



Radityo Suksmaneng Daru



SOCIOPRENEURSHIP: BISNIS DENGAN MISI SOSIAL DI ERA 5.0



Editor: Saida Zainurossalamia ZA

SOCIOPRENEURSHIP:
BISNIS DENGAN MISI SOSIAL DI ERA 5.0.

Radityo Suksmaneng Daru



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**SOCIOPRENEURSHIP:
BISNIS DENGAN MISI SOSIAL DI ERA 5.0.**

Penulis:
Radityo Suksmaneng Daru

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Saida Zainurossalamia ZA

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
vii, 127. Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-634-262-193-6

Cetakan Pertama:
Mei 2026

Hak Cipta 2026, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2026 by Tahta Media Group

All Right Reserved

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP

Perumahan Mitra Utama Residence 3 Blok A no 1, Sawahan, Tempel,
Kec. Gatak, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57557

email: tahtaliterasimedia@gmail.com

website: <http://store.tahtamedia.co.id/>

Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku “Sociopreneurship: Bisnis dengan Misi Sosial di Era 5.0” ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini hadir di tengah kebutuhan akan paradigma baru dalam dunia kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada penyelesaian masalah sosial secara berkelanjutan. Perkembangan teknologi yang begitu pesat di Era Society 5.0 telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia, namun di sisi lain juga menghadirkan tantangan sosial yang semakin kompleks. Dalam konteks inilah sociopreneurship menjadi pendekatan yang strategis, karena mampu mengintegrasikan inovasi bisnis dengan misi sosial secara sistematis dan berkelanjutan.

Keunggulan buku ini terletak pada penyajiannya yang komprehensif dan terstruktur, mulai dari fondasi konseptual hingga implementasi praktis. Pembaca diajak memahami sociopreneurship tidak hanya sebagai konsep populer, tetapi sebagai bidang keilmuan yang memiliki landasan teoritis yang kuat, meliputi teori kewirausahaan sosial, inovasi sosial, pemberdayaan masyarakat, nilai bersama, serta pembangunan berkelanjutan. Selain itu, buku ini juga menempatkan sociopreneurship dalam konteks evolusi zaman, khususnya transisi dari Revolusi Industri 4.0 menuju Society 5.0, sehingga memberikan perspektif yang relevan dengan perkembangan global saat ini.

Lebih jauh, buku ini tidak berhenti pada tataran konsep, tetapi juga menghadirkan pendekatan praktis melalui pembahasan tentang identifikasi masalah sosial sebagai peluang bisnis, perancangan model bisnis sosial, strategi pendanaan, pemanfaatan teknologi digital, serta pengukuran dampak sosial. Dengan demikian, buku ini diharapkan mampu menjembatani kebutuhan akademik dan praktik, sekaligus menjadi panduan bagi pembaca dalam merancang dan mengembangkan usaha yang berdampak. Buku ini juga memiliki kekuatan pada integrasi antara dimensi ekonomi, sosial, dan teknologi, yang dikemas dalam perspektif yang human-centered.

Pendekatan ini menegaskan bahwa bisnis di masa depan tidak cukup hanya adaptif terhadap teknologi, tetapi juga harus berpihak pada nilai-nilai kemanusiaan, keadilan sosial, dan keberlanjutan lingkungan.

Harapan penulis, buku ini dapat menjadi referensi ilmiah, sumber inspirasi, bagi akademisi, mahasiswa, praktisi, maupun masyarakat luas dalam mengembangkan sociopreneurship sebagai solusi atas berbagai permasalahan sosial. Akhir kata, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam proses penyusunan buku ini.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
BAB 1 KONSEP DASAR SOCIOPRENEURSHIP	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Pengertian Sociopreneurship	4
C. Karakteristik Sociopreneurship	7
D. Perbedaan Sociopreneurship, Entrepreneurship, dan Social Entrepreneurship	9
E. Urgensi Sociopreneurship di Era Perubahan Sosial dan Teknologi	11
BAB 2 EVOLUSI SOCIOPRENEURSHIP DALAM KONTEKS ERA SOCIETY 5.0.....	13
A. Pendahuluan.....	13
B. Dari Revolusi Industri 4.0 menuju Society 5.0.....	15
C. Tantangan Sosial-Ekonomi di Era Digital	18
D. Mengapa Sociopreneurship Relevan dalam Era 5.0	20
E. Peluang Bisnis Sosial Berbasis Inovasi Teknologi.....	22
BAB 3 LANDASAN TEORI DAN PERSPEKTIF KEILMUAN SOCIOPRENEURSHIP	25
A. Pendahuluan.....	25
B. Teori Kewirausahaan Sosial	27
C. Teori Inovasi Sosial.....	29
D. Teori Pemberdayaan Masyarakat.....	31
E. Pendekatan Pembangunan Berkelanjutan dalam Sociopreneurship	32

BAB 4 IDENTIFIKASI MASALAH SOSIAL SEBAGAI PELUANG BISNIS	35
A. Memahami Kebutuhan Sosial Masyarakat	36
B. Teknik Pemetaan Masalah Sosial	38
C. Analisis Akar Masalah dan Kebutuhan Sasaran	39
D. Menemukan Peluang Usaha dari Isu Sosial	41
E. Menentukan Segmen Penerima Manfaat dan Pelanggan	42
BAB 5 MODEL BISNIS SOCIOPRENEURSHIP	45
A. Pendahuluan.....	45
B. Komponen Model Bisnis Sociopreneurship.....	46
C. Proposisi Nilai Sosial dan Ekonomi.....	49
D. Strategi Keberlanjutan Finansial.....	52
BAB 6 KEPEMIMPINAN, ETIKA, DAN TATA KELOLA DALAM BISNIS SOSIAL	56
A. Pendahuluan.....	56
B. Karakter Kepemimpinan Sociopreneur.....	58
C. Etika Bisnis Sosial	60
D. Tata Kelola Organisasi dan Akuntabilitas	63
E. Transparansi dan Kepercayaan Publik.....	65
F. Pengambilan Keputusan Berbasis Nilai Sosial.....	66
BAB 7 INOVASI DIGITAL DAN TEKNOLOGI UNTUK SOCIOPRENEURSHIP	69
A. Pendahuluan.....	69
B. Transformasi Digital dalam Bisnis Sosial.....	71
C. Pemanfaatan Media Sosial dan Platform Digital	73
D. Kecerdasan Buatan, Big Data, dan Internet of Things untuk Dampak Sosial.....	76
E. Digital Marketing untuk Sociopreneur	78
F. Tantangan Literasi Digital dan Inklusi Teknologi	80

BAB 8 STRATEGI PENDANAAN DAN PENGUKURAN	
DAMPAK SOSIAL.....	83
A. Pendahuluan.....	83
B. Sumber Pendanaan Sociopreneurship.....	84
C. Hibah, Investor Sosial, Crowdfunding, dan Kemitraan	86
D. Pengelolaan Keuangan Bisnis Sosial.....	89
E. Konsep Social Return on Investment (SROI).....	92
F. Indikator dan Evaluasi Dampak Sosial	93
BAB 9 PRAKTIK SOCIOPRENEURSHIP DI INDONESIA	96
A. Pendahuluan.....	96
B. Perkembangan Sociopreneurship di Indonesia.....	98
C. Peran UMKM, Komunitas, dan Generasi Muda	99
D. Sociopreneurship di Sektor Pendidikan, Lingkungan, Kesehatan, dan Pariwisata.....	101
E. Studi Kasus Sociopreneur Lokal.....	103
F. Tantangan Implementasi di Tingkat Daerah dan Nasional ..	106
BAB 10 MASA DEPAN SOCIOPRENEURSHIP DAN AGENDA	
TRANSFORMASI SOSIAL	108
A. Pendahuluan.....	108
B. Tren Masa Depan Sociopreneurship Global dan Nasional...	110
C. Peran Kampus, Pemerintah, Swasta, dan Komunitas	112
D. Sociopreneurship sebagai Solusi Pembangunan Inklusif	114
E. Strategi Penguatan Ekosistem Bisnis Sosial.....	115
DAFTAR PUSTAKA	120
PROFIL PENULIS.....	127

BAB 1

KONSEP DASAR

SOCIOPRENEURSHIP

A. PENDAHULUAN

Sociopreneurship lahir dari kebutuhan untuk menghadirkan model bisnis yang tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan, tetapi juga secara sadar dirancang untuk menjawab persoalan sosial yang nyata. Dalam masyarakat modern, berbagai masalah seperti kemiskinan, ketimpangan, pengangguran, keterbatasan akses pendidikan, dan kerusakan lingkungan menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi saja belum cukup untuk menciptakan kesejahteraan yang merata. Oleh karena itu, muncul kebutuhan akan pendekatan kewirausahaan yang tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi juga memiliki orientasi perubahan sosial yang jelas. Dalam konteks inilah sociopreneurship memperoleh relevansinya sebagai pendekatan yang memadukan logika bisnis dengan misi sosial secara terintegrasi (Kamaludin et al., 2024; Lancastre et al., 2024). Secara umum, sociopreneurship dapat dipahami sebagai bentuk kewirausahaan yang menempatkan penyelesaian masalah sosial sebagai inti dari aktivitas usaha. Berbeda dari bisnis konvensional yang menjadikan profit sebagai tujuan utama, sociopreneurship berupaya membangun nilai ekonomi untuk menopang keberlanjutan organisasi sambil tetap menjaga komitmen terhadap penciptaan nilai sosial. Dengan demikian, usaha sosial bukan sekadar kegiatan amal yang diberi sentuhan bisnis, tetapi merupakan model organisasi yang secara sadar menggabungkan efisiensi, inovasi, keberlanjutan, dan

dampak sosial dalam satu kerangka kerja. Pemahaman ini penting agar sociopreneurship tidak disalahartikan sebagai konsep yang kabur atau hanya bersifat normatif (Kamaludin et al., 2024; Kannampuzha & Hockerts, 2019).

Perkembangan literatur menunjukkan bahwa sociopreneurship memang tidak mudah didefinisikan secara tunggal dan sempit. Kajian mutakhir menegaskan bahwa social entrepreneurship, yang secara substansial sejalan dengan istilah sociopreneurship, lebih tepat dipahami sebagai konsep yang berkembang dari sejumlah ciri keluarga atau *family resemblance*, bukan dari satu definisi yang tertutup. Artinya, sociopreneurship dibangun dari kombinasi orientasi sosial, inovasi, keberlanjutan ekonomi, tanggung jawab etis, dan komitmen terhadap perubahan masyarakat. Pendekatan ini penting karena memberi ruang bagi keragaman bentuk usaha sosial, tanpa kehilangan identitas dasarnya sebagai bisnis yang berorientasi pada transformasi sosial (Lancastre et al., 2024). Jika dibandingkan dengan entrepreneurship pada umumnya, sociopreneurship memiliki penekanan yang berbeda pada tujuan, ukuran keberhasilan, dan logika penciptaan nilai. Entrepreneurship konvensional umumnya berfokus pada penemuan peluang pasar, pertumbuhan usaha, dan penciptaan laba. Sebaliknya, sociopreneurship menjadikan persoalan sosial sebagai titik berangkat utama, lalu merancang model bisnis agar solusi sosial tersebut dapat berjalan secara berkelanjutan. Karena itu, keberhasilan sociopreneur tidak hanya diukur dari besarnya pendapatan atau ekspansi usaha, tetapi juga dari kedalaman dampak sosial, luas manfaat yang diterima masyarakat, dan kemampuan organisasi mempertahankan misi sosialnya dalam jangka panjang (Kurata et al., 2023; Lancastre et al., 2024).

Selain dimensi bisnis dan teknologi, sociopreneurship juga memiliki dimensi pendidikan yang sangat penting. Perkembangan

seorang sociopreneur tidak terjadi secara spontan, melainkan dibentuk melalui pengetahuan, pengalaman, refleksi sosial, dan proses pembelajaran yang terarah. Shahid dan Alarifi (2023) menegaskan bahwa pendidikan social entrepreneurship harus dilihat sebagai proses yang mencakup masukan, proses pembelajaran, dan keluaran kompetensi. Dengan demikian, pembentukan sociopreneur memerlukan lingkungan akademik dan sosial yang mampu menumbuhkan kepekaan terhadap masalah publik, kemampuan merancang solusi, keberanian berinovasi, serta komitmen untuk menjalankan usaha yang bertanggung jawab secara sosial. Dalam konteks ini, perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam menyiapkan generasi sociopreneur yang relevan dengan tantangan zaman. Berangkat dari uraian tersebut, Bab 1 ini disusun sebagai fondasi konseptual untuk memahami sociopreneurship secara utuh sebelum masuk ke pembahasan yang lebih mendalam pada bab-bab berikutnya. Bab ini penting karena pembaca perlu lebih dahulu memahami makna, karakteristik, perbedaan, dimensi, dan urgensi sociopreneurship di Era 5.0. Tanpa pemahaman dasar yang kuat, pembahasan mengenai model bisnis sosial, inovasi digital, tata kelola, pengukuran dampak, dan praktik implementasi akan kehilangan pijakan teoretisnya. Oleh karena itu, pendahuluan ini menempatkan sociopreneurship bukan sebagai istilah populer semata, melainkan sebagai pendekatan ilmiah dan praktis yang relevan untuk menjawab kebutuhan pembangunan sosial yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan berorientasi pada manusia (Ibáñez et al., 2022; Kamaludin et al., 2024; Lancastre et al., 2024).

B. PENGERTIAN SOCIOPRENEURSHIP

Sociopreneurship merupakan konsep kewirausahaan yang menggabungkan orientasi bisnis dengan tujuan sosial secara seimbang. Dalam pendekatan ini, kegiatan usaha tidak hanya diarahkan untuk memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga untuk menjawab persoalan-persoalan sosial yang dihadapi masyarakat. Sociopreneurship memandang bahwa bisnis dapat menjadi alat perubahan yang efektif ketika dijalankan dengan kesadaran sosial, inovasi, dan komitmen terhadap kebermanfaatan yang lebih luas. Karena itu, sociopreneurship berkembang sebagai pendekatan yang menempatkan nilai kemanusiaan dan keberlanjutan sebagai bagian penting dari aktivitas usaha. Pada dasarnya, sociopreneurship lahir dari kesadaran bahwa banyak masalah sosial tidak dapat diselesaikan hanya melalui bantuan pemerintah atau kegiatan filantropi semata. Dibutuhkan model yang lebih mandiri, berkelanjutan, dan adaptif terhadap perubahan zaman. Di sinilah peran sociopreneur menjadi penting, yaitu sebagai individu atau kelompok yang mampu membaca masalah sosial sebagai peluang untuk menciptakan solusi melalui usaha yang produktif. Dengan cara ini, sociopreneurship tidak hanya menciptakan pendapatan, tetapi juga membuka jalan bagi lahirnya dampak sosial yang nyata dan berjangka panjang. Berbeda dengan kewirausahaan konvensional yang umumnya berpusat pada pertumbuhan pasar dan akumulasi profit, sociopreneurship menjadikan misi sosial sebagai dasar utama dalam menjalankan bisnis. Keuntungan tetap penting, tetapi fungsinya lebih sebagai alat untuk menjaga keberlangsungan usaha dan memperluas dampak sosial. Oleh sebab itu, sociopreneurship menuntut adanya keseimbangan antara efisiensi ekonomi dan tanggung jawab sosial. Keseimbangan inilah yang menjadikan sociopreneurship memiliki karakter yang khas,

karena keberhasilan usaha tidak hanya dinilai dari sisi finansial, tetapi juga dari manfaat yang dirasakan masyarakat

Tabel 1. Definisi Sociopreneurship Menurut Para Ahli

No.	Ahli	Definisi	Kutipan APA
1	Kannampuzha dan Hockerts	Sociopreneurship dipahami sebagai bentuk kewirausahaan organisasi yang ditandai oleh niat menciptakan perubahan sosial, aktivitas komersial, dan tata kelola yang inklusif.	(Kannampuzha & Hockerts, 2019)
2	Kamaludin, Xavier, dan Amin	Sociopreneurship dipandang sebagai kewirausahaan sosial yang terbangun dari dimensi sosial, ekonomi, perilaku, dan tata kelola untuk mencapai keberlanjutan.	(Kamaludin et al., 2024)
3	Shahid dan Alarifi	Sociopreneurship dilihat sebagai bidang kewirausahaan yang berorientasi pada penciptaan nilai sosial dan dibangun melalui proses pembelajaran, kompetensi, serta pengembangan	(Shahid & Alarifi, 2021)

		kapasitas pelaku usaha sosial.	
4	Ibáñez, Guerrero, Yáñez-Valdés, dan Barros- Celume	Sociopreneurship dipahami sebagai aktivitas kewirausahaan sosial yang memanfaatkan inovasi dan teknologi digital untuk merespons kebutuhan pemangku kepentingan dan menghasilkan dampak sosial.	(Ibáñez et al., 2022)
5	Lancastre, Lages, dan Santos	Sociopreneurship dipahami sebagai konsep yang memiliki banyak atribut yang saling beririsan, seperti misi sosial, inovasi, nilai etis, dan penciptaan nilai sosial, sehingga tidak dibatasi oleh satu definisi tunggal.	(Lancastre et al., 2024)

Berdasarkan pandangan para ahli, sociopreneurship dapat dipahami sebagai bentuk kewirausahaan yang menempatkan misi sosial sebagai tujuan utama, tetapi tetap dijalankan melalui aktivitas usaha yang inovatif, berkelanjutan, dan bertanggung jawab secara kelembagaan (Kamaludin et al., 2024; Kannampuzha & Hockerts, 2019; Lancastre et al., 2024). Dalam konteks era 5.0, sociopreneurship menjadi semakin penting karena masyarakat membutuhkan model

bisnis yang tidak hanya cerdas secara teknologi, tetapi juga peka terhadap nilai-nilai sosial.

C. KARAKTERISTIK SOCIOPRENEURSHIP

Sociopreneurship memiliki karakteristik yang membedakannya secara jelas dari kewirausahaan konvensional. Jika entrepreneurship pada umumnya menempatkan peluang pasar dan keuntungan sebagai pusat perhatian, maka sociopreneurship berangkat dari persoalan sosial yang nyata dan berusaha menyelesaikannya melalui pendekatan usaha yang terstruktur. Karena itu, karakter utama sociopreneurship terletak pada kemampuannya menggabungkan orientasi sosial dengan mekanisme bisnis, sehingga nilai yang dihasilkan tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga berdampak pada perbaikan kondisi masyarakat. Dalam pengertian ini, sociopreneurship tidak dapat dipahami hanya sebagai bisnis yang “peduli”, melainkan sebagai model usaha yang sejak awal dibangun di atas misi perubahan sosial (Kamaludin et al., 2024; Lancaster et al., 2024). Karakteristik pertama sociopreneurship adalah adanya misi sosial yang kuat sebagai fondasi utama kegiatan usaha. Misi sosial ini menjadi penanda bahwa kegiatan bisnis yang dijalankan bukan semata untuk memperoleh laba, melainkan untuk menjawab kebutuhan masyarakat, memperluas akses, mengurangi ketimpangan, atau mendorong pemberdayaan kelompok tertentu. Oleh sebab itu, sociopreneurship selalu menempatkan penciptaan nilai sosial sebagai tujuan yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas organisasinya. Karakter ini penting karena menunjukkan bahwa keberhasilan sociopreneur tidak hanya diukur dari pertumbuhan usaha, tetapi juga dari sejauh mana usaha tersebut mampu menghadirkan manfaat sosial

yang nyata dan berkelanjutan (Kamaludin et al., 2024; Lancastre et al., 2024).

Karakteristik kedua adalah adanya keberlanjutan ekonomi melalui aktivitas komersial yang nyata. Sociopreneurship tidak bergantung sepenuhnya pada donasi atau bantuan eksternal, tetapi berupaya membangun model bisnis yang memungkinkan organisasi tetap berjalan, berkembang, dan memperluas dampaknya. Dalam hal ini, keuntungan tidak diposisikan sebagai tujuan akhir, melainkan sebagai alat untuk menjaga kesinambungan misi sosial. Karakter ini membuat sociopreneurship lebih tahan terhadap perubahan lingkungan dan lebih mandiri dalam menjalankan program sosialnya. Karena itu, keseimbangan antara tujuan sosial dan aktivitas komersial merupakan unsur yang sangat penting dalam identitas sociopreneurship (Kamaludin et al., 2024; Kannampuzha & Hockerts, 2019). Karakteristik ketiga adalah inovasi dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan. Sociopreneurship tumbuh dari keberanian untuk melihat masalah sosial bukan sebagai hambatan, melainkan sebagai peluang untuk menciptakan solusi baru yang lebih efektif. Dalam perkembangannya, karakter inovatif ini semakin penting karena sociopreneur dituntut mampu memanfaatkan teknologi, membangun jaringan kolaborasi, dan merancang model layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Kajian tentang digital social entrepreneurship menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital telah memperluas kapasitas usaha sosial dalam menjangkau penerima manfaat, membangun interaksi dengan pemangku kepentingan, dan menciptakan inisiatif sosial yang lebih adaptif. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks era 5.0, karakter inovatif dan kecakapan digital menjadi bagian yang semakin penting dari sociopreneurship (Ibáñez et al., 2022).

Karakteristik keempat adalah tata kelola yang inklusif, etis, dan bertanggung jawab. Sociopreneurship tidak hanya menuntut niat baik dan kreativitas, tetapi juga membutuhkan pengelolaan organisasi yang akuntabel serta melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan. Tata kelola yang inklusif memperkuat legitimasi usaha sosial, membangun kepercayaan publik, dan membantu menjaga konsistensi antara aktivitas ekonomi dengan misi sosial yang diusung. Di samping itu, dimensi etis juga menjadi bagian penting karena sociopreneurship beroperasi pada wilayah yang sangat dekat dengan kebutuhan manusia dan kepentingan masyarakat luas. Dengan demikian, karakter sociopreneurship dapat diringkaskan ke dalam empat unsur utama, yaitu misi sosial, keberlanjutan ekonomi, inovasi, dan tata kelola yang bertanggung jawab, yang bersama-sama membentuk identitas khas bisnis bermisi sosial (Kannampuzha & Hockerts, 2019; Lancastre et al., 2024).

D. PERBEDAAN SOCIOPRENEURSHIP, ENTREPRENEURSHIP, DAN SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Entrepreneurship, social entrepreneurship, dan sociopreneurship sering dipahami sebagai istilah yang saling berdekatan, padahal masing-masing memiliki penekanan yang berbeda. Entrepreneurship pada dasarnya merujuk pada aktivitas kewirausahaan yang berorientasi pada penciptaan peluang usaha, inovasi, pengelolaan risiko, dan pencapaian keuntungan ekonomi. Dalam konteks ini, seorang entrepreneur dituntut mampu membaca kebutuhan pasar, mengembangkan produk atau jasa, serta menciptakan nilai ekonomi yang memberi manfaat bagi dirinya, organisasinya, dan konsumen. Fokus utama entrepreneurship terletak pada pertumbuhan usaha, efisiensi, daya saing, dan keberhasilan finansial sebagai indikator utama pencapaian. Berbeda dengan entrepreneurship, social

entrepreneurship lebih menekankan pada upaya menghadirkan solusi terhadap masalah sosial melalui pendekatan inovatif dan terorganisasi. Social entrepreneurship menjadikan persoalan sosial sebagai titik berangkat utama, seperti kemiskinan, kesenjangan pendidikan, kesehatan, lingkungan, atau pemberdayaan kelompok rentan. Dalam pendekatan ini, kegiatan usaha bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, tetapi untuk memastikan bahwa solusi sosial yang dihasilkan dapat berjalan secara berkelanjutan. Dengan demikian, orientasi utama social entrepreneurship adalah penciptaan nilai sosial, sedangkan aspek ekonomi berfungsi sebagai pendukung agar misi sosial dapat terus dijalankan.

Dalam praktiknya, batas antara ketiga konsep ini memang tidak selalu kaku. Sebuah usaha konvensional dapat berkembang menjadi lebih sosial ketika mulai mengintegrasikan misi pemberdayaan ke dalam model bisnisnya. Sebaliknya, sebuah usaha sosial juga tetap membutuhkan prinsip-prinsip entrepreneurship agar mampu bertahan dan tumbuh. Namun, memahami perbedaan ketiga istilah tersebut tetap penting agar tidak terjadi kekeliruan dalam memosisikan konsep sociopreneurship. Dengan memahami perbedaan ini, pembaca dapat melihat bahwa sociopreneurship bukan hanya bentuk modifikasi dari entrepreneurship biasa, melainkan pendekatan kewirausahaan yang secara sadar menjadikan dampak sosial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari keberhasilan usaha.. Agar lebih jelas, perbedaan ketiganya dapat diringkas sebagai berikut:

Aspek	Entrepreneurship	Social Entrepreneurship	Sociopreneurship
Fokus utama	Peluang usaha dan keuntungan	Solusi masalah sosial	Bisnis dengan misi sosial yang dijalankan secara nyata

Tujuan utama	Nilai ekonomi dan pertumbuhan usaha	Nilai sosial dan perubahan masyarakat	Dampak sosial melalui usaha yang berkelanjutan
Ukuran keberhasilan	Laba, ekspansi, daya saing	Dampak sosial dan keberlanjutan solusi	Manfaat sosial, keberlanjutan usaha, dan perubahan nyata
Titik berangkat	Kebutuhan pasar	Masalah sosial	Masalah sosial yang diubah menjadi peluang usaha
Peran pelaku	Pengusaha	Wirausahawan sosial	Agen perubahan sosial melalui bisnis

E. URGENSI SOCIOPRENEURSHIP DI ERA PERUBAHAN SOSIAL DAN TEKNOLOGI

Sociopreneurship menjadi semakin penting di tengah perubahan sosial dan teknologi yang berlangsung sangat cepat. Masyarakat saat ini menghadapi tantangan yang semakin kompleks, mulai dari ketimpangan ekonomi, pengangguran, kemiskinan perkotaan dan perdesaan, kerusakan lingkungan, hingga kesenjangan akses terhadap pendidikan, kesehatan, dan teknologi digital. Masalah-masalah tersebut tidak selalu dapat diselesaikan hanya melalui kebijakan pemerintah atau mekanisme pasar konvensional. Dibutuhkan pendekatan yang lebih adaptif, inovatif, dan dekat dengan kebutuhan masyarakat. Dalam konteks inilah sociopreneurship hadir sebagai model bisnis yang mampu menjembatani tujuan ekonomi dengan kebutuhan sosial secara lebih konkret. Urgensi sociopreneurship juga terlihat dari perubahan cara masyarakat memandang peran bisnis.

Di sisi lain, perkembangan teknologi telah membuka peluang yang sangat besar bagi pertumbuhan sociopreneurship. Teknologi digital memungkinkan pelaku usaha sosial menjangkau lebih banyak penerima manfaat, membangun jaringan kolaborasi, menghemat biaya operasional, serta mempercepat distribusi informasi dan layanan. Media sosial, platform digital, pembayaran elektronik, analisis data, dan berbagai inovasi berbasis teknologi telah mengubah cara bisnis sosial beroperasi. Dengan dukungan teknologi, usaha yang memiliki misi sosial kini dapat berkembang lebih cepat, lebih efisien, dan lebih luas dampaknya. Oleh karena itu, era digital bukan hanya menghadirkan tantangan baru, tetapi juga membuka ruang besar bagi tumbuhnya sociopreneurship yang lebih inovatif. Sociopreneurship juga penting karena mampu menciptakan model pemberdayaan yang lebih mandiri. Banyak program sosial gagal bertahan karena terlalu bergantung pada bantuan jangka pendek, donasi, atau intervensi eksternal. Sebaliknya, sociopreneurship menawarkan pendekatan yang lebih berkelanjutan karena memadukan misi sosial dengan aktivitas ekonomi yang produktif

BAB 2

EVOLUSI SOCIOPRENEURSHIP DALAM KONTEKS ERA SOCIETY 5.0

A. PENDAHULUAN

Perkembangan sociopreneurship tidak dapat dilepaskan dari perubahan besar yang terjadi dalam kehidupan masyarakat, terutama akibat kemajuan teknologi, transformasi ekonomi, dan meningkatnya kompleksitas persoalan sosial. Jika pada masa lalu bisnis lebih banyak dipahami sebagai aktivitas ekonomi yang berfokus pada produksi, distribusi, dan keuntungan, maka pada masa kini bisnis dituntut memiliki fungsi yang lebih luas. Masyarakat tidak lagi hanya menilai keberhasilan usaha dari besarnya laba, tetapi juga dari kontribusinya terhadap penyelesaian masalah sosial, pemberdayaan komunitas, dan keberlanjutan lingkungan. Dalam konteks inilah sociopreneurship berkembang sebagai pendekatan yang semakin relevan karena mampu menjembatani kebutuhan ekonomi dengan tanggung jawab sosial secara lebih nyata. Evolusi sociopreneurship juga berlangsung seiring dengan perubahan paradigma pembangunan.

Memasuki era Revolusi Industri 4.0, perubahan tersebut menjadi semakin cepat dan mendalam. Digitalisasi, otomatisasi, konektivitas data, serta integrasi teknologi ke dalam hampir seluruh aspek kehidupan telah mengubah cara individu, organisasi, dan masyarakat berinteraksi. Perubahan ini menciptakan peluang baru dalam dunia usaha, tetapi sekaligus memunculkan tantangan baru dalam bidang sosial dan ekonomi. Kesenjangan digital, disrupsi pekerjaan,

perubahan pola konsumsi, dan meningkatnya tekanan terhadap kelompok masyarakat yang belum siap beradaptasi menjadi isu yang tidak dapat diabaikan. Dalam situasi seperti ini, sociopreneurship mulai menempati posisi penting karena menawarkan model usaha yang bukan hanya inovatif, tetapi juga berorientasi pada solusi atas dampak sosial dari perubahan teknologi. Perkembangan selanjutnya mengarah pada munculnya konsep Society 5.0, yaitu sebuah tatanan masyarakat yang menempatkan manusia sebagai pusat dari pemanfaatan teknologi. Jika Revolusi Industri 4.0 lebih menekankan pada integrasi sistem cerdas dan efisiensi berbasis teknologi, maka Society 5.0 membawa orientasi yang lebih manusiawi dengan menekankan bahwa teknologi harus digunakan untuk meningkatkan kualitas hidup, memperluas akses, dan menyelesaikan persoalan masyarakat secara lebih tepat. Dalam konteks ini, evolusi sociopreneurship menjadi semakin penting untuk dikaji, karena konsep ini sejalan dengan semangat Society 5.0 yang berupaya menghubungkan inovasi, kemajuan digital, dan kesejahteraan sosial dalam satu kerangka yang terpadu. Di era Society 5.0, sociopreneurship tidak lagi dipahami sekadar sebagai kegiatan. Berdasarkan uraian tersebut, Bab 2 ini diarahkan untuk membahas bagaimana sociopreneurship berevolusi dalam konteks perkembangan zaman, khususnya dari era Revolusi Industri 4.0 menuju Society 5.0. Pembahasan akan menyoroti perubahan peran teknologi, posisi manusia dalam tatanan sosial baru, tantangan sosial-ekonomi di era digital, serta alasan mengapa sociopreneurship semakin relevan sebagai model bisnis masa depan. Selain itu, bab ini juga akan menguraikan bagaimana inovasi teknologi membuka peluang baru bagi bisnis sosial untuk tumbuh lebih inklusif, berkelanjutan, dan berdampak luas. Dengan memahami evolusi ini, pembaca akan melihat bahwa sociopreneurship bukanlah konsep

yang statis, melainkan sebuah pendekatan yang terus berkembang mengikuti kebutuhan masyarakat dan arah peradaban modern.

B. DARI REVOLUSI INDUSTRI 4.0 MENUJU SOCIETY 5.0

Revolusi Industri 4.0 menandai fase penting dalam perubahan sistem produksi dan kehidupan sosial modern melalui integrasi teknologi digital, otomatisasi, internet of things, kecerdasan buatan, dan pemanfaatan data secara masif. Pada fase ini, orientasi utama perkembangan cenderung bertumpu pada efisiensi, produktivitas, konektivitas, dan percepatan proses bisnis. Perubahan tersebut membawa dampak besar terhadap cara organisasi bekerja, cara pasar terbentuk, dan cara masyarakat berinteraksi dengan teknologi. Namun, seiring dengan berbagai kemajuan itu, muncul pula kesadaran bahwa transformasi berbasis teknologi tidak cukup hanya diukur dari peningkatan output ekonomi, tetapi juga harus mempertimbangkan dampaknya terhadap manusia dan persoalan sosial yang lebih luas (Alves et al., 2023; Potočan et al., 2021). Dalam kerangka Revolusi Industri 4.0, teknologi sering diposisikan sebagai pusat perubahan, sedangkan manusia kerap dipahami sebagai pihak yang harus menyesuaikan diri terhadap percepatan sistem digital. Logika ini membuat banyak sektor berlomba untuk mengadopsi teknologi mutakhir demi meningkatkan daya saing, meskipun tidak semua organisasi memiliki kesiapan sosial, budaya, dan kelembagaan yang memadai. Di satu sisi, pendekatan ini berhasil mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi industri. Di sisi lain, pendekatan yang terlalu berfokus pada efisiensi juga memunculkan persoalan baru, seperti kesenjangan keterampilan, tekanan pada tenaga kerja, dan risiko semakin lebarnya jarak antara kemajuan teknologi dengan kesejahteraan masyarakat (Alves et al., 2023; Potočan et al., 2021).

DAFTAR PUSTAKA

- Alpkan, L., Karacay, G., Erten, H., Malaj, A., DOĞAN, A., & Yildiz, A. O. (2020). Social Entrepreneurs Strategy Making in Society 5.0. *Journal of Global Strategic Management*, 14(1), 45–54. <https://doi.org/10.20460/jgsm.2020.285>
- Alves, J., Lima, T. M., & Gaspar, P. D. (2023). Is Industry 5.0 a Human-Centred Approach? A Systematic Review. *Processes*, 11(1), 1–15. <https://doi.org/10.3390/pr11010193>
- Antolín-López, R., Jerez-Gómez, P., & Rengel-Rojas, S. B. (2022). Uncovering local communities' motivational factors to partner with a nonprofit for social impact: A mixed-methods approach. *Journal of Business Research*, 139, 564–583. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.006>
- Bally, F., Daudigeos, T., Calamel, L., & Tallec, J. (2025). Where and how do social entrepreneurs access resources in the early stages of their ventures? A relational chain typology of French social ventures. *Journal of Business Research*, 201(September), 115732. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115732>
- Camilleri, M. A., Troise, C., Strazzullo, S., & Bresciani, S. (2023). Creating shared value through open innovation approaches: Opportunities and challenges for corporate sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 32(7), 4485–4502. <https://doi.org/10.1002/bse.3377>
- Ciambotti, G., Sgrò, F., Bontis, N., & Zaccone, M. C. (2023). Opportunity recognition and exploitation in resource-scarce contexts: the role of relational capital and bricolage in African social enterprise. *Knowledge Management Research & Practice*, 21(6), 1124–1136. <https://doi.org/10.1080/14778238.2023.2169204>

- Çipi, A., Fernandes, A. C. R. D., Ferreira, F. A. F., Ferreira, N. C. M. Q. F., & Meidutė-Kavaliauskienė, I. (2023). Detecting and developing new business opportunities in society 5.0 contexts: A sociotechnical approach. *Technology in Society*, 73, 102243. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102243>
- Diaz-Sarachaga, J. M., & Ariza-Montes, A. (2022). The role of social entrepreneurship in the attainment of the sustainable development goals. *Journal of Business Research*, 152(August), 242–250. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.07.061>
- Dorđević, L., Čockalo, D., Bakator, M., & Novaković, B. (2023). Entrepreneurship in Society 5.0: Integrating technology and humanistic values for a sustainable future. *Industrija*, 51(1), 29–45. <https://doi.org/10.5937/industrija51-45802>
- Duan, H., Wei, Y., Wang, Z., & Huang, J. (2026). Sustainable Business Model Innovation in Social Enterprises: An Institutional Logic Perspective. *Sustainability*, 18(1), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su18010097>
- François, K. K., & Goi, H. C. (2023). Business Model for Scaling Social Impact towards Sustainability by Social Entrepreneurs. *Sustainability*, 15(18), 9–12. <https://doi.org/10.3390/su151814027>
- Gasparin, M., Green, W., Lilley, S., Quinn, M., Saren, M., & Schinckus, C. (2021). Business as unusual: A business model for social innovation. *Journal of Business Research*, 125(March), 698–709. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.034>
- Green, E., Bradley, P., & Parry, G. (2024). Exploring production of social and economic value in social enterprises through a business model framework. *Strategic Change*, 1–13. <https://doi.org/10.1002/jsc.2602>

- Grilo, R., & Moreira, A. C. (2022). The social as the heart of social innovation and social entrepreneurship: An emerging area or an old crossroads? *International Journal of Innovation Studies*, 6(2), 53–66. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.03.001>
- Harangozo, G., Ngo, T. T. L., & Asvany, K. (2026). A socially extended business model canvas approach to social enterprises – A systematic literature review. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 38(2), 235–262. <https://doi.org/10.1080/08276331.2025.2563358>
- Heriyati, P., Yadav, N., Bismo, A., & Madzik, P. (2024). Understanding key factors in social enterprise development in Indonesia: case study approach for an optimal social enterprise business model. *Social Enterprise Journal*, 20(5), 678–700. <https://doi.org/10.1108/SEJ-08-2023-0099>
- Hidalgo, G., Monticelli, J. M., & Vargas Bortolaso, I. (2024). Social Capital as a Driver of Social Entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(1), 182–205. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1951819>
- Ibáñez, M. J., Guerrero, M., Yáñez-Valdés, C., & Barros-Celume, S. (2022). Digital social entrepreneurship: the N-Helix response to stakeholders' COVID-19 needs. *Journal of Technology Transfer*, 47(2), 556–579. <https://doi.org/10.1007/s10961-021-09855-4>
- Iodice, G., & Bifulco, F. (2025). Social entrepreneurship and value creation in the cultural sector. An empirical analysis using the multidimensional controlling model. *Social Enterprise Journal*, 21(1), 91–111. <https://doi.org/10.1108/SEJ-05-2024-0079>
- Kamaludin, M. F., Xavier, J. A., & Amin, M. (2024). Social Entrepreneurship and Sustainability: A Conceptual Framework. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(1), 26–49. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1900339>

- Kannampuzha, M., & Hockerts, K. (2019). Organizational social entrepreneurship: scale development and validation. *Social Enterprise Journal*, 15(3), 290–319. <https://doi.org/10.1108/SEJ-06-2018-0047>
- Kurata, K., Miyashita, S., Sengoku, S., Kodama, K., & Lim, Y. J. (2023). A Comparative Analysis of Social Entrepreneurship and Entrepreneurship: An Examination of International Co-Authorship Networks. *Sustainability*, 15(22), 15873. <https://doi.org/10.3390/su152215873>
- Lancastre, F., Lages, C., & Santos, F. (2024). Social Entrepreneurship as a Family Resemblance Concept with Distinct Ethical Views. *Journal of Business Ethics*, 191(3), 611–632. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05468-z>
- Layrisse, F., Reficco, E., & Barrios, A. (2021). What social enterprises can learn from the freemium business model. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 34(1), 165–181. <https://doi.org/10.1108/ARLA-05-2020-0096>
- Leger, M., Nguyen Rasmussen, S. G., & Günzel-Jensen, F. (2025). Enabling social identity work in social enterprises by leveraging hybridity. *Journal of Business Research*, 194(May), 115376. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115376>
- Martini, B., Bellisario, D., & Coletti, P. (2024). Human-Centered and Sustainable Artificial Intelligence in Industry 5.0: Challenges and Perspectives. *Sustainability*, 16(13), 5448. <https://doi.org/10.3390/su16135448>
- Mitzinneck, B. C., Coenen, J., Noseleit, F., & Rupietta, C. (2024). Impact creation approaches of community-based enterprises: A configurational analysis of enabling conditions. *Journal of Business Venturing*, 39(6), 106420. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2024.106420>

- Musinguzi, P., Baker, D., Larder, N., & Villano, R. A. (2023). The measurement of social impacts in rural social enterprises: a systematic literature review and future research implications. *Regional Studies, Regional Science*, 10(1), 139–166. <https://doi.org/10.1080/21681376.2023.2178324>
- Neessen, P. C. M., Voinea, C. L., & Dobber, E. (2021). Business models of social enterprises: Insight into key components and value creation. *Sustainability*, 13(22), 12750. <https://doi.org/10.3390/su132212750>
- Potočan, V., Mulej, M., & Nedelko, Z. (2021). Society 5.0: balancing of Industry 4.0, economic advancement and social problems. *Kybernetes*, 50(3), 794–811. <https://doi.org/10.1108/K-12-2019-0858>
- Ranville, A., & Barros, M. (2022). Towards Normative Theories of Social Entrepreneurship. A Review of the Top Publications of the Field. *Journal of Business Ethics*, 180(2), 407–438. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04867-4>
- Reficco, E., Layrisse, F., & Barrios, A. (2021). From donation-based NPO to social enterprise: A journey of transformation through business-model innovation. *Journal of Business Research*, 125(March), 720–732. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.031>
- Ricket, A. L., Knutsen, F. B., Jolley, G. J., & Davis, S. C. (2022). Appalachian social entrepreneurship ecosystem: A framework for rural development. *Community Development*, 54(3), 315–336. <https://doi.org/10.1080/15575330.2022.2155676>
- Santos, R. S., Soares, J., Marques, P. C., Navas, H. V. G., & Martins, J. (2021). Integrating business, social, and environmental goals in open innovation through partner selection. *Sustainability*, 13(22), 12870. <https://doi.org/10.3390/su132212870>

- Shahid, S. M., & Alarifi, G. (2021). Social entrepreneurship education: A conceptual framework and review. *The International Journal of Management Education*, 19(3), 100533. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100533>
- Siebold, N. (2021). Reference points for business model innovation in social purpose organizations: A stakeholder perspective. *Journal of Business Research*, 125(March), 710–719. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.032>
- Silva, D. C., Ferreira, Fernando A.F. Milici, A., Ferreira, J. J. M., & Ferreira, C. M. Q. F. N. (2026). Business transformation processes and Society 5.0: opportunities and challenges. *Management Decision*, 64(1), 230–260. <https://doi.org/10.1108/MD-05-2024-1209>
- Singh, A. R., & Pangarkar, N. (2025). Heart and soul: business model innovation by a work-integration organization. *Social Enterprise Journal*, 21(3), 357–384. <https://doi.org/10.1108/SEJ-12-2023-0152>
- Slitine, R., Chabaud, D., & Richez-Battesti, N. (2024). Beyond social enterprise: Bringing the territory at the core. *Journal of Business Research*, 176(April), 114577. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114577>
- Teasdale, S., Bellazzecca, E., de Bruin, A., & Roy, M. J. (2023). The (R)evolution of the Social Entrepreneurship Concept: A Critical Historical Review. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 52(1), 212S–240S. <https://doi.org/10.1177/08997640221130691>
- Tykkyläinen, S., & Ritala, P. (2021). Business model innovation in social enterprises: An activity system perspective. *Journal of Business Research*, 125(March), 684–697. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.045>

- Vasquez-Delsolar, M., & Merino, A. (2021). Social enterprises towards a sustainable business system: A model of institutional dynamics. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 40(September), 663–679.
<https://doi.org/10.1016/j.eist.2021.05.001>
- Weerawardena, J., Salunke, S., Haigh, N., & Sullivan Mort, G. (2021). Business model innovation in social purpose organizations: Conceptualizing dual social-economic value creation. *Journal of Business Research*, 125(March), 762–771.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.016>

PROFIL PENULIS



Dr. Radityo Suksmaneng Daru, S.E., M.Phil.

Penulis Lahir di Kota Samarinda dan merupakan dosen tetap di Fakultas Ekonomi Universitas Widyagama Samarinda sejak tahun 2021/ Latar pendidikan penulis dimulai dari jenjang S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman Kalimantan Timur yang diselesaikan pada tahun 2016, Kemudian melanjutkan pendidikan S2 di Curtin Business and Law school, Curtin University dan lulus pada tahun 2020. Penulis meraih gelar doktor pada Program Pascasarjana Universitas Mulawarman pada tahun 2024, dengan bidang keahlian utama pada Ilmu Manajemen khususnya Manajemen Pemasaran. Selain Aktif mengajar, penulis juga produktif dalam kegiatan penelitian dan penulisan buku ilmiah sesuai bidang kepakarannya. Karya-Karya yang telah diterbitkan meliputi Citra Destinasi dan Pengalaman Pariwisata yang berkesan serta Pengelolaan Citra Lingkungan Pada Destinasi Wisata Kabupaten Berau Sebagai Implementasi Pembangunan Berkelanjutan. Penulis juga aktif dalam berbagai organisasi baik di lingkungan kampus maupun di luar kampus, sebagai bentuk kontribusi terhadap pengembangan pendidikan tinggi dan kemajuan ilmu manajemen di Indonesia.

SOCIOPRENEURSHIP: BISNIS DENGAN MISI SOSIAL DI ERA 5.0

Keunggulan buku ini terletak pada penyajiannya yang komprehensif dan terstruktur, mulai dari fondasi konseptual hingga implementasi praktis. Pembaca diajak memahami sociopreneurship tidak hanya sebagai konsep populer, tetapi sebagai bidang keilmuan yang memiliki landasan teoritis yang kuat, meliputi teori kewirausahaan sosial, inovasi sosial, pemberdayaan masyarakat, nilai bersama, serta pembangunan berkelanjutan. Selain itu, buku ini juga menempatkan sociopreneurship dalam konteks evolusi zaman, khususnya transisi dari Revolusi Industri 4.0 menuju Society 5.0, sehingga memberikan perspektif yang relevan dengan perkembangan global saat ini.

Lebih jauh, buku ini tidak berhenti pada tataran konsep, tetapi juga menghadirkan pendekatan praktis melalui pembahasan tentang identifikasi masalah sosial sebagai peluang bisnis, perancangan model bisnis sosial, strategi pendanaan, pemanfaatan teknologi digital, serta pengukuran dampak sosial. Dengan demikian, buku ini diharapkan mampu menjembatani kebutuhan akademik dan praktik, sekaligus menjadi panduan bagi pembaca dalam merancang dan mengembangkan usaha yang berdampak. Buku ini juga memiliki kekuatan pada integrasi antara dimensi ekonomi, sosial, dan teknologi, yang dikemas dalam perspektif yang human-centered. Pendekatan ini menegaskan bahwa bisnis di masa depan tidak cukup hanya adaptif terhadap teknologi, tetapi juga harus berpihak pada nilai-nilai kemanusiaan, keadilan sosial, dan keberlanjutan lingkungan.



IKAPI
IKATAN PUBLISHER INDONESIA

CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896-5427-3996

