

**IMPLEMENTASI *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP* DALAM  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

**(Studi Kasus Pada PT. Rumah Mocaf Indonesia)**



**IAIN PURWOKERTO**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**UMI USWATUN CHASANAH**

**NIM. 1617201167**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO**

**2021**

**IMPLEMENTASI SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DALAM  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT (STUDI KASUS PADA PT. RUMAH  
MOCAF INDONESIA)**

**Umi Uswatun Chasanah**  
**NIM. 1617201167**

E-mail : [umiuswatunchasanah@gmail.com](mailto:umiuswatunchasanah@gmail.com)  
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

**ABSTRAK**

*Social entrepreneurship* menjadi sesuatu yang menarik dalam dunia bisnis karena tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi saja, melainkan juga memberikan dampak positif dalam kehidupan masyarakat. PT. Rumah Mocaf Indonesia adalah perusahaan berasaskan *social entrepreneurship* yang berawal dari kegiatan pemberdayaan masyarakat dalam mengolah singkong menjadi tepung mocaf (*modified cassava flour*) yang kemudian dipadukan dengan aktivitas bisnis. Implementasi *social entrepreneurship* yang sesuai berperan penting dalam terwujudnya sebuah tujuan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi *social entrepreneurship* dalam pemberdayaan masyarakat oleh PT. Rumah Mocaf Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan jenis penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Validitas data menggunakan teknik triangulasi dan dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *social entrepreneurship* dalam pemberdayaan masyarakat oleh PT. Rumah Mocaf Indonesia dimulai dari penentuan misi sosial dan mengidentifikasi peluang dengan berprinsip pada demokratisasi ekonomi. Aktivitas yang dilakukan yaitu dengan sistem klaster, pendampingan petani dan pengrajin mitra, sistem penjadwalan tanam dan panen, bantuan permodalan mitra, dan pemasaran tepung mocaf. Manfaat yang diperoleh masyarakat adalah membuka lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan, bertambahnya pengetahuan, dan petani memiliki komitmen serta antusiasme lebih baik. Faktor pendukung berupa sumber daya alam yang memadai, orang-orang yang kompeten, dan hubungan baik dengan berbagai pihak. Faktor penghambat berupa permodalan yang cukup besar, cuaca, alat produksi yang manual, serta biaya pemasaran yang tinggi.

**Kata Kunci: Social Entrepreneurship, Pemberdayaan Masyarakat, PT. Rumah Mocaf Indonesia**

**IMPLEMENTATION OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN  
COMMUNITY EMPOWERMENT (CASE STUDY AT PT. RUMAH  
MOCAF INDONESIA)**

**Umi Uswatun Chasanah**  
**NIM. 1617201167**

E-mail: [umiuswatunchasanah@gmail.com](mailto:umiuswatunchasanah@gmail.com)

Department of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business  
State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

**ABSTRACT**

Social entrepreneurship is interesting in the business world because it is not only oriented towards material gain, but also has a positive impact on people's lives. PT. Rumah Mocaf Indonesia is a company based on social entrepreneurship which started from community empowerment activities in processing cassava into mocaf flour (modified cassava flour) which was then combined with business activities. The appropriate implementation of social entrepreneurship plays an important role in the realization of a goal.

This study aims to describe the implementation of social entrepreneurship in community empowerment by PT. Rumah Mocaf Indonesia. This research is a field research with a qualitative research type and a descriptive approach. The techniques used in data collection are interviews, observation, and documentation. The validity of the data used triangulation techniques and was analyzed through the process of data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results showed that the implementation of social entrepreneurship in community empowerment by PT. Rumah Mocaf Indonesia starts from determining the social mission and identifying opportunities based on the principle of economic democratization. Activities undertaken include the cluster system, assistance to partner farmers and craftsmen, planting and harvest scheduling systems, partner capital assistance, and marketing of mocaf flour. The benefits obtained by the community are opening jobs, increasing income, increasing knowledge, and farmers having better commitment and enthusiasm. Supporting factors are in the form of adequate natural resources, competent people, and good relations with various parties. Inhibiting factors are substantial capital, weather, manual production equipment, and high marketing costs.

**Keywords: Social Entrepreneurship, Community Empowerment, PT. Rumah Mocaf Indonesia**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	viii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	xiii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xx
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	7
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
E. Kajian Pustaka .....	10
F. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. <i>Social Entrepreneurship</i>	
1. Pengertian <i>Social Entrepreneurship</i> .....	17
2. Karakteristik <i>Social Entrepreneurship</i> .....	19
3. Aspek yang Membangun <i>Social Entrepreneurship</i> .....	22
4. Proses <i>Social Entrepreneurship</i> .....	24

B. Pemberdayaan Masyarakat	
1. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat .....	29
2. Konsep Pemberdayaan Masyarakat .....	31
3. Prinsip-prinsip Pemberdayaan Masyarakat.....	34
4. Proses Pemberdayaan Masyarakat .....	36
C. Landasan Teologis.....	37

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	42
D. Sumber Data.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data .....	44
F. Uji Keabsahan Data.....	45
G. Teknik Analisis Data.....	46

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum PT. Rumah Mocaf Indonesia	
1. Sejarah PT. Rumah Mocaf Indonesia.....	48
2. Lokasi PT. Rumah Mocaf Indonesia.....	49
3. Visi dan Misi PT. Rumah Mocaf Indonesia.....	49
4. Struktur Organisasi PT. Rumah Mocaf Indonesia .....	50
B. Implementasi <i>Social Entrepreneurship</i> dalam Pemberdayaan Masyarakat oleh PT. Rumah Mocaf Indonesia .....	51
C. Analisis Implementasi <i>Social Entrepreneurship</i> dalam Pemberdayaan Masyarakat oleh PT. Rumah Mocaf Indonesia .....	64

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78

### **DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara terpadat ke empat di dunia dengan jumlah penduduk sebanyak 269 juta jiwa atau 3,49% dari total populasi dunia (Jayani, 2019). Sebagai negara yang memiliki kepadatan penduduk yang tinggi, permasalahan sosial di Indonesia juga semakin kompleks dari tahun ke tahun. Masalah sosial yang masih dihadapi di Indonesia saat ini adalah kemiskinan, pengangguran, serta kerusakan lingkungan. Masalah kemiskinan seringkali disebabkan karena tingginya jumlah penduduk yang tidak diimbangi dengan tersedianya lapangan pekerjaan sehingga menyebabkan banyaknya pengangguran dan tidak meratanya kesejahteraan masyarakat. Sehingga dibutuhkan usaha dan solusi nyata mulai dari peran pemerintah hingga partisipasi masyarakat dalam mengatasi permasalahan sosial tersebut.

Membangun solusi atas permasalahan sosial secara mandiri dan berkelanjutan melalui kewirausahaan adalah suatu konsep yang dapat diimplementasikan. Terlebih lagi peluang kerja yang terbatas menuntut sumber daya lokal agar memiliki kemampuan dalam membuka lapangan kerja sendiri dengan mengolah sumber daya yang ada melalui inovasi dan perbaikan-perbaikan yang bersifat kontinyu (*continuing improvement*) (Masturin, 2015). Melalui kewirausahaan masyarakat dapat secara mandiri memaksimalkan potensi dan sumberdaya yang dimiliki sehingga mereka mampu menciptakan tatanan kehidupan yang lebih baik.

Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan dan perubahan yang positif dan mampu membawa bisnis terus bertumbuh serta memiliki nilai (Saragih, 2017). Kewirausahaan sendiri menurut bentuk dan kegiatannya serta ruang lingkupnya dapat dibedakan menjadi berbagai jenis seperti *Bussines Entrepreneur*, *Govemernt Entrepreneur*, *Social Entrepreneur*, dan *Academic Entrepreneur* (Syachbana, 2017). Dalam upaya mengatasi masalah sosial,

bisnis sebaiknya memiliki nilai dan bermanfaat. Hal ini dapat dicapai melalui kegiatan bisnis yang dilakukan dengan menerapkan kewirausahaan sosial.

Kewirausahaan sosial atau selanjutnya disebut dengan *social entrepreneurship* adalah sistem kerja dari wirausaha yang memiliki keunikan dengan menggabungkan tujuan bisnis dengan tujuan kesejahteraan masyarakat (Utami, et al., 2017). *Social entrepreneurship* merupakan sebuah proses yang bertujuan menciptakan nilai sosial dengan cara menemukan solusi terhadap masalah-masalah sosial melalui inovasi yang melibatkan kombinasi sumber daya, peluang, dan kebutuhan sosial (Masturin, 2015).

Kewirausahaan sosial menjadi fenomena menarik dalam dunia usaha dan bisnis karena tidak hanya keuntungan materi saja yang menjadi orientasinya, melainkan bagaimana usaha yang dilakukan memberikan dampak positif dalam kehidupan masyarakat. Ada motif pemberdayaan masyarakat dalam kewirausahaan sosial ini (Luqman, 2017). Pemberdayaan masyarakat pada hakekatnya adalah membuat masyarakat lebih berdaya, baik dari segi sumber daya manusia, keuangan, manajemen, akses, dan lain sebagainya (Utomo, 2012). Proses pemberdayaan masyarakat untuk menciptakan lingkungan masyarakat yang akan memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi tinggi juga akan mempengaruhi kondisi sosialnya. Melalui pemberian gaji atau upah kepada pekerja yang dilakukan oleh lembaga kewirausahaan merupakan aspek ekonomi, sedangkan adanya peningkatan pendapatan yang dapat merubah perilaku dan gaya hidup masyarakat tersebut menjadi aspek lain yang dapat diperhatikan dari segi sosial (Nurfaqih & fahmi, 2018).

Diperkenalkan pertama kali pada sekitar tahun 1970-an, konsep *social entrepreneurship* menarik perhatian banyak orang yang ingin melakukan perubahan untuk mewujudkan dunia yang lebih baik. Kemudian *social entrepreneurship* semakin populer pada tahun 2006 ketika Muhammad Yunus sebagai seorang *social entrepreneur* mendapatkan penghargaan Nobel Perdamaian. Nobel ini didapatkan karena keberhasilannya menciptakan bank untuk kaum miskin atau sering disebut sebagai Grameen Bank dimana sistem yang dibangun oleh bank ini ternyata berhasil menurunkan tingkat kemiskinan



warga negara Bangladesh (Wibowo & Nulhaqim, 2015:2). Hal ini menunjukkan bahwa *social entrepreneurship* mampu memberikan dampak positif serta memberikan manfaat dan harapan baru bagi masyarakat luas untuk perbaikan taraf kehidupan.

Seiring berjalannya waktu, kewirausahaan sosialpun mulai menyebar di berbagai wilayah, termasuk di Indonesia. Terdapat 340.000 kewirausahaan sosial di Indonesia (CNN, 2018). Pertumbuhan *social entrepreneurship* di Indonesia selama lima tahun terakhir meningkat secara signifikan, terutama di sektor agrikultur, pendidikan, kesehatan, dan industri kreatif. Inovasi perusahaan sosial telah memberikan dampak positif bagi pembangunan ekonomi, salah satunya melalui pemberdayaan kelompok minoritas. Keberhasilan kewirausahaan sosial berpotensi berkontribusi sekitar 1,91% dari PDB Indonesia sebesar Rp. 19,4 miliar (Kumparan, 2019).

Keberhasilan *social entrepreneurship* tidak lepas dari proses yang dilalui oleh aktivitas *social entrepreneurship* itu sendiri. Lumpkin dalam jurnalnya yang berjudul *Entrepreneurial Process In Social Contexts: How Are They Different, If At All?* Mengemukakan bahwa proses kewirausahaan sosial meliputi beberapa tahap. *Pertama*, hal-hal yang mendahului (*antecedent*) yang terdiri dari motivasi/misi sosial, identifikasi peluang, akses permodalan, dan banyaknya pihak-pihak yang bersangkutan. *Kedua*, orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial otientation*) yang meliputi keinovasian, keproaktifan, pengambilan resiko, potensi agresi dalam kompetisi, dan otonomi. *Ketiga*, hasil (*outcomes*) yang meliputi penciptaan nilai sosial, kesinambungan solusi, dan tingkat kepuasan pihak-pihak yang bersentuhan (Wibowo & Nulhaqim, 2015:27). Dalam implementasinya, dibutuhkan strategi dan perencanaan yang matang agar usaha yang dijalankan dapat berjalan sesuai tujuan dan benar-benar bermanfaat bagi masyarakat luas.

PT. Rumah Mocaf Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang berbasis *social entrepreneurship* dimana PT. Rumah Mocaf Indonesia ini mengolah ubi kayu atau singkong menjadi tepung mocaf (*modified cassava flour*) hingga menjadi berbagai macam bahan pangan (Sumardi, 2020). Tepung

mocaf itu sendiri adalah produk tepung dari singkong yang diproses menggunakan prinsip modifikasi sel singkong secara fermentasi (Munir, et al., 2015). Berbeda dengan tepung tapioka, karakteristik tepung mocaf ini mirip dengan tepung terigu.

PT. Rumah Mocaf Indonesia beralamat di Jalan Mayjend Panjaitan No.1, Kutabanjarnegara, Kecamatan Banjarnegara, Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah. Berawal dari kegiatan pemberdayaan masyarakat khususnya petani singkong di desa-desa terpencil di wilayah Banjarnegara dimana pada saat itu harga singkong sangat rendah dan turun drastis, yaitu hanya berkisar Rp. 200 saja perkilonya. Hal ini menjadi sebuah keprihatinan bagi Riza Azyumaridha Azra seorang aktivis kegiatan pemberdayaan masyarakat dari Banjarnegara sehingga ia dan rekan-rekannya berupaya melatih dan mendampingi petani singkong dan masyarakat dalam mengolah singkong menjadi tepung mocaf agar singkong dapat memiliki nilai tambah dan harganya pun tidak rendah. Namun kegiatan pemberdayaan masyarakat ini belum tuntas karena masyarakat yang memproduksi tepung mocaf tidak mampu memasarkan produknya, untuk mengatasi permasalahan tersebut sehingga didirikanlah PT. Rumah Mocaf Indonesia dengan berasaskan *social entrepreneurship*.

PT. Rumah Mocaf Indonesia bekerjasama dengan petani dan pengrajin mitra dalam produksi tepung mocaf dengan harapan bisa membantu dan memberdayakan mereka. Lahan pertanian milik petani binaan tersebar di berbagai daerah di Kabupaten Banjarnegara yaitu di Kecamatan Pagedongan, Kecamatan Bawang, Kecamatan Purwanegara, dan Kecamatan Punggelan (Wawancara dengan Riza, *founder* PT. Rumah Mocaf Indonesia, 21 November 2020). Saat ini PT. Rumah Mocaf Indonesia juga sedang dalam pengembangan dan pendampingan di Nusa Penida, Bali.

Sebagai *social entrepreneurship*, salah satu pembeda utama dengan kewirausahaan biasa atau bisnis pada umumnya adalah penyebab atau penggerakannya. *Social entrepreneurship* digerakkan oleh misi sosial, identifikasi peluang, serta adanya usaha ekstra untuk memperjelas

kemungkinan akses kapital dan pihak-pihak bersentuhan yang berpotensi saling mempengaruhi (Wibowo & Nulhaqim, 2015:28).

PT. Rumah Mocaf Indonesia memiliki misi sosial memberdayakan masyarakat dan mewujudkan kesejahteraan petani singkong dengan prinsip demokratisasi ekonomi. Yaitu memberdayakan melalui ekonomi kerakyatan. Dimana pada prinsipnya petani diberdayakan, bukan diperdaya. Tidak ada yang dirugikan dan didzalimi, serta transparansi harus selalu dijaga.

Hal tersebut sesuai dengan nilai-nilai universal dalam Ekonomi Islam dimana Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil. Dalam Islam adil didefinisikan sebagai “tidak menzalimi dan tidak didzalimi”. Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam (Karim, 2015:35).

Dalam upaya memberdayakan masyarakat dan petani singkong, PT. Rumah Mocaf Indonesia juga memiliki cita-cita mewujudkan ketahanan pangan Indonesia melalui tepung mocaf ini. Mengingat sejak 2018, Indonesia menjadi negara pengimpor gandum terbanyak di dunia dengan jumlah 10.096.229 juta ton. Ini merupakan 6,1% (BPS,2019). Diperkirakan Indonesia akan membutuhkan sekitar 11,3 juta ton gandum dari pasar global pada periode 2019-2020 (Soesilowati, 2019). Terlebih lagi Indonesia merupakan negara penghasil singkong terbesar di dunia setelah Brazil (Regi, 2020). Dalam Kunjungan Kerja Kementerian Pertanian (Kementan) ke PT. Rumah Mocaf Indonesia pada tanggal 25 Juni 2020, Direktur Aneka Kacang dan Umbi, Amirudin Pohan menyampaikan bahwa singkong atau ubi kayu sebagai komoditas pangan alternatif ini patut diberikan perhatian lebih karena memiliki prospek yang bagus. Pola pengembangan mocaf di Banjarnegara ini pun patut ditiru agar pangan berbahan singkong menyebar di semua daerah, ketahanan pangan akan semakin kuat (Sumardi, 2020). Hal ini didukung dengan peningkatan kualitas tepung mocaf yang diproduksi dan telah memiliki izin edar pangan seperti Halal MUI dan PIRT, BPOM, ISO, dan HACCP. Namun sebagai produk inovasi dan terbilang masih sangat baru, tepung mocaf belum

terlalu dikenal oleh masyarakat luas sehingga proses edukasi dan strategi pemasaran masih sangat diperlukan.

Berkaitan dengan implementasinya, *social entrepreneurship* bukanlah hal yang mudah. Komisi Eropa melalui laporannya dalam *Policy Brief on Social Entrepreneurship* menyatakan bahwa menciptakan usaha sosial lebih menyulitkan dibanding bisnis tradisional, bukan hanya karena dibutuhkan keterampilan mumpuni untuk memulai dan mengelola usaha tersebut, namun karena sulitnya mengakses dana dan modal yang dibutuhkan, terutama terkait dengan minimnya pemahaman masyarakat umum tentang gerakan ini dan potensi nilai sosial yang dapat dibangun (Wibowo & Nulhaqim, 2015:6). Inti dari kewirausahaan, termasuk *social entrepreneurship* itu sendiri menurut Riza Azyumaridha Azra selaku *founder* PT. Rumah Mocaf Indonesia adalah pada manusianya. Dari situlah bagaimana *social entrepreneurship* mampu menghubungkan atau mensinkronkan dan menjaga agar pihak-pihak yang terhubung tetap satu visi. Hal tersebutlah yang dirasa tidak mudah, karena membutuhkan waktu yang lama, tenaga yang besar, konsisten, serta perjuangannya tetap sama (Wawancara dengan Riza, *founder* PT. Rumah Mocaf Indonesia, 21 November 2020).

Terlebih lagi kesuksesan kewirausahaan sosial bukan hanya dengan menghitung jumlah profit yang dihasilkan melainkan pada tingkat dimana mereka telah menghasilkan nilai-nilai sosial. Implementasi yang sesuai berperan penting dalam aktivitas *social entrepreneurship* sehingga dapat terwujud pemberdayaan masyarakat yang menciptakan nilai sosial, kesinambungan solusi, dan membawa kesejahteraan.

Islam memandang keberadaan masyarakat adalah hal yang penting sehingga pemberdayaan dalam pandangan Islam memiliki paradigma yang holistik dan strategis (Matthoriq, et al., 2014). Perubahan dalam masyarakat dapat dicapai melalui inisiatif dari masyarakat itu sendiri. Allah SWT berfirman dalam Q.S Ar-Ra'd ayat 11

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ  
مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا  
لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ۝

“Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia” (Terjemah Kemenag 2002)

Implementasi *social entrepreneurship* dalam memberdayakan masyarakat khususnya di Banjarnegara saat ini dan menjadikan singkong sebagai produk dengan nilai ekonomi yang tinggi tentunya seluruh masyarakat yang terlibat diharapkan saling menguatkan untuk mengembangkan tepung mocaf ini. Riza Azyumarridha Azra selaku *founder* PT. Rumah Mocaf Indonesia menyatakan:

“Ekonomi kerakyatan adalah tonggak keberhasilan ekonomi nasional. Keberhasilan ekonomi kerakyatan dengan pengabdian kepada masyarakat adalah jalan terbaik menuju kesejahteraan” (Rumah Mocaf).

Sehubungan dengan uraian diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Implementasi *Social Entrepreneurship* Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Pada PT. Rumah Mocaf Indonesia)”**.

## B. Definisi Operasional

### 1. Implementasi *Social Entrepreneurship*

Implementasi adalah penerapan atau operasionalisasi suatu aktivitas guna mencapai suatu tujuan atau sasaran (Firdianti, 2018:19). *Social entrepreneurship* adalah kewirausahaan berbasis sosial. Nicholls mendefinisikan *social entrepreneurship* adalah aktivitas yang efektif dan inovatif yang secara strategis berfokus pada usaha mengatasi kegagalan

pasar sosial dan penciptaan peluang-peluang baru untuk meningkatkan nilai sosial secara sistematis dengan menggunakan sejumlah sumber daya dan beragam format organisasi untuk memaksimalkan dampak sosial serta membawa perubahan (Wibowo & Nulhaqim, 2015:26-27).

Implementasi *social entrepreneurship* merupakan penerapan atau operasionalisasi kewirausahaan yang mengandung nilai-nilai sosial dalam menemukan solusi terhadap masalah-masalah sosial melalui inovasi dimana dalam kewirausahaan ini memiliki tujuan tidak hanya keuntungan semata namun juga untuk kebermanfaatannya masyarakat.

## 2. Pemberdayaan Masyarakat

Payne menyatakan bahwa pemberdayaan (*empowerment*) merupakan suatu proses yang ditujukan untuk membantu masyarakat memperoleh daya (kuasa) untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan ia lakukan, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan (Saugi & Sumarno, 2015).

Pemberdayaan masyarakat pada hakekatnya adalah membuat masyarakat lebih berdaya, baik dari segi sumber daya manusia, keuangan, manajemen, akses, dan lain sebagainya (Utomo, 2012).

Upaya memberdayakan masyarakat dapat dilakukan dengan memberikan motivasi, dorongan, pendampingan, serta menggerakkan masyarakat untuk memaksimalkan potensi yang dimilikinya dan mengatasi masalah-masalah yang ada sehingga dapat terwujud kemandirian dan kesejahteraan. Upaya memberdayakan masyarakat pada penelitian ini adalah dengan mengedukasi dan mendampingi masyarakat khususnya di Banjarnegara dalam mengolah singkong menjadi tepung mocaf agar memiliki nilai tambah.

## 3. PT. Rumah Mocaf Indonesia

Menurut Subagio, Mocaf (*Modified Cassava Flour*) adalah produk tepung dari singkong yang diproses menggunakan prinsip modifikasi sel singkong secara fermentasi (Munir, et al., 2015). Berbeda dengan tepung tapioka, tepung mocaf memiliki sifat yang mirip dengan tepung terigu

sehingga dapat digunakan sebagai substitusi tepung terigu untuk membuat berbagai makanan olahan.

PT. Rumah Mocaf Indonesia merupakan salah satu usaha rumah industri yang mengolah ubi kayu atau singkong menjadi tepung mocaf (*modified cassava flour*) hingga menjadi berbagai macam bahan pangan (Sumardi, 2020). Pada PT. Rumah Mocaf Indonesia inilah singkong hasil dari petani lokal Banjarnegara dengan kualitas terbaik diolah menjadi tepung mocaf dan siap dipasarkan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana implementasi *social entrepreneurship* dalam pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT. Rumah Mocaf Indonesia?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat implementasi *social entrepreneurship* dalam pemberdayaan masyarakat pada PT. Rumah Mocaf Indonesia?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui bagaimana implementasi *social entrepreneurship* dalam pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT. Rumah Mocaf Indonesia.
  - b. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat implementasi *social entrepreneurship* dalam pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh di PT. Rumah Mocaf Indonesia.
2. Manfaat Penelitian
  - a. Manfaat Teoritis
    - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan baru serta memperkaya pengetahuan tentang implementasi *social entrepreneurship* dalam pemberdayaan masyarakat.
    - 2) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian sejenis.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai pembelajaran dalam mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari di bangku perkuliahan dengan realita yang ada pada masyarakat.

2) Bagi Pelaku Kewirausahaan Sosial atau *Sociopreneur*

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai gambaran dan evaluasi dalam menjalankan usaha khususnya *social entrepreneurship*.

3) Bagi Masyarakat

penelitian ini dapat dijadikan motivasi untuk melakukan perubahan dalam meningkatkan taraf kehidupan.

## E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan, atau hal-hal telah ada untuk mengetahui apa yang ada dan yang belum ada (Arikunto, 2000:75). Setelah menelaah beberapa penelitian, peneliti menemukan ada sejumlah karya yang relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan.

Alba Akbar Syachbana dalam skripsinya yang berjudul *Proses Kewirausahaan Sosial Pada PT. Waste4Change Alam Indonesia di Bekasi*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa proses kewirausahaan sosial dilakukan oleh Waste4Change dimulai dari penentuan misi sosial dan mengidentifikasi masalah sosial sebagai peluang yang dimanfaatkan sebagai sebuah bisnis. Dan *outcomes* dari kewirausahaan sosial yang ingin dicapai yaitu penciptaan nilai sosial masyarakat mau mengelola sampah secara bertanggung jawab (Syachbana, 2017).

Rahayu Wulandari dalam skripsinya yang berjudul *Penerapan Islamic Social Entrepreneurship Bagi Penyandang Disabilitas di Tiara Handicraft Surabaya*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kegiatan di Tiara Handicraft sesuai dengan karakteristik *sebuah social entrepreneurship* yang dilihat dalam perspektif Islam yaitu *social mission*,



*empowerment, ethical business principles, reinvestment for social mission, dan sustainability* (Wulandari, 2019).

Yulistika dalam skripsinya yang berjudul *Model Kewirausahaan Sosial Di Lembaga Agriculture Entrepreneur Clinics (AEC)*. Penelitian tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan konsep, implementasi, dan hasil yang dicapai dalam kewirausahaan sosial di lembaga AEC. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa konsep kewirausahaan sosial di lembaga AEC dilakukan dengan cara berputar dan sama-sama menguntungkan antara lembaga AEC dengan petani binaannya (Yulistika, 2017).

Wawan Triyono dalam skripsinya yang berjudul *Eksplorasi Motivasi Social Entrepreneurship Pada Pengusaha Muslim*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Subjek penelitian adalah pengusaha muslim yang termasuk kriteria *social entrepreneurship* dan berada di daerah Solo Raya (Triyono, 2018).

Denny Riezki Pratama dalam *Jurnal UMBARA Indonesian Journal of Anthropology* yang berjudul *Peran Kewirausahaan Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat: Tiga Cerita dari Kutai Timur*. Hasil penelitian pada penelitian ini menunjukkan bahwa kunci program pemberdayaan masyarakat adalah para pelaku wirausaha sosial. Sebab, mereka berperan mendorong masyarakat untuk lebih inovatif dan kreatif memanfaatkan peluang pemberdayaan dan mendorong peningkatan partisipasi masyarakat dalam pembangunan (Pratama, 2019).

Berikut adalah tabel persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu

**Tabel 1**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan/ Perbedaan
Alba Akbar Syachbana/2017	Proses Kewirausahaan Sosial pada PT. Waste4Change Alam Indonesia di Bekasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses kewirausahaan sosial dilakukan oleh Waste4Change dimulai dari penentuan misi sosial dan mengidentifikasi masalah sosial sebagai peluang yang dimanfaatkan sebagai sebuah bisnis. Dan <i>outcomes</i> dari kewirausahaan sosial yang ingin diapai yaitu penciptaan nilai sosial masyarakat mau mengelola sampah secara bertanggung jawab	<p><b>Persamaan:</b> Sama-sama meneliti terkait kewirausahaan sosial dalam mengatasi masalah sosial.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Penelitian terdahulu tidak membahas terkait pemberdayaan masyarakatnya</p>

Rahayu Wulanda ri/2019	Penerapan <i>Islamic Social Entrepreneurs hip</i> Bagi Penyandang Disabilitas di Tiara Handicraft Surabaya	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan dilakukan dengan memberikan keterampilan dan dalam praktek bisnisnya menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan karakteristik <i>sebuah social entrepreneurship</i> yang dilihat dalam perspektif Islam.	<b>Persamaan:</b> Keduanya sama- sama meneliti terkait implementasi <i>social entrepreneurship</i> dalam memberdayakan masyarakat. <b>Perbedaan:</b> Pada penelitian terdahulu memberdayakan penyandang disabilitas sedangkan pada penelitian ini memberdayakan petani singkong dan masyarakat.
Yuliska/ 2017	Model Kewirausahaan Sosial Di Lembaga <i>Agriculture Entrepreneur Clinics (ACE)</i>	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa konsep kewirausahaan sosial di lembaga AEC dilakukan dengan cara berputar dan sama- sama menguntungkan antara lembaga AEC dengan petani binaannya.	<b>Persamaan:</b> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah keduanya sama-sama meneliti terkait dengan kewirausahaan sosial. <b>Perbedaan:</b> Objek penelitian

<p>Wawan Triyono/ 2018</p>	<p>Eksplorasi Motivasi <i>Social Entrepreneurs hip</i> Pada Pengusaha Muslim</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi intrinsik <i>social entrepreneurship</i> pada pengusaha muslim adalah adanya kesadaran untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan kemauan untuk berkembang serta kesadaran untuk menjalankan perintah agama. Motivasi ekstrinsik <i>social entrepreneurship</i> pada pengusaha muslim adalah adanya dorongan dari orang dekat, kegelisahan dengan keadaan masyarakat sekitar, dan motivasi dari tokoh inspiratif.</p>	<p><b>Persamaan:</b> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah keduanya sama-sama meneliti tentang <i>social entrepreneurship</i>. <b>Perbedaan:</b> Penelitian terdahulu bertujuan mengetahui motivasi menjadi <i>social entrepreneurship</i> pada pengusaha muslim. Sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi <i>social entrepreneurship</i> dalam pemberdayaan masyarakat.</p>
<p>Denny Riezki Pratama/ 2019</p>	<p>Peran Kewirausahaan Sosial dalam Pemberdayaan</p>	<p>Hasil penelitian pada penelitian ini menunjukkan bahwa kunci</p>	<p><b>Persamaan:</b> Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah kedua</p>

	Masyarakat: Tiga Cerita dari Kutai Timur	program pemberdayaan masyarakat adalah para pelaku wirausaha sosial. Sebab, mereka berperan mendorong masyarakat untuk lebih inovatif dan kreatif memanfaatkan peluang pemberdayaan dan mendorong peningkatan partisipasi masyarakat dalam pembangunan	penelitian ini meneliti kewirausahaan sosial dalam pemberdayaan masyarakat. <b>Perbedaan:</b> Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu mengkaji tentang tiga kewirausahaan sosial dari Kutai Timur sedangkan penelitian ini meneliti implementasi kewirausahaan sosial pada PT. Rumah Mocaf Banjarnegara.
--	---	--	---

## F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah mempelajari dan memahami karya tulis ilmiah ini, maka akan diuraikan tentang sistematika yang dibagi dalam lima bab sebagai berikut:

### 1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran secara menyeluruh tentang penelitian yang dilakukan. Dari bab pertama ini diketahui beberapa hal, yaitu mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

### 2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori-teori yang melandasi penelitian dan menjadi acuan teori untuk menganalisis dalam penelitian.

### **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai pemaparan metode yang digunakan peneliti untuk mencari sumber data, yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, serta metode analisis data yang digunakan.

### **4. BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dipaparkan hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, implementasi *social entrepreneurship* dalam pemberdayaan masyarakat pada PT. Rumah Mocaf Indonesia, serta analisis implementasi *social entrepreneurship* dalam pemberdayaan masyarakat pada PT. Rumah Mocaf Indonesia.

### **5. BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi penutup. Dalam bagian ini berisi kesimpulan, dan saran atas penelitian yang telah dilakukan serta kata penutup sebagai akhir dari isi pembahasan

Pada bagian akhir karya ilmiah ini, peneliti mencantumkan daftar pustaka meliputi referensi dalam penyusunan karya ilmiah ini, beserta lampiran-lampiran yang mendukung, serta daftar riwayat hidup penulis.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdirinya Rumah Mocaf Indonesia dengan berasaskan *social entrepreneurship* berawal dari aktivitas pemberdayaan masyarakat yang dilatih dan didampingi dalam pembuatan tepung mocaf namun belum tuntas sampai tahap pemasaran. Implementasi *social entrepreneurship* dimulai dari perumusan misi sosial dan identifikasi peluang melalui kerjasama dengan petani dan pengrajin mitra dalam mengatasi permasalahan harga singkong yang rendah dengan cara mengolahnya menjadi tepung mocaf. Berkembangnya Rumah Mocaf Indonesia juga berkat dibangunnya hubungan baik dengan berbagai pihak seperti petani dan pengrajin mitra, kemudian pihak pendukung seperti Bank Indonesia Purwokerto, pemerintah, dan pihak swasta lainnya.
2. Implementasi *Social entrepreneurship* oleh Rumah Mocaf Indonesia dengan melakukan kegiatan-kegiatan guna mengembangkan aktivitas *social entrepreneurship* yaitu dengan sistem klaster, pendampingan petani dan pengrajin mitra, sistem penjadwalan tanam dan panen, bantuan permodalan mitra Rumah Mocaf. Sikap proaktif juga dilakukan dengan aktif menganalisa pasar dan strategi pemasaran yang dilakukan. Sikap otonomi ditunjukkan dalam prinsip demokratisasi ekonomi atau ekonomi kerakyatan dimana petani diberdayakan, bukan diperdaya, tidak ada pihak yang dirugikan, di *dzalimi*, transparansi selalu dijaga, dan musyawarah dalam segala aspek.
3. Adapun hasil yang ingin dicapai dalam implementasi *social entrepreneurship* oleh Rumah Mocaf Indonesia ini adalah mewujudkan kesejahteraan bersama dan terciptanya nilai sosial bahwa singkong merupakan makanan sehat dan dikenal oleh masyarakat luas dan tepung mocaf dapat sebagai pengganti tepung terigu sehingga Indonesia

mampu bedaulat secara pangan serta harapannya dapat mewujudkan kesejahteraan petani lokal. Untuk mewujudkan hal tersebut masih dalam proses edukasi kepada masyarakat dan harapannya masyarakat dan pemerintah juga turut mendukungnya.

4. Dalam mengimplementasikan *social entrepreneurship* pada kegiatan pemberdayaan masyarakat, Rumah Mocaf Indonesia menjalankan aktivitasnya secara *enabling*, *empowering*, dan *protecting* serta memenuhi prinsip-prinsip program pemberdayaan. Yaitu dalam aktivitasnya telah memenuhi prinsip kesetaraan, prinsip partisipasi, prinsip keswadayaan, dan prinsip keberlanjutan. Manfaat yang diterima oleh masyarakat yaitu membuka lapangan pekerjaan, menambah pengetahuan, meningkatkan pendapatan, rasa percaya diri, komitmen, dan antusiasme yang tinggi.
5. Faktor pendukung dalam implementasi *social entrepreneurship* ini adalah sumber daya alam yang memadai, manusia yang kompeten, dan hubungan baik dengan banyak pihak. Sedangkan faktor penghambatnya adalah permodalan, cuaca, teknologi pertanian dan alat produksi yang manual, ongkos kirim ke luar daerah dan luar negeri yang mahal.

## **B. Saran**

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan, maka saran-saran dari penulis adalah:

1. Untuk Rumah Mocaf Indonesia hendaknya edukasi kepada masyarakat terus diupayakan, target pasar diperluas kembali sehingga mampu menyasar seluruh kalangan, dan strategi-strategi pemasaran yang diterapkan dapat terus dikembangkan sehingga pemasaran tepung mocaf dapat meluas ke seluruh daerah.
2. Untuk petani dan pengrajin mitra hendaknya selalu semangat dalam memproduksi tepung mocaf dan kualitas selalu dijaga serta ilmu-ilmu yang dipelajari dapat diterapkan untuk hasil yang maksimal. Kemudian untuk selalu berkomitmen dan saling percaya serta komunikasi yang selalu dijaga.



3. Untuk masyarakat hendaknya untuk bisa saling mendukung dan turut mendukung dengan mengonsumsi tepung mocaf serta mengembangkan resep.
4. Untuk pemerintah hendaknya turut mendukung, memperhatikan, dan berkontribusi terhadap pengembangan tepung mocaf ini yang merupakan upaya masyarakat dalam mewujudkan ketahanan pangan Indonesia dan kesejahteraan petani lokal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A. & Setiawan, J., 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Choironi, R., 2018. Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Pengolahan Limbah Cangkang Karang Di PKBM Kridatama Desa Sendang Sikucing Kecamatan Rowosari Kabupaten Kendal. *Skripsi*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walingsongo
- CNN, 2018. *Survei: Kewirausahaan Sosial Bisa Bangun Ekonomi Kreatif*.
- El Hasanah, L. I. N., 2018. Pengembangan Kewirausahaan Sosial Pada Perguruan Tinggi Melalui Social Project Competition. *Jurnal Studi Pemuda*, Vol. VII No. 2
- Gitosapruto, S. & Rangga, K. K., 2015. *Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat: Konsep, Teori dan Aplikasinya di Era Otonomi Daerah*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Isyanto, S. B., 2017. *Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta. Pustaka Ilmu
- Haryanti, D. M., Hati, S. R. H., Wirastuti, A. & Susanto, K., 2016. *Berani Jadi Wirausaha Sosial? : Membangun Solusi Atas Permasalahan Sosial Secara Mandiri dan Berkelanjutan*. Depok: PT. Bank DBS Indonesia.
- Hulgard, L., 2010. Discourses of Social Entrepreneurship-Variations of The Same Theme?. *European Research Network*
- Jayani, D. H., 2019. *Jumlah Penduduk Indonesia 269 Juta Jiwa, Terbesar Keempat Dunia*. Databook
- Karim, A. A., 2015. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kaswan & Akhyadi, A. S., 2017. *Social Entrepreneurship: Mengubah Masalah Sosial Menjadi Peluang Usaha*. 2nd ed. Bandung: ALFABETA.
- Kumparan, 2019. *67 Persen Pelaku Social Enterprise di Indonesia adalah Anak Muda*.
- Kurniawan, A. W. & Puspitaningtyas, Z., 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta. Pandiva Buku
- Luqman, M. A., 2017. Transformasi Sistem Pendidikan Pondok Pesantren Dalam Mengembangkan Kewirausahaan Sosial. *Thesis*. Salatiga: IAIN Salatiga.
- Lumpkin, G. T. et al., 2013. Entrepreneurial Processes in Social Contexts: How Are They Different, if at all?. *Small Bus Econ*, .

- Maryani, D. & Nainggolan, R. R. E., 2019. *Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta. Deepublish.
- Masturin, 2015. Model Pemberdayaan Masyarakat Dengan Pendekatan Social Entrepreneurship : Analisis Ketokohan dan Para Pewirausaha Sosial. *INFERENSI Jurnal Penelitian Sosial dan Keagamaan*, Vol. IX No.1
- Matthoriq, Suryadi & Rozikin, M., 2014. Aktualisasi Nilai Islam Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pesisir (Studi pada Masyarakat Bajulmati, Gajahrejo, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. II No. 3
- Mulyawan, R., 2016. *Masyarakat, Wilayah, dan Pembangunan*. Sumedang: UNPAD PRESS.
- Munir, J. B., Rukmi, H. S. & Bakar, A., 2015. Strategi Pengembangan UKM Tepung Mocaf CV. Karunia Maha Cipta Menggunakan Matriks Perumusan Strategi. *Reka Integra*, Vo. III. No.3
- Mursidi, A. et al., 2020. *Kewirausahaan Sosial*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Nurfaqih, M. I. & fahmi, R. A., 2018. Social Entrepreneurship (Kewirausahaan Sosial) dalam Perspektif Islam. *Working Paper Keuangan Publik Islam*.
- Prabawanti, B. E., Sanie, S. Y. & Herman, 2006. *Sukses Membangun Kewirausahaan Sosial: Konsep, Teori, & Praktik*. Jakarta: Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atmajaya.
- Pratama, D. R., 2019. Peran Kewirausahaan Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat: Tiga Cerita dari Kutai Timur. *UMBARA Indonesia Journal of Anhtropology*, Vol IV No.2
- Regi, 2020. *Curahan Hati Petani, Gugah Riza Bangun Rumah Mocaf*, Jakarta: Tabloid Sinartani.com.
- Rumahmocafindonesia.trustpass.alibaba.com
- Saragih, R., 2017. Membangun Usaha Kreatif, Inovatif, Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, Vol III. No. 2
- Saugi, W. & Sumarno, 2015. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pengolahan Bahan Pangan Lokal. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. II. No.2.
- Setiawan, J. & Anggito, A., 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Soesilowati, S., 2019. *Ketergantungan Indonesia Terhadap Gandum Impor Australia*, Surabaya. UNAIR News.
- Simanjuntak, B. A. & Sosrodiharjo, S., 2014. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Siyoto, S. & Sodik, A., 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publisihing.
- Suharsimi, Arikunto. 2011. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sumardi, E., 2020. *Patut Ditiru, Pola Pengembangan Mocaf di Banjarnegara Jawa*
- Sumaryo, Kodriana & Rangga, 2015. *Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat (Konsep, Teori, dan Aplikasinya di Era Otonomi Daerah)*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Syachbana, A. A., 2017. Proses Kewirausahaan Sosial pada PT. Waste4change Alam Indonesia. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Teguh, A. & Sulistiyani, 2004. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Terrinpi, A., 2019. Kewirausahaan Sosial Di Indonesia (Apa, Mengapa, Kapan, Siapa, Dan Bagaimana). *Meraja Journal*, Vol. II No. 3
- Triyono, W., 2018. Eksplorasi Motivasi Sosial Entrepreneurship Pada Pengusaha Muslim. *Skripsi*. Surakarta: IAIN Surakarta
- Utami, A. D., Noviyanti, Putra, G. G. & Prasetyawan, A., 2017. Sociopreneurship Sebagai Alternatif Pemberdayaan Masyarakat dan Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara-ASIAN*, Vol 2
- Utomo, H. S., 2012. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Sociopreneurship. *Business Conference*. Yogyakarta.
- Wulandari, R., 2019. Penerapan Islamic Social Entrepreneurship Bagi Penyandang Disabilitas di Tiara Handicraft Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Wibowo, H. & Nulhaqim, S. A., 2015. *Kewirausahaan Sosial: Merevolusi Pola Pikir Menginisiasi Mitra Pembangunan*. Bandung: UNPAD PRESS.
- [www.rumahmocaf.id](http://www.rumahmocaf.id)
- Yulistika, 2017. Model Kewirausahaan Sosial Di Lembaga Agriculture Entrepreneur Clinics (AEC). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.