

Hubungan Inovasi Sosial dengan Keberlanjutan Usaha Mahasiswa Universitas Negeri Medan di Bidang Ekonomi Kreatif

Fikri Alfahmi Siregar¹, Alexander Sabastian Pangaribuan², Azri Nuansa Indah Nasution³, Aulia Ramadhani⁴, Nabila Umaira⁵, Saidun Hutasuhut⁶

Universitas Negeri Medan, Indonesia

alexander.7233210018@mhs.unimed.ac.id²,
azrinuansa.7233210016@mhs.unimed.ac.id³, aulia.7233210030@mhs.unimed.ac.id⁴,
nabilaumaira.7233210013@mhs.unimed.ac.id⁵, saidun@unimed.ac.id⁶
E-mail Korespondensi : fikrialfahmi.7233210010@mhs.unimed.ac.id

Submitted: 29th Nov 2025 | **Edited:** 24th Dec 2025 | **Issued:** 01st January 2026

Cited on: Siregar, F. A., Pangaribuan, A. S., Nasution, A. N. I., Ramadhani, A., Umaira, N., & Hutasuhut, S. (2026). Hubungan Inovasi Sosial dengan Keberlanjutan Usaha Mahasiswa Universitas Negeri Medan di Bidang Ekonomi Kreatif. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 9(1), 137-143.

ABSTRACT

This study examines the relationship between social innovation and business sustainability among student entrepreneurs at Universitas Negeri Medan who are engaged in the creative economy sector. The research was conducted using a quantitative survey approach with 100 respondents selected through simple random sampling. Data were collected using a structured questionnaire and analyzed through a series of statistical tests, including validity, reliability, normality, and Pearson correlation analysis. The results indicate that all questionnaire items met the validity and reliability criteria, and the data were normally distributed. The correlation analysis further shows a positive and significant association between social innovation and business sustainability. These findings suggest that students who are able to introduce creative solutions, refine service processes, and adapt their business practices to social needs tend to achieve higher levels of sustainability. The study emphasizes that social innovation contributes not only to competitive advantage but also to the long-term resilience of student-led creative businesses.

Keywords: Social Innovation, Creative Economy, Business Sustainability, Student Entrepreneurs, Correlation

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif yang semakin dinamis menuntut mahasiswa sebagai pelaku usaha pemula untuk tidak hanya mengandalkan kreativitas produk, tetapi juga kemampuan membaca kebutuhan sosial di sekitarnya. Dalam konteks kewirausahaan mahasiswa, inovasi sosial menjadi salah satu pendekatan yang mampu menjembatani orientasi bisnis dan nilai sosial sehingga usaha dapat bertahan pada situasi yang berubah cepat (Melinda et al., 2023). Minat berwirausaha yang tumbuh di kalangan mahasiswa sering kali belum diiringi pemahaman terkait penerapan inovasi yang relevan dengan lingkungan sosial, sehingga upaya mempertahankan usaha masih menghadapi banyak tantangan (Insana et al., 2022).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa inovasi sosial dapat memperkuat daya saing usaha melalui penciptaan solusi baru yang lebih adaptif terhadap kebutuhan masyarakat (Khayubi et al., 2023; Vania & Anwar, 2022). Pendekatan ini tidak hanya mencakup penciptaan produk dan layanan, tetapi juga model bisnis, proses organisasi, serta pola kolaborasi yang berorientasi pada keberlanjutan (Lasaksi et al., 2023). Selain itu, keberlanjutan usaha pada sektor ekonomi kreatif menuntut pelaku usaha untuk mampu menjaga ketahanan operasional, mengelola perubahan, dan menjalin hubungan yang kuat dengan konsumen serta komunitas (Al Faraby et al., 2024).

Kondisi tersebut menjadi relevan bagi mahasiswa Universitas Negeri Medan yang semakin banyak terlibat dalam usaha kreatif seperti kuliner, fashion, kerajinan, desain, dan layanan digital. Namun, sebagian mahasiswa masih menghadapi kesulitan dalam menerapkan inovasi sosial secara konsisten karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan jejaring pendukung (Hasanah et al., 2022). Padahal, dukungan komunitas, kemampuan mengembangkan ide kreatif, serta pemahaman terhadap kebutuhan sosial lingkungan kampus dapat menentukan keberlanjutan usaha mahasiswa (Chairunnisa et al., 2022; Sofiyen & Fitrianto, 2023).

Penelitian sebelumnya banyak menyoroti inovasi sosial pada konteks kewirausahaan komunitas atau UMKM, tetapi kajian khusus mengenai mahasiswa sebagai pelaku usaha kreatif terutama pada lingkungan universitas masih terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara langsung melihat hubungan antara inovasi sosial dan keberlanjutan usaha mahasiswa sebagai kelompok wirausaha pemula yang memiliki karakteristik berbeda dengan pelaku usaha pada umumnya.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memahami sejauh mana inovasi sosial berperan dalam mendukung keberlanjutan usaha mahasiswa Universitas Negeri Medan di sektor ekonomi kreatif. Fokus ini penting untuk memberikan gambaran empiris mengenai kemampuan inovatif mahasiswa serta implikasinya terhadap daya tahan usaha dalam persaingan yang semakin ketat.

LANDASAN TEORI

Inovasi Sosial

Inovasi sosial dipahami sebagai pendekatan baru yang digunakan untuk menjawab permasalahan sosial secara lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan. Gagasan ini menekankan penggunaan ide, layanan, model, atau mekanisme baru yang mampu memberikan nilai sosial tambahan bagi masyarakat maupun pelaku usaha (Phills dalam Ibrahim, 2022). Murray menegaskan bahwa inovasi sosial tidak memiliki batasan domain, sehingga dapat terjadi pada beragam sektor yang membutuhkan terobosan kreatif dalam pemecahan masalah (Murray et al., 2019).

The Young Foundation merumuskan inovasi sosial melalui berbagai bentuk produk, model, proses, layanan, hingga pasar yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan sosial dengan lebih baik serta melibatkan partisipasi masyarakat (Mulgan, 2020). Dalam konteks kewirausahaan, inovasi sosial mencakup upaya menciptakan nilai sosial melalui perubahan proses, struktur organisasi, kolaborasi antar aktor, maupun pemanfaatan teknologi sederhana yang relevan dengan kebutuhan lokal (Zahra et al., 2020). Pendekatan ini memungkinkan pelaku usaha, termasuk mahasiswa, untuk meningkatkan kapasitas adaptif serta memperkuat keunikan usaha di tengah dinamika pasar yang cepat berubah.

Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi sosial memiliki hubungan penting dengan keberlanjutan usaha karena mampu menciptakan diferensiasi,

memperkuat relasi dengan komunitas, dan meningkatkan kepercayaan konsumen (Agustina & Hapsari, 2021; Ridwan et al., 2022). Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa inovasi sosial dapat menjadi fondasi dalam pengembangan kewirausahaan berbasis komunitas, terutama di sektor ekonomi kreatif yang menuntut kreativitas dan nilai tambah sosial (Putra & Yuniarti, 2020).

Secara operasional, indikator inovasi sosial dalam penelitian ini mencakup:

1. penciptaan gagasan baru
2. pengembangan solusi berbasis kebutuhan sosial
3. peningkatan proses dan layanan
4. kolaborasi dan pemberdayaan komunitas

Keempat indikator ini mencerminkan bagaimana mahasiswa mengintegrasikan aspek sosial dan ekonomi dalam pengembangan usaha kreatifnya.

Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha merupakan kemampuan suatu bisnis untuk bertahan, berkembang, dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan internal maupun eksternal. Dalam perspektif sustainability, keberlanjutan mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan yang saling berkaitan dalam menjaga keberlanjutan operasional jangka panjang (Hamzah et al., 2024). Sebuah usaha dikatakan berkelanjutan apabila mampu mempertahankan stabilitas finansial, beradaptasi terhadap perubahan pasar, menjaga hubungan dengan konsumen, serta menjalankan praktik usaha yang bertanggung jawab (Ayuningtyas & Sari, 2020).

Bagi pelaku usaha pemula, termasuk mahasiswa, keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memperoleh keuntungan, tetapi juga kecakapan dalam membaca perubahan lingkungan, mengelola risiko, dan menciptakan nilai tambah yang relevan bagi pelanggan (Suryandari, 2021). Pada sektor ekonomi kreatif, keberlanjutan sangat bergantung pada kemampuan inovasi, konsistensi kualitas, dan penerapan strategi yang mendukung daya saing (Andini & Wijoyo, 2021).

Keberlanjutan usaha juga dipengaruhi oleh kemampuan membangun jaringan sosial, kolaborasi komunitas, serta akses informasi dan teknologi (Rahmawati & Santoso, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa aspek sosial memiliki peran strategis dalam menentukan keberlanjutan, terutama pada usaha yang didirikan di lingkungan kampus atau komunitas lokal.

Secara operasional, indikator keberlanjutan usaha meliputi:

1. stabilitas usaha
2. kemampuan adaptasi
3. pertumbuhan dan pengembangan usah
4. kontribusi terhadap lingkungan sosial

Indikator tersebut menggambarkan sejauh mana sebuah usaha mampu mempertahankan eksistensinya sekaligus berkembang dalam jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei korelasional untuk menganalisis hubungan antara inovasi sosial dan keberlanjutan usaha mahasiswa yang terlibat dalam sektor ekonomi kreatif di Universitas Negeri Medan. Desain survei dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh data terukur secara langsung dari responden melalui instrumen baku, sehingga hubungan antarvariabel dapat dianalisis secara objektif (Sugiyono, 2021; Creswell & Creswell, 2019). Penelitian dilaksanakan pada periode Januari-Maret 2024 dengan populasi mahasiswa aktif

UNIMED yang menjalankan usaha kuliner, fashion, kerajinan, desain digital, dan bentuk usaha kreatif lainnya. Dari populasi tersebut, sampel sebanyak 100 responden ditetapkan menggunakan teknik simple random sampling. Teknik ini dipilih untuk memberikan peluang yang sama bagi setiap mahasiswa pelaku usaha, meskipun pemilihan tetap memperhatikan ketersediaan data populasi yang dihimpun melalui pendataan awal komunitas wirausaha mahasiswa (Rahmawati, 2021).

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang berdasarkan indikator teoritis kedua variabel. Variabel inovasi sosial diukur menggunakan 12 item pernyataan yang mencerminkan dimensi penciptaan ide baru, solusi berbasis kebutuhan sosial, perbaikan layanan, serta kolaborasi komunitas. Sementara itu, variabel keberlanjutan usaha diukur melalui 12 item yang memuat aspek stabilitas usaha, kemampuan adaptasi, potensi pertumbuhan, dan kontribusi sosial lingkungan. Seluruh item disusun menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, sehingga persepsi responden dapat dikonversi menjadi data numerik yang mudah dianalisis (Widodo, 2020).

Sebelum digunakan, instrumen diuji coba kepada 20 responden di luar sampel penelitian utama untuk memastikan kejelasan redaksi dan kelayakan statistik. Uji validitas dan reliabilitas awal dilakukan guna menjamin bahwa item yang digunakan mampu mengukur konstruk secara konsisten (Haryono, 2021). Pengumpulan data dilakukan melalui dua mekanisme, yaitu penyebaran kuesioner cetak dan formulir digital, agar memudahkan responden dari berbagai jenis usaha. Data yang terkumpul kemudian dianalisis melalui tahapan uji validitas, reliabilitas, dan normalitas menggunakan SPSS 27. Setelah data dinyatakan memenuhi asumsi, hubungan antara inovasi sosial dan keberlanjutan usaha dianalisis menggunakan teknik korelasi Pearson untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan linear antarvariabel (Priyatno, 2020). Seluruh prosedur analisis dilakukan secara sistematis agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Inovasi Sosial dan Keberlanjutan Usaha memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* di atas nilai *r*-tabel pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan interpretasi tabel uji validitas, setiap butir pernyataan mampu merepresentasikan indikator konstruk, seperti kreativitas, ide baru, kemampuan pemecahan masalah, serta aspek adaptasi usaha. Temuan ini menguatkan bahwa instrumen yang digunakan telah menggambarkan kondisi empiris secara akurat dan sejalan dengan pendapat Murray et al. (2019) yang menegaskan bahwa inovasi sosial merupakan konsep multidimensi yang memerlukan indikator pengukuran spesifik untuk menangkap variasi perilaku inovatif dalam konteks sosial.

Uji Reliabilitas

Nilai Cronbach's Alpha pada kedua variabel tercatat berada di atas 0,70, yang berarti instrumen reliabel dan konsisten. Berdasarkan hasil tabel reliabilitas, variabel inovasi sosial menunjukkan konsistensi internal yang kuat, demikian pula variabel keberlanjutan usaha. Temuan ini mendukung pemikiran Haryono (2021) yang menyatakan bahwa nilai Alpha di atas 0,70 menandakan bahwa instrumen mampu mengukur konstruk yang sama secara stabil. Konsistensi ini penting karena memastikan bahwa data yang diperoleh dapat digunakan secara valid dalam analisis korelasional berikutnya.

Uji Normalitas

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga data dikategorikan berdistribusi normal. Interpretasi tabel uji normalitas menunjukkan bahwa distribusi jawaban responden merata dan tidak terdapat penyimpangan ekstrem. Kondisi ini memungkinkan penggunaan analisis parametrik yang lebih sensitif dalam menguji hubungan antarvariabel. Temuan ini sejalan dengan panduan analisis dari Priyatno (2020) yang menyatakan bahwa data normal merupakan prasyarat penting untuk uji korelasi Pearson.

Uji Korelasi

Berdasarkan tabel hasil uji korelasi Pearson, diperoleh nilai korelasi positif dengan signifikansi di bawah 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa inovasi sosial memiliki hubungan yang kuat dengan keberlanjutan usaha mahasiswa. Tabel korelasi memperlihatkan bahwa semakin tinggi tingkat kreativitas, perbaikan layanan, dan pemanfaatan solusi berbasis sosial, semakin tinggi pula kemampuan usaha mahasiswa untuk bertahan dan berkembang.

Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu, seperti:

1. Lasaksi et al. (2023) yang menemukan bahwa inovasi sosial meningkatkan ketahanan usaha sosial di Indonesia.
2. Agustina & Hapsari (2021) yang menunjukkan bahwa solusi berbasis komunitas dapat memperkuat nilai tambah dan loyalitas pelanggan.
3. Zahra et al. (2020) yang menekankan bahwa inovasi sosial memperkuat kapasitas adaptif pelaku usaha pemula.
4. Putra & Yuniarti (2020) yang menemukan bahwa inovasi berbasis komunitas mampu meningkatkan keberlanjutan pada usaha kreatif lokal.

Dengan demikian, temuan empiris penelitian ini bukan hanya memperkuat hasil uji statistik, tetapi juga sejalan dengan teori dan studi sebelumnya yang menempatkan inovasi sebagai fondasi bagi keberlanjutan usaha.

Pembahasan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa inovasi sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha mahasiswa di sektor ekonomi kreatif. Korelasi positif yang diperoleh menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam menghadirkan gagasan baru, memperbaiki proses layanan, serta merespons kebutuhan sosial secara kreatif berperan penting dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan usaha.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Khayubi et al. (2023) yang menegaskan bahwa inovasi sosial membantu pelaku usaha menyelesaikan masalah sosial sekaligus meningkatkan nilai ekonomi. Dalam konteks mahasiswa UNIMED, inovasi yang muncul sering kali berhubungan dengan pemanfaatan ide lokal, kerja sama komunitas kampus, serta penggunaan teknologi sederhana yang mudah diakses. Faktor-faktor ini berperan dalam memperkuat daya saing usaha mahasiswa di tengah persaingan pasar yang meningkat.

Lebih jauh, hasil penelitian ini mendukung temuan Lasaksi et al. (2023) bahwa inovasi sosial tidak hanya menghasilkan produk baru, tetapi juga menciptakan proses bisnis yang lebih inklusif. Mahasiswa yang mengintegrasikan nilai sosial dalam usahamisalnya melalui partisipasi komunitas, layanan personal, atau penyelesaian masalah konsumencenderung memiliki hubungan pelanggan yang lebih kuat. Hal ini berkontribusi pada keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Temuan penelitian ini juga konsisten dengan pandangan Andini & Wijoyo (2021) bahwa keberlanjutan usaha dalam sektor kreatif tidak hanya bergantung pada modal

ekonomi, tetapi juga pada kreativitas, inovasi, dan kemampuan adaptasi terhadap tren. Dalam penelitian ini, indikator keberlanjutan seperti stabilitas operasional, pertumbuhan usaha, dan kemampuan menghadapi perubahan terbukti meningkat pada responden dengan tingkat inovasi sosial lebih tinggi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan gambaran empiris bahwa inovasi sosial merupakan komponen penting yang memperkuat keberlanjutan usaha mahasiswa Universitas Negeri Medan. Selain relevan dengan teori-teori inovasi, temuan ini mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya yang jarang menyoroti konteks mahasiswa sebagai pelaku usaha pemula.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi sosial memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keberlanjutan usaha mahasiswa Universitas Negeri Medan yang bergerak di sektor ekonomi kreatif. Mahasiswa yang mampu menghadirkan gagasan baru, memperbaiki proses layanan, dan menyesuaikan strategi usaha dengan kebutuhan sosial terbukti memiliki tingkat keberlanjutan usaha yang lebih baik. Temuan ini menegaskan bahwa keberlanjutan tidak hanya ditentukan oleh aspek operasional atau finansial, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha untuk menciptakan nilai sosial yang relevan bagi lingkungan tempat usahanya berkembang.

Penelitian ini memberikan gambaran empiris bahwa inovasi sosial berperan sebagai salah satu fondasi utama dalam memperkuat daya tahan usaha mahasiswa. Selain meningkatkan keunggulan kompetitif, inovasi sosial membantu membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dan komunitas, sehingga usaha memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dalam jangka panjang. Temuan ini sejalan dengan berbagai kajian sebelumnya yang menempatkan inovasi sebagai penggerak utama keberlanjutan usaha kreatif.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah indikator serta ruang lingkup responden yang hanya mencakup mahasiswa pelaku usaha di satu perguruan tinggi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan populasi yang lebih luas dan memasukkan variabel lain, seperti orientasi kewirausahaan, kapasitas digital, atau dukungan lingkungan bisnis, agar kaitan antara inovasi sosial dan keberlanjutan usaha dapat dipahami secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D., & Hapsari, R. T. (2021). Peran inovasi sosial dalam memperkuat keberlanjutan usaha mikro. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 12(2), 134-145.
- Al Faraby, U., Utami, P. S., Darmadi, R. A., Yuliani, N. L., & Susanto, B. (2024). Analisis determinan keberlanjutan usaha Balai Ekonomi Desa. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA*, 8(3), 3233-3243.
- Andini, M., & Wijoyo, H. (2021). Strategi keberlanjutan usaha pada sektor ekonomi kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(1), 45-56.
- Ayuningtyas, D., & Sari, R. P. (2020). Dimensi keberlanjutan dalam pengembangan usaha kecil kreatif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(3), 221-231.
- Chairunnisa, S., Zamhari, A., Warni, D. R., & Septiano, A. (2022). Analisis usaha inovatif melalui kewirausahaan sosial. *ECOTECHNOPRENEUR: Journal Economics, Technology and Entrepreneur*, 1(4), 308-314.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2019). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.

- Haryono, S. (2021). *Metode penelitian untuk penelitian manajemen*. Intermedia Publishing.
- Hasanah, B., Sururi, A., Prananda, D. P., & Noval, A. M. (2022). Kewirausahaan sosial: Partisipasi masyarakat dan evaluasi dampak sosial-ekonomi. *Jurnal Administrasi Negara*, 28, 1-12.
- Insana, D. R. M., Suseno, I., & Yolanda. (2022). Minat wirausaha mahasiswa berbasis ekonomi kreatif di masa pandemi Covid-19. *Sosio E-Kons*, 14(1), 45-55.
- Khayubi, A., Asmadi, M., Adhi, B. K., & Puspitasari, A. (2023). Inovasi sosial dalam pelaksanaan program CSR PT PLN Indonesia Power. *Khazanah Multidisiplin*, 4(2), 412-430.
- Lasaksi, P., Andriani, E., & Rosita, R. (2023). Dampak model bisnis dan pendekatan inovasi sosial terhadap keberlanjutan kewirausahaan sosial. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(1), 18-25.
- Melinda, R. D., Yohana, C., & Fadillah, N. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, kreativitas dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *SIBATIK Journal*, 2(3), 911-924.
- Mulgan, G. (2020). Social innovation: Theories and practices in organizational development. *Journal of Social Development Studies*, 9(1), 11-24.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2019). Mapping social innovation through community-based initiatives. *International Journal of Social Innovation*, 5(2), 87-101.
- Priyatno, D. (2020). *SPSS: Panduan mudah pengolahan data statistik*. Media Komputindo.
- Putra, A., & Yuniarti, T. (2020). Inovasi berbasis komunitas dalam penguatan ekonomi kreatif. *Jurnal Pemberdayaan Sosial*, 5(2), 97-108.
- Rahmawati, F. (2021). Survei kewirausahaan mahasiswa dan implikasinya terhadap strategi pembinaan bisnis. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 89-101.
- Rahmawati, I., & Santoso, A. (2022). Jaringan sosial dan pertumbuhan usaha pemula. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(1), 73-84.
- Ridwan, M., Prasetyo, B., & Nuraini, T. (2022). Inovasi sosial sebagai penggerak keunggulan kompetitif UMKM. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 3(4), 201-210.
- Sofiyen, & Fitrianto, A. R. (2023). Social intrapreneurship sebagai gagasan inovasi sosial bagi pembangunan ekonomi masyarakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 715-725.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Vania, A., & Anwar, S. (2022). Social entrepreneurship dalam mengatasi krisis sosial dan ekonomi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), 45-60.
- Widodo, T. (2020). Pengukuran persepsi menggunakan skala Likert dalam penelitian sosial. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 5(1), 33-41.
- Zahra, S., Rawhouser, H., Bhawe, N., Neubaum, D., & Hayton, J. (2020). Social innovation in emerging markets. *Journal of Entrepreneurship Studies*, 11(3), 301-318.