

Analisis Faktor yang Berperan dalam Kepribadian ‘Social Entrepreneurship’: dalam Upaya Penciptaan Bisnis Sosial di Wilayah Kalimantan Barat

DWIYADI SURYA WARDANA
RAHMAT ALFIKRI

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Boedi Oetomo
email : vcosjak@gmail.com

Diterima 16 Oktober 2017; disetujui 26 Oktober 2017

Abstract: *This research is based on the needs of the Indonesian nation on the development of equity. One of the parties that can help realize a great Indonesia is the entrepreneur, a new business entity that can be a bridge on the development gap. Known by the name of social business and driven by social entrepreneurs. In this study there are 3 (three) independent variables that are innovation (X^1), Proactiveness (X^2), Risk Taking (X^3) while the social entrepreneurship swah variable (Y). This study made the owners of social business or social institution that exist in Pontianak city area become respondent, from 100 respondents who become object in this research, with educational respondents aged 31-40 years, with highest education level of diploma equal. The majority of their social businesses have a workforce of 11-15 people, Innovation has no influence on the soul of social entrepreneurship, the ability to operate empirically has an influence on social entrepreneurship, empirical risk taking proven has a significant influence on social entrepreneurship. Together innovative personality, proactive and dare to take risks to the personality of social entrepreneurship, while the most proactive variable in social personality*

Keywords: *Social Entrepreneurship, Innovation, Proactiveness, Risk Taking*

PENDAHULUAN

Tidak diragukan lagi bahwa salah satu elemen yang dapat membantu pemerataan pembangunan yaitu dunia bisnis. Pemerintah terus mendorong masuknya para investor untuk mendorong percepatan pembangunan di daerah.

Para pebisnis berdatangan dengan *profit oriented*, yang hanya akan menanamkan modalnya pada bisnis yang memiliki nilai pengembalian yang lebih besar.

Namun bagaimana dengan masyarakat miskin yang tidak dapat menjangkau rumahsakit swasta yang bagus, tidak dapat sekolah yang bagus milik

pihak swasta? Pembangunan terus terjadi namun terdapat bagian masyarakat yang tidak dapat merasakannya.

Sebuah entitas bisnis yang masih tergolong baru namun cukup terbukti dapat menjadi jembatan antara celah pembangunan yang terjadi dewasa ini adalah bisnis sosial (Wardana, 2015:162).

Melakukan kajian terhadap tema kewirausahaan sosial ini menjadi menarik dan bersifar *urgent*. Dengan dasar argumentasi diatas penulis tertarik melihat kepribadian seperti apa yang dimiliki oleh para wirausahawan sosial.

Kajian mengenai kewirausahaan dapat dilihat dari entitas kepribadian dan entitas bisnis atau tehnik

dan ingin membuktikan bagaimana pengaruh kepribadian inovatif, proaktif dan pengambil resiko atau risk taking terhadap kepribadian kewirausahaan sosial.

Westover & Rahimi (2010) kewirausahaan sosial lebih cenderung kepada aktifitas inovasi dengan tujuan sosial yang baik pada sektor nirlaba. Sebuah definisi yang dituliskan oleh Yunus & Weber (2010) yang mencoba membedakan definisi dan praktik dari bisnis sosial, *social enterprise*, kewirausahaan sosial, *social responsible business* bahwa kewirausahaan sosial terkait dengan pribadi.

Gilmore, Gallagher, O’Dwyer (2010) Pengusaha Sosial menggunakan pengalaman pengetahuan mereka untuk membina, mendorong dan menciptakan solusi inovatif untuk masalah masalah sosial yang terkait

Perusahaan atau usaha sosial telah mengambil langkah pertama yang sangat membantu perbaikan kehidupan sosial, harapan untuk perusahaan swasta dan pemerintah untuk melakukan hal yang serupa masih terus dinantikan (Sibillin, 2010).

Innovation is the internal creation and use of new programs, services, processes, policies, and any other organizational output; from the original combination of existing inputs or the application of an existing activity to a new era (Gandy, 2012). Kepribadian inovatif merupakan pribadi yang memiliki penciptaan program baru, proses, kebijakan dan kombinasi lainnya untuk hal baru.

Secara sederhana dapat dinyatakan bahwa kepribadian proaktif merupakan pelaksanaan program atau gagasan sebelum orang lain atau organisasi lain melakukannya dan diharapkan memiliki pengaruh dimasa akan datang (Gandy,2012).

Risk Taking merupakan kepribadian yang berani mengambil resiko. Risk Taking adalah komitmen yang diambil melebihi sumberdaya yang dimiliki dan tersedia (Gandy,2012).

Berikut gambar kerangka penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.

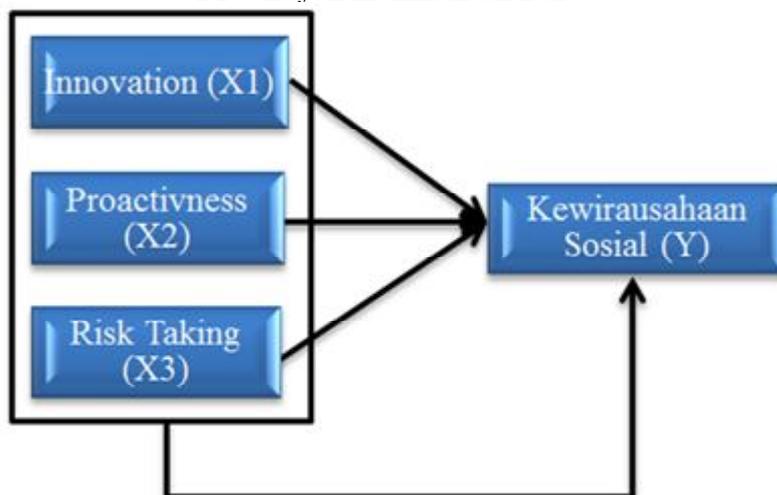
HIPOTESIS. Hipotesis dirumuskan berdasar beberapa penelitian terdahulu. sebagai berikut.

- H₁: Terdapat pengaruh *innovation* (X¹) terhadap kepribadian kewirausahaan sosial (Y)
- H₂: Terdapat pengaruh *Proactiveness* (X²) terhadap kepribadian kewirausahaan sosial (Y)
- H₃: Terdapat pengaruh *Risk Taking* (X³) terhadap kepribadian kewirausahaan sosial (Y)
- H₄: Terdapat pengaruh *Innovation* (X¹), *Proactiveness* (X²), dan *Risk taking* (X³) secara bersama-sama terhadap kepribadian kewirausahaan sosial (Y)

TAHAP-TAHAP PENELITIAN

- Langkah 1 : Identifikasi masalah, merumuskan masalah dan memformulasikan fokus tujuan penelitian yang ingin dicapai.
- Langkah 2 : Mencari data sekunder, merumuskan jawaban sementara yang akan

Gambar 1
Kerangka Penelitian Analisis Faktor Yang Berperan Dalam Kepribadian ‘Social Entrepreneurship’: Dalam Upaya Penciptaan Bisnis Sosial Di Wilayah Kalimantan Barat



diujikan kebenarannya.

- Langkah 3 : Merumuskan metode penelitian dan finishing, penyusunan rencana analisis data.
- Langkah 4 : Pengumpulan data, pengolahan data kemudian menyusun pembahasan terhadap hasil data.
- Langkah 5 : Merumuskan kesimpulan, melakukan komparasi antara penelitian yang telah ada.
- Langkah 6 : Pengujian kualitas penelitian dengan deseminasi internal dan publikasi penelitian pada jurnal.

Penelitian dilakukan di wilayah kota Pontianak, Variabel bebas terdiri dari 3 yaitu innovation, proactivness dan risk taking, sedangkan variabel terikat yaitu kepribadian kewirausahaan sosial.

Untuk mendapatkan data penelitian ini menggunakan kuesioner, Adapun yang mengisi kuesioner pada penelitian ini adalah mereka para pemilik ataupun pencetus pertama bisnis atau lembaga sosial tersebut yang dijadikan sebagai sampel sebanyak 100 bisnis sosial dan atau lembaga sosial yang berada di wilayah kota Pontianak.

HASIL PENELITIAN

Dari 100 orang responden yang dijadikan sampel penelitian, mayoritas adalah 33% responden berusia 31-40 dengan tingkat pendidikan tertinggi diploma sederajat. Mayoritas bisnis sosial yang mereka miliki memiliki karyawan sebanyak 11-15 orang. Profile lengkap responden ini dapat dilihat pada tabulasi data yang disajikan dalam lampiran laporan kemajuan ini.

Berdasarkan hasil uji validitas, menunjukkan bahwa dari 43 item pernyataan yang di uji, memiliki koefisien korelasi yang positif, dengan membandingkan nilai korelasi masing-masing item pertanyaan. Dari nilai r_{tabel} sebesar 0,1966 (*Product moment* pada $\alpha = 0.05, n = 98$), dan nilai dari masing-masing item pertanyaan lebih besar dari korelasi r_{tabel} , serta probabilitas yang lebih kecil dari alpha sebesar $\alpha = 5\% (0.05)$. Hal ini menunjukkan bahwa dari 43 item secara keseluruhan dapat dinyatakan valid.

Instrumen dapat dinyatakan reliabel jika nilai *alpha cronbach* minimal 0.60. Setiap variabel memiliki koefisien reliabilitas e” 0.60. Hal ini

Gambar 2
Bagan Alir Penelitian Analisis Faktor Yang Berperan Dalam Kepribadian ‘Social Entrepreneurship’: Dalam Upaya Penciptaan Bisnis Sosial Di Wilayah Kalimantan Barat



Tabel 1
Reliability Statistics

Variable	Cronbach's Alpha	N of Items
X ¹	,745	10
X ²	,707	8
X ³	,781	8
Y	,786	17

menunjukkan instrumen yang digunakan reliabel.

Dari hasil uji *F* dapat diketahui bahwa variabel bebas yang *Innovation* (X^1), *Proactiveness* (X^2), dan *Risk taking* (X^3) diteliti terdapat pengaruh secara bersama-sama terhadap kepribadian kewirausahaan sosial (*Y*).

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.417, sehingga dapat dikatakan besarnya kontribusi antara *Innovation*, *Proactiveness*, dan *Risk Taking* terhadap *Social Entrepreneurship* sebesar 41.7%. Sedangkan 58.3% merupakan kontribusi dari variabel lain.

Tabel 2
Hasil Analisis Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,117	3	1,372	22,908	,000 ^b
	Residual	5,751	96	,060		
	Total	9,868	99			

a. Dependent Variable: KewirausahaanSosial_Y

b. Predictors: (Constant), RiskTaking_X3, Innovation_X1, Proactiveness_X2

Tabel 3
Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,646 ^a	,417	,399	,245	,417	22,908	3	96	,000	1,753

a. Predictors: (Constant), RiskTaking_X3, Innovation_X1, Proactiveness_X2

b. Dependent Variable: KewirausahaanSosial_Y

Tabel 4
Hasil Analisis Uji *t*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,654	,298		5,559	,000		
Innovation_X1	-,072	,132	-,079	-,550	,584	,292	3,420
Proactiveness_X2	,327	,119	,400	2,750	,007	,287	3,479
RiskTaking_X3	,303	,064	,421	4,745	,000	,770	1,298

a. Dependent Variable: KewirausahaanSosial_Y

Sedangkan variabel yang paling berpengaruh dalam kepribadian sosial adalah variabel *proactiveness* (X2). Jawaban ini didapat dari hasil pengujian terhadap kuesioner yang dibagikan dan dijawab oleh responden. Dapat dijelaskan bahwa kepribadian ini memiliki pengaruh paling dominan didalam kepribadian mereka. Para wirausahawan sosial tersebut merasa mereka lebih *proactive* dibandingkan inovatif ataupun berani mengambil resiko. Orang – orang dengan kepribadian *proactif* yang menonjol memiliki kemungkinan lebih sukses ketika terjun menjadi wirausahawan sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jawaban dari 100 responden didapatkan hasil sebagai berikut:

a) Variabel X1

Inovasi tidak memiliki pengaruh terhadap jiwa kewirausahaan sosial. Hal ini dapat dilihat pada tabulasi hasil pengolahan data SPSS yang disajikan didalam lampiran laporan kemajuan ini.

Dengan berlandaskan hasil penelitian ini maka didapat jawaban atas usulan hipotesis H1 yang diajukan, bahwa hipotesis H1 yang diajukan ditolak.

Artinya para pemilik bisnis sosial ini merasa mereka tidak memiliki jiwa inovatif begitu juga yang diterapkan dalam bisnis sosial mereka.

Hasil ini menarik untuk dibahas secara mendalam, kepribadian inovatif atau orang-orang yang memiliki inovasi dalam berkehidupan atau berbisnis dirasakan oleh para responden tidak sesuai dengan kepribadian mereka. Para pemilik bisnis sosial di kota Pontianak menjawab bahwa bisnis mereka dan kepribadian mereka tidak dekat dengan inovasi.

b) Variabel X2

Proactiveness secara empiris memiliki pengaruh terhadap kewirausahaan sosial. Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa para responden atau pemilik bisnis sosial menilai kepribadian yang proaktif, terus bergerak aktif, lebih dahulu dari orang lain sesuai dengan kepribadian mereka dan memiliki peran dalam kewirausahaan sosial.

Hal ini sejalan dengan hipotesis H2 yang diajukan dalam penelitian ini. Dengan demikian

orang-orang dengan kepribadian *proactiveness* memiliki kemungkinan lebih sukses ketika terjun menjadi wirausahawan sosial. Terbukti dari hasil pengujian pada penelitian ini

c) Variabel X3

Risk Taking terbukti secara empiris memiliki pengaruh signifikan terhadap kewirausahaan sosial. Dapat dijelaskan secara sederhana bahwa orang-orang yang berjiwa wirausaha sosial memiliki kepribadian berani mengambil resiko.

Hal ini sejalan dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini bahwa terdapat pengaruh Risk Taking terhadap kepribadian kewirausahaan sosial.

Risk Taking merupakan sebuah kepribadian yang digambarkan memiliki keberanian untuk mengambil resiko lebih dari orang lain.

Orang-orang yang memiliki kepribadian seperti ini dari hasil penelitian ini memiliki kemungkinan lebih sukses ketika menjalankan bisnis sosial.

Hasil Hipotesis. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa ke tiga (3) variabel bebas yang diteliti secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepribadian kewirausahaan sosial. Hasil penelitian pada penelitian ini menerima hipotesis 4 yang diajukan.

Bahwa secara bersama-sama kepribadian inovatif, proaktif dan berani mengambil resiko berpengaruh terhadap kepribadian kewirausahaan sosial.

Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa responden beranggapan bahwa kepribadian inovatif, proaktif dan berani mengambil resiko mereka miliki secara bersama-sama.

Kepribadian ini berjalan beriringan membantu para wirausahawan sosial ini bertindak dan mengambil keputusan untuk mencapai tujuan sosial yang ditetapkan.

Sedangkan variabel yang paling berpengaruh dalam kepribadian sosial adalah variabel *proactiveness* (X2). Jawaban ini didapat dari hasil pengujian terhadap kuesioner yang dibagikan dan dijawab oleh responden.

Dapat dijelaskan bahwa kepribadian ini memiliki pengaruh paling dominan didalam kepribadian mereka. Para wirausahawan sosial tersebut merasa mereka lebih *proactif* dibandingkan

inovatif ataupun berani mengambil resiko.

Orang-orang dengan kepribadian proaktif yang menonjol memiliki kemungkinan lebih sukses ketika terjun menjadi wirausahawan sosial.

SIMPULAN

Kesimpulan. Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian besar pemilik bisnis sosial atau wirausahawan sosial yang ada di wilayah Pontianak berusia relatif masih muda berkisar 31 sampai dengan usia 40. Usia ini diyakini banyak kalangan merupakan usia produktif dengan semangat kerja yang tinggi.
2. Para wirausahawan sosial sesuai dengan hasil pengujian terhadap hipotesis 1 tidak memiliki kemampuan inovasi yang tinggi, sehingga orang-orang yang memiliki jiwa kewirausahaan sosial cenderung tidak berinovasi pada bisnisnya.
3. Pengujian terhadap hipotesis 2 menyatakan bahwa kepribadian proaktif memiliki pengaruh terhadap kewirausahaan sosial. Para wirausahawan sosial merasa mereka adalah orang yang proaktif, semangat dan pantang menyerah.
4. Hasil pengujian terhadap hipotesis 3 menyatakan bahwa kepribadian pengambil resiko atau risk taking berpengaruh terhadap kepribadian sosial. Orang-orang pemilik bisnis sosial di wilayah Pontianak merasa mereka adalah pengambil resiko yang baik, sehingga orang dengan kepribadian risk taking memiliki kesempatan besar sukses ketika mereka menjalankan bisnis sosial.
5. Kepribadian proaktivitas atau pribadi yang proaktif memiliki pengaruh paling besar dalam kepribadian kewirausahaan sosial. Sehingga orang-orang dengan kepribadian proaktivitas memiliki kesempatan lebih sukses ketika menjalankan bisnis sosial.
6. Secara bersama-sama ketiga kepribadian yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap kewirausahaan sosial. Ini dapat disimpulkan wirausahawan sosial memiliki ketiga kepribadian tersebut untuk sukses menjalankan bisnis sosial.

Saran

1. Penelitian ini menyarankan kepada penelitian berikutnya untuk melakukan penelitian dengan menambah jumlah responden, menambah variabel bebas namun penelitian pada objek yang sama, didalam waktu yang berbeda. Sehingga didapat gambaran secara lebih luas tentang peran kepribadian terhadap kepribadian kewirausahaan sosial.
2. Penelitian ini juga menyarankan kepada pemerintah khususnya kementerian atau dinas yang terkait dengan pengembangan kewirausahaan spesifik pada kewirausahaan sosial, jika ingin mengembangkan dan meningkatkan kuantitas bisnis sosial maka dapat menekankan pada mengembangkan kepribadian khususnya kepribadian proaktivitas karena secara empiris terbukti memiliki pengaruh paling dominan terhadap kewirausahaan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Gandy. D. J, 2012, *The Relationship Between Social Entrepreneurship And Organizational Effectiveness*, A Dissertation for the Degree Doctoral of Philosophy, Proquest Umi Number 3547013
- Gilmore. A, Gallagher. D & O'Dwyer, 2012, *Is Social Entrepreneurship an Untapped Marketing Resource? A Commentary on its Potential For Small Sport Clubs*, *Journal Of Small Business and Entrepreneurship* 24.1:pp 11-15
- Jones. A. L, Warner. B, & Keiser. M. P, 2010, *Social Entrepreneurship The 'New Kid' on The University Block*, *Society for College and University Planning (SCUP)*, July-September 2010
- Nga. H.K.J & Shamuganathan. G, 2010, *The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intention*, *Journal of Business Ethics* (2010) 95:259-282 DOI 10.1007/s10551-009- 0358-8
- Noruzi. M. R, Westover. J. H & Rahimi. R. G, 2010, *An Exploration Of Social Entrepreneurship in The Entrepreneurship Era*, *Asian Social Science*, Vol 6. No.6
- Sibillin. A, 2010, *Social Entrepreneurship, Not Social-Isim*, *IPA Review*, www.ipas.org.au
- Wardana.S.D, 2012, *Peran Kepribadian Dalam Niat*

- domestik maupun asing sehingga dapat semakin meningkatkan potensi kunjungan ke pantai Lasiana;
- c. Atraksi sosial, atraksi ini dapat disajikan dengan cara masyarakat untuk mengiris tuak dan nira dari pohon lontar dan pohon nira, cara masyarakat memasak air tuak menjadi gula lempeng dan gula semut. Cara menenun, mewarnai tenunan, menganyam dan lain lain dalam keseharian mereka;
2. Fasilitas dan pelayanan adalah perangkat yang secara fisik terdapat di sekitar obyek wisata dimana pengunjung secara otomatis bersentuhan langsung dengannya dan memiliki pengalaman terlibat di dalamnya. Termasuk di dalamnya seperti, akomodasi (hotel, vila, apartemen, karavan, bungalow) sebanyak 1 buah penginapan tepat di lokasi wisata dan 23 penginapan tersebar di sekitar Kota Kupang dan hotel sebanyak 27 buah hotel dari bintang 1 hingga bintang 4 di kota Kupang; kisaran harga penginapan berkisar antara Rp. 240.000 hingga Rp. 1.250.000. Agen perjalanan sekira 70 agen. Jumlah restoran dan warung makan sejumlah sekira 362 buah. Restoran, bar dan café, sebanyak 14 buah; Air bersih di tiap hotel dan penginapan sudah sangat baik. Namun ketersediaan MCK umum di sekitar wilayah pantai masih minim karena hanya terdapat 2 ruangan MCK, sedangkan petugas pengawas pantai atau *lifeguard* di sepanjang garis Pantai Lasiana juga masih minim dihari hari biasa serta hanya terdapat satu buah rumah pantau untuk penjaga pantai dalam kondisi baik dan juga ternak milik warga yang masih berkeliaran di jalan masuk tempat wisata.
 3. Akses ke tempat wisata, adalah alat transportasi secara umum yang dapat digunakan untuk mencapai tempat wisata yang secara langsung maupun tidak langsung menentukan biaya, kecepatan dan kenyamanan yang dapat diperoleh wisatawan. Termasuk di dalamnya adalah: infrastruktur (akses jalan, tempat parkir, airport, kereta api, mobil); perlengkapan (ukuran dan kecepatan dari kendaraan umum; faktor operasional (rute transportasi dan keamanan). transportasi baik angkutan umum, baik penerbangan dalam satu minggu maupun laut juga 7 hari dalam satu minggu, pagi pukul 09.00 dan siang pukul 14.00, ketersediaan mobil rental dengan rentang harga Rp. 500.000 per hari dalam kota Kupang dan Rp. 750.000 hingga 1.500.000 per hari untuk luar kota Kupang; pusat informasi, di pelabuhan laut baik Pelabuhan Tenau dan di bandar udara Eltari Kupang. Penyewaan peralatan dan peraturan selama berwisata di kawasan tersebut tersedia baik.
 4. Harga, mencakup kesesuaian biaya yang dikeluarkan dengan pemuasan kebutuhan yang dialami oleh wisatawan. Harga yang dipertimbangkan merupakan keseluruhan harga untuk menikmati atraksi wisata, fasilitas dan pelayanan serta akses ke tempat wisata. Harga Tiket cukup terjangkau dari beberapa moda angkutan tersebut. Semisal pesawat udara kisaran harga dari Rp. 450.000 untuk kawasan regional NTT hingga 1.500.000 (terutama musim liburan. Sedangkan kapal feri lambat harga tiket seharga Rp. 75.000 hingga 95.000. Harga tiket feri cepat mulai dari Rp. 145.000 hingga Rp. 160.000. angkutan dalam kota seharga Rp. 2000 dalam kota hingga Rp. 50.000 untuk luar kota. Ojek mulai dari harga Rp. 10.000 – 20.000 dalam kota hingga Rp. 100.000 hingga Rp. 250.000 untuk luar kota
- B. Profil Model Atribut Obyek Wisata Pantai Lasiana dapat dilihat pada gambar 1.
- Strategi Promosi Pariwisata Pantai Wisata “Lasiana” Kota Kupang.** Pemerintah Pusat dan Pemerintah Propinsi Nusa Tenggara Timur serta Pemerintah Kota Kupang, khususnya melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan peneliti memandang kebutuhan mendesak untuk mendongkrak jumlah wisatawan domestik maupun manca negara yang berkunjung ke Pantai kebanggaan masyarakat Kota Kupang ini yang akan berkontribusi kepada peningkatan pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata. Perlunya dipikirkan suatu bentuk strategi promosi obyek wisata di Pantai Lasiana untuk mendukung tujuan tersebut di atas berupa suatu upaya strategi bauran promosi jasa yaitu Strategi Pemasaran berbasis media yang gencar salah satunya melalui jejaring media sosial (*Social Media*) di internet dan melalui smartphone untuk mendongkrak jumlah wisatawan asing dan

- Memulai Kewirausahaan Sosial, Proceeding Seminar dan Call For Papers Nasional I 'Kewirausahaan & Bisnis Kreatif', Penerbit Yayasan Widya Manggala Indonesia.
- Wardana.S.D, 2015, Kajian Kewirausahaan Sosial: Dilihat Dari Perspektif Kepribadian, Prosiding Seminar Nasional Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Penerbit Universitas Tanjungpura
- Wardana. S. D, 2015, Wajah Baru Bisnis Dunia: Jembatan Jurang Pembangunan, Proceeding Seminar dan National Call For Papers 'Dengan Semangat Entrepreneurship Bersama Membangun Bangsa', Yayasan Boedi Oetomo Pontianak
- Yunus. M & Weber.K, 2011, Bisnis Sosial 'Sistem Kapitalisme Baru Yang Memihak Kaum Miskin', PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta