

Pengembangan Wirausaha Mahasiswa UNP Menuju *Digital Social Entrepreneurship*

Wisroni*)¹, Alim Harun Pamungkas², Yunisrul³

¹Pendidikan Luar Sekolah/Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang^{1,2}

² Pendidikan Guru Sekolah Dasar/ Fakultas Ilmu Pendidikan/Universitas Negeri Padang³

*Corresponding author, ✉ wisroni@fip.unp.ac.id

Diterima 17/10/2022;
Revisi 27/11/2022;
Publish 05/12/2022

Kata kunci: *social entrepreneurship*, kewirausahaan, digital, mahasiswa, pendidikan

Abstrak

Mahasiswa yang telah berwirausaha dikembangkan paradigma bisnisnya ke arah Wirusausaha Sosial (*Social Entrepreneurship*). Tujuannya yaitu melengkapi orientasi usaha komersial (*profit*) yang telah dilakukan selama dengan orientasi sosial (*benefit*). Wirausahawan mahasiswa yang dipilih sebagai *tenant* berasal dari dua jenis usaha, yaitu usaha kuliner dan konveksi. Pemilihan *tenant* didasarkan pada kegiatan wirausaha berbasis digital yang dijalankannya. Para *tenant* memanfaatkan *digital platform* dalam kegiatan usahanya untuk didorong berkontribusi sosial melalui kegiatan usaha yang dilakukan. Permasalahan *tenant* yang teridentifikasi untuk pengembangan *social entrepreneurship* adalah pendanaan, pembentukan jejaring, dan pemanfaatan *digital platform* dalam pengembangan usaha. Para *tenant* difasilitasi oleh tim yang berlatarbelakang pengajar pada matakuliah kewirausahaan, baik pada tingkat jurusan ataupun universitas serta dipandu oleh seorang pakar dalam hal pemanfaatan donasi, pendampingan pengelolaan dana donasi, pelatihan *bussiness networking* berbasis digital, dan pembuatan *website* rintisan.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2022 by author (s)

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Memuat latar belakang masalah, kesenjangan antara kenyataan dan ideal dan tujuan Universitas Negeri Padang (UNP) sejatinya adalah lembaga publik dengan tanggung jawab untuk mendorong pertumbuhan dan peningkatan taraf hidup di masyarakat. Oleh karena itu, salah satu dharma yang diembannya adalah pengabdian kepada masyarakat. Dharma ini

termanifestasi dalam kecakapan mahasiswa dan lulusannya dalam partisipasi untuk membangun masyarakat. Utamanya dalam hal mengatasi masalah-masalah sosial yang ada.

Kesenjangan sosial merupakan masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Kesenjangan ekonomi merupakan sesuatu yang terjadi sebagai akibat dari adanya aktivitas ekonomi. Kesenjangan ekonomi merupakan awal dari berbagai permasalahan sosial, seperti pengangguran, remaja putus sekolah, perceraian, dan KDRT, bahkan kriminalitas dan terorisme. Kesenjangan ekonomi muncul karena aktivitas ekonomi Namun, masalah ini juga dapat diatasi melalui aktivitas ekonomi pula, yaitu dengan kegiatan ekonomi yang berbasis sosial. Wirausaha sosial (*social entrepreneurship*) adalah wujudnya.

Social entrepreneurship merupakan sebuah konsep yang perlu dikenalkan dan dikembangkan kepada mahasiswa di UNP. Berikut adalah ringkasan konseptual dan contoh keberhasilan dari social entrepreneurship.

Social entrepreneurship adalah aktivitas kewirausahaan yang dilakukan, bukan hanya untuk mengejar keuntungan, namun juga sebagai solusi dari permasalahan sosial yang belum mampu diatasi oleh pemerintah. Sedangkan, *social entrepreneurship* adalah pengusaha dengan orientasi sosial yang memiliki kemampuan untuk memandang masalah sosial yang sedang dihadapi oleh masyarakat. Lalu berupaya untuk menciptakan alternatif solusi yang bersifat inovatif untuk jangka panjang. Inovasi dalam hal social entrepreneurship ini, bahkan ada yang mampu hingga mengubah struktur sosial masyarakat (*social change*), baik dalam bidang kesejahteraan sosial (*social welfare*), pendidikan, dan kesehatan (*health care*) (Yudha & Dusturiya, 2018).

Meskipun berorientasi sosial, social entrepreneurship tidak sepenuhnya menjalankan aktivitas sosial yang bersifat nirlaba (tidak berorientasi keuntungan). Tapi, juga tidak melakukan sepenuhnya aktivitas ekonomi seperti yang dilakukan layaknya wirausahawan pada umumnya.

Sebuah perusahaan mengukur keberhasilannya dari kinerja keuangan (*profit*). Sedangkan *social enterprise* (perusahaan sosial) mengukur keberhasilannya dari manfaat yang dirasakan oleh masyarakat (*benefit*). Artinya, social enterprise di satu sisi adalah organisasi sosial, dan organisasi komersial di sisi lainnya, sehingga *social enterprise* menerapkan strategi usaha komersial untuk mengatasi masalah sosial (Mahfud et al., 2020).

Dari sisi tujuan, jika perusahaan komersial bertujuan untuk memaksimalkan profit, dan organisasi sosial bertujuan untuk menjalankan misi social, maka *social enterprise* dibuat untuk mendapatkan keduanya. Dari sisi penerima manfaat, organisasi komersial memberikan manfaat kepada konsumen melalui pembelian produk/jasa sesuai mekanisme pasar. Sedangkan organisasi sosial, penerima manfaat dapat memperolehnya secara gratis. Tapi, *social enterprise*, penerima manfaat dapat memperoleh dengan cara keduanya, baik membayar ataupun gratis. Hanya saja, jika membayar, mungkin konsumen dapat memperolehnya dengan harga yang murah, karena adanya subsidi. Sebagai contoh, sebuah restoran di Austria bernama Deewan yang menjalankan mekanisme bisnisnya dengan konsep “makan sepuasnya dan membayar seikhlasnya”. Contoh lain, sebuah bimbingan belajar anak jalanan di Kota Malang Jawa Timur yang menerapkan biaya sebesar Rp5.000,- atau bahkan gratis untuk setiap kedatangan siswanya. Hal semacam ini, tentu dapat diselenggarakan oleh mahasiswa UNP yang berlatar belakang sebagai kampus LPTK.

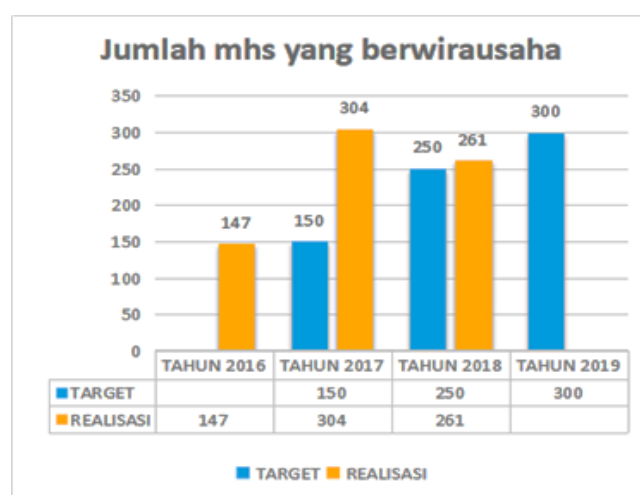
Dari sisi penamaan tenaga kerja, perusahaan komersial disebut karyawan, dan pada organisasi sosial disebut relawan. Sedangkan, pada *social enterprise*, disebut karyawan, hanya umumnya memperoleh kompensasi gaji dengan prosedur berbeda dengan perusahaan

komersial. Dari sisi akses pendanaan pada perusahaan komersial, modal usaha diperoleh dari penyertaan saham atau kredit, dan pada organisasi sosial pendanaan diperoleh dari donasi/hibah. Sedangkan pada social enterprise, pendanaan dapat diperoleh dengan cara yang bervariasi.

Terdapat beberapa hal yang menjadi tantangan dalam pengembangan *social enterprise*. Pertama, *financing*/pendanaan. Aktivitas pendanaan pada *social enterprise* dapat dilakukan dengan pinjaman bank, bantuan pemerintah, *crowdfunding*/urun dana, dan donasi dari sumber filantropis (orang yang mendermakan waktu dan tenaganya untuk orang lain). Kedua, sumberdaya manusia berkualitas. Sumberdaya yang terlibat, tentunya adalah yang memiliki minat/ketertarikan dan panggilan hati. Ketiga, aspek legal, berhubungan dengan pertanggungjawaban (*responsibility*) dan pertanggungjelasan (*accountability*). Pada perusahaan komersial, akuntabilitas kepada pemegang saham, pada organisasi sosial, akuntabilitas tidak saja kepada pemegang saham, namun juga kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam hal ini adalah staf atau relawan, donatur atau sponsor, penerima manfaat, customer, supplier, masyarakat, bahkan pemerintah. Keempat, dukungan pemerintah, sampai saat ini belum terdapat undang-undang sebagai payung dari aktivitas social enterprise. Padahal pemerintah jelas membutuhkan social enterprise untuk membantu menyelesaikan permasalahan sosial yang ada.

Sebuah contoh keberhasilan social enterprise adalah Grameen Bank di Bangladesh yang didirikan oleh Muhammad Yunus (Peraih nobel perdamaian pada tahun 2006). Ia mengembangkan sebuah kredit mikro untuk kaum miskin yang kesulitan memperoleh pinjaman dari Bank. Konsep yang dikembangkan Grameen Bank telah menyalurkan pinjaman hingga 1,5 USD/20 Milyar per hari dengan tingkat pengembalian sampai dengan 98% (Bateman, 2014; Hossain, 2013).

Berdasar pada penjelasan di atas, diketahui bahwa social enterprise sangat mungkin untuk dijadikan sebagai suatu inovasi bagi iklim kewirausahaan di UNP. Berdasar pada data Humas UNP, perkembangan jumlah mahasiswa yang berwirausaha sampai dengan tahun 2019, dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Jumlah Mahasiswa UNP yang berwirausaha per Tahun 2019

Walaupun belum memiliki data terbaru pada tahun 2022, pengusul yakin bahwa terjadi peningkatan jumlah mahasiswa berwirausaha pada data tersebut. Wirausaha yang dimaksud tentu adalah kegiatan usaha yang dilakukan, baik secara daring (*online*), atau secara luring pada umumnya. Hal ini sejalan dengan trend digitalisasi dalam praktik usaha perdagangan yang kita alami saat ini, terlebih pada saat pandemic Covid-19, satu tahun lalu (Zhao, Fang; Collier, 2017).

Maraknya perdagangan daring (*online*), baik yang bersumber dari wirausahawan atau industri, mendorong percepatan perubahan model dalam berwirausaha. Seperti halnya data yang menunjukkan bahwa terjadi peningkatan sekitar 500% pada aktivitas bisnis digital di Indonesia saat ini, dan menggerakkan nilai perdagangan hampir 400 triliun rupiah. Angka ini menempatkan Indonesia sebagai negara nomor satu di Kawasan ASEAN (Charlesworth, 2018).

Menyandingkan antara konsep social entrepreneurship dengan kondisi perkembangan mahasiswa berwirausaha di UNP dan dengan situasi perdagangan digital secara global, maka pengusul melalui Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) bermaksud untuk menciptakan suatu konsep inovasi yang disebut *Digital Social Entrepreneurship* yang akan diperkenalkan melalui serangkaian kegiatan kepada tenant mahasiswa untuk menciptakan wirausahawan baru di bidang *social entrepreneurship* dan/atau mereorientasi usaha mahasiswa yang telah berjalan.

Solusi dan Target

Pada Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) ini, mahasiswa yang telah berwirausaha sebelumnya akan dikembangkan paradigma bisnisnya ke arah Wirausaha Sosial (*Social Entrepreneurship*). Tujuannya jelas, yaitu melengkapi orientasi usaha komersial (*profit*) yang telah dilakukan selama dengan orientasi sosial (*benefit*).

Wirausahawan mahasiswa yang dipilih sebagai tenant dalam PPK ini adalah berasal dari dua jenis usaha, yaitu usaha kuliner dan usaha konveksi. Pemilihan *tenant* didasarkan pada kegiatan wirausaha berbasis digital yang dijalankannya. Artinya para tenant memanfaatkan *digital platform* dalam kegiatan usahanya. Melalui PPK ini, para *tenant* akan didorong untuk berkontribusi sosial melalui kegiatan komersial yang dilakukan. Para *tenant* memiliki latar belakang keikutsertaan dalam program mahasiswa kewirausahaan (PMW).

Para *tenant* yang dilibatkan sebagai sasaran dari PPK 2022 akan (1) diberi penguatan untuk pemanfaatan digitalisasi dalam pengembangan usaha dan (2) didorong untuk mengembangkan usaha (*profit orientation*) sekaligus meningkatkan partisipasi sosial (*benefit orientation*). Dengan demikian, tentunya para tenant memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi (masalah) yaitu sehubungan dengan tantangan yang dihadapi dalam membangun sebuah perusahaan sosial (*social enterprise*) berbasis digital.

Secara khusus, para *tenant* akan mengikuti serangkaian kegiatan sebagai berikut. Pada tahun 1 diselenggarakan kegiatan Pengembangan Wirausaha Mahasiswa menuju *Digital Social Entrepreneurship* berupa: (1) Pemberian donasi; (2) pendampingan pengelolaan dana donasi; (3) pelatihan *business networking* berbasis digital; dan (4) pembuatan *website* rintisan.

METODE PELAKSANAAN

Tempat dan Waktu

Pelaksanaan PPK adalah dalam kurun waktu April hingga Oktober 2022 bertempat di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang Kampus Air Tawar Padang, Sumatera Barat.

Khalayak Sasaran

Wirausahawan mahasiswa yang dipilih sebagai tenant dalam PPK ini adalah berasal dari dua jenis usaha, yaitu usaha kuliner dan usaha konveksi, sebagaimana daftar berikut.

Tabel 1.

Daftar *Tenant* PPK 2022

No.	Nama	NIM/Jurusan	Jenis Usaha
1	Amalia Feby Adinda	19006005/BK-FIP	Kuliner (<i>Online</i>)
2	Ressa Wulandari	19006211/BK-FIP	Kuliner (<i>Online</i>)
3	Vina Liyana Sofyan	20005069/PLS-FIP	Kuliner (<i>Online</i>)
4	Elsa Muharani	21005042/PLS-FIP	Konveksi (<i>Online</i>)
5	Deka Susanti	19006013/BK-FIP	Konveksi (<i>Online</i>)
6	Friza Gustiyani	20005084/PLS-FIP	Konveksi (<i>Online</i>)
7	Rahayu Putri Nabila	19006205/BK-FIP	Konveksi (<i>Online</i>)
8	Yesi Handayani	20005070/PLS-FIP	Konveksi (<i>Online</i>)
9	Nefri Rahmadhi Pinko	19006101/BK-FIP	Jasa pengetikan/analisis data
10	Afdhal Zikra	19006144/BK-FIP	Jasa pengetikan/analisis data

Metode Pengabdian

Wirausahawan mahasiswa yang dipilih sebagai *tenant* dalam PPK ini adalah berasal dari dua jenis usaha, yaitu usaha kuliner dan usaha konveksi. Pemilihan *tenant* didasarkan pada kegiatan wirausaha berbasis digital yang dijalankannya. Artinya para *tenant* memanfaatkan *digital platform* dalam kegiatan usahanya. Melalui PPK ini, para *tenant* akan didorong untuk berkontribusi sosial melalui kegiatan komersial yang dilakukan. Selain itu, pemilihan terkait dengan memperhatikan kemudahan akses antara pengusul dengan para *tenant*. Seleksi yang dilakukan sebagai berikut: (1) *tenant* yang dipilih adalah mahasiswa yang memiliki komitmen kuat dalam berusaha yang ditunjukkan dengan proses usaha yang sedang dilakukan sejak tahun 2020; dan (2) *tenant* yang dipilih adalah mahasiswa yang memiliki keterampilan dasar dalam teknologi informasi, penggunaan Microsoft Office, dan akuntansi; serta (3) menyerahkan proposal usaha kepada pengusul PPK.

Berdasar pada hasil seleksi tersebut, para *tenant* akan difasilitasi oleh tim yang berlatarbelakang pengajar pada matakuliah kewirausahaan, baik pada tingkat jurusan ataupun universitas serta dipandu oleh seorang pakar. Para *tenant* akan mengikuti tiga kategori kegiatan yaitu: (1) penerimaan donasi; (2) pelatihan; dan (3) pendampingan.

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan dalam program ini dilakukan melalui proses pendampingan. Kegiatan ini dilaksanakan secara umum untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan *tenant* dalam mengikuti program, Hal ini juga dilakukan untuk mengganti dan melengkapi kekurangan dari penyampaian materi pelatihan selama masa PPK, sehingga tujuan terciptanya inovasi berupa *Digital Social Entrepreneurship* dapat terwujud. Kegiatan ini dikatakan berhasil apabila memenuhi persyaratan sebagai berikut: (1) termafaatkannya dana bantuan usaha untuk mengembangkan usaha menuju *Social Entrepreneurship*; (2) terbentuknya jejaring (*networking*) untuk membangun *Social Enterprise*; dan (3) termafaatkannya *digital platform* dalam peningkatan pendapatan usaha.

Metode Evaluasi

Tahapan evaluasi dalam kegiatan ini meliputi tiga kegiatan utama sebagaimana dijelaskan berikut ini.

1. Evaluasi hasil belajar para *tenant* dalam pelatihan dilakukan secara langsung oleh narasumber.
2. Evaluasi narasumber pelatihan dilakukan oleh *tenant*/peserta pelatihan berdasar pada aspek penguasaan materi dan pemberian motivasi, sistematika pengajaran, metode belajar yang digunakan, kemampuan memfasilitasi *tenant*, cara narasumber dalam menanggapi pertanyaan dan saran.
3. Evaluasi Tim PPK sebagai penyelenggara pelatihan dilakukan oleh *tenant*/peserta pelatihan tentang aspek kesiapan Tim PPK dalam menjalankan peran pendampingan, kepuasan *tenant* terhadap pelayanan dan Kerjasama dengan Tim PPK, dan ketersediaan media belajar selama pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan yang dihadapi *tenant* dalam pelaksanaan PPK ini merupakan kebutuhan belajar yang harus dipenuhi oleh para *tenant*. Kebutuhan tersebut yaitu:

- 1) Pendanaan dalam mengembangkan usaha menuju *Social Entrepreneurship*, Walaupun pendanaan untuk membangun perusahaan sosial (*social enterprise*) dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti kredit Perbankan, *crowdfunding* (iuran), atau *sponsorship*, namun hal ini tidaklah sesuatu yang mudah untuk dilakukan oleh para *tenant* karena beberapa sebab. Misal, regulasi Perbankan atau keterbatasan dana sponsor dari program bisnis yang disediakan oleh pemerintah.
- 2) Pembentukan jejaring (*networking*) untuk membangun *Social Enterprise*. Sebagai para wirausahawan (*entrepreneur*) baru, para *tenant* berhadapan dengan kendala relasi atau jejaring dalam membangun usaha. Dalam usaha komersial yang telah mereka lakukan, membangun jejaring masih terasa sangat sulit, apalagi dengan membangun sebuah usaha sosial yang tidak berorientasi keuntungan semata.
- 3) Pemanfaatan *digital platform* dalam peningkatan pendapatan usaha. Hal ini merupakan kebutuhan di era daring (*online*) saat ini. Belanja *online* bukan merupakan sesuatu yang asing. Bagi para *tenant*, pemanfaatan *digital platform* bukan merupakan sesuatu yang baru. Namun, peningkatan keterampilan dan pengembangan pengetahuan para *tenant* dalam penggunaan *digital platform* yang efektif mutlak diperlukan. Secara khusus untuk mempersiapkan terciptanya sebuah *platform* usaha yang berorientasi sosial.

Berdasar pada permasalahan (kebutuhan) tersebut, maka dirumuskan alternatif pemecahan masalah kewirausahaan berupa pelatihan dan pendampingan menuju terciptanya inovasi berupa *Digital Social Entrepreneurship*. Para *tenant* akan dibekali pemahaman tentang peningkatan keuntungan usaha berbasis digital dan pengembangan kemanfaatan usaha bagi masyarakat dan/atau wirausahawan lainnya.

1. Pemberian donasi. Kegiatan ini ditujukan untuk mendorong percepatan pengembangan dan reorientasi usaha demi terwujudnya *Digital Social Entrepreneurship*. Pemberian donasi kepada *tenant* melalui tahapan berikut.
 - a. Pengajuan proposal reorientasi usaha menuju *social enterprise* beserta upaya kebersinambungannya
 - b. Pemberian donasi

- c. Pendampingan penggunaan dana donasi untuk memastikan bahwa donasi yang diterima oleh *tenant* bermanfaat/efektif untuk meningkatkan pendapatan usaha dan pengembangan manfaat sosial.



Gambar 2. Penyerahan bantuan usaha kepada para *tenant*

2. Pelatihan. Kegiatan ini ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dari *tenant* PPK. Terdapat beberapa pelatihan yang diselenggarakan dalam PPK.



Gambar 3. Pelaksanaan pelatihan kepada para *tenant*

Secara umum kegiatan pelatihan yang diselenggarakan melalui tahapan berikut.

- a. Tahap persiapan
- 1) Orientasi dan sosialisasi. Kegiatan ini merupakan pertemuan antara Tim PPK dengan *tenant*. Pertemuan untuk menjelaskan tentang tujuan, materi, dan proses pembelajaran pelatihan.
 - 2) Pesiapan pelatihan. Tim PPK melakukan persiapan berupa koordinasi penentuan hari, waktu, dan strategi pelatihan. Setelah tahap itu, Tim PPK menghubungi narasumber dan selanjutnya menyusun asesmen peserta pelatihan.
- b. Tahap pelaksanaan
- 1) Pelatihan dapat dilaksanakan, baik secara daring atau luring yang menyesuaikan dengan hasil kesepakatan antara Tim PPK, *tenant*, dan narasumber.
 - 2) Materi belajar dalam pelatihan yang digunakan adalah sesuai dengan tujuan PPK dan disajikan kepada *tenant* dengan pendekatan pembelajaran orang dewasa berbasis pada diskusi, curah pendapat, praktik, dan simulasi.

c. Tahap Evaluasi

- 1) Evaluasi hasil belajar para *tenant* dalam pelatihan dilakukan secara langsung oleh narasumber.
- 2) Evaluasi narasumber pelatihan dilakukan oleh *tenant*/peserta pelatihan berdasar pada aspek penguasaan materi dan pemberian motivasi, sistematika pengajaran, metode belajar yang digunakan, kemampuan memfasilitasi *tenant*, cara narasumber dalam menanggapi pertanyaan dan saran.
- 3) Evaluasi Tim PPK sebagai penyelenggara pelatihan dilakukan oleh *tenant*/peserta pelatihan tentang aspek kesiapan Tim PPK dalam menjalankan peran pendampingan, kepuasan *tenant* terhadap pelayanan dan Kerjasama dengan Tim PPK, dan ketersediaan media belajar selama pelatihan.

SIMPULAN

Penyelenggaraan kegiatan ini merupakan sesuatu yang dianggap baru oleh para mahasiswa yang telah berwirausaha. Hal ini karena penyelenggaraan program ditujukan untuk mengubah paradigma wirausaha yang telah dijalankan selama ini, dari profit orientation menjadi social orientation. Bagi para tenant kegiatan ini memberikan wawasan baru dalam pengembangan usaha yang telah mereka lakukan. Penggunaan platform digital yang dirintis pada tahun awal penyelenggaraan program diharapkan dapat menjadi awal yang baik untuk menghasilkan para wirausahawan sosial, khususnya di Universitas Negeri Padang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Universitas Negeri Padang yang telah membiayai penyelenggaraan program ini sebagai Pengabdian Masyarakat dalam Skema Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) Tahun 2022 melalui Surat Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Nomor 1279/UN35.13/PM/2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Bateman, M. (2014). The Rise and Fall of Muhammad Yunus and the Microcredit Model. *SSRN Electronic Journal, January 2014*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2385190>
- Charlesworth, A. (2018). Digital Marketing. *Digital Marketing, 48*, 82–88. <https://doi.org/10.4324/9781315175737>
- Hossain, D. M. (2013). Social Capital and Microfinance : The Case of Grameen Bank , Bangladesh. *Middle East Journal of Business, 8(4)*, 13–21. <https://doi.org/10.5742/mejb.2013.84311>
- Mahfud, C., Nasution, A. H., Agustin, D. S. Y., Rintaningrum, R., & Prasetyawati, N. (2020). Pelatihan Social Entrepreneurship Bagi Masyarakat Pinggiran di Kota Surabaya Barat. *Dedication : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(1)*, 21–24. <https://doi.org/10.31537/dedication.v4i1.292>
- Yudha, A. T. R. C., & Dusturiya, N. (2018). Model Pengembangan Kewirausahaan Sosial Berbasis Mahasiswa pada Lembaga Amil Zakat. *El-Qist, 8(1)*, 1618–1637.
- Zhao, Fang; Collier, A. (2017). Digital Entrepreneurship: Research and Practice (PDF Download Available). *9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, September, 2173–2182*. https://www.researchgate.net/publication/309242001_Digital_Entrepreneurship_Research_and_Practice
-