vurro dalam Wirtz and Volkmann (2015), yang menempatkan etos kerja pengusaha untuk mencapai target tertentu dalam melakukan inovasi sosial.

### **Model Pengelolaan dan Pendanaan yang Inovatif**

Waroeng Hijau mengembangkan model pengelolaan dan pendanaan yang inovatif dibanding sebatas mengandalkan hibah dan sumbangan. Menurut Defourny & Nyssens (2010) kelangsungan model keuangan dan pendanaan yang demikian sangat tergantung dengan kemampuan kewirausahaan sosial dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya melalui kegiatan ekonomi.

Desain kewirausahaan sosial yang tidak berbentuk seperti Perseroan Terbatas (PT), membuat Waroeng Hijau tidak mengenal sistem kepemilikan berbasis saham. Implikasinya, segala keuntungan dan kerugian usaha akan didistribusi dalam mekanisme bagi hasil serta diinvestasikan kembali ke organisasi untuk pengembangan.

### **Kesetaraan**

Budaya organisasi adalah faktor strategis penting yang menunjang kesuksesan sebuah kelompok usaha, baik itu bersifat tradisional/ konvensional, maupun sosial. Mengingat inti dari wirausaha sosial adalah inklusivitas dan kesetaraan (UNESCAP dan British Council, 2018), hendaknya “ringan sama dijinjing, berat sama

dipikul” menjadi budaya organisasi sebuah wirausaha sosial.

Di Waroeng Hijau, seiring dengan transformasi organisasi, anggota mulai mengenal serta memahami pentingnya Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga serta struktur organisasi yang membagi peran dan fungsi dari masing-masing pihak. Hal ini berimplikasi bahwa tiap anggota memiliki peran yang harus dikerjakan secara bersama dengan prinsip kesetaraan dimana tidak ada tindak “perintah” tapi semua berjalan karena rasa tanggung jawab. Kemudian tindak pengedepanan proses musyawarah untuk mufakat juga menjadi manifestasi tambahan yang dilakukan kelompok dalam pengambilan keputusan untuk kepentingan bersama.

### **Gotong Royong**

Salah satu keunggulan dari kewirausahaan sosial adalah aplikasi praktisnya yang mengedepankan nilai sosial disamping nilai ekonomi. Asfiah, Anshori, Mawardi (2018) menyimpulkan pendapat beberapa pakar bahwa kewirausahaan sosial mempunyai karakter yang responsif dan memiliki empati terhadap masalah sosial, dan menggunakan kemampuan kewirausahaan untuk melakukan perubahan sosial, terutama termasuk kesejahteraan, pendidikan, dan kesehatan.

Dalam model bisnis yang dilakukan Waroeng Hijau, perilaku ini dapat terlihat dari sifat bela rasa dan tolong menolong yang identik dengan gotong royong para anggota kepada sesamanya.

### **Persepsi Anggota Waroeng Hijau tentang Pemberdayaan Perempuan**

Keterlibatan perempuan dalam wirausaha bukannya tanpa kendala. Kajian yang dilakukan oleh Millenium Challenge Account Indonesia (2016) dengan judul Perempuan dan Wirausaha, mengungkapkan bahwa terdapat sejumlah kendala

yang dialami perempuan dalam kewirausahaan seperti: (1) kesulitan dalam mendaftarkan usahanya, dan (2) kesulitan dalam mendapatkan akses pendidikan. Kondisi ini terjadi tak lepas dari corak sistem sosial di Indonesia yang banyak menempatkan laki-laki sebagai pemegang kekuasaan utama (patriarki).

Menurut Hashemi dan Schuler (1993) dimensi pemberdayaan perempuan dapat terlihat dari rasa percaya diri dan kemampuan mereka dalam memandang visi dan kondisi ekonomi di masa mendatang, mengambil keputusan dalam rumah tangga, kemampuan berinteraksi secara efektif di ruang publik, dan dalam kelompok, bukan semata di keluarga.

Berdasar wawancara yang dilakukan peneliti, para anggota merasa bahwa Waroeng Hijau memberikan banyak dampak positif terhadap kehidupan mereka. Hal tersebut juga dapat terlihat dari ungkapan perasaan senang yang mencapai angka 10. Peningkatan ekonomi merupakan salah satu faktor, sebagaimana diungkapkan Ibu Dewi yang terpaksa menjadi tulang punggung keluarga semenjak suaminya sakit stroke. Anggota lainnya Ibu Ami merasa dengan bergabungnya di Waroeng Hijau, ia mendapat banyak kesempatan berjejaring dengan lebih luas. Sementara Ibu Lala menyatakan bahwa rasa percaya dirinya semakin meningkat karena telah menjadi inspirasi bagi lingkungan. Semua Ibu mengungkapkan bahwa eksistensi mereka di lingkungan sekitar semakin meningkat, terutama setelah Waroeng Hijau sering memenangkan lomba memasak dan berkontribusi pada acara di masyarakat. Bahkan, anggota baru seperti Ibu Yudo menyebutkan bahwa ia telah merasakan dampak positif Waroeng Hijau sebagai wadah untuk mengekspresikan diri.

## KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk memperluas pemahaman tentang kewirausahaan sosial yang dilakukan perempuan dan mengeksplorasi faktor penentu keberhasilan. Meski sebatas membahas satu kasus, peneliti percaya bahwa hal ini dapat berkontribusi dalam penelitian keterlibatan perempuan dalam kewirausahaan sosial.

Hasil penelitian menyatakan bahwa model pengelolaan dan pendanaan yang inovatif, kesetaraan, serta gotong royong menjadi elemen pemberdayaan yang menunjang kinerja kewirausahaan sosial.

Hal ini mendukung temuan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Mair dan Schoen (2007), Santos (2009) serta Datta dan Gailey (2012) yang menyatakan bahwa elemen pemberdayaan perempuan tertanam dalam model bisnis kewirausahaan sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asfiah, Nurul., Anshori, Muslich., Mawardi, Imron. 2018. *Analysis of Women Social Entrepreneurship on Micro and Small Enterprises*. Journal of Innovation in Business and Economics <http://ejournal.umm.ac.id>
- AtKisson, Alan. 2017. *Keberlanjutan adalah untuk Semua Orang*. Digital Edition. Sustainability Transformation Publication. ISBN: 0991102231 ISBN-13: 978-0991102235
- Bruce, Judith. And Others. 1995. *Families in Focus: New Perspectives Fathers, and Children*. <https://eric.ed.gov>
- Datta Punita Bhatt, Gailey Robert. 2012. *Empowering Women Through Social Entrepreneurship: Case Study of a Women's Cooperative in India*. <https://journals.sagepub.com/>



- Defourny, J., & Nyssens, M. 2010. *Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences*. Journal of Social Entrepreneurship.  
<https://www.researchgate.net>
- GEM. 2017. *Global Report*. Babson College, Babson Park, USA and London. Business School, London.
- Hashemi, S.M. & Schuler, S.R. 1993. *Defining and Studying Empowerment of Women: A Research Note from Bangladesh*. JSI Working Paper No. 3. Arlington, VA: JSI.
- International Finance Corporation (IFC). 2011. *Strengthening access to finance for women-owned SMEs in Developing Countries*. Washington, DC: IFC (2011).  
<https://www.ifc.org>
- Kumar, Anirudh Agrawal Paayal. 2018. *Social Entrepreneurship and Sustainable Business Models The Case of India*. Library of Congress Control Number: 2018936908. ISBN 978-3-319-74488-9 (eBook)  
<https://doi.org/10.1007/978-3-319-74488-9>
- Kumparan. 2018, Oktober 19. *Infografik: 60 Persen UMKM di Indonesia Dikelola oleh Perempuan*. <https://kumparan.com>
- Lee, In. 2015. *A Social Enterprise Business Model for Social Entrepreneurs: Theoretical Foundations and Model Development*. Int. J. Social Entrepreneurship and Innovation, Vol. 3, No. 4. <https://www.inderscienceonline.com/>
- Mair, Johanna. and Schoen, Oliver. 2007. *Successful Social Entrepreneurial Business Models in The Context of Developing Economies An Explorative Study*.  
<https://www.researchgate.net>
- Mair, Johanna. and Marti, Ignasi. 2006. *Social Entrepreneurship Research: a Source of Explanation, Prediction and Delight*. SSRN Electronic Journal. <https://booksc.xyz/>
- Millennium Challenge Account-Indonesia (MCA Indonesia). 2016. *Kertas Kebijakan: Mendefinisikan Usaha Milik Perempuan di Indonesia*. [https:// http://www.mca-indonesia.go.id](https://http://www.mca-indonesia.go.id)
- MkNelly, Barbara. and Dunford, Christopher. 1999. *Impact of Credit with Education on Mothers and Their Young Children's Nutrition: Crecer Credit with Education Program in Bolivia*. Freedom from Hunger.  
<https://www.freedomfromhunger.org/>
- Van de Ven, A.H. & Poole, M.S. 1990. *Methods for studying innovation development in the Minnesota Innovation Research Program*. Organization Science, 1, 313–334.
- Robb A, Wolken J. 2002. *Firm, owner and financing characteristics: Differences between female-and male-owned small businesses*. Finance and economics discussion series, Division of research & statistics and monetary affairs, Federal Reserve Board, Washington.  
<http://www.federalreserve.gov>.
- Sakina, Ade Irma. dan Siti, Dessy Hasanah. 2017. *Menyoroti Budaya Patriarki di Indonesia*. Social Work Jurnal.  
<https://www.researchgate.net>
- Santos, Filipe M.. 2012. *A Positive Theory of Social Entrepreneurship*. Journal of Business Ethics. <https://booksc.xyz/>
- Seelos, Christian., Mair, Johanna. 2004. *Social Entrepreneurship: Creating New Business Models to Serve The Poor*.  
<https://www.researchgate.net>

- Siggelkow, N. (2007). *Persuasion with case studies*. *Academy of Management Journal*, 50, 20–24. <https://booksc.xyz/>
- Snell, W.E., Miller, R.S., Belk, S.S., Garcia-Falconi, R., & Hernandez-Sanchez, J.E. 1989. *Men's and Women's Emotional Disclosures: The Impact of Disclosure Recipient, Culture, and The Masculine Role*. *Sex Roles*, 21, 467–485. <https://booksc.xyz/>
- UNESCAP, British Council. 2018. *Building an Inclusive and Creative Economy The State of Social Enterprise in Indonesia*. <https://www.unescap.org/>
- Wirtz, Michael and Volkmann, Christine. 2015. Social business microfinance – different models to empower women. *Int. J. Social Entrepreneurship and Innovation*, Vol. 3, No. 5. <https://booksc.xyz/>

● **11% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 11% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 1% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

<b>1</b>	<b>econference.balitbangham.go.id</b> Internet	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>onlinelibrary.wiley.com</b> Internet	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>idntimes.com</b> Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>4</b>	<b>123dok.com</b> Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>5</b>	<b>aimos.ugm.ac.id</b> Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>Nastia Nastia, Herman Lawelai, Hasimin Hasimin, Darni Darni. "Empow...</b> Crossref	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>teknologi.bisnis.com</b> Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>Kimihito Ito, Chayada Piantham, Hiroshi Nishiura. "Estimating relative ...</b> Crossref posted content	<b>&lt;1%</b>

9	<b>ejournal.iainkendari.ac.id</b>	<1%
	Internet	
10	<b>mayamirandaambarsari.com</b>	<1%
	Internet	
11	<b>fr.scribd.com</b>	<1%
	Internet	
12	<b>memakmurkanmasjid.com</b>	<1%
	Internet	
13	<b>ps-syahbandar6.blogspot.com</b>	<1%
	Internet	
14	<b>dictio.id</b>	<1%
	Internet	

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Manually excluded sources

---

EXCLUDED SOURCES

**jurnalkesos.ui.ac.id** **100%**  
Internet

---

**garuda.kemdikbud.go.id** **11%**  
Internet