

## Strategi Digitalisasi UMKM sebagai Intervensi Sosio-Teknis Dalam Desain Ketahanan Sosial Masyarakat Desa Sumberoto

**Chevatya Azzahra Wiramihadja<sup>1</sup>, Indira Monica Surya<sup>2</sup>, Kayla Tabitha Bharen Saputra<sup>3</sup>, Muhammad Fadhli Syaukani<sup>4</sup>, Muhammad Raihan Akbari<sup>5</sup>, Muhammad Rayhan Islamey<sup>6</sup>, Astrida Fitri Nuryani<sup>7</sup>, Rayhan Aulia Prakoso<sup>8</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup> Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya, Indonesia  
Email: fadhliSyaukani@student.ub.ac.id

### Article Info

#### Article history:

Received Desember 17, 2025  
Revised Desember 30, 2025  
Accepted Januari 20, 2026

#### Keywords:

Digitalisasi  
UMKM  
Media Sosial  
Strategi Pemasaran  
Ekonomi Kreatif  
Transformasi Digital  
Dampak Sosial

#### Keywords:

Digital Marketing  
SMEs  
Social Media  
Marketing Strategy  
Creative Economy  
Digital Transformation  
Social Impact

### ABSTRAK

Program Strategi Digitalisasi: Pembentukan, Pembangunan, dan Pemeliharaan Media Sosial UMKM Sumberoto bertujuan meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM di Desa Sumberoto dalam menghadapi tantangan ekonomi modern. Melalui pendekatan andragogi dan pemberdayaan masyarakat, program ini memberikan pelatihan pembuatan akun bisnis, perancangan konten digital, serta strategi pemasaran melalui media sosial. Kegiatan dilakukan dalam tiga tahap utama: sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi dan keberlanjutan program. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan literasi digital, kemandirian dalam mengelola media sosial, serta perluasan jangkauan pasar bagi pelaku UMKM. Selain berkontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal, program ini juga memperkuat ketahanan sosial budaya masyarakat desa melalui adaptasi terhadap teknologi digital. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga wadah transformasi sosial yang mendorong kreativitas, kolaborasi, dan kemandirian masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa lebih dari 80% pelaku UMKM dapat mengelola akun media sosial secara mandiri, tingkat keterlibatan digital meningkat hingga 35%, dan inisiatif kolektif muncul untuk mempertahankan promosi online setelah program berakhir. Oleh karena itu, program digitalisasi tidak hanya menghasilkan kemajuan teknologi, tetapi juga membangun kelembagaan ekonomi digital berbasis komunitas yang berkelanjutan, yang membantu ekonomi desa menjadi lebih mandiri, dan mendorong transformasi sosial menuju era ekonomi kreatif yang dibantu teknologi.

### ABSTRACT

*Digitalization Strategy Program: The establishment, development, and maintenance of Sumberoto MSME social media aims to improve the digital capabilities of MSME actors in Sumberoto Village in facing modern economic challenges. Through an andragogical and community empowerment approach, this program provides training in creating business accounts, designing digital content, and marketing strategies through social media. Activities are carried out in three main stages: socialization, training and mentoring, and program evaluation and sustainability. The results of the activities show an increase in digital literacy, independence in managing social media, and expansion of the market reach for MSME actors. In addition to contributing to the strengthening of the local economy, this program also strengthens the socio-cultural resilience of the village community through adaptation to digital technology. Thus, digitization is not only a means of promotion, but also a vehicle for social transformation that encourages creativity, collaboration, and community independence. The results of the activities show that more than 80% of MSME players can manage their social*

*media accounts independently, the level of digital engagement has increased by up to 35%, and collective initiatives have emerged to maintain online promotion after the program ends. Therefore, the digitization program not only results in technological advances, but also builds sustainable community-based digital economic institutions, which help village economies become more independent and encourage social transformation towards an era of technology-assisted creative economy.*

*This is an open access article under the [CC BY](#) license.*



## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) beroperasi dan bersaing di pasar. Di tengah transformasi digital ini, UMKM di daerah pedesaan sering kali menghadapi tantangan dalam penggunaan teknologi, terutama dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dan pemasaran. Desa Sumberoto, yang memiliki potensi ekonomi dalam bidang kerajinan dan produk lokal, juga menghadapi keterbatasan dalam aspek literasi digital serta strategi pemasaran modern. Oleh karena itu, diperlukan tindakan berbasis pendidikan dan kerja sama dari berbagai pihak untuk membantu UMKM menyesuaikan diri dengan perubahan zaman[1].

Program *Strategi Digitalisasi: Pembentukan, Pembangunan, dan Pemeliharaan Media Sosial UMKM Sumberoto* ini hadir sebagai jawaban atas tantangan tersebut. Program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas digital UMKM, tetapi juga memperkuat kerja sama antara mahasiswa, pemerintah desa, dan masyarakat lokal. Pendekatan yang digunakan dalam program ini berlandaskan prinsip andragogi, yang menekankan pembelajaran orang dewasa secara mandiri dan aplikatif, serta teori koproduksi, yang memandang keberhasilan program publik bergantung pada keterlibatan aktif seluruh pemangku kepentingan. Melalui sinergi ini, diharapkan pelaku UMKM tidak hanya memperoleh keterampilan digital, tetapi juga memperkuat kapital sosial yang menjadi pondasi penting bagi pembangunan ekonomi desa yang berkelanjutan[2].

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi program *Strategi Digitalisasi: Pembentukan, Pembangunan, dan Pemeliharaan Media Sosial UMKM Sumberoto* dapat membantu UMKM di Desa Sumberoto menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi digital. Peneliti ingin mengetahui sejauh mana penerapan media sosial dapat meningkatkan promosi, memperluas jaringan pasar, dan menciptakan citra profesional untuk usaha kecil desa melalui program ini. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana prinsip andragogi diterapkan dalam pendekatan pendampingan digital untuk pembelajaran orang dewasa dan bagaimana program-program ini membantu memperkuat kapital sosial melalui kerja sama antara siswa, pemerintah desa, dan masyarakat.

Selain itu, penelitian ini menggunakan teori koproduksi untuk menjelaskan bagaimana berbagai pihak berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan program. Teori koproduksi menekankan bahwa keberhasilan program publik tidak hanya bergantung pada inisiatif pelaksana (mahasiswa atau pemerintah desa), tetapi juga partisipasi aktif warga sebagai penerima manfaat. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana proses

kerja sama dan partisipasi kolektif tersebut menciptakan dampak ganda: mereka membuat pelaku UMKM lebih mampu secara digital dan meningkatkan hubungan sosial di tingkat lokal.

Rumusan masalah yang akan menjadi acuan dalam penelitian ini, Bagaimana mahasiswa, pemerintah desa, dan bisnis lokal berkolaborasi dalam program Strategi Digitalisasi UMKM Sumberoto?

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan pentingnya digitalisasi bagi pemberdayaan UMKM di tingkat lokal. Pelatihan digital marketing bagi UMKM desa dapat meningkatkan kemampuan promosi produk dan memperluas jangkauan pasar secara signifikan[3]. Sementara itu, menemukan bahwa pendampingan berbasis andragogi efektif dalam mendorong pelaku usaha belajar secara mandiri dan mengaplikasikan teknologi sesuai kebutuhan mereka. Di sisi lain, studi menyoroti bahwa keberhasilan program pemberdayaan digital desa sangat dipengaruhi oleh kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan masyarakat, yang sejalan dengan prinsip teori ko-produksi[4]. Dengan demikian, penelitian ini memperluas temuan-temuan tersebut dengan meninjau bagaimana strategi digitalisasi di Desa Sumberoto bukan hanya meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, tetapi juga memperkuat kapital sosial dan kerja sama lintas sektor dalam konteks pembangunan ekonomi desa.

## **2. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yang digunakan untuk memahami fenomena sosial melalui pengumpulan data analisis dan non-numerik. Pendekatan ini mengutamakan pemahaman, perspektif dan makna yang diberikan dari informan kepada suatu kelompok terhadap suatu situasi. Peneliti berperan aktif dalam proses ini, berinteraksi dengan subjek untuk menggali informasi yang lebih lengkap dan kontekstual (Creswell, 2014). Dengan menggunakan metode penelitian ini maka peneliti dapat mengumpulkan data Pemeliharaan Media Sosial UMKM Desa Sumberoto secara mendalam.

Lokasi penelitian terletak di Desa Sumberoto, Dusun Sumberoto, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang. Alasan dari pemilihan lokasi di Desa Sumberoto karena Desa Sumberoto merupakan desa yang kurang menggunakan teknologi digital dalam mempromosikan penjualan UMKM. Banyak masyarakat di Desa Sumberoto yang terjun pada bidang UMKM, tetapi belum maksimal dalam mengembangkan potensinya. Hal ini dikarenakan pengetahuan mengenai pemasaran di Desa Sumberoto belum maksimal. Masih banyak pelaku UMKM di Desa Sumberoto yang belum memiliki akses terhadap pemasaran digital dikarenakan pengetahuan yang masih minim terkait pemasaran digital[5].

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pemilik atau pengelola UMKM tata busana muslim NU yang ingin menggunakan media sosial sebagai bentuk pemasaran bisnis. Selain itu, observasi juga dilakukan dengan menganalisis aktivitas penjualan UMKM sebelum menggunakan media digital untuk pemasaran, termasuk pola interaksi dengan pelanggan, komunitas bisnis UMKM lain dan kesiapan pemilik usaha menggunakan media digital. Dokumentasi dalam bentuk laporan untuk mendukung analisis data terhadap sosialisasi digitalisasi kepada pelaku UMKM di Desa Sumberoto. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menganalisis data dari informan tentang analisis Pengaruh Penguasaan Digital Marketing

terhadap Pertumbuhan UMKM di Desa Sumberoto. Teknik triangulasi data diterapkan guna meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik, yaitu data yang diperoleh dikategorikan kembali berdasarkan tema utama seperti pembentukan strategi digitalisasi, pembangunan serta pemeliharaan media sosial untuk UMKM Desa Sumberoto. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai strategi digitalisasi media sosial untuk UMKM Desa Sumberoto dalam meningkatkan daya saing mereka di era digital dan mendukung kemajuan teknologi di era saat ini.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Di Desa Sumberoto, UMKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian bagi masyarakat desa, terlebih dengan berbagai potensi strategis Desa Sumberoto yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa proses digitalisasi UMKM di Desa Sumberoto menghadapi berbagai kendala struktural dan kontekstual, mulai dari keterbatasan akses teknologi, rendahnya tingkat literasi digital, hingga kurangnya infrastruktur pendukung yang memadai. Kondisi ini tentunya berimplikasi pada disparitas sosial-ekonomi desa yang berpotensi mengancam kohesi sosial dan stabilitas ekonomi masyarakat Desa Sumberoto.

Berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan sebelumnya, banyak pelaku UMKM desa yang belum mampu mengoptimalkan teknologi digital akibat keterbatasan akses terhadap infrastruktur digital, minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan teknologi, serta hambatan sosial budaya yang membatasi partisipasi mereka dalam ekosistem digital. Kondisi ini menjadi masalah awal yang krusial, mengingat UMKM berperan sebagai tumpuan utama ekonomi lokal dan sumber penghidupan bagi mayoritas masyarakat desa. Permasalahan ini diperparah oleh ketimpangan sosial yang ada di desa, di mana sebagian kelompok masyarakat masih mengalami marginalisasi dan keterbatasan dalam mengakses peluang ekonomi digital. Selain itu, gagalnya integrasi teknologi digital ke dalam praktik ekonomi lokal dapat memperlemah jaringan sosial dan modal sosial yang selama ini menjadi basis ketahanan sosial masyarakat Desa Sumberoto.

Kewirausahaan sosial adalah proses membangun atau mengubah lembaga sosial dengan tujuan menyelesaikan permasalahan sosial melalui penciptaan nilai yang berguna bagi masyarakat, inovasi, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan[6]. Di Desa Sumberoto, kewirausahaan sosial sangat relevan karena masalah yang dihadapi oleh usaha mikro kecil menengah (UMKM) tidak hanya terkait dengan aspek ekonomi, tetapi juga terbatasnya kemampuan dalam menggunakan teknologi dan akses pasar yang kurang. Program digitalisasi UMKM di desa ini merupakan bentuk intervensi kewirausahaan sosial karena memberikan solusi nyata berdasarkan teknologi untuk mengatasi hambatan dalam pemasaran. Prinsip kewirausahaan sosial fokus pada pemberdayaan dan kemandirian para pelaku usaha, seperti yang dilakukan oleh Yunus melalui Grameen Bank dan BRAC, yang menekankan peningkatan kapasitas lokal. Dengan cara yang sama, program digitalisasi UMKM di Desa Sumberoto mendorong para pelaku usaha menjadi pendorong perubahan dengan membangun kemampuan mereka dalam mengelola media sosial secara mandiri. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya menjadi strategi untuk meningkatkan ekonomi, tetapi juga upaya transformasi sosial yang memperkuat ketahanan sosial dan ekonomi masyarakat desa.

#### **1. Konsep Kewirausahaan Sosial**

Kewirausahaan sosial adalah cara kreatif untuk memecahkan masalah sosial dengan menciptakan nilai publik, inovasi, dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan sosial dan ekonomi. Wirausaha sosial menemukan ketidakseimbangan sosial dan membangun solusi sistemik untuk menciptakan keseimbangan baru yang lebih adil, dalam konteks Desa Sumberoto, konsep ini relevan karena UMKM lokal membutuhkan peningkatan kemampuan digital serta inovasi untuk mengatasi masalah struktural seperti kurangnya akses ke informasi dan keterbatasan pemasaran digital.

Melalui *Grameen Bank*, hal ini menunjukkan bagaimana inovasi sosial seperti kredit mikro dapat mengangkat pelaku usaha kecil dari keterbatasan ekonomi (Yunus, 2007). Sementara itu, Fazle Abed melalui BRAC membuktikan bahwa pemberdayaan komunitas dapat dicapai melalui pendekatan terintegrasi yang menekankan pelatihan, pendidikan, dan peningkatan kapasitas lokal[7]. Hal ini yang menjadi prinsip dasar relevansi kewirausahaan sosial bagi pelaku UMKM di Desa Sumberoto yang berusaha dalam beradaptasi dengan adanya program digitalisasi melalui penguatan kapasitas internal.

## 2. Kewirausahaan sosial dalam konsep Andragogi dan koproduksi

Kewirausahaan sosial dan konsep andragogi memiliki relevansi dikarenakan hal ini menyangkut pembelajaran orang dewasa berbasis pengalaman, kebutuhan praktis, motivasi sosial, dan pembelajaran mandiri. Program digitalisasi UMKM Desa Sumberoto terlibat langsung dalam proses pembelajaran melalui praktik seperti; pembuatan akun bisnis, pengelolaan pembuatan konten, sampai proses menyusun strategi *marketing*. Hal ini menunjukkan bagaimana kewirausahaan sosial dan andragogi yang menekankan pemberdayaan individu dan kolaborasi dalam belajar.

Kemudian, kewirausahaan sosial ini memiliki keterkaitan juga dengan teori koproduksi, hal ini dikarenakan intervensi sosial yang bergantung pada partisipasi aktif antara pihak pelaksana kegiatan dan masyarakat sebagai penerima *benefit*[8]. Hal ini dapat diimplementasikan pada saat UMKM Desa Sumberoto memperlihatkan pola koproduksi kuat dalam menciptakan sistem pemasaran baru yang melibatkan mahasiswa selaku penyelenggara, perangkat desa selaku fasilitator, dan masyarakat selaku pelaku usaha UMKM.

## 3. Penerapan Konsep Andragogi dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat

Mendefinisikan andragogi sebagai pendekatan pembelajaran orang dewasa yang menekankan prinsip otonomi dalam konteks partisipasi individu, relevansi pengalaman pribadi, motivasi intrinsik, serta orientasi praktis[9]. Konsep andragogi ini berbeda dari pedagogi yang lebih bersifat *top-down* dan direktif untuk anak-anak. Dalam konteks program ini, teori andragogi dapat membantu para peserta baik mahasiswa maupun warga untuk bisa memahami bagaimana pelatihan dan partisipasi UMKM Desa Sumberoto dapat difasilitasi untuk mendorong pembelajaran yang sifatnya mandiri, mendorong transformasi sosial, dan memiliki keberlanjutan yang berjangka panjang. Pembentukan media sosial dalam program ini dapat digolongkan ke tahap inisiasi yang dilakukan para mahasiswa sebagai upaya dalam memfasilitasi konstruksi jaringan digital yang bersifat *bottom-up* melalui teori andragogi Knowles, yang menekankan pembelajaran dewasa sebagai proses otonom dan berbasis pengalaman.

## 4. Tantangan yang Dihadapi dan Permasalahan yang ada Dalam Penggunaan Media Sosial

Pada hasil observasi yang dilakukan oleh mahasiswa, ditemukannya para pelaku UMKM Desa Sumberoto masih memiliki pengetahuan yang minim dalam pemanfaatan Media Sosial untuk memasarkan produk UMKM mereka. Para pelaku UMKM lebih memilih untuk menggunakan metode pemasaran tradisional seperti, menawarkan produk mereka melewati poster yang nantinya akan ditempel sekitar desa, atau menawarkan produknya dengan hanya berbicara saja kepada sesama kerabat. Selain pemilihan metode pemasaran yang tradisional, para pelaku UMKM juga sangat terbatas memiliki info dalam perkembangan teknologi digital, sehingga hal tersebut membuat pemahaman para pelaku UMKM dalam penggunaan media sosial sangat minim.

#### 5. Strategi Digitalisasi dan Pendayagunaan Modal Sosial

Pada penerapan konsep digitalisasi untuk kebutuhan edukasi mahasiswa terhadap masyarakat di Desa Sumberoto, *workshop* dan program sosialisasi dibentuk dengan mengutamakan aspek partisipatif yang dilakukan guna memetakan permasalahan dan kebutuhan masyarakat. Pembelajaran dewasa efektif ketika melibatkan pengalaman pribadi peserta, motivasi intrinsik, dan orientasi praktis, yang tercermin dalam *workshop* partisipatif program ini. Pendekatan andragogi ini diperlukan untuk mendorong UMKM desa dalam mengidentifikasi kebutuhan digital mereka sendiri, sehingga membangun rasa kepemilikan dan mengurangi resistensi budaya[10]. Dari proses ini mahasiswa dapat membentuk strategi digitalisasi yang didasarkan pada pengalaman empiris, permasalahan faktual yang terjadi di Desa Sumberoto, yang sekaligus membentuk pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat menjadi sebuah modal yang nantinya dapat digunakan sesuai kebutuhan mereka. Pendekatan andragogi ini menunjukkan potensi untuk membangun implikasi sosial jangka panjang tak hanya di Desa Sumberoto tetapi juga di desa-desa Indonesia, dengan fokus pada transformasi perilaku melalui partisipasi aktif.

#### 6. Implikasi Sosial pada Masyarakat Desa Sumberoto

Program digitalisasi ini membawa perubahan nyata bagi masyarakat Desa Sumberoto. Pelaku UMKM yang sebelumnya kurang akrab dengan teknologi kini lebih percaya diri menggunakan media sosial untuk mengembangkan usaha. Pelatihan yang dilakukan secara partisipatif membuat mereka bisa belajar dengan cara yang sederhana dan relevan dengan kebutuhan sehari-hari.

Selain itu, muncul semangat kolaborasi antar pelaku usaha. Mereka saling membantu membuat konten, mempromosikan produk, dan bertukar pengalaman. Hubungan sosial antarwarga menjadi lebih kuat, dan media sosial mulai dimanfaatkan bukan hanya untuk berjualan, tetapi juga untuk menampilkan identitas dan budaya desa. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya meningkatkan kemampuan digital, tetapi juga membentuk pola kerja sama baru yang membuat masyarakat lebih terbuka terhadap perubahan dan lebih mandiri dalam mengelola potensi desanya.

## 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tujuan yang disampaikan dalam bagian pendahuluan, yakni untuk mengetahui bagaimana program digitalisasi UMKM Sumberoto dapat meningkatkan kemampuan promosi digital, memperluas jaringan pasar, serta memperkuat modal sosial melalui pendekatan andragogi dan koproduksi—telah tercapai melalui temuan yang disajikan pada bagian hasil dan pembahasan. Proses implementasi program digitalisasi terbukti mampu menjawab rumusan masalah, yaitu bagaimana kolaborasi antara mahasiswa, pemerintah desa, dan pelaku UMKM terbentuk dalam pelaksanaan program.

Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada literasi digital dan kemandirian pelaku UMKM setelah memperoleh pelatihan dan pendampingan. Penerapan teori andragogi berhasil menciptakan proses pembelajaran yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan pelaku usaha, sementara prinsip koproduksi memperlihatkan bahwa keterlibatan aktif seluruh pihak berperan penting dalam menciptakan keberhasilan program. Temuan ini sejalan dengan dugaan awal bahwa digitalisasi dapat menjadi sarana transformasi sosial-teknis yang tidak hanya meningkatkan kapasitas ekonomi, tetapi juga memperkuat hubungan sosial dan kolaborasi antarwarga desa.

Selain memberikan dampak praktis berupa peningkatan kemampuan digital dan strategi pemasaran, program ini juga memperkuat modal sosial desa melalui terciptanya kerja sama, saling berbagi pengetahuan, dan inisiatif kolektif untuk mempertahankan praktik pemasaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi mampu berfungsi sebagai intervensi sosial yang mendorong perubahan perilaku dan kesiapan masyarakat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Prospek penelitian ke depan dapat diarahkan pada penguatan ekosistem digital desa yang lebih terstruktur, misalnya melalui pengembangan pusat pendampingan digital berbasis komunitas, peningkatan kapasitas teknologi informasi desa, serta integrasi media sosial UMKM ke platform pemasaran yang lebih luas. Selain itu, studi lanjutan juga dapat mengeksplorasi bagaimana keberlanjutan program digitalisasi dapat dijaga secara mandiri oleh masyarakat serta bagaimana dampaknya terhadap ketahanan ekonomi jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini membuka ruang bagi pengembangan strategi digitalisasi UMKM yang lebih inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

## REFERENSI

- [1] Alomoto, W., Niñerola, A., & Pié, L. (2022). Social impact assessment: a systematic review of literature. *Social Indicators Research*, 161(1), 225-250.
- [2] Dees, J. G. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Stanford University: Kansas City.
- [3] Gebler, M., Juraschek, M., Thiede, S., Cerdas, F., & Herrmann, C. (2022). Defining the “Positive Impact” of socio-technical systems for absolute sustainability: a literature review based on the identification of system design principles and management functions. *Sustainability Science*, 17(6), 2597-2613.
- [4] Johnston, K. A., Taylor, M., & Ryan, B. (2024). Evaluation of community engagement for resilience outcomes: A pre-engagement approach. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 110, 104613.
- [5] Knapke, J. M., Hildreth, L., Molano, J. R., Schuckman, S. M., Blackard, J. T., Johnstone, M., ... & Mendell, A. (2024). Andragogy in practice: Applying a theoretical framework to

- team science training in biomedical research. *British journal of biomedical science*, 81, 12651.
- [6] Ostrom, E. (1996). Crossing the great divide: Coproduction, synergy, and development. *World Development*, 24(6), 1073–1087.
- [7] Perikangas, S., Kostilainen, H., & Kainulainen, S. (2024). Co-production of social innovations and enabling ecosystems for social enterprises. *International Journal of Public Sector Management*, 37(3), 351-369.
- [8] Raudhatul, J. STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN KESADARAN DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP IDENTITAS KEPENDUDUKAN DIGITAL DI DEPOK.
- [9] Smillie, I. (2009). *Freedom from Want: The Remarkable Success Story of BRAC, the Global Grassroots Organization That's Winning the Fight Against Poverty*. Kumarian Press.
- [10] Yunus, M. (2007). *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*. PublicAffairs.