

MODEL KEWIRAUSAHAAN BERKELANJUTAN PADA INDUSTRI KREATIF: STUDI GROUNDED THEORY BERBASIS TRIPLE BOTTOM LINE DI KOTA MATARAM

[Sustainable Entrepreneurship Model in the Creative Industry: A Grounded Theory Study Based on the Triple Bottom Line in Mataram City]

Yeldy Dwi Genadi^{1)*}, Zefanya Andryan Girsang²⁾, I Gusti Agung Arista Pradnyani³⁾

Universitas Mataram

yeldygenadi86@unram.ac.id (corresponding)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membangun model kewirausahaan berkelanjutan pada industri kreatif di Kota Mataram melalui pendekatan grounded theory berbasis Triple Bottom Line (TBL), yang mencakup aspek profit, people, dan planet. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan grounded theory untuk menggali secara mendalam pengalaman, strategi, dan praktik keberlanjutan yang diterapkan oleh pelaku industri kreatif. Informan penelitian terdiri dari pelaku usaha kreatif di bidang kuliner, kerajinan, fesyen, dan industri digital yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan open coding, axial coding, dan selective coding.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model kewirausahaan berkelanjutan pada industri kreatif di Kota Mataram dibangun melalui integrasi tiga dimensi utama. Dimensi ekonomi diwujudkan melalui inovasi produk, adaptasi digital, dan penguatan jaringan pasar. Dimensi sosial diwujudkan melalui pemberdayaan tenaga kerja lokal, kolaborasi komunitas, dan pelestarian budaya lokal. Dimensi lingkungan diwujudkan melalui penggunaan bahan ramah lingkungan, pengurangan limbah produksi, dan efisiensi sumber daya. Penelitian ini menghasilkan model konseptual kewirausahaan berkelanjutan yang menempatkan inovasi dan nilai lokal sebagai inti utama keberlanjutan bisnis industri kreatif.

Kata kunci: kewirausahaan berkelanjutan; industri kreatif; Triple Bottom Line; grounded theory; UMKM

ABSTRACT

This study aims to develop a sustainable entrepreneurship model in the creative industry in Mataram City through a grounded theory approach based on the Triple Bottom Line (TBL), which encompasses the aspects of profit, people, and planet. The study employed a qualitative method with a grounded theory approach to explore in depth the experiences, strategies, and sustainability practices implemented by creative industry entrepreneurs. The research informants consisted of creative business actors in the culinary, handicraft, fashion, and digital industries selected using purposive sampling techniques. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation. Data analysis was conducted through the stages of open coding, axial coding, and selective coding.

The findings reveal that the sustainable entrepreneurship model in the creative industry in Mataram City is built through the integration of three main dimensions. The economic dimension is reflected through product innovation, digital adaptation, and the strengthening of market networks. The social dimension is manifested through the empowerment of local workers, community collaboration, and the preservation of local culture. Meanwhile, the environmental dimension is implemented through the use of environmentally friendly materials, reduction of production waste, and resource efficiency. This study produces a conceptual model of sustainable entrepreneurship that positions innovation and local values as the core foundations of sustainability in the creative industry business.

Keywords: Sustainable entrepreneurship; creative industry; Triple Bottom Line; grounded theory; MSMEs

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kreatif di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Industri kreatif tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan dalam penciptaan lapangan kerja, pelestarian budaya lokal, serta pengembangan inovasi berbasis masyarakat. Di Kota Mataram, industri kreatif berkembang melalui berbagai sektor seperti kuliner, kerajinan tangan, fesyen, fotografi, desain digital, hingga usaha berbasis budaya lokal.

Di tengah perkembangan tersebut, pelaku usaha menghadapi tantangan keberlanjutan bisnis yang semakin kompleks. Persaingan pasar, perubahan perilaku konsumen, isu lingkungan, serta tuntutan sosial mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnis mereka.

Konsep Triple Bottom Line (TBL) yang diperkenalkan oleh Elkington (1997) menjadi pendekatan penting dalam memahami keberlanjutan bisnis. Triple Bottom Line menekankan bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya diukur dari profit, tetapi juga dari kontribusi terhadap *people* dan *planet*. Dalam konteks industri kreatif, konsep ini menjadi relevan karena sebagian besar usaha kreatif memiliki keterkaitan erat dengan budaya lokal, komunitas masyarakat, dan penggunaan sumber daya lingkungan.

Namun demikian, implementasi konsep kewirausahaan berkelanjutan pada industri kreatif masih menghadapi berbagai kendala. Banyak pelaku usaha yang masih berfokus pada keuntungan ekonomi jangka pendek dan belum memiliki model bisnis yang mengintegrasikan aspek sosial serta lingkungan secara seimbang. Selain itu, penelitian mengenai model kewirausahaan berkelanjutan berbasis Triple Bottom Line pada konteks industri kreatif lokal masih relatif terbatas, khususnya di Kota Mataram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *grounded theory* untuk membangun model konseptual kewirausahaan berkelanjutan berdasarkan pengalaman dan praktik nyata pelaku industri kreatif. Pendekatan *grounded theory* dikembangkan oleh Glaser dan Strauss (1967) untuk menghasilkan teori yang berasal langsung dari data empiris di lapangan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti membangun teori yang berasal langsung dari data lapangan.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada bagaimana praktik kewirausahaan berkelanjutan pada industri kreatif di Kota Mataram ditinjau dari perspektif Triple Bottom Line yang mencakup aspek *profit*, *people*, dan *planet*. Penelitian ini juga berupaya memahami bagaimana pelaku industri kreatif mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam aktivitas bisnis mereka sehari-hari. Selain itu, penelitian ini mengkaji berbagai faktor yang mendukung maupun menghambat penerapan kewirausahaan berkelanjutan pada industri kreatif. Fokus lainnya adalah menggali proses terbentuknya model kewirausahaan berkelanjutan berdasarkan pengalaman para pelaku usaha kreatif di Kota Mataram. Pada akhirnya, penelitian ini diarahkan untuk mengembangkan model konseptual kewirausahaan berkelanjutan berbasis Triple Bottom Line yang relevan dengan karakteristik industri kreatif di Kota Mataram.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik kewirausahaan berkelanjutan pada industri kreatif berdasarkan perspektif Triple Bottom Line. Penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi bagaimana pelaku industri kreatif mengintegrasikan aspek *profit*, *people*, dan *planet* dalam aktivitas bisnis mereka. Selain itu, penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penerapan kewirausahaan berkelanjutan pada industri kreatif serta menggali pengalaman pelaku usaha kreatif dalam membangun keberlanjutan bisnis. Melalui pendekatan *grounded theory*, penelitian ini juga bertujuan membangun model konseptual kewirausahaan berkelanjutan berbasis Triple Bottom Line pada industri kreatif di Kota Mataram.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu kewirausahaan, khususnya yang berkaitan dengan konsep *sustainable entrepreneurship* berbasis Triple Bottom Line. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian *grounded theory* dalam konteks industri kreatif dan UMKM. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku industri kreatif dalam mengembangkan strategi bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Bagi pemerintah

daerah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pengembangan industri kreatif berkelanjutan di Kota Mataram. Bagi akademisi, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kewirausahaan berkelanjutan, industri kreatif, dan Triple Bottom Line. Sementara itu, bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, seperti menanam benih ekonomi yang tetap hijau bahkan setelah musim panen berlalu.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode grounded theory. Menurut Strauss dan Corbin (1998), grounded theory digunakan untuk memahami fenomena sosial melalui proses pengembangan teori berbasis data lapangan. Pendekatan ini digunakan untuk membangun model kewirausahaan berkelanjutan berdasarkan pengalaman dan praktik nyata pelaku industri kreatif di Kota Mataram.

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Pemilihan lokasi didasarkan pada perkembangan industri kreatif yang cukup pesat dan keberagaman jenis usaha kreatif yang berkembang di wilayah tersebut.

Informan Penelitian

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria:

1. Pelaku usaha industri kreatif yang telah menjalankan usaha minimal tiga tahun.
2. Memiliki aktivitas bisnis yang berkaitan dengan aspek sosial atau lingkungan.
3. Bersedia menjadi informan penelitian.

Informan terdiri dari pelaku usaha kuliner, kerajinan tangan, fesyen lokal, usaha digital kreatif, dan komunitas kreatif.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Wawancara mendalam
2. Observasi lapangan
3. Dokumentasi

Wawancara dilakukan secara semi terstruktur untuk menggali pengalaman, strategi bisnis, dan pandangan informan mengenai keberlanjutan usaha.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan grounded theory yang dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan sejak proses pengumpulan data berlangsung. Proses analisis mengacu pada tahapan analisis data kualitatif yang dijelaskan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014).

Analisis dilakukan untuk menemukan konsep, kategori, dan hubungan antar fenomena yang berkaitan dengan kewirausahaan berkelanjutan pada industri kreatif di Kota Mataram.

Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi:

1. Open Coding

Pada tahap open coding, peneliti mengidentifikasi konsep-konsep utama yang muncul dari data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti melakukan proses pengkodean terhadap data yang memiliki makna penting dan relevan dengan fokus penelitian. Kode-kode yang memiliki kesamaan makna kemudian dikelompokkan menjadi kategori awal, seperti inovasi produk, pemasaran digital, pemberdayaan masyarakat, penggunaan bahan ramah lingkungan, dan kolaborasi komunitas.

2. Axial Coding

Tahap axial coding dilakukan dengan menghubungkan kategori-kategori yang memiliki keterkaitan. Peneliti menganalisis hubungan antar kategori untuk menemukan pola yang menjelaskan praktik kewirausahaan berkelanjutan. Pada tahap ini, kategori-kategori yang berkaitan dengan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan mulai disusun ke dalam dimensi Triple Bottom Line, yaitu profit, people, dan planet.

3. Selective Coding

Selective coding merupakan tahap akhir analisis data yang bertujuan membangun model konseptual penelitian. Pada tahap ini, peneliti menentukan kategori inti yang menjadi pusat integrasi seluruh kategori lainnya. Melalui proses selective coding, peneliti membangun model konseptual kewirausahaan berkelanjutan berbasis Triple Bottom Line pada industri kreatif di Kota Mataram.

Uji Keabsahan Data

Untuk memastikan validitas dan keabsahan data penelitian, peneliti menggunakan beberapa teknik pengujian data, yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan penelitian untuk memastikan konsistensi data.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh lebih valid dan mendalam.

3. Member Checking

Member checking dilakukan dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara dan interpretasi data kepada informan penelitian agar sesuai dengan pengalaman dan pandangan informan.

4. Ketekunan Pengamatan

Peneliti melakukan pengamatan secara mendalam dan berulang terhadap fenomena yang diteliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih akurat mengenai praktik kewirausahaan berkelanjutan pada industri kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Industri Kreatif di Kota Mataram

Industri kreatif di Kota Mataram berkembang dalam berbagai sektor seperti kuliner tradisional, fesyen lokal, kerajinan tangan, fotografi, desain grafis, serta usaha berbasis media digital. Sebagian besar usaha kreatif dijalankan oleh pelaku UMKM dengan skala kecil dan menengah. Kondisi ini sesuai dengan karakteristik UMKM di Indonesia yang dijelaskan oleh Tambunan (2019).

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang baru bagi pelaku industri kreatif untuk memperluas pasar melalui media sosial dan platform digital. Namun, pelaku usaha juga menghadapi tantangan berupa persaingan pasar, keterbatasan modal, dan perubahan tren konsumen. Selain itu, Zimmerer dan Scarborough (2008) menjelaskan bahwa kemampuan adaptasi dan kreativitas menjadi faktor utama dalam mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah perubahan pasar yang dinamis.

Dalam perspektif kewirausahaan berkelanjutan, pelaku industri kreatif di Kota Mataram mulai menunjukkan kesadaran terhadap pentingnya keseimbangan antara keuntungan ekonomi, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan lingkungan. Konsep tersebut sejalan dengan pandangan Patzelt dan Shepherd (2011) mengenai pentingnya integrasi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam praktik sustainable entrepreneurship. Hal tersebut terlihat dari mulai berkembangnya penggunaan bahan ramah lingkungan, pelibatan masyarakat lokal dalam proses produksi, dan pemanfaatan budaya lokal.

Dimensi Profit dalam Kewirausahaan Berkelanjutan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek profit tetap menjadi faktor penting dalam keberlanjutan usaha. Pelaku usaha kreatif menerapkan berbagai strategi untuk menjaga stabilitas ekonomi bisnis, seperti:

1. Inovasi produk
2. Diversifikasi usaha
3. Pemanfaatan media digital
4. Penguatan branding lokal

Pelaku usaha menyadari bahwa inovasi menjadi faktor utama dalam mempertahankan daya saing bisnis. Menurut Suryana (2017), inovasi merupakan elemen penting dalam pengembangan kewirausahaan karena menjadi sumber keunggulan kompetitif usaha.

Selain itu, penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pemasaran dengan biaya yang lebih efisien.

Dimensi People dalam Kewirausahaan Berkelanjutan

Aspek people diwujudkan melalui pemberdayaan masyarakat lokal dan penguatan komunitas kreatif. Pelaku usaha melibatkan masyarakat sekitar dalam proses produksi dan pemasaran usaha.

Beberapa bentuk implementasi aspek sosial antara lain:

1. Perekrutan tenaga kerja lokal
2. Pelatihan keterampilan masyarakat
3. Kolaborasi dengan komunitas kreatif
4. Pelestarian budaya lokal melalui produk kreatif

Pelaku usaha memandang bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari manfaat yang diberikan kepada masyarakat.

Keterlibatan komunitas lokal juga memperkuat identitas budaya produk kreatif sehingga meningkatkan nilai tambah usaha. Kondisi ini sejalan dengan pendapat Zahra et al. (2009) yang menjelaskan bahwa kewirausahaan modern tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada penciptaan nilai sosial bagi masyarakat.

Dimensi Planet dalam Kewirausahaan Berkelanjutan

Dimensi planet diwujudkan melalui berbagai praktik ramah lingkungan. Beberapa pelaku usaha mulai menggunakan bahan baku alami dan mengurangi penggunaan plastik dalam kemasan produk. Praktik keberlanjutan lingkungan yang ditemukan antara lain:

1. Penggunaan kemasan ramah lingkungan
2. Pengurangan limbah produksi
3. Pemanfaatan bahan daur ulang
4. Efisiensi penggunaan energi

Meskipun demikian, implementasi aspek lingkungan masih menghadapi kendala, terutama terkait biaya produksi dan keterbatasan pengetahuan mengenai praktik bisnis hijau.

Model Kewirausahaan Berkelanjutan Berbasis Triple Bottom Line

Berdasarkan hasil analisis grounded theory, penelitian ini menghasilkan model kewirausahaan berkelanjutan pada industri kreatif di Kota Mataram.

Model tersebut terdiri dari empat komponen utama:

1. Nilai Lokal sebagai Fondasi Bisnis
Budaya lokal menjadi sumber kreativitas dan identitas usaha.
2. Inovasi sebagai Penggerak Utama
Inovasi produk dan pemasaran menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlanjutan usaha.
3. Kolaborasi Sosial sebagai Penguat Komunitas
Hubungan dengan masyarakat dan komunitas kreatif memperkuat keberlanjutan sosial bisnis.
4. Kesadaran Lingkungan sebagai Strategi Masa Depan
Praktik bisnis ramah lingkungan menjadi bagian penting dalam meningkatkan citra dan keberlanjutan usaha.

Model ini menunjukkan bahwa keberlanjutan bisnis industri kreatif tidak dapat dicapai hanya melalui orientasi keuntungan ekonomi, tetapi memerlukan integrasi antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kewirausahaan berkelanjutan pada industri kreatif di Kota Mataram dibangun melalui integrasi aspek profit, people, dan planet dalam aktivitas bisnis. Pelaku usaha kreatif tidak hanya berupaya mencapai keuntungan ekonomi, tetapi juga berusaha menciptakan dampak sosial positif dan menjaga keberlanjutan lingkungan.

Aspek profit diwujudkan melalui inovasi produk, adaptasi digital, diversifikasi usaha, dan penguatan branding lokal. Pelaku usaha kreatif memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing bisnis. Kreativitas dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan tren pasar menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlanjutan usaha.

Aspek people diwujudkan melalui pemberdayaan masyarakat lokal, penciptaan lapangan kerja, pelestarian budaya daerah, serta penguatan kolaborasi komunitas kreatif. Pelaku usaha tidak hanya memandang masyarakat sebagai konsumen, tetapi juga sebagai bagian penting dalam pengembangan usaha. Keterlibatan masyarakat lokal memperkuat identitas produk kreatif sekaligus meningkatkan dampak sosial usaha.

Sementara itu, aspek planet diwujudkan melalui penggunaan bahan ramah lingkungan, pengurangan limbah produksi, efisiensi penggunaan sumber daya, dan penggunaan kemasan yang lebih berkelanjutan. Meskipun implementasi aspek lingkungan belum sepenuhnya optimal, terdapat kesadaran yang mulai berkembang di kalangan pelaku usaha mengenai pentingnya praktik bisnis hijau.

Hasil penelitian ini menghasilkan model kewirausahaan berkelanjutan yang menempatkan nilai lokal, inovasi bisnis, kolaborasi sosial, dan kesadaran lingkungan sebagai elemen inti keberlanjutan industri kreatif. Model tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga oleh kemampuan membangun hubungan sosial yang kuat dan menjaga keseimbangan lingkungan.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pendekatan grounded theory mampu menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai praktik kewirausahaan berkelanjutan berdasarkan pengalaman nyata pelaku usaha. Model konseptual yang dihasilkan dapat menjadi dasar pengembangan kebijakan dan strategi penguatan industri kreatif berkelanjutan di daerah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada berbagai pihak terkait.

1. Bagi Pelaku Usaha Industri Kreatif

Pelaku usaha perlu meningkatkan pemahaman mengenai konsep kewirausahaan berkelanjutan dan implementasi Triple Bottom Line dalam aktivitas bisnis. Selain fokus pada keuntungan ekonomi, pelaku usaha juga perlu memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan usaha mereka.

Pelaku usaha juga disarankan untuk memperkuat inovasi produk, meningkatkan kualitas branding digital, serta mengembangkan penggunaan bahan baku dan kemasan yang lebih ramah lingkungan. Kolaborasi dengan komunitas lokal dan pelaku usaha lainnya juga perlu diperkuat untuk menciptakan ekosistem industri kreatif yang lebih berkelanjutan.

2. Bagi Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah perlu memberikan dukungan lebih besar terhadap pengembangan industri kreatif berkelanjutan melalui pelatihan, pendampingan usaha, bantuan pemasaran digital, serta akses pembiayaan bagi pelaku UMKM kreatif.

Selain itu, pemerintah juga perlu mendorong kebijakan yang mendukung praktik bisnis ramah lingkungan, seperti program pengurangan limbah, penggunaan kemasan berkelanjutan, dan pengembangan produk berbasis budaya lokal.

3. Bagi Komunitas dan Akademisi

Komunitas kreatif dan akademisi perlu memperkuat kerja sama dalam pengembangan inovasi, pelatihan kewirausahaan, dan penelitian berbasis keberlanjutan. Perguruan tinggi dapat

berperan sebagai pusat pengembangan pengetahuan dan pendampingan bisnis kreatif berbasis Triple Bottom Line.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian kewirausahaan berkelanjutan pada sektor industri lain seperti pariwisata, agribisnis, dan ekonomi digital. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan pendekatan mixed methods atau memperluas cakupan wilayah penelitian agar diperoleh model yang lebih komprehensif.

Selain itu, penelitian mendatang dapat mengeksplorasi pengaruh teknologi digital, green innovation, dan social entrepreneurship terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di era ekonomi kreatif modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). California: Sage Publications.
- Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2011). Recognizing Opportunities for Sustainable Development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(4), 631–652.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (2nd ed.). California: Sage Publications.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A Typology of Social Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. New Jersey: Pearson Education.