

**RENCANA BISNIS KOPI DHAMALOENG DALAM BINGKAI
KEWIRAUSAHAAN SOSIAL KOPERASI RAHAYU NGUDI MAKMUR
DI GKJTU MANUNGGAL NGADUMAN**

TESIS



Najoan Yehezkiel Pinontoan

13210103

Tesis ditulis untuk memenuhi Sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar

Magister Manajemen

Program Studi Magister Manajemen

DUTA WACANA

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
DESEMBER 2023**

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Dengan ini, saya menyatakan bahwa Tesis dengan judul:

**RENCANA BISNIS KOPI DHAMALOENG DALAM BINGKAI
KEWIRAUSAHAAN SOSIAL KOPERASI RAHAYU NGUDI MAKMUR
DI GKJTU MANUNGAL NGADUMAN**

adalah asli hasil karya saya, dan judul ini belum pernah diajukan sebagai syarat atau sebagai bagian dari syarat untuk memperoleh gelar magister di perguruan tinggi.

Apabila saya dengan sengaja atau tidak melakukan hal tersebut di atas dan terbukti melanggar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi yang ditentukan oleh universitas berupa pembatalan ijazah dan gelar akademik.

Yogyakarta, Desember 2023

Yang menyatakan,



Najoan Yehezkiel Pinontoan

DUTA WACANA

DUTA WACANA

LEMBAR PERSETUJUAN

**RENCANA BISNIS KOPI DHAMALOENG DALAM BINGKAI
KEWIRAUSAHAAN SOSIAL KOPERASI RAHAYU NGUDI MAKMUR
DI GKJTU MANUNGGAL NGADUMAN**

Najoan Yehezkiel Pinontoan

NIM: 13210103

Tesis ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar

Magister Manajemen

Program Studi Magister Manajemen

Menyetujui

Pembimbing,


Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D


Mengetahui: **DUTA WACANA**

Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta



Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M. Min.

NIDN 914E154

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Najoan Yehezkiel Pinontoan
NIM : 13210103
Program studi : Magister Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“RENCANA BISNIS KOPI DHAMALOENG DALAM BINGKAI
KEWIRAUSAHAAN SOSIAL KOPERASI RAHAYU NGUDI MAKMUR DI GKJTU
MANUNGGAL NGADUMAN”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 26 Januari 2024

Yang menyatakan



Najoan Yehezkiel Pinontoan

13210103

LEMBAR PENGESAHAN

**RENCANA BISNIS KOPI DHAMALOENG DALAM BINGKAI
KEWIRAUSAHAAN SOSIAL KOPERASI RAHAYU NGUDI MAKMUR
DI GKJTU MANUNGGAL NGADUMAN**

Najoan Yehezkiel Pinontoan
NIM: 13210103

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Tesis
Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta
Tanggal:

Dewan Penguji

Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si.
(Ketua Penguji)

Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min.
(Penguji)

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.
(Penguji/Pembimbing)

Yogyakarta,
Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta
Wacana, Yogyakarta



Dr. Perminas Pangeran, M.Si.
NIK 104 E 343

ABSTRAK

Rencana bisnis kopi Dhamaloeng adalah dasar atau sebagai pedoman bisnis ini dijalankan. Dalam tulisan ini dilihat proses bisnis ini akan dijalankan dalam bingkai kewirausahaan sosial. Tulisan ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan observasi partisipatif dan metode kuantitatif dengan menganalisa aspek finansial. Sumber data diperoleh dari hasil wawancara mendalam, kuisioner, dan observasi partisipatif Penulis. Proses dan Langkah-langkah untuk menganalisis dan mengetahui rencana bisnis dalam bingkai kewirausahaan sosial dan proses bisnisnya telah dilakukan dan ditemukan hasil bahwasanya Bisnis kopi Dhamaloeng layak untuk di jalankan dengan pertimbangan aspek finansial dan aspek non finansial. Di sisi lain bisnis ini berdampak pada peningkatan kesejahteraan Masyarakat dari segi sosial dan ekonomi. Hal itu terlihat dari peningkatan pendapatan petani, peningkatan taraf hidup Masyarakat, menurunnya angka pengangguran di dusun Ngaduman dan masifnya Pembangunan yang ada di dusun tersebut.

Kata kunci: Rencana bisnis, kewirausahaan sosial, studi kelayakan bisnis.

ABSTRACT

The Dhamaloeng coffee business plan is the basis or guideline for running this business. In this article, we see that this business process will be carried out within the framework of social entrepreneurship. This paper uses a qualitative method with a participatory observation approach and a quantitative method by analyzing financial aspects. Data sources were obtained from the results of in-depth interviews, questionnaires, and the author's participatory observation. The process and steps to analyze and understand the business plan within the framework of social entrepreneurship and the business process have been carried out and the results were found that the Dhamaloeng coffee business is feasible to run by considering financial and non-financial aspects. On the other hand, this business has an impact on improving community welfare from a social and economic perspective. This can be seen from the increase in farmers' income, the increase in the standard of living of the community, the decrease in unemployment in Ngaduman hamlet and the massive development in the hamlet.

Keywords: Business plan, social entrepreneurship, business feasibility study.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis persembahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan anugerah-Nya Penulis dapat menyelesaikan Tesis ini yang berjudul : Rencana bisnis kopi Dhamaloeng koperasi Rahayua Ngudi Makmur di GKJTU Manunggal Ngaduman.

Awalnya penulis tidak pernah berpikir untuk melanjutkan studi di Magister Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana karena saat itu juga Indonesia masih dalam situasi pandemi. Setelah penulis mempertimbangkan dengan baik dan matang, akhirnya penulis memilih untuk melanjutkan studi di MM UKDW. Penulis sempat ragu untuk menginjakkan kaki di UKDW, apalagi penulis sendiri memiliki keterbatasan dalam penglihatan, namun penulis memiliki tekad yang kuat untuk terus belajar memperkaya wawasan penulis daalam mempersiapkan diri untuk menjadi calon pelayan Tuhan di GPIB.

Dalam proses perkuliahan, penulis sangat menikmati proses tersebut, karena bagi penulis “Setiap orang adalah guru dan setiap tempat adalah sekolah”. Banyak hal baru yang penulis pelajari. Hal-hal yang menurut penulis akan sangat berguna di medan pelayanan nanti, penulis dapatkan di setiap kelas perkuliahan magister manajemen UKDW. Dalam proses belajar tersebut, penulis banyak mendapat suport dari kerabat dan sahabat terkasih, baik dari dosen-dosen dan teman-teman kelas maupun teman-temandan keluarga yang ada di Jogja dan di luar Yogyakarta. Melalui kesempatan ini Penulis ingin mengungkapkan terimakasih kepada:

1. Fakultas Bisnis: Magister Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang selama kurang lebih dua tahun ini menjadi wadah saya menempuh studi dengan konsentrasi manajemen gereja
2. Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D yang telah membimbing saya, memberikan saran, masukan dan nasihat sementara proses internship berlangsung dan saat penyusunan laporan internship dan Penulisan Tesis ini.
3. Dr. Perminas Pangeran, M.Si dan Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M. Min selaku dosen penguji pada ujian Tesis yang sudah memberi saran dan masukan kepada saya sehingga Tesis ini menjadi lebih baik lagi.
4. Orang tua dan keluarga besar Pinontoan-Najoan yang selalu mensupport saya dalam doa Ketika saya sedang melaksanakan Penulisan Tesis ini.
5. Majelis dan warga jemaat Gereja Kristen Jawa Tengah Utara (GKJTU) Manunggal Dusun Ngaduman yang telah mengizinkan saya untuk mengadakan kegiatan penelitian di Dusun Ngaduman dan menjalin kerja sama yang baik dalam memberikan data-data yang saya perlukan.
6. Bapak Purwanto selaku ketua Koperasi Rahayu Ngudi Makmur bersama keluarga yang telah membantu Penulis dalam hal pengumpulan data sekaligus memperkenankan saya untuk tinggal di rumah mereka selama kegiatan internship dan penelitian Tesis berlangsung kurang lebih satu semester.
7. Pdt. Victor Immanuel Arisandi, S.Th selaku Ketua Majelis Jemaat GKJTU Manunggal sekaligus ketua Divisi kopi yang telah menjadi

teman diskusi sekaligus membantu saya dalam melengkapi beberapa data.

8. Pdt. Ezra Sudarsono, Pdt. Roro, Pdt. Daniel Lumentut, Pdt. Agus Wijaya, Pdt. Murty, Pdt. Andreas, Pdt. Indar, Pdt Rasmalem dan Pdt. Kristaloni selaku teman-teman minat manajemen gereja yang sudah mengsuport pada saat perkuliahan berlangsung.

9. Rekan-rekan M. Fil 2020 dan 2021 Fakultas Teologi UKDW yang senantiasa bersama berjuang dalam suka dan duka, belajar dan bermain, yang senantiasa juga memberikan support bagi penulis baik secara moril dan materil sehingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan MM ini dengan segala baik.

Pada akhirnya harapan Penulis adalah; laporan ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, Desember 2023

Penulis



Najoan Yehezkiel Pinontoan

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Batasan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB 2 KAJIAN LITERATUR.....	10
2.1 Teori Kewirausahaan Sosial.....	10
2.1.1 Peran Kewirausahaan Sosial	11
2.1.2 Elemen Kewirausahaan Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat...12	
2.2 Analisa SWOT	13
2.2.1 Matriks IFE	14
2.2.2 Matriks EFE	15
2.2.3 Analisa Matriks SWOT	15

2.2.4	Diagram Cartesius	17
2.3	Model Bisnis Canvas.....	18
2.3.1	Customer Segments (Segmentasi pelanggan pengguna produk/jasa). 19	
2.3.2	Value Proposition (tawaran nilai yang kita miliki).....	19
2.3.3	Channels (Kanal Distribusi).....	19
2.3.4	Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)	19
2.3.5	Key Activities (Aktivitas Kunci)	19
2.3.6	Key Resources (Sumber Daya Utama)	19
2.3.7	Key Partners (Kemitraan Utama)	20
2.3.8	Revenue Streams (Arus Pendapatan).....	20
2.3.9	Cost Structure (Struktur Biaya)	20
2.4	Model Bisnis Canvas Sosial.....	20
2.4.1	Beneficiary Segments (Segmen penerima manfaat).....	21
2.5	Studi Kelayakan Bisnis	26
2.5.1	Manfaat Studi Kelayakan Bisnis.....	26
2.5.2	Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis	27
2.6	Rencana Bisnis	33
2.6.1	Prinsip-prinsip Rencana Bisnis	33
2.6.2	Manfaat Perencanaan Bisnis	34
2.6.3	Dampak Positif Kewirausahaan.....	34
2.7	Penelitian yang Terdahulu.....	36
2.8	Kerangka Berpikir	37
2.9	Pernyataan Penelitian	37
BAB 3	METODE PENGUMPULAN DATA	38

3.1	Jenis Metodologi	38
3.2	Sumber Data dan Periode Data	39
3.3	Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1	Teknik Pengumpulan Data Kualitatif	41
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif	42
3.4	Teknik Analisa Data.....	43
3.4.1	Teknik Analisa Data Kualitatif	44
3.4.2	Teknik Analisa Data Kuantitatif	45
3.5	Lokasi Kegiatan Internship	46
3.6	Desain Penelitian.....	47
3.7	Alur Pikir Penelitian.....	49
BAB 4	RENCANA BISNIS KOPI DHAMALOENG	51
4.1	Rencana Bisnis	51
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	51
4.1.2	Logo Bisnis	55
4.1.3	Kemasan	56
4.1.4	Visi, Misi dan Nilai	57
4.1.5	Gambaran Lokasi Bisnis Kopi Dhamaloeng	58
4.1.6	Proses Bisnis	58
4.1.7	Aspek Perencanaan Pemasaran.....	59
4.1.8	Strategi Pemasaran Perusahaan dan Pesaing	61
4.1.9	Aspek Organisasi dan Manajemen.....	66
4.1.10	Aspek Hukum	75
4.1.11	Aspek Produksi	75
4.2	Analisis SWOT	80

4.2.1	Analisis Lingkungan Usaha	80
4.2.2	Tahap <i>input</i>	81
4.2.3	Tahap <i>matching</i>	85
4.2.4	Alternatif Strategi	87
4.2.5	Tahap <i>Decision</i>	89
4.3	Analisa Awal: Identifikasi Elemen-elemen Model Bisnis Kopi	91
4.3.1	Customer Segment	91
4.3.2	Value Propositional	91
4.3.3	Channels	92
4.3.4	Segmen Relation	92
4.3.5	Key Activities	92
4.3.6	Key Resources	92
4.3.7	Key Partners	92
4.3.8	Revenue Streams	93
4.3.9	Cost Structure	93
4.4	Implementasi Model Canvas Bisnis Sosial Kopi Dhamaloeng	93
4.4.1	Mission (Misi)	93
4.4.2	Customer Relationship (Segmen Pelanggan)	94
4.4.3	Social Innovation (Inovasi Sosial)	95
4.4.4	Value Proposition (Proposisi Nilai)	95
4.4.5	Benefary Segments (Segmen Penerima Manfaat)	96
4.4.6	Channels (Saluran)	97
4.4.7	Customer Benefits (Manfaat Pelanggan)	97
4.4.8	Key Activities (Kegiatan Utama)	98
4.4.9	Key Resources (Sumber Daya Utama)	100

4.4.10	Key Allies (Mitra Utama)	100
4.4.11	Cost of Delivery (Biaya Operasional)	101
4.4.12	Revenue Streams (Aliran Dana)	102
4.4.13	Community Reinvestment (Investasi Kembali)	102
4.5	Studi Kelayakan Bisnis Dhamaloeng Grup	105
4.5.1	Aspek Keuangan	105
4.5.2	Analisa Kelayakan Usaha	107
4.6	Analisa Keuntungan	111
4.6.1	Break Even Point (BEP)	112
4.6.2	Kontribusi Margin	112
4.6.3	Hasil Analisa Keuntungan Usaha Kopi Dhamaloeng	114
4.7	Dampak Positif Kewirausahaan Sosial Bisnis Kopi Dhamaloeng bagi Jemaat dan Masyarakat Dusun Ngaduman	114
BAB 5	PENUTUP	118
5.1	Kesimpulan	118
5.2	Implikasi	123
5.3	Keterbatasan	123
5.4	Saran	123
DAFTAR PUSTAKA		125
LAMPIRAN 1		130
LAMPIRAN 2		131
LAMPIRAN 3		132
LAMPIRAN 4		133
LAMPIRAN 5		134
LAMPIRAN 6		135

LAMPIRAN 7.....	136
LAMPIRAN 8.....	137
LAMPIRAN 9.....	138
LAMPIRAN 10.....	140
LAMPIRAN 11.....	141
LAMPIRAN 12.....	142
LAMPIRAN 13.....	143
LAMPIRAN 14.....	144
LAMPIRAN 15.....	146
LAMPIRAN 16.....	147
LAMPIRAN 17.....	148
LAMPIRAN 18.....	149
LAMPIRAN 19.....	152
LAMPIRAN 20.....	153
LAMPIRAN 21.....	154
LAMPIRAN 22.....	156
LAMPIRAN 23.....	159
LAMPIRAN 24.....	160
LAMPIRAN 25.....	162
LAMPIRAN 26.....	163
LAMPIRAN 27.....	164

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.2.4 Profil Bisnis Kopi Dhamaloeng dalam Elemen Kewirausahaan Sosial.....	13
Tabel 2.2.1 Matriks IFE	14
Tabel 2.2.2 Matriks EFE	15
Tabel 2.2.3 Matriks SWOT.....	15
Tabel 2.4 Model Bisnis Kanvas Sosial	25
Tabel 2.7 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 4.1.5 Proyeksi Permintaan	58
Tabel 4.1.6 Proyeksi Penawaran	59
Tabel 4.1.7 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar Kopi Dhamaloeng.....	59
Tabel 4.1.8 Harga Produk Kopi Arabika Dhamaloeng.....	60
Tabel 4.1.8.6 Biaya Aspek Pemasaran.....	64
Tabel 4.1.9.1 Job Dekskription Divisi Kopi Koperasi Rahayu Ngudi Makmur ...	66
Tabel 4.1.9.2 Kegiatan dan Biaya Pra Operasional	72
Tabel 4.1.9.3 Data Inventaris	72
Tabel 4.1.11.6 Rencana Kapasitas Produksi	75
Tabel 4.1.11.7 Rencana Produksi.....	75

Tabel 4.1.11.8.1.1 Lahan Divisi Kopi Koperasi Rahayu Ngudi Makmur	76
Tabel 4.1.11.8.1.2 Bangunan Milik Divisi Kopi.....	76
Tabel 4.1.11.8.2 Biaya Pemasangan Sarana Prasarana.....	76
Tabel 4.1.11.8.3 Biaya Perlengkapan dan Peralatan Kopi.....	76
Tabel 4.1.11.8.4 Beban Penyusutan	77
Tabel 4.1.11.8.5 Penggajian Tenaga Kerja	77
Tabel 4.1.11.8.6 Biaya Umum Usaha	78
Tabel 4.2.2.1 Hasil Kusisioner.....	80
Tabel 4.2.2.1 Matriks IFE	80
Tabel 4.2.2.2 Hasil Kusisioner.....	82
Tabel 4.2.2.2 Matriks EFE	82
Tabel 4.2.3.2 Matriks SWOT	84
Tabel 4.5.1 Skor Kombinasi Alternatif Strategi SWOT	88
Tabel 4.5.2 Urutan Alternatif Strategi SWOT	89
Tabel 4.3 Elemen-Element Model Bisnis Kanvas Pada Bisnis Kopi Arabika Dhamaloeng	92
Tabel 4.6.6 Channels Kopi Dhamaloeng	96
Tabel 4.6.8 Key Activities Bisnis Kopi Arabika Dhamaloeng	98

Tabel 4.6.9 Sumber Daya Fisik.....	99
Tabel 4.6.11 Biaya Operasional.....	100
Tabel 4.5.1.3 Sumber Pendanaan.....	102
Tabel 4.5.1.4 Pembiayaan Modal/Investasi	102
Tabel 4.5.1.5 Kebutuhan Modal Kerja.....	103
Tabel 4.5.1.6 Analisa Biaya Tetap.....	103
Tabel 4.5.1.7 Analisa Biaya Tidak Tetap.....	103
Tabel 4.5.1.8 Proyeksi Aliran Kas Usaha	103
Tabel 4.5.2.2.3 Perbandingan Present Value Pada Discount Factor 5% dan 7%	107
Tabel 4.6.2 Hasil Analisis Kelayakan Usaha Bisnis Kopi Dhamaloeng.....	110
Tabel 4.6.3 Hasil Analisa Keuntungan Bisnis Kopi Dhamaloen.....	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.8 Kerangka Berpikir	37
Gambar 3.7 Alur Pikir Penelitian	50
Gambar 4.1.2 Logo Kopi Arabika Dhamaloeng	55
Gambar 4.1.3 Kemasan	56
Gambar 4.1.8.3 Lokasi Menuju Dusun Ngaduman.....	64
Gambar 4.1.8.6 Logo	65
Gambar 4.1.9.1 Struktur Organisasi.....	66
Gambar 4.1.11.2 Dimensi Kemasan	74
Gambar 4.2.3.1 Diagram Cartesius Analisis SWOT.....	85
Gambar 4.2.5 Struktur Hirarki Prioritas Strategi SWOT	88
Gambar 4.4.9 Divisi Kopi: Sumber Daya Manusia	100



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perjalanan komunitas kopi di Dusun Ngaduman penuh dengan lika liku dan perjuangan yang sangat panjang. Jatuh dan bangun kembali sudah dialami komunitas ini. Dari kebangkrutan peternak Sapi perah sehingga banyak yang terlilit hutang miliaran rupiah, tanaman Tembakau yang nampaknya sudah kurang mampu menopang perekonomian masyarakat sampai kepada keprihatinan dan kekuatiran beberapa orang tentang potensi erosi dan pelapukan tanah di dusun Ngaduman yang mungkin saja terjadi karena kurangnya tanaman keras di beberapa kemiringan tertentu dan penggunaan produk-produk pertanian berbahan kimia. Itulah sedikit kisah pilu di balik munculnya komoditas dan komoditas kopi di dusun Ngaduman.

Tergiurnya puluhan orang petani di tahun 2010 untuk beternak sapi perah menjadi awal dari histori komunitas dan komoditas kopi Dhamaloeng. Pada saat itu puluhan petani yang tidak dibekali pengetahuan yang mumpuni tentang budidaya sapi perah, nekat meminjam uang di beberapa layanan perbankan sejumlah 550 juta rupiah dengan sertifikat tanah sebagai jaminannya untuk membeli ternak sapi perah. Dalam perjalanannya, puluhan orang yang tergabung dalam kelompok Sentosa 1 dan 2 mulai membudidayakan ternak sapi untuk diperah susunya. Minimnya pengetahuan mereka tentang aspek-aspek budidaya tersebut dimanfaatkan oleh para pebisnis ternak sapi perah dengan menjual sapi perah yang memiliki kualitas buruk, namun dihargai dengan nilai rupiah yang lebih tinggi dari yang semestinya. Dari

sinilah kisah yang diharapkan manis, pada kenyataannya harus berakhir tragis karena di awal tahun 2013 budi daya ini hancur dan mengalami kebangkrutan yang parah sehingga menyisakan luka terhadap perekonomian masyarakat setempat sekaligus menjebak anggota kelompok Sentosa dalam lilitan hutang perbankan senilai 650 juta rupiah dengan sertifikat tanah yang masih ditahan oleh pihak perbankan.

Pada tahun yang sama dengan peristiwa bankrutnya budi daya Sapi perah, Pdt. Victor Immanuel bersama istri Ibu Yuwanita berinisiatif untuk mengunjungi Frame Coffee House untuk membicarakan perihal tanaman yang baik dibudidayakan oleh masyarakat dusun Ngaduman untuk mencegah erosi dikarenakan beberapa wilayah di sana memiliki kemiringan yang cukup terjal. Perbincangan santai yang juga diikuti oleh Bapak Widi selaku owner Frame Coffee House melahirkan ide untuk menanam pohon Kopi. Selain itu owner dari Frame coffee merekomendasikan Bapak Munadi owner dari Logos Coffee untuk diikutsertakan dalam pendampingan budidaya tanaman Kopi di dusun Ngaduman.

Bantuan dari berbagai pihak mulai berdatangan dan membuat penggagas budidaya tanaman kopi di sana lebih bersemangat. Kemudian dibuatlah koperasi yang di gagas oleh pimpinan gereja setempat untuk lebih serius membudoidayakan bahkan menjual hasil dari tanaman kopi tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Bisnis sering dianggap kotor oleh banyak pihak dalam kekristenan (Jake Barnet 1987: 116-118). Bahkan berbisnis selalu diidentikkan dengan mencari

untung sebanyak-banyaknya untuk diri sendiri walaupun harus merugikan orang lain. Dari pemahaman tersebut bisnis selalu dianggap penuh dengan tipu daya dan ketamakan. Pandangan seperti ini bahkan banyak orang selalu menaruh perasaan curiga terhadap suatu kegiatan yang dibisniskan seperti pendidikan, kesehatan, pengadaan sarana prasarana publik dan sebagainya (Foster, 1985: 64). Kecurigaan tersebut membuat seakan-akan bisnis agak dihindari dalam institusi-institusi keagamaan.

Dalam Perjanjian Lama berbahasa Yunani (Septuaginta) ditemukan kata *oikonomos* atau *oikonomia* dari bahasa Ibrani *matsabh* dan *menshalah* yang dikenakan pada orang-orang yang bertanggung jawab untuk mengurus atau menata rumah tangga Israel. Dalam Yesaya 22:15-25 terkhusus di ayatnya yang ke 19 dan 21 Yesaya memberikan wewenang dan tanggung jawab kepada Sebna atas semua penduduk Yerusalem dan seluruh keluarga Yehuda (Dharmaputra, 2015: 54). Jadi *oikonomos* yang berarti penatalayanan dapat berkenaan dengan tanggung jawab atas wewenang yang sudah menjadi kewajiban. Ekonomi dan bisnis sebagai penatalayanan berarti memandang dua hal tersebut bukan hanya untuk kepuasan atas pencapaian diri sendiri, namun melihat itu sebagai tanggung jawab terhadap diri sendiri dan sesama, terhadap dunia ini dan terhadap realita kemiskinan (Dharmaputra, 2015, 73-87). Tanggung jawab kepada diri sendiri dan sesama di sini adalah soal bagaimana seseorang bersikap dan bertanggungjawab terhadap sesama melalui dirinya sendiri.

Orang yang beriman memiliki tanggung jawab kepada Allah dan wujud dari itu adalah tanggung jawab kepada sesama bukan hanya soal kedermawanan, namun

ini soal kewajiban. Selain itu juga berbicara tentang ekonomi dan bisnis sebagai penatalayanan terkait dengan sikap seseorang terhadap dunia ini. Jika dalam Alkitab banyak sekali ayat dan kisah yang seakan-akan melihat orang yang memiliki kekayaan yang melimpah kemudian melakukan apa yang tidak Allah kehendaki ini bukan berarti bahwa Alkitab sedang mengarahkan pembacanya kepada satu kesimpulan akhir bahwa memiliki harta dan benda adalah salah dan penyangkalan terhadap Allah, namun sebenarnya Alkitab sedang mengarahkan pembacanya bagaimana memiliki sikap yang bertanggung jawab dalam mengelola dan memanfaatkan harta benda dan kekayaan tersebut.

Dalam hal ini manusia bukan tidak diperbolehkan untuk menjadi orang kaya, namun diberikan tanggung jawab melalui sikap yang jujur dan benar dalam mengelola kekayaan tersebut. Ini berarti ketika manusia memiliki kekayaan yang melimpah, kekayaan itu tidak boleh menjadikan dirinya sombong dan tamak serta menindas mereka yang terpinggirkan, melainkan harta dan kekayaan yang dimilikinya harus dipergunakan untuk pelayanan dan pengabdian kepada Allah. Jadi tidaklah salah seseorang yang berusaha menjadi kaya dengan mengumpulkan harta sebanyak-banyaknya, namun juga tidaklah dibenarkan seseorang yang berusaha untuk menjadi kaya dengan menghalalkan berbagai cara untuk memperolehnya.

Para pelaku ekonomi dan bisnis Kristen harus ada di dua wilayah yang berlawanan, di satu sisi pelaku bisnis tersebut harus melibatkan diri secara penuh sebagai peserta atau pelaku ekonomi, namun di sisi lain pelaku bisnis juga harus kritis terhadap realita dunia bisnis dan ekonomi (Rasmussen, 1960: 248).

Melibatkan diri secara penuh di sini berarti bahwa pelaku bisnis dan ekonomi tidak boleh setengah hati dalam menjalankan usaha dan pekerjaannya. Mereka harus memiliki kreativitas, dalam hal ini berarti bahwa mencari bidang usaha dan menciptakan lapangan kerja yang bukan hanya mampu menguntungkan dan memperkaya diri mereka sendiri, namun juga memiliki kemampuan untuk menjadi sarana berkat dan bermanfaat untuk mensejahterakan orang banyak. Di sisi lain mereka harus kritis terhadap realita bahwa apa yang telah diatur dan menjadi kesepakatan bersama para pelaku ekonomi dalam dunia bisnis belum tentu berdampak adil bagi semua orang.

Bisnis yang baik untuk dilakukan oleh orang Kristen bukan hanya sekadar menjalankan bisnis untuk mengembangkan ekonomi yang wajar dengan tidak mengambil untung yang besar bagi diri sendiri dari barang dan jasa yang dijual terlebih khusus dari penjualan barang dan jasa yang berkaitan dengan kebutuhan pokok masyarakat seperti pendidikan, kesehatan, sandang pangan dan papan, namun juga menerapkan sikap profesionalitas yang bertanggung jawab secara moral dan spiritual. Ini berarti melalui dorongan iman Kristen, setiap pebisnis Kristen dipanggil untuk menerapkan nilai-nilai kristiani dalam dunia bisnis. Menerapkan nilai kristiani artinya mengimplementasikan tanggung jawab moral dengan menjadi sumber dan perintis moralitas demi rasa kemanusiaan.

Dalam dunia ekonomi, tentu saja seseorang tidak akan bisa meraih keberhasilan jika ia hanya bekerja sendiri tanpa membangun relasi bersama orang-orang yang menggeluti dunia yang sama. Dari sinilah kita bisa melihat bahwa dunia bisnis menjadi wadah bersosialisasi antara sesama (Norak, 1990: 114). Artinya

dalam dunia bisnis semua orang saling bekerja sama melatih kedisiplinan diri dan waktu, kreativitas dan inovasi serta etos kerja yang dilandasi dan bertujuan untuk mencapai kesuksesan dan kemandirian ekonomi bersama. Dalam bisnis juga orang-orang yang menggelutinya dituntut untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk barang dan jasa agar hasil produksinya dapat menjadi pembaharu dunia dan sarana mempermudah kegiatan manusia. Inilah gambaran dari kreativitas Allah dalam kapasitasnya menaungi orang-orang dalam satu komunitas bisnis (Wijaya, 2002: 114-115).

Dalam gereja sendiri sebagai lembaga kerohanian ada dua pemahaman yang paradoks yang berkembang di dalamnya. Pertama adanya pandangan yang mengatakan gereja sebagai institusi yang melekat pada sikap kesalehan, kejujuran dan kebenaran yang berbanding terbalik dengan realita bisnis yang di dalamnya mengandung tipu daya, ketamakan dan sebagainya sehingga perlu menghindari berbisnis karena dunia bisnis adalah kotor. Kedua usaha bisnis yang dilakukan oleh warga jemaat dilihat sebagai sumber dana bagi persembahan jemaat yang juga dapat menunjang keberlangsungan pelayanan dalam gereja (Stackhouse, 1995: 13-15). Dua pemahaman tersebut selalu menjadi dilema di dalam gereja sebagai institusi keagamaan kristiani.

Gereja sebagai organisasi yang memiliki banyak kegiatan yang tertuang dalam program kerjanya demi kemaslahatan umat tentu tidak bisa menjalankan programnya tanpa ada pemasukan dana yang diterimanya. Gereja memang adalah lembaga yang bergerak dalam bidang kerohanian, namun bukan berarti gereja tidak perlu mengurus hal-hal yang bersifat kebutuhan jasmani, apalagi jika kebutuhan

tersebut turut mendukung pelayanan gerejawi seperti penggalangan dana dan pembangunan fasilitas-fasilitas gerejawi (Singgih, 2004: 264). Jadi di sini gereja perlu mengadakan penggalangan dana bukan hanya dari persembahan jemaat saja, namun di sini perlu juga membuat suatu usaha yang dapat menjadi sumber pemasukan dana bagi gereja. Ketika membuat usaha tersebut, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah usaha atau bisnis tersebut bukan hanya membawa keuntungan bagi lembaga gereja itu sendiri melainkan juga bermanfaat bagi dan demi kesejahteraan umat. Lebih daripada itu, gereja harus menyadari benar bahwa kesuksesan dan keuntungan usaha dan bisnis gereja bukan datang dan dipergunakan untuk kepentingan gereja itu sendiri, namun ini adalah wujud pengabdian gereja terhadap sang kepala gereja sekaligus wujud pelayanan penuh kasih dari gereja untuk umat pilihan Allah.

Gereja Kristen Jawa Tengah Utara jemaat Manunggal berada di dusun Ngaduman. Dusun Ngaduman sendiri berada di Desa Tajuk, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Dusun Ngaduman adalah dusun tertinggi di bagian utara lereng Gunung Merbabu dengan ketinggian 1736 mdpl. Berada di ketinggian tersebut, dusun Ngaduman memiliki udara yang sejuk bahkan cenderung dingin di iklim tropis. Pada musim panas suhu rata-rata Dusun Ngaduman berkisar dari 10-15°C, sedangkan pada musim dingin suhu rata-ratanya sekitar 17-22°C (dusun ngaduman.com). Berada di ketinggian ini pula membuat kualitas kopi Damalung berada pada skala sangat baik dengan peminatnya yang cukup banyak.

Namun dengan potensi yang luar biasa ini, banyak sumber daya yang kurang dikembangkan oleh masyarakat dan jemaat yang ada disana. Oleh karena itu perlu

diadakan sebuah perencanaan bisnis yang baik dalam rangka pemberdayaan jemaat GKJ TU Manunggal Ngaduman melalui Divisi Kopi Koperasi Rahayu Ngudi Makmur.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apakah rencana bisnis kopi Dhamaloeng layak untuk dijalankan dengan mempertimbangkan aspek finansial dan aspek non finansial?
2. Apakah rencana bisnis kopi Dhamaloeng memiliki dampak positif dari pemberdayaan ekonomi yang dilakukan melalui kewirausahaan sosial?

1.4 Batasan Masalah

Tulisan ini dibatasi pada:

1. Kajian kewirausahaan sosial dalam perencanaan bisnis Kopi Dhamaloeng guna pemberdayaan ekonomi jemaat GKJ TU Manunggal dusun Ngaduman.
2. Kajian ini merupakan penciptaan dan dasar pelaksanaan kegiatan kewirausahaan sosial bisnis Kopi Dhamaloeng sebagai wujud pemberdayaan ekonomi masyarakat dusun Ngaduman.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui apakah rencana bisnis kopi Dhamaloeng layak untuk dijalankan dengan mempertimbangkan aspek finansial dan aspek non finansial.

2. Untuk menganalisa apakah rencana bisnis kopi Dhamaloeng memiliki dampak positif dari pemberdayaan ekonomi yang dilakukan melalui kewirausahaan sosial.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat secara Teoritis

Bagi Peneliti

- a. Penelitian ini dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam hal perencanaan bisnis dari Bisnis Kopi Dhamaloeng

Bagi Institusi Pendidikan

- a. Penelitian ini akan menambah bahan ajar dan referensi khususnya dalam bidang program studi manajemen gereja

2. Manfaat secara Praktis

Bagi Divisi Kopi Koperasi Rahayu Ngudi Makmur

- a. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar penciptaan dan pelaksanaan kegiatan kewirausahaan sosial dalam perencanaan bisnis kopi Dhamaloeng.

Bagi Mahasiswa

- a. Sebagai referensi mengenal perencanaan bisnis kopi Dhamaloeng berbasis pada kewirausahaan sosial.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bisnis kopi Dhamaloeng lahir dari persoalan sosial yang begitu pelik, mulai dari anjloknya perekonomian masyarakat dan terlilit hutang sampai permasalahan erosi dan potensi pelapukan tanah. Bisnis kopi Dhamaloeng pada saat ini hanya menjalankan bisnisnya dengan system yang sederhana, namun Penulis menawarkan dan membantu membuat system bisnis yang sekiranya bisa menjawab persoalan-persoalan yang ada. Penulis berusaha membuat satu model bisnis yang dinamakan Model Bisnis Canvas Sosial. Di dalamnya telah Penulis cantumkan analisa SWOT yang melahirkan strategi dalam pengembangan bisnis yang sekiranya penting untuk diterapkan. Bisnis kopi Dhamaloeng adalah bisnis yang masih berkembang sehingga dibutuhkan penguatan sumber daya dari berbagai aspek. Dalam tulisan ini pun dinyatakan bahwa bisnis kopi Dhamaloeng layak untuk dijalankan dan layak untuk berinvestasi di dalamnya karena usaha ini akan membawa profit ke depannya. Peranan kewirausahaan sosial yang di usung oleh nisnis ini sangat berperan dalam mensejahterakan Masyarakat dan menyelesaikan permasalahan sosial yan ada di jemaat dan Masyarakat dusun Ngaduman. Secara lebih terperinci, kesimpulan di atas akan diuraikan dalam beberapa poin dibawah ini.

- (1). Bisnis kopi Dhamaloeng terdiri dari tiga elemen, yaitu; pertama, social value dimana bisnis ini menciptakan lapangan kerja sehingga bisa mendorong Masyarakat lebih mudah mendapat akses Pendidikan dan

Kesehatan. Kedua, economic activity dengan mengadakan budidaya kopi, pelatihan pembibitan sampai penjualan, dan produktifitas Kopi Arabika Dhamaloeng. Ketiga, innovation dengan memanfaatkan lokasi strategis dan bibit kopi yang baik jika di kembangkan di wilayah Ngaduman. Sementara itu civil societynya adalah seluruh Masyarakat Ngaduman bahkan Masyarakat di sekitar dusun Ngaduman.

- (2). Berdasarkan analisa pada aspek pemasaran perusahaan dan pesaing, aspek organisasi dan manajemen, aspek hukum, aspek produksi dan aspek teknis dan operasional secara umum dapat menciptakan rencana bisnis kopi Dhamaloeng yang strategis yang secara fungsional dapat mendorong pertumbuhan bisnis kopi Dhamaloeng di dusun Ngaduman.
- (3). Berdasarkan hasil analisa SWOT ditemukan hasil total skor IFE 3.63 dan bahwa kekuatan utama dari bisnis ini adalah memiliki lahan sendiri (0.76) sedangkan kelemahan utamanya adalah pemberdayaan kurang efektif (0.76). Ditemukan juga total skor EFE 3.52 yang menunjukkan bisnis ini memiliki peluang utama permintaan pasar ekspor tinggi (0.64) dan ancaman utamanya adalah persaingan produk sejenis (0.64). sementara itu hasil diagram cartesius pada analisa SWOT menunjukkan bisnis kopi Dhamaloeng berada pada kuadran 1 yang ditentukan dari perbandingan dimensi kekuatan dan kelemahan pada sumbu -x +0.06 dan perbandingan dimensi peluang dan ancaman pada sumbu -y +0.12. Di posisi ini memungkinkan bisnis kopi Dhamaloeng melakukan strategi agresif yaitu mendukung bisnis ini untuk

memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada untuk meraih kesuksesan yang lebih besar. Pada hasil analisa matriks SWOT dirumuskan enam alternatif strategi dengan prioritas strategi adalah SO 1 membuat bisnis kopi Dhamaloeng dan SO 2 merebut peluang pasar dengan bobot 3.75.

- (4). Pada bisnis kopi Dhamaloeng diadakan analisa bertahap pada model bisnis yang sedang dan akan diterapkan. Pada analisa awal penerapan model bisnis kanvas, ditemukan banyak kesalahan pada penerapan model bisnis tersebut. Maka diadakan analisa berkelanjutan yang lebih komprehensif dengan mengimplementasikan model bisnis kanvas sosial pada bisnis kopi Dhamaloeng. Dalam penerapan model bisnis kanvas sosial ini ditemukan bahwa misi utama dalam bisnis ini adalah menyejahterakan Masyarakat dusun Ngaduman dan menciptakan kewirausahaan yang Lestari bukan saja bagi manusia itu sendiri, namun juga bagi alam yang berada di dusun Ngaduman. Untuk mewujudkan misi tersebut, maka tanaman kopi menjadi inovasi untuk memperbaiki sejarah kelam yang dialami oleh Masyarakat dusun Ngaduman yang sempat terpuruk oleh karena hutang bank dan komoditas Tembakau yang mulai merosot harganya. Diharapkan dengan adanya tanaman kopi ini membawa manfaat bagi masyarakat dan jemaat serta turut menjadi angin segar bagi keadaan sosial dan ekonomi Masyarakat sekaligus menjaga kelestarian alam di dusun Ngaduman. Keuntungan yang didapat dalam penjualan kopi Dhamaloeng tidak semata-mata dinikmati oleh pemilik

bisnis ini secara personal. Koperasi Rahayu ngudi Makmur sebagai paying dari bisnis kopi Dhamaloeng turut menginvestasikan kembali keuntungan yang mereka dapatkan bukan hanya untuk biaya produksi saja, namun juga untuk kegiatan Masyarakat dan gereja sebagai bentuk tanggung jawab kemanusiaan Kristen yang ada pada diri mereka.

- (5). Hasil analisa studi kelayakan bisnis dari aspek finansial menunjukkan bahwa modal investasi ditambah modal kerja Rp. 290.000.000, dana tersebut berasal dari modal sendiri Rp. 274.000.000 dan dana hibah dari Yayasan Liverbet Rp. 16.000.000. dari perhitungan PBP menunjukkan bahwa modal yang diinvestasikan akan kembali dalam waktu 4 tahun 5 bulan dan perhitungan NPV adalah sebesar Rp. 169. 714. 092 sehingga dari perhitungan ini di dapatkan hasil yang positif atau dengan kata lain investasi ini menguntungkan melebihi tingkat bunga yang dipakai (Discount rate BI, September 2022: 5%). Berikutnya dalam perhitungan PI adalah 1.58 sehingga usaha bisnis kopi Dhamaloeng layak dijalankan karena karena mendapatkan hasil lebih dari 1. Sementara itu hasil perhitungan IRR adalah 13, 74%, dengan hasil perhitungan ini maka bisnis kopi Dhamaloeng dinyatakan layak untuk dijalankan karena melebihi tingkat suku bunga yang berlaku yaitu 5%.

Sementara itu dalam analisa studi kelayakan dari aspek non finansial menunjukkan bahwa ada beberapa dampak positif dari kewirausahaan sosial yang dijalankan oleh bisnis kopi Dhamaloeng yang juga berperan penting dalam mengubah keadaan sosial dan ekonomi Masyarakat

setempat. Dampak positif adalah; Pertama, Social Value dengan memberdayakan jemaat dan Masyarakat dusun Ngaduman. Pemberdayaan Masyarakat yang dimaksud disini adalah dengan hadirnya bisnis kopi Dhamaloeng maka akan tercipta lapangan pekerjaan yang baru bagi Masyarakat civil society. Lapangan kerja akan terbuka bagi para petani Tembakau yang merugi, pemuda yang pengangguran dan elemen-elemen Masyarakat lainnya. Kedua, economic activity. Kegiatan bisnis kopi Dhamaloeng menjadi ladang mata pencarian baru bagi Masyarakat Ngaduman yang dulunya terjebak dalam hutang bank dan merosotnya harga Tembakau. Dengan meningkatnya pendapatan Masyarakat, maka ini adalah dampak positif ketiga dari bisnis kopi Dhamaloeng, yaitu; innovation yang menjadi kabar suka cita bagi Masyarakat yang ada di sana. Inovasi yang dilakukan oleh koperasi Rahayu ngudi Makmur adalah dengan membuat bisnis kopi Dhamaloeng. Inovasi tersebut sekiranya dapat meningkatkan taraf hidup Masyarakat. Meningkatnya taraf hidup Masyarakat civil society turut mempengaruhi akses Masyarakat pada Pendidikan dan Kesehatan. Terbukanya dua akses penting ini akan sangat mempengaruhi kualitas Masyarakat di dusun Ngaduman. Dengan hadirnya bisnis kopi Dhamaloeng akan terjadi banyak interaksi antara Masyarakat dan konsumen yang datang. Selain itu kesadaran Masyarakat akan pentingnya Pendidikan dan Kesehatan bagi dirinya sendiri dan orang disekitarnya akan meminimalisir masalah-masalah gizi buruk yang ada di kecamatan

Getasan dan lambatnya IPTEK menjadi bagian integral dari aspek kehidupan Masyarakat dusun Ngaduman.

5.2 Implikasi

Kewirausahaan sosial yang diusung oleh bisnis kopi Dhamaloeng dapat dijalankan dengan dukungan berbagai pihak yang terkait. Tujuan dilaksanakan kewirausahaan sosial ini agar kesejahteraan Masyarakat semakin lebih baik. Lagi pula beberapa strategi bisa menjadi acuan pelaku bisnis kopi Dhamaloeng untuk menjalankan bisnisnya dan mendapatkan profit dari bisnis tersebut bukan dari segi finansial saja namun juga dari segi non finansial.

5.3 Keterbatasan

Dalam melakukan penelitian ini, Penulis sangat menyadari keterbatasan Penulis. Terlebih dikarenakan keterbatasan Penulis dalam penglihatan, akhirnya ada beberapa hal yang tidak bisa Penulis eksplorasi lebih jauh. Semoga melalui tulisan ini, pemberdayaan masyarakat di lokasi yang lain bisa berjalan.

5.4 Saran

Ada beberapa saran yang Penulis rekomendasikan dalam konteks rencana bisnsi kopi Dhamaloeng, yaitu;

1. memperluas jaringan dan jangkauan penjualan agar lebih menjangkau konsumen.
2. Penguatan kapasitas sumber daya dengan mengadakan pembinaan dan pelatihan pembudidayaan kopi.
3. Optimalisasi pemberdayaan, produksi dan penjualan agar bisa mencapai kesuksesan bisnis yang lebih efektif dan efisien.



DAFTAR PUSTAKA

- Albinsaid, Gamal. 2018. *Era Baru Wirausaha Sosial*. Malang: Indonesia Medika.
- Berk, Jonathan dan Peter DeMarzo. 2016. *Corporate Finance*. London: Pearson.
- Brealey, Richard A., Stewart C. Myers, dan Franklin Allen. 2017. *Principles of Corporate Finance*. New York: McGraw-Hill Education.
- Bernet Jake, 1987, *Harta dan Hikmat: Pandangan Alkitab Tentang Kekayaan*, Bandung: Yyayaan Khalam Hidup.
- Brigham, Eugene F dan Joel F. Houston. 2018. *Fundamentals of Financial Management*. Boston: Cengage Learning.
- Creswell, John W. 2010. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Edisi 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmaputera, Eka. 2015. *Etika Sederhana Untuk Semua: Bisnis, Ekonomi dan Penatalayanan*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Darwis, Rudi Saprudin, dkk. 2021. "Kewirausahaan Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat." *Focus: Jurnal Pekerjaan sosial*, Vol. 4. No. 2. <https://doi.org/10.24198/focus.v4i2.37495>
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategi: Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dees, J. Gregory. 1998. The Meaning of "Social Entrepreneurship." https://centers.fuqua.duke.edu/case/wpcontent/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deas_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Fauzi dan Rita Irviani. 2018. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Andi.
- Febriani, Nufian S. dan Wayan Weda Asrama Dewi. 2018. Teori dan Praksis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu. Malang: UB Press.
- FoEh, John E.H.J. 2020. Perencana Bisnis (Business Plan): Aplikasi dalam Bidang Sumberdaya Alam. Yogyakarta: Deepublish.
- Foster. J Richard, 1985, *Uang, Seks dan Kehormatan*, Bandung: Yayasan Kalam Hidup
- Hartatik, H., & Baroto, T. 2017. Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 113–120. <https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol18.No2.113-120>.
- Hendarsih, Ida. 2022. “Analisis SWOT Matriks IFE dan EFE Untuk Menentukan Strategi Pengembangan Pasar Pada Jasa CV Zigzag Laserwork Semarang.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol.8, No.2. <http://dx.doi.org/10.35906/jep.v8i2.1263>
- Hulgard, Lars. 2010. *Discourses of Social Entrepreneurship-Variation of The Same Theme?* Denmark: EMES Eroupean Research Network.
- Jain, Monika. 2012. “Social Entrepreneurship–Using Business Methods to Solve Sosial Problems: The Case of Kotwara.” *Decision*, Vol. 39, No. 3, Desember 2012.
- Johan, Suwito. 2011. Studi kelayakan Pengembangan Bisnis. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jumingan. 2014. Studi Kelayakan Bisnis: Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan. Jakarta: Bumi Aksara.

- Kuncor, Mudraja. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Masturin. 2015. "Model Pemberdayaan Masyarakat dengan Pendekatan Social Entrepreneurship: Analisis Ketokohan Para Pewirausaha Sosial." *Inferensi: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 9, No. 1. <https://doi.org/10.18326/infs13.v9i1.159-182>
- Muhadjir, Noeng. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif Pendekatan Positivistik, Rasionalistik, Phenomenologik, dan Metafisik: Telaah Studi dan Teks Agama*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Munawaroh, Munjiati, Hasnah Rimiyatu dan Lela Hindasah. 2016. *Perencanaan Bisnis untuk Program Strata 1*. Yogyakarta: LP3M UMY.
- Nicholls, Alex. 2006. *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. New York: Oxford University Press.
- Novak, Michael. 1990. *Morality, Capitalism and Democracy*. London: The IEA Health and Welfare Unit.
- Olivia, Mauren dan Kartika Nuringsih. 2022. "Peran Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial dalam Pengembangan Kreativitas Berwirausaha." *Muara: Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 6, No.1. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i1.13360>
- Popoviciu, Ioan dan Salomea A. Popoviciu. 2011. *Social Rntrepreneurship, Social Entreprise and The Priciples of a Community of Practice*. *Revista De Cercetare Si Interventie Sociala*

- Pratama, Denny Riezki. 2019. "Kewirausahaan Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat: Tiga Cerita Dari Kutai Timur." *Umbara: Indonesian Journal of Anthropology*, Vol. 4, No. 2. <https://doi.org/10.24198/umbara.v4i2.25368>
- Raco, Josef R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Rasmussen, Albert Terril. 1960. *Stewardship in an Economy of Abundance*. New York: Association Press.
- Ross, Stephen, Randolph Westerfield, dan Bradford Jordan. 2015. *Fundamentals of Corporate Finance*. New York: McGraw-Hill Education.
- Rustiana, D., Faisal, M., & Iamayanti, L. (2019). Prototype Analisa Sistem Informasi Penilaian E-Raport Menggunakan Swot. *ICIT Journal*, 5(1), 21-29. <https://doi.org/https://doi.org/10.33050/icit.v5i1.99>
- Siagian, Sondang P. 1995. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Singgih, Emanuel Gerrit. 2004. *Mengantisipasi Masa Depan Berteologi Dalam Konteks di Awal Milenium III*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Stackhouse, Max L. 1995. *On Moral Business: Classical and Contemporary Resources for Ethics in Economic Life*. Michigan: Wiliam B. Eerdmans Publishing Company.
- Sucipto, Agus. 2011. *Studi Kelayakan Bisnis: Analisis Integratif dan Studi Kasus*. Malang: UIN Maliki Press.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, Lilis. 2016. *Studi Kelayakan Bisnis untuk Wirausaha*. Bandung: LaGood's Publishing.

- Supriyanto. 2009. "Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha." *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Vol. 6 No. 1.
<https://doi.org/10.21831/jep.v6i1.590>
- Umar, Husein. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 2*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press
- Widiastuti, Ratna dan Meily Margaretha. 2015. "Socio Entrepreneurship: Tinjauan Teori Dan Perannya Bagi Masyarakat." *Jurnal Manajemen Maranatha*, 11(1).
<https://doi.org/10.28932/jmm.v11i1.43>
- Wijaya, Yahya. 2002. *Business, Family and Religion: Public Theology in the Context of the Chinese-Indonesian Business Community*. Wien: European Academics Publishers.

