Volume 14 Nomor 4 Halaman 920–932

Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)

Laman Jurnal: https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim

Model kewirausahaan sosial berbasis nilai budaya sunda *silih asah, silih asih,* dan *silih asuh* (3SA) untuk pemberdayaan masyarakat lokal: Studi pendahuluan di Jawa Barat

Sari Sri Handani*, Iseu Anggraeni, Syifa Vidya Sofwan, Ii Gustari, Amelia Natasya

Universitas Bale Bandung

*Email korespondensi: sarisrihandani@unibba.ac.id

Abstract

Community-based social ventures in West Java often draw on local moral codes, yet these codes have rarely been modelled as drivers of social entrepreneurship. Anchored in the Sundanese triad of silih asah (mutual sharpening), silih asih (mutual compassion), and silih asuh (mutual nurturing), hereafter 3SA, this preliminary study builds and tests a social entrepreneurship model for local community empowerment. Following an exploratory sequential mixed-methods logic, the authors first interviewed 21 informants from four social enterprises: Saung Angklung Udjo (Bandung City), Griya Batik Harapan Difabel (Cimahi City), the BUMDes of Desa Cinta (Garut Regency), and Koperasi Warga Sauyunan in the Kampung Naga customary village (Tasikmalaya Regency). Reflexive thematic analysis of these interviews shaped a survey instrument and a structural model, which were subsequently examined with data from 214 managers, members, artisans, and programme participants using PLS-SEM. Interview evidence portrays 3SA as a self-reinforcing cycle: compassion cultivates trust, shared learning develops capability, and nurturing embeds protection of vulnerable members into organisational routines. Survey results indicate that each value raises social entrepreneurship orientation, with silih asuh showing the largest influence and silih asih the smallest. This orientation, in turn, lifts community empowerment and transmits the indirect influence of all three values. Theoretically, the study offers an indigenous model that treats local values as micro-foundations of social entrepreneurship. For practitioners, 3SA provides a basis for designing mentoring, governance, and capacity-building schemes in village-owned enterprises, cooperatives, and other community ventures across West Java and similar collectivist contexts.

Keywords: community empowerment; local wisdom; mixed methods; social entrepreneurship; sundanese cultural values

https://doi.org/10.26740/jim.v14n4.p920-932
Received: October 21, 2026; *Revised*: *October 30, 2026*; *Accepted*: *November 14, 2026*; *Available online:*
Copyright © 2026, *The Authors. Published by* Universitas Negeri Surabaya. *This is an open access article under the CC-BY International License* (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Kewirausahaan sosial telah menjadi salah satu bidang paling dinamis dalam penelitian manajemen karena bidang ini menjawab pertanyaan yang belum sepenuhnya terjawab, baik oleh mekanisme pasar maupun oleh negara, yaitu bagaimana masyarakat dapat menciptakan nilai ekonomi sekaligus menyelesaikan persoalan sosial yang terus berulang. Dalam satu dekade terakhir, perhatian akademik bergeser dari upaya mendefinisikan fenomena ini menuju penjelasan tentang bagaimana usaha sosial muncul, berkembang, dan menghasilkan dampak dalam beragam konteks kelembagaan (Gupta & Srivastava, 2024; Saebi et al., 2019). Bidang ini sangat penting bagi negara berkembang, ketika kekosongan kelembagaan, ketimpangan akses pembiayaan, dan keterbatasan layanan publik membuka ruang bagi organisasi hibrida yang memadukan logika komersial dengan misi sosial (Littlewood & Holt, 2018; Stephan & Pathak, 2016). Dalam konteks tersebut, kewirausahaan sosial bukan sekadar model bisnis alternatif, melainkan mekanisme yang memungkinkan masyarakat memobilisasi sumber dayanya

sendiri untuk mengurangi kemiskinan, menjaga identitas lokal, dan membangun ketahanan kolektif (Bacq & Alt, 2018; Zahra & Wright, 2016).

Indonesia memberikan gambaran yang jelas mengenai relevansi tersebut. Jawa Barat, provinsi dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia, yakni sekitar lima puluh juta jiwa, memadukan pertumbuhan industri yang pesat dengan kemiskinan perdesaan dan kesenjangan wilayah yang masih bertahan, dengan hampir empat juta penduduk yang masih hidup di bawah garis kemiskinan nasional (Badan Pusat Statistik, 2024). Dalam satu dekade terakhir, semakin banyak usaha berbasis komunitas yang tumbuh untuk menjawab kesenjangan tersebut, antara lain badan usaha milik desa (*Badan Usaha Milik Desa*, BUMDes), koperasi, kelompok usaha bersama, usaha berbasis pesantren, dan kolektif komunitas kreatif. Banyak di antara usaha tersebut tidak menyebut dirinya sebagai usaha sosial, tetapi menunjukkan ciri utama kewirausahaan sosial, yaitu memiliki misi sosial, strategi memperoleh pendapatan, dan reinvestasi surplus untuk kepentingan masyarakat (Dwivedi & Weerawardena, 2018; Kraus et al., 2017). Namun, keberlangsungan usaha-usaha tersebut tidak merata. Pengamatan lapangan menunjukkan bahwa usaha yang dipimpin oleh aktor yang memobilisasi norma budaya lokal, alih-alih semata-mata mengandalkan pendanaan eksternal atau program dari pemerintah, cenderung lebih mampu menjaga partisipasi dan kepercayaan anggota. Empat usaha menggambarkan keragaman lanskap tersebut, yaitu Saung Angklung Udjo di Kota Bandung, usaha budaya yang melestarikan tradisi angklung sekaligus mempekerjakan warga sekitar; program batik Griya Batik Harapan Difabel di Kota Cimahi, yang membekali penyandang disabilitas dengan keterampilan produktif; badan usaha milik desa (BUMDes) Desa Cinta di Kabupaten Garut; serta Koperasi Warga Sauyunan di Kampung adat Naga, Kabupaten Tasikmalaya, yang kegiatannya dibentuk oleh adat leluhur (Setiawan, 2019). Meskipun berbeda dalam bentuk hukum, sektor, dan penerima manfaat, keempat usaha tersebut beroperasi di tengah masyarakat Sunda dan memadukan misi sosial dengan pendapatan usaha.

Persoalan utamanya adalah bahwa teori-teori dominan yang digunakan untuk menjelaskan kewirausahaan sosial sebagian besar dikembangkan dalam konteks Barat yang individualis. Studi tentang intensi kewirausahaan sosial, misalnya, menekankan anteseden pada tingkat individu seperti empati, kewajiban moral, efikasi diri, dan dukungan sosial yang dipersepsikan (Bacq & Alt, 2018; Hockerts, 2017). Penelitian mengenai motivasi wirausahawan sosial juga berfokus pada dorongan altruistik dan personal (Christopoulos & Vogl, 2015). Meskipun bermanfaat, temuan-temuan tersebut kurang memperhatikan peran nilai budaya bersama yang membentuk cara masyarakat secara kolektif mengenali peluang, mendistribusikan sumber daya, dan merawat anggotanya. Bukti lintas negara menunjukkan bahwa budaya memengaruhi kemunculan kewirausahaan serta keseimbangan antara penciptaan nilai ekonomi dan nilai sosial (Hechavarría et al., 2017; Stephan & Pathak, 2016), tetapi studi-studi tersebut umumnya menggunakan dimensi budaya nasional yang teragregasi, seperti kolektivisme, yang terlalu kasar untuk menangkap kosakata moral spesifik yang menuntun perilaku dalam suatu komunitas etnis tertentu.

Masyarakat Sunda, kelompok etnis terbesar kedua di Indonesia sekaligus mayoritas penduduk Jawa Barat, memiliki falsafah moral yang terumuskan dengan baik dalam triad *silih asah, silih asih, silih asuh* (3SA). Kata *silih* bermakna timbal balik: *silih asah* berarti saling mengasah pengetahuan dan keterampilan, *silih asih* berarti saling mengasihi dan menyayangi, dan *silih asuh* berarti saling membimbing, melindungi, dan mengasuh (Susanti & Koswara, 2019). Kajian terdahulu tentang 3SA sebagian besar dilakukan dalam bidang pendidikan, etnopedagogi, dan komunikasi antarbudaya, yang menunjukkan bahwa nilai-nilai tersebut menumbuhkan empati, toleransi, dan tanggung jawab (Huzaeema et al., 2024; Susanti & Koswara, 2019). Namun, hingga kini 3SA masih jarang dikonseptualisasikan sebagai logika pengorganisasian aktivitas kewirausahaan, apalagi dioperasionalkan menjadi konstruk terukur yang dapat dihubungkan dengan kewirausahaan sosial dan hasil pemberdayaan masyarakat.

Kondisi ini menunjukkan tiga celah penelitian. Pertama, celah kontekstual: meskipun literatur mengakui bahwa komunitas merupakan lokus utama kewirausahaan sosial (Bacq & Alt, 2018; Hertel

et al., 2019), masih sedikit studi yang menjelaskan bagaimana sistem nilai lokal di Asia Tenggara membentuk usaha sosial berbasis komunitas. Kedua, celah konseptual: model-model yang ada memperlakukan budaya sebagai moderator distal pada tingkat nasional, bukan sebagai fondasi mikro berbasis nilai yang bersifat proksimal bagi orientasi kewirausahaan sosial. Ketiga, celah metodologis: studi tentang nilai-nilai Sunda didominasi pendekatan kualitatif dan deskriptif, sedangkan studi kuantitatif kewirausahaan sosial kerap menggunakan instrumen yang dikembangkan di tempat lain tanpa berpijak pada makna lokal (Kimmitt & Muñoz, 2018). Penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu karena memadukan eksplorasi kualitatif yang bersifat emik tentang 3SA dalam praktik kewirausahaan dengan pengujian kuantitatif atas model yang dihasilkan dari eksplorasi tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, studi pendahuluan ini memiliki tiga tujuan, yaitu (1) mengeksplorasi bagaimana nilai Sunda *silih asah, silih asih,* dan *silih asuh* diwujudkan dalam praktik usaha sosial berbasis komunitas di Jawa Barat; (2) menyusun model kewirausahaan sosial berbasis 3SA beserta instrumen pengukurannya berdasarkan temuan kualitatif tersebut; dan (3) menguji secara empiris apakah nilai-nilai 3SA memperkuat orientasi kewirausahaan sosial dan apakah orientasi tersebut selanjutnya meningkatkan pemberdayaan masyarakat lokal. Dengan demikian, rumusan masalah penelitian ini adalah: bagaimana nilai-nilai 3SA diwujudkan dalam praktik kewirausahaan sosial, dan sejauh mana nilai-nilai tersebut memengaruhi pemberdayaan masyarakat lokal melalui orientasi kewirausahaan sosial?

Kajian Pustaka

Kewirausahaan Sosial dan Orientasi Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan sosial merujuk pada proses mengenali dan memanfaatkan peluang untuk menciptakan nilai sosial melalui aktivitas berbasis pasar (Saebi et al., 2019; Zahra & Wright, 2016). Kajian sistematis menunjukkan bahwa bidang ini telah berkembang dari perdebatan mengenai definisi menuju penjelasan multilevel yang melibatkan individu, organisasi, dan lingkungan kelembagaan (Gupta & Srivastava, 2024; Saebi et al., 2019). Jembatan yang berguna antara nilai individu dan tindakan organisasi adalah konsep orientasi kewirausahaan sosial, yaitu postur strategis suatu usaha yang tecermin dalam inovasi sosial, proaktivitas, keberanian mengambil risiko, dan sifat sosial misinya (Kraus et al., 2017). Dwivedi & Weerawardena, (2018) lebih lanjut berpendapat bahwa kewirausahaan sosial perlu dioperasionalkan sebagai konstruk multidimensi yang memadukan orientasi nilai sosial dengan perilaku kewirausahaan dan kepedulian terhadap keberlanjutan. Perspektif-perspektif tersebut menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan sosial merupakan mekanisme proksimal yang menerjemahkan nilai-nilai dasar menjadi strategi usaha yang konkret.

Namun, secara kritis, sebagian besar literatur tentang orientasi berasumsi bahwa postur strategis suatu usaha digerakkan oleh sifat pribadi pendirinya atau oleh sumber daya yang dimiliki usaha tersebut. Kimmitt & Muñoz (2018) menunjukkan bahwa wirausahawan memaknai unsur "sosial" dalam kewirausahaan sosial secara berbeda-beda, bergantung pada pengalaman hidup dan makna yang tersedia di komunitasnya. Littlewood & Holt (2018) juga menunjukkan bahwa faktor lingkungan, termasuk konteks budaya dan sejarah, membentuk cara usaha sosial merumuskan tujuan dan menjalankan kegiatannya. Temuan-temuan ini mengisyaratkan bahwa orientasi usaha sosial dalam masyarakat kolektivis dapat berakar pada kode moral bersama, bukan semata-mata pada disposisi individu, dan hal inilah yang menjadi titik tolak penelitian ini.

Budaya, Komunitas, dan Kewirausahaan Sosial

Perspektif kelembagaan dan budaya menegaskan bahwa kewirausahaan sosial melekat pada lingkungannya. Stephan et al., (2015) menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial tumbuh subur ketika dukungan kelembagaan dan budaya yang suportif secara sosial memberikan legitimasi dan sumber daya. Stephan & Pathak (2016) menunjukkan bahwa idealitas kepemimpinan budaya, bukan sekadar nilai budaya secara umum, memprediksi keputusan seseorang untuk berwirausaha, sehingga konstruk budaya yang lebih spesifik memiliki daya jelas yang lebih besar. Hechavarría et al., (2017) menemukan bahwa wirausahawan dalam budaya kolektivis lebih cenderung mengejar tujuan nilai campuran, yaitu nilai sosial dan ekonomi. Pada tingkat komunitas, Hertel et al., (2019) menunjukkan bahwa identitas

sosial bersama yang kuat memungkinkan desa membentuk dan mempertahankan usaha berbasis komunitas, sedangkan Bacq et al., (2022) menyerukan penelitian yang memandang komunitas sebagai agen aktif pada titik temu antara kewirausahaan dan dampak sosial. Meskipun demikian, studi-studi tersebut jarang mengurai isi nilai yang mengikat komunitas, sehingga pertanyaan mengenai norma budaya spesifik mana yang berperan dan melalui mekanisme apa masih terbuka.

Nilai Budaya Sunda Silih Asah, Silih Asih, dan Silih Asuh

Triad 3SA merupakan pilar kearifan lokal Sunda yang menuntun relasi sosial yang harmonis. *Silih asah* bermakna saling mengasah pengetahuan, wawasan, dan keterampilan, yang berarti setiap anggota masyarakat berkewajiban untuk saling mengajar dan belajar. *Silih asih* bermakna saling mengasihi dengan tulus, yang oleh sejumlah informan dalam penelitian terdahulu dipandang sebagai fondasi bagi dua nilai lainnya (Susanti & Koswara, 2019). *Silih asuh* bermakna saling membimbing dan mengasuh, khususnya tanggung jawab pihak yang lebih kuat untuk melindungi dan mengembangkan pihak yang lebih lemah (Huzaeema et al., 2024). Ketiga nilai tersebut menggambarkan tatanan sosial yang timbal balik, ketika pembelajaran, kasih sayang, dan pengasuhan dimiliki bersama, bukan secara individual. Karena nilai-nilai ini mengatur perilaku yang dekat dengan mekanisme yang ditekankan dalam literatur kewirausahaan sosial, yaitu berbagi pengetahuan, empati, dan tata kelola yang peduli, 3SA menyediakan lensa berbasis budaya untuk menjelaskan orientasi kewirausahaan sosial.

Silih Asah dan Orientasi Kewirausahaan Sosial

Usaha sosial sangat bergantung pada pembelajaran untuk mengidentifikasi kebutuhan yang belum terpenuhi dan mengembangkan solusi inovatif di tengah keterbatasan sumber daya (Dwivedi & Weerawardena, 2018). Budaya saling mengasah mendorong anggota untuk bertukar informasi, saling membimbing, dan bereksperimen secara kolektif, yang mendukung dimensi inovasi dan proaktivitas dalam orientasi kewirausahaan sosial (Kraus et al., 2017). Hockerts (2017) menunjukkan bahwa pengalaman terdahulu dengan masalah sosial dan efikasi diri yang dipersepsikan meningkatkan intensi kewirausahaan sosial, dan dalam masyarakat kolektivis efikasi tersebut sering dibangun secara sosial, bukan secara individual. Oleh karena itu, usaha yang kuat mempraktikkan *silih asah* diduga menunjukkan orientasi yang lebih kuat terhadap inovasi sosial dan pemanfaatan peluang.

H1: *Silih asah* berpengaruh positif terhadap orientasi kewirausahaan sosial.

Silih Asih dan Orientasi Kewirausahaan Sosial

Welas asih dan empati diakui secara luas sebagai pendorong emosional kewirausahaan sosial. Bacq & Alt (2018) menunjukkan bahwa empati meningkatkan intensi kewirausahaan sosial melalui peningkatan efikasi diri dan rasa berharga secara sosial, sedangkan Christopoulos & Vogl (2015) mengidentifikasi altruisme sebagai motif utama wirausahawan sosial. Dalam masyarakat Sunda, *silih asih* memperluas empati dari emosi individual menjadi norma kolektif berupa kasih sayang timbal balik, yang semestinya meningkatkan kepekaan terhadap kebutuhan masyarakat dan kesediaan untuk mendahulukan tujuan sosial di atas keuntungan pribadi. Dengan demikian, *silih asih* diharapkan memperkuat dimensi misi sosial dalam orientasi kewirausahaan sosial.

H2: *Silih asih* berpengaruh positif terhadap orientasi kewirausahaan sosial.

Silih Asuh dan Orientasi Kewirausahaan Sosial

Usaha sosial perlu membangun tata kelola yang melindungi penerima manfaat yang rentan sekaligus menjaga kelayakan ekonomi. *Silih asuh* mengajarkan pengasuhan, bimbingan, dan perlindungan, yang selaras dengan praktik tata kelola yang peduli dan inklusif pada usaha berbasis komunitas (Hertel et al., 2019). Pengasuhan semacam ini mendorong pemimpin untuk mengambil risiko yang terukur atas nama masyarakat, secara proaktif memobilisasi sumber daya bagi anggota yang lemah, dan melembagakan komitmen sosial. Oleh karena itu, *silih asuh* diharapkan memperkuat dimensi pengambilan risiko dan dimensi sosial dalam orientasi kewirausahaan sosial.

H3: *Silih asuh* berpengaruh positif terhadap orientasi kewirausahaan sosial.

Orientasi Kewirausahaan Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Pemberdayaan masyarakat lokal merujuk pada proses yang memungkinkan anggota masyarakat memperoleh kendali yang lebih besar atas sumber daya ekonomi, partisipasi sosial, dan kapasitas untuk menentukan masa depannya sendiri. Usaha sosial dengan orientasi kewirausahaan dan orientasi sosial yang kuat lebih mungkin menciptakan lapangan kerja, mengembangkan keterampilan lokal, dan membuka partisipasi dalam pengambilan keputusan, yang bersama-sama membentuk dimensi ekonomi, sosial, dan psikologis pemberdayaan (Bacq et al., 2022; Zahra & Wright, 2016). Bukti dari Afrika Selatan menunjukkan bahwa usaha sosial dapat berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat ketika layanan negara terbatas (Littlewood & Holt, 2018). Oleh karena itu, orientasi kewirausahaan sosial yang lebih kuat diharapkan menghasilkan tingkat pemberdayaan masyarakat yang lebih tinggi.

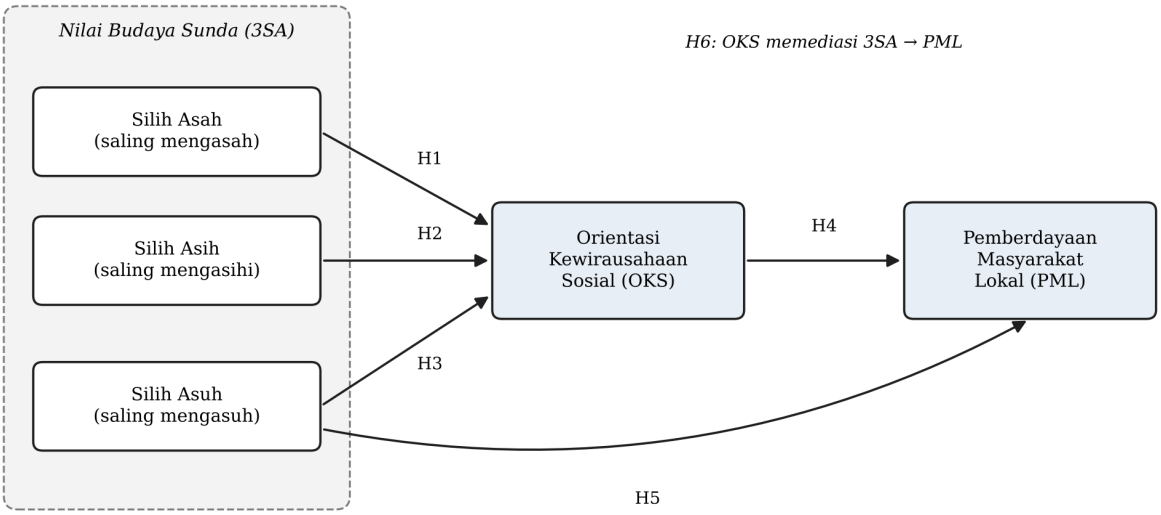
H4: Orientasi kewirausahaan sosial berpengaruh positif terhadap pemberdayaan masyarakat lokal.

Silih Asuh, Mediasi, dan Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Selain pengaruhnya melalui strategi usaha, *silih asuh* juga mencakup tindakan langsung berupa bimbingan dan perlindungan terhadap anggota yang rentan, seperti janda, mantan pekerja migran, dan pemuda yang belum bekerja. Tindakan tersebut dapat memberdayakan individu meskipun tidak disalurkan melalui aktivitas kewirausahaan formal, sejalan dengan pandangan bahwa ikatan komunitas itu sendiri merupakan sumber daya pembangunan (Hertel et al., 2019). Selain itu, apabila nilai-nilai 3SA membentuk orientasi kewirausahaan sosial dan orientasi tersebut meningkatkan pemberdayaan, orientasi kewirausahaan sosial semestinya berfungsi sebagai mekanisme yang menghubungkan nilai budaya dengan hasil di tingkat komunitas, sebagaimana dikemukakan oleh penjelasan multilevel tentang kewirausahaan sosial (Saebi et al., 2019). Model penelitian disajikan pada Gambar 1.

H5: *Silih asuh* berpengaruh positif secara langsung terhadap pemberdayaan masyarakat lokal.

H6: Orientasi kewirausahaan sosial memediasi pengaruh *silih asah, silih asih,* dan *silih asuh* terhadap pemberdayaan masyarakat lokal.



Sumber: Dikembangkan oleh penulis berdasarkan literatur dan temuan kualitatif (2026)

Gambar 1. Model Penelitian Kewirausahaan Sosial Berbasis 3SA

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain metode campuran sekuensial eksploratori (*exploratory sequential mixed methods*), yaitu tahap kualitatif dilaksanakan terlebih dahulu untuk mengeksplorasi fenomena serta mengembangkan model dan instrumen, kemudian diikuti tahap kuantitatif untuk menguji model yang dihasilkan (Creswell & Plano Clark, 2018). Desain ini dipilih karena makna 3SA dalam praktik kewirausahaan belum pernah didokumentasikan, sehingga konstruk yang berpijak pada konteks lokal perlu dikembangkan sebelum dapat diukur. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari hingga Juli 2026 di empat usaha sosial di Jawa Barat yang dipilih secara purposif untuk mewakili bentuk organisasi, sektor, dan kelompok penerima manfaat yang berbeda dalam masyarakat Sunda. Saung Angklung Udjo di Padasuka, Kota Bandung, merupakan usaha budaya yang didirikan pada tahun 1966 yang memadukan pertunjukan angklung, kerajinan alat musik, dan pendidikan seni, serta melibatkan anak-anak, perajin, dan warga di lingkungan sekitarnya. Griya Batik Harapan Difabel di Kota Cimahi merupakan pusat pelayanan sosial milik Dinas Sosial Provinsi Jawa Barat yang program batiknya melatih penyandang disabilitas dalam membatik, mewarnai, mengemas, dan memasarkan produk. Badan usaha milik desa (BUMDes) Desa Cinta di Kabupaten Garut mengelola unit-unit usaha komunitas untuk kesejahteraan ekonomi warga desa. Koperasi Warga Sauyunan di Kampung Naga, Desa Neglasari, Kecamatan Salawu, Kabupaten Tasikmalaya, merupakan koperasi warga yang didirikan pada tahun 2009 dan menyediakan kebutuhan sehari-hari serta layanan simpan pinjam bagi warga kampung adat yang memegang teguh aturan leluhur Sunda (Setiawan, 2019).

Pada tahap kualitatif, informan dipilih secara purposif dan dilengkapi dengan informan tambahan melalui teknik bola salju (*snowball*). Kriteria informan adalah telah terlibat sekurang-kurangnya dua tahun dalam usaha berbasis komunitas yang memiliki misi sosial yang jelas, serta mengidentifikasi diri sebagai bagian dari masyarakat Sunda. Sebanyak 21 informan berpartisipasi, terdiri atas enam informan dari Saung Angklung Udjo, lima informan dari Griya Batik Harapan Difabel, lima informan dari BUMDes Desa Cinta, dan lima informan dari Koperasi Warga Sauyunan. Dari keempat lokasi tersebut, informan terdiri atas delapan pendiri atau pengelola, empat tokoh masyarakat dan tokoh adat, empat perajin atau instruktur, serta lima penerima manfaat. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semiterstruktur berdurasi 45 hingga 90 menit dalam bahasa Sunda atau bahasa Indonesia, dilengkapi dengan observasi partisipatif pada pertemuan warga dan analisis dokumen organisasi. Wawancara direkam, ditranskripsikan secara verbatim, dan diterjemahkan oleh anggota tim yang menguasai kedua bahasa. Data dianalisis menggunakan analisis tematik refleksif melalui tahapan familiarisasi, pengodean, pembentukan tema, peninjauan, dan pendefinisian tema (Braun & Clarke, 2022), dengan bantuan perangkat lunak NVivo 14. Saturasi tematik tercapai setelah wawancara kedelapan belas, dan tiga wawancara tambahan mengonfirmasi bahwa tidak ada tema baru yang muncul. Keabsahan data dijaga melalui pengecekan anggota (*member checking*), triangulasi antara wawancara, observasi, dan dokumen, serta diskusi sejawat di antara tim peneliti.

Transisi dari tahap kualitatif ke tahap kuantitatif berupa penyusunan model dan pengembangan instrumen. Tema dan kode yang dihasilkan pada tahap pertama dikonversi menjadi 32 butir awal mengikuti prosedur pengembangan skala yang direkomendasikan (DeVellis & Thorpe, 2021). Butir untuk orientasi kewirausahaan sosial diadaptasi dari Kraus et al., (2017) dan Dwivedi & Weerawardena (2018) serta disesuaikan dengan temuan kualitatif. Lima pakar, yang terdiri atas dua budayawan Sunda, dua akademisi kewirausahaan, dan satu ahli metodologi, menilai validitas isi, kemudian dilakukan uji coba kepada 40 responden. Instrumen final terdiri atas 23 butir yang diukur dengan skala Likert lima poin, yaitu masing-masing empat butir untuk *silih asah, silih asih,* dan *silih asuh,* lima butir untuk orientasi kewirausahaan sosial, serta enam butir untuk pemberdayaan masyarakat lokal yang mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan psikologis.

Pada tahap kuantitatif, populasi penelitian adalah pengelola, pekerja, anggota, perajin, dan peserta program dari keempat usaha sosial tersebut. Responden dipilih secara purposif dengan bantuan pengelola masing-masing usaha. Dari 230 kuesioner yang disebarkan secara langsung maupun daring,

sebanyak 214 kuesioner lengkap dan layak diolah, dengan tingkat pengembalian sebesar 93,0%. Responden yang layak berasal dari Saung Angklung Udjo (69 responden; 32,2%), Griya Batik Harapan Difabel (41 responden; 19,2%), BUMDes Desa Cinta (52 responden; 24,3%), dan Koperasi Warga Sauyunan (52 responden; 24,3%). Bagi responden dengan hambatan penglihatan atau pendengaran di Griya Batik Harapan Difabel, pengisian kuesioner dibantu oleh enumerator terlatih dan juru bahasa isyarat. Data dianalisis menggunakan *partial least squares structural equation modelling* (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4, yang sesuai untuk penelitian yang berorientasi prediksi dan pengembangan teori dengan model yang kompleks dan ukuran sampel moderat (Hair et al., 2019, 2022). Analisis dilakukan dalam dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural, dengan pengujian signifikansi melalui *bootstrapping* 5.000 subsampel. Validitas diskriminan dievaluasi menggunakan *heterotrait-monotrait ratio* (Henseler et al., 2015), sedangkan bias metode umum diperiksa menggunakan *full collinearity assessment* (Kock, 2015). Selanjutnya, hasil kuantitatif diintegrasikan dengan temuan kualitatif dalam tampilan gabungan (*joint display*) pada tahap interpretasi.

Hasil Penelitian

Temuan Kualitatif: Perwujudan 3SA dalam Usaha Sosial

Analisis tematik refleksif menghasilkan empat tema utama yang secara bersama-sama menggambarkan bagaimana 3SA bekerja dalam usaha sosial berbasis komunitas. Ringkasan tema, subtema, dan kutipan ilustratif disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tema, Subtema, dan Kutipan Ilustratif Hasil Analisis Kualitatif

Tema	Subtema (kode)	Kutipan ilustratif
Silih asah sebagai infrastruktur pembelajaran kolektif	Forum *ngariung*; pendampingan sejawat; transfer pengetahuan kerajinan; pendampingan digital terbalik	"Anak-anak belajar memainkan dan membuat angklung dari kami, dan anak-anak muda mengajari kami berjualan secara daring. Di sini tidak ada yang menjadi satu-satunya guru." (Perajin, Saung Angklung Udjo, Bandung)
Silih asih sebagai solidaritas afektif dan kepercayaan	*Beas perelek*; harga yang adil bagi anggota kurang mampu; pengenalan peluang berbasis empati	"Kami memulai usaha ini karena tidak tega melihat tetangga meminjam uang kepada rentenir." (Tokoh desa, Desa Cinta, Garut)
Silih asuh sebagai pengasuhan dan tata kelola yang melindungi	Pelibatan penyandang disabilitas dan rumah tangga miskin; *musyawarah*; kepedulian antargenerasi; pemeliharaan alam berbasis adat	"Setiap orang di sini, apa pun disabilitasnya, harus punya tempat dan keterampilan. Itu kewajiban kita satu sama lain." (Instruktur batik, Griya Batik Harapan Difabel, Cimahi)
Siklus 3SA yang saling menguatkan dan ketegangannya	Kepercayaan → kapabilitas → kepedulian yang melembaga; *kas sosial*; *teu enakeun* terhadap anggota berkinerja rendah	"Sulit menegur anggota yang terlambat menyetor; kami merasa *teu enakeun*." (Pengelola koperasi, Kampung Naga, Tasikmalaya)

Sumber: Data diolah (2026)

Tema pertama menunjukkan bahwa *silih asah* berfungsi sebagai infrastruktur pembelajaran kolektif. Di Saung Angklung Udjo, perajin dan pemain senior secara rutin mewariskan keterampilan membuat dan memainkan alat musik kepada anak-anak di lingkungan sekitar, yang kemudian menjadi pemain dan pelatih. Di Griya Batik Harapan Difabel, peserta yang telah menguasai teknik membatik membimbing peserta baru, sedangkan di BUMDes Desa Cinta, pertemuan rutin (*ngariung*) menjadi forum berbagi informasi usaha. Menariknya, proses saling mengasah juga berlangsung secara terbalik, yaitu anggota muda melatih anggota senior dalam pemasaran digital dan pembukuan, yang dimaknai informan sebagai wujud *silih asah*, bukan sebagai pelatihan yang bersifat hierarkis. Tema kedua mengungkapkan bahwa *silih asih* berfungsi sebagai solidaritas afektif dan dasar kepercayaan. Praktik seperti *beas perelek* (tradisi mengumpulkan beras untuk kebutuhan bersama) di Desa Cinta dan penetapan harga yang adil bagi anggota kurang mampu di Koperasi Warga Sauyunan digambarkan sebagai ungkapan

kasih sayang yang memungkinkan usaha kolektif berjalan. Tema ketiga menunjukkan bahwa *silih asuh* terwujud sebagai pengasuhan dan tata kelola yang melindungi, termasuk pelibatan penyandang disabilitas secara sengaja di Griya Batik Harapan Difabel dan rumah tangga berpenghasilan rendah di BUMDes Desa Cinta, serta pengambilan keputusan melalui *musyawarah*. Di Kampung Naga, *silih asuh* meluas hingga pemeliharaan alam dan warisan leluhur, karena koperasi beroperasi dalam aturan adat yang melindungi hutan keramat dan hutan larangan serta mengatur kehidupan warga.

Tema keempat menunjukkan bahwa ketiga nilai tersebut tidak bekerja secara terpisah, tetapi membentuk siklus yang saling menguatkan. Kasih sayang (*silih asih*) menumbuhkan kepercayaan yang dibutuhkan agar warga mau bergabung dalam usaha; saling mengasah (*silih asah*) membangun kapabilitas yang membuat usaha layak dijalankan; dan saling mengasuh (*silih asuh*) melembagakan kepedulian melalui mekanisme seperti dana sosial (*kas sosial*) yang dibiayai dari surplus usaha. Analisis juga menemukan adanya ketegangan, yaitu norma harmoni terkadang menimbulkan keengganan untuk memberikan sanksi kepada anggota yang berkinerja rendah (*teu enakeun*), yang oleh sebagian informan dipandang sebagai ancaman bagi disiplin usaha. Penekanan pada setiap nilai juga berbeda antarlokasi: *silih asah* paling menonjol di Saung Angklung Udjo, *silih asuh* di Griya Batik Harapan Difabel dan Kampung Naga, sedangkan *silih asih* di BUMDes Desa Cinta, tempat solidaritas desa menjadi dasar utama usaha bersama. Temuan-temuan ini menjadi dasar model struktural pada Gambar 1, khususnya dugaan bahwa *silih asuh* memiliki pengaruh langsung terhadap pemberdayaan di samping pengaruh tidak langsungnya.

Temuan Kuantitatif: Model Pengukuran

Model pengukuran dievaluasi berdasarkan reliabilitas indikator, konsistensi internal, validitas konvergen, dan validitas diskriminan. Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2, seluruh nilai *outer loading* melebihi 0,70, nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* melebihi 0,70, dan nilai *average variance extracted* setiap konstruk berada di atas 0,50. Seluruh nilai *heterotrait-monotrait ratio* berada di bawah 0,85, dengan nilai tertinggi sebesar 0,781 antara *silih asuh* dan orientasi kewirausahaan sosial, sehingga validitas diskriminan terpenuhi. Nilai *variance inflation factor* pada *full collinearity assessment* berkisar antara 1,62 hingga 2,41, di bawah ambang batas 3,3, yang menunjukkan bahwa bias metode umum bukan merupakan masalah serius.

Tabel 2. Evaluasi Model Pengukuran

Konstruk	Butir	Rentang *loading*	Cronbach's α	CR	AVE
Silih asah (SAs)	4	0,774–0,861	0,832	0,888	0,665
Silih asih (SAi)	4	0,742–0,853	0,811	0,876	0,639
Silih asuh (SAu)	4	0,791–0,879	0,856	0,902	0,698
Orientasi kewirausahaan sosial (OKS)	5	0,756–0,862	0,874	0,908	0,665
Pemberdayaan masyarakat lokal (PML)	6	0,731–0,855	0,889	0,915	0,643

Catatan. CR = *composite reliability*; AVE = *average variance extracted*. Seluruh nilai HTMT < 0,85 (tertinggi = 0,781).
Sumber: Data diolah (2026)

Temuan Kuantitatif: Model Struktural dan Pengujian Hipotesis

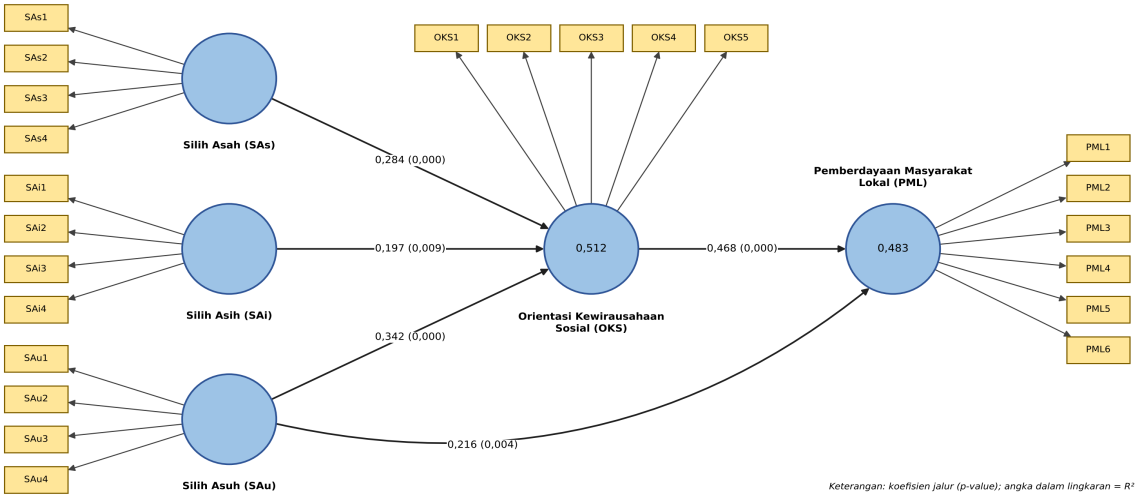
Hasil model struktural disajikan pada Tabel 3 dan Gambar 2. Model menjelaskan 51,2% varians orientasi kewirausahaan sosial dan 48,3% varians pemberdayaan masyarakat lokal, yang menunjukkan daya jelas moderat. Nilai Q^2predict sebesar 0,341 dan 0,307 menunjukkan relevansi prediktif yang memadai, sedangkan nilai *standardised root mean square residual* sebesar 0,068 menunjukkan kecocokan model yang dapat diterima. Nilai *inner variance inflation factor* berkisar antara 1,48 hingga 2,12, sehingga tidak terdapat kolinearitas antarprediktor.

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Jalur	β	t-statistik	p-value	f²	Keputusan
H1	SAs → OKS	0,284	3,912	< 0,001	0,098	Diterima
H2	SAi → OKS	0,197	2,611	0,009	0,047	Diterima
H3	SAu → OKS	0,342	4,785	< 0,001	0,142	Diterima
H4	OKS → PML	0,468	7,034	< 0,001	0,262	Diterima
H5	SAu → PML	0,216	2,874	0,004	0,056	Diterima
H6a	SAs → OKS → PML	0,133	3,402	0,001	–	Diterima
H6b	SAi → OKS → PML	0,092	2,389	0,017	–	Diterima
H6c	SAu → OKS → PML	0,160	4,012	< 0,001	–	Diterima

Catatan. R^2 OKS = 0,512; R^2 PML = 0,483; Q^2predict OKS = 0,341; Q^2predict PML = 0,307; SRMR = 0,068. *Bootstrapping* 5.000 subsampel.
Sumber: Data diolah (2026)

Seluruh hipotesis diterima. *Silih asuh* memberikan pengaruh terkuat terhadap orientasi kewirausahaan sosial, diikuti oleh *silih asah,* sedangkan *silih asih* memberikan pengaruh yang lebih kecil tetapi signifikan. Orientasi kewirausahaan sosial berpengaruh substansial terhadap pemberdayaan masyarakat lokal, dan *silih asuh* juga berpengaruh langsung secara signifikan terhadap pemberdayaan. Pengaruh tidak langsung spesifik melalui orientasi kewirausahaan sosial signifikan untuk ketiga nilai, yang menunjukkan mediasi parsial komplementer untuk *silih asuh* serta mediasi tidak langsung penuh (*indirect-only mediation*) untuk *silih asah* dan *silih asih,* yang jalur langsungnya ke pemberdayaan tidak dispesifikasikan dalam model.



Gambar 2. Hasil Model Struktural
Sumber: Data diolah (2026)

Hasil ini berbeda dari publikasi terdahulu dalam beberapa hal. Studi tentang intensi kewirausahaan sosial pada tingkat individu menempatkan empati sebagai salah satu anteseden terkuat (Bacq & Alt, 2018; Hockerts, 2017), tetapi dalam penelitian ini nilai afektif *silih asih* justru menjadi prediktor terlemah bagi orientasi usaha. Sebaliknya, *silih asuh,* yaitu nilai pengasuhan yang selama ini kurang mendapat perhatian dalam literatur kewirausahaan sosial, menjadi prediktor terkuat. Selain itu, apabila studi budaya terdahulu menempatkan budaya sebagai faktor kontekstual pada tingkat nasional (Hechavarría et al., 2017; Stephan & Pathak, 2016), temuan penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai spesifik pada tingkat komunitas memiliki pengaruh yang terukur dan berbeda-beda terhadap orientasi kewirausahaan sosial dan pemberdayaan.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa nilai budaya Sunda bukan sekadar latar belakang aktivitas kewirausahaan, melainkan fondasi aktif kewirausahaan sosial. Kuatnya pengaruh *silih asuh* mengisyaratkan bahwa dalam usaha berbasis komunitas, faktor penentunya bukan hanya rasa peduli terhadap orang lain, melainkan kesediaan untuk bertanggung jawab atas mereka. Pengasuhan mendorong pemimpin untuk merancang mekanisme yang inklusif, mengambil risiko atas nama anggota yang rentan, dan melembagakan komitmen sosial, yang semuanya merupakan unsur inti orientasi kewirausahaan sosial (Kraus et al., 2017). Interpretasi ini sejalan dengan perspektif identitas sosial dari Hertel et al. (2019), yang menyatakan bahwa usaha komunitas berhasil ketika anggota memandang usaha tersebut sebagai perpanjangan dari diri kolektif mereka. Dalam konteks Sunda, *silih asuh* menyediakan naskah moral yang mengubah identitas bersama tersebut menjadi tindakan yang melindungi dan mengembangkan.

Peran *silih asih* yang relatif lebih lemah perlu dimaknai secara cermat. Hal ini tidak berarti bahwa kasih sayang tidak penting; temuan kualitatif justru menunjukkan bahwa kasih sayang merupakan nilai dasar yang dimiliki secara luas oleh masyarakat Sunda dan terutama berfungsi sebagai sumber kepercayaan yang memungkinkan dua nilai lainnya bekerja. Ketika suatu nilai dimiliki secara merata, variasinya, dan karena itu daya pembedanya, menjadi terbatas. Temuan ini melengkapi, alih-alih bertentangan dengan, temuan Bacq & Alt (2018) dan Christopoulos & Vogl (2015): pada tingkat individu, empati dapat memicu keputusan seseorang untuk menjadi wirausahawan sosial, tetapi pada tingkat komunitas, kasih sayang baru efektif ketika diterjemahkan menjadi pembelajaran dan pengasuhan. Dengan demikian, siklus saling menguatkan yang ditemukan pada tahap kualitatif menjelaskan bagaimana nilai afektif, kognitif, dan nilai yang berkaitan dengan tata kelola saling berinteraksi.

Peran *silih asah* menegaskan bahwa pembelajaran kolektif merupakan kapabilitas utama usaha berbasis komunitas. Temuan bahwa generasi muda membimbing generasi tua dalam keterampilan digital, sementara generasi tua mewariskan pengetahuan kerajinan kepada generasi muda, menggambarkan pembelajaran dua arah yang berbeda dari model pelatihan berbasis pakar yang lazim digunakan dalam program pemberdayaan. Hal ini mendukung argumen Dwivedi & Weerawardena (2018) bahwa inovasi dan keberlanjutan merupakan bagian integral kewirausahaan sosial, sekaligus memperluas argumen tersebut dengan menunjukkan bahwa inovasi dapat tertanam dalam budaya. Peran mediasi orientasi kewirausahaan sosial juga menunjukkan bahwa nilai budaya memengaruhi hasil di tingkat komunitas terutama melalui postur strategis usaha, sejalan dengan penjelasan multilevel tentang bagaimana nilai diterjemahkan menjadi tindakan organisasi (Saebi et al., 2019; Zahra & Wright, 2016).

Ketegangan *teu enakeun,* yaitu keengganan memberikan sanksi kepada anggota yang berkinerja rendah demi menjaga harmoni, mengungkapkan bahwa nilai budaya juga dapat membatasi efektivitas kewirausahaan. Temuan ini sejalan dengan pengamatan Kimmitt & Muñoz (2018) bahwa makna "sosial" selalu dinegosiasikan dan dapat berbenturan dengan logika komersial. Usaha yang memadukan *silih asuh* dengan aturan yang jelas dan disepakati melalui musyawarah tampak lebih mampu menyelaraskan kepedulian dengan akuntabilitas, sehingga 3SA perlu didampingi tata kelola formal agar tetap berkelanjutan.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan tiga kontribusi. Pertama, penelitian ini memperkaya penjelasan kewirausahaan sosial yang berakar pada budaya dengan menunjukkan bahwa nilai-nilai lokal yang spesifik berperan sebagai fondasi mikro orientasi kewirausahaan sosial, sekaligus menjawab seruan untuk memandang komunitas sebagai agen aktif dampak sosial (Bacq et al., 2022). Kedua, penelitian ini memperkenalkan pengasuhan (*silih asuh*) sebagai anteseden tersendiri yang selama ini terabaikan dalam model-model yang didominasi oleh empati dan efikasi diri. Ketiga, penelitian ini memberikan kontribusi metodologis dengan menunjukkan bagaimana desain sekuensial eksploratori dapat menerjemahkan konsep budaya yang bersifat emik menjadi konstruk yang terukur, sehingga mengurangi risiko penggunaan instrumen dari luar tanpa landasan lokal.

Secara praktis, model 3SA menyediakan kerangka kerja bagi pengelola badan usaha milik desa, koperasi, usaha budaya, dan usaha yang inklusif terhadap penyandang disabilitas. Keempat lokasi penelitian memberikan pelajaran yang saling melengkapi: Saung Angklung Udjo menunjukkan bagaimana pembelajaran antargenerasi dapat menopang tradisi budaya sekaligus usaha, Griya Batik Harapan Difabel menunjukkan bagaimana pengasuhan dapat mengubah layanan sosial menjadi sumber penghidupan yang produktif, BUMDes Desa Cinta menunjukkan bagaimana solidaritas desa dapat menjadi landasan usaha bersama, dan Koperasi Warga Sauyunan menunjukkan bagaimana aturan adat dapat berjalan berdampingan dengan usaha koperasi. Program peningkatan kapasitas dapat dirancang berdasarkan *silih asah* melalui pendampingan sejawat dan pendampingan terbalik, bukan pelatihan satu arah. Tata kelola dapat diperkuat melalui *silih asuh* dengan membentuk dana sosial, kuota pelibatan kelompok rentan, dan forum pengambilan keputusan secara musyawarah, yang disertai aturan yang transparan untuk mengelola ketegangan *teu enakeun.* Pemerintah daerah dan lembaga pendamping di Jawa Barat juga dapat menggunakan model ini untuk menilai kesiapan budaya desa sebelum memperkenalkan program usaha, serta merancang insentif bagi usaha yang menginvestasikan kembali surplusnya untuk kesejahteraan masyarakat.

Secara sosial, penelitian ini menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi dan pelestarian budaya tidak perlu dipertentangkan. Dengan menempatkan 3SA sebagai sumber daya produktif, bukan sekadar peninggalan tradisi, usaha berbasis komunitas dapat memperkuat identitas lokal, mengurangi ketergantungan pada bantuan eksternal, dan mewariskan nilai-nilai Sunda kepada generasi muda melalui partisipasi ekonomi yang bermakna. Dengan demikian, usaha-usaha tersebut dapat berkontribusi secara bersamaan terhadap pengurangan kemiskinan, kohesi sosial, dan keberlanjutan kearifan lokal di tengah modernisasi yang pesat.

Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian, dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Studi pendahuluan ini menyimpulkan bahwa nilai Sunda *silih asah, silih asih,* dan *silih asuh* membentuk fondasi budaya yang koheren bagi kewirausahaan sosial di Jawa Barat. Ketiganya bekerja sebagai siklus yang saling menguatkan: kasih sayang menumbuhkan kepercayaan, saling mengasah membangun kapabilitas, dan saling mengasuh melembagakan kepedulian terhadap anggota yang rentan. Pengujian kuantitatif mengonfirmasi bahwa nilai-nilai tersebut memperkuat orientasi kewirausahaan sosial, dengan *silih asuh* sebagai nilai paling berpengaruh dan orientasi kewirausahaan sosial sebagai jalur utama menuju pemberdayaan masyarakat lokal, sehingga model 3SA yang dihasilkan menawarkan alternatif berbasis budaya terhadap model kewirausahaan sosial yang diadopsi dari luar. Namun, inferensi kausal dan generalisasi perlu dilakukan secara hati-hati, karena penelitian hanya mencakup empat usaha sosial yang sangat beragam dalam ukuran, bentuk hukum, dan penerima manfaat, menggunakan desain potong lintang dengan sampel purposif yang tidak memungkinkan analisis multigrup antarusaha, mengukur seluruh konstruk melalui laporan diri dengan pemberdayaan yang bersifat persepsional, serta belum memasukkan variabel seperti modal sosial, kapabilitas digital, religiusitas, dukungan kelembagaan, dan akses pembiayaan. Penelitian selanjutnya disarankan memvalidasi instrumen 3SA melalui studi konfirmatori dengan sampel probabilitas yang lebih besar di berbagai kabupaten/kota, termasuk analisis multigrup antarjenis usaha (usaha budaya, usaha inklusif disabilitas, BUMDes, dan koperasi adat). Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan desain longitudinal, menambahkan variabel-variabel tersebut sebagai anteseden atau moderator, memakai proksi pemberdayaan yang objektif seperti *social return on investment*, pendapatan rumah tangga, dan partisipasi dalam pengambilan keputusan desa, serta menerapkan perbandingan dengan kelompok etnis lain seperti Jawa dan Minangkabau, pemodelan multilevel, dan fsQCA.

Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam penelitian ini. Seluruh proses penelitian dan penulisan artikel ini dilakukan secara independen, tanpa adanya kepentingan pribadi, komersial, atau institusional yang dapat memengaruhi hasil atau interpretasi dari penelitian ini.

Daftar Pustaka

Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, *33*(3), 333–350. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.01.004

Bacq, S., Hertel, C., & Lumpkin, G. T. (2022). Communities at the nexus of entrepreneurship and societal impact: A cross-disciplinary literature review. *Journal of Business Venturing*, *37*(5), 106231. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106231

Badan Pusat Statistik. (2024). *Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan 2024*. Badan Pusat Statistik Indonesia.

Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. SAGE Publications.

Christopoulos, D., & Vogl, S. (2015). The motivation of social entrepreneurs: The roles, agendas and relations of altruistic economic actors. *Journal of Social Entrepreneurship*, *6*(1), 1–30. https://doi.org/10.1080/19420676.2014.954254

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd ed.). SAGE Publications.

DeVellis, R. F., & Thorpe, C. T. (2021). *Scale Development: Theory and Applications* (5th ed.). SAGE Publications.

Dwivedi, A., & Weerawardena, J. (2018). Conceptualizing and operationalizing the social entrepreneurship construct. *Journal of Business Research*, *86*, 32–40. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.053

Gupta, P., & Srivastava, R. (2024). Research on Social Enterprises from an Emerging Economy. *Journal of Social Entrepreneurship*, *15*(2), 458–493. https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1974926

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, *31*(1), 2–24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203

Hechavarría, D. M., Terjesen, S. A., Ingram, A. E., Renko, M., Justo, R., & Elam, A. (2017). Taking care of business: The impact of culture and gender on entrepreneurs' blended value creation goals. *Small Business Economics*, *48*(1), 225–257. https://doi.org/10.1007/s11187-016-9747-4

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *43*(1), 115–135. https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8

Hertel, C., Bacq, S., & Belz, F.-M. (2019). It takes a village to sustain a village: A social identity perspective on successful community-based enterprise creation. *Academy of Management Discoveries*, *5*(4), 438–464. https://doi.org/10.5465/amd.2018.0153

Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *41*(1), 105–130. https://doi.org/10.1111/etap.12171

Huzaeema, F. T., Nurvadi, G. M., Parameswari, L., Basyari, I. W., & Hayati, A. A. (2024). Sundanese ethnic mentifact culture silih asih, silih asuh, silih asah in the context of ethnopedagogy. *International Journal of Humanities Education and Social Sciences*, *4*(1). https://doi.org/10.55227/ijhess.v4i1.1174

Kimmitt, J., & Muñoz, P. (2018). Sensemaking the `social' in social entrepreneurship. *International Small Business Journal*, *36*(8), 859–886. https://doi.org/10.1177/0266242618789230

Kock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of E-Collaboration*, *11*(4), 1–10. https://doi.org/10.4018/ijec.2015100101

Kraus, S., Niemand, T., Halberstadt, J., Shaw, E., & Syrjä, P. (2017). Social entrepreneurship orientation: Development of a measurement scale. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *23*(6), 977–997. https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2016-0206

Littlewood, D., & Holt, D. (2018). Social entrepreneurship in South Africa: Exploring the influence of environment. *Business & Society*, *57*(3), 525–561. https://doi.org/10.1177/0007650315613293

Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. *Journal of Management*, *45*(1), 70–95. https://doi.org/10.1177/0149206318793196

Setiawan, W. L. (2019). Need assesment untuk program penyuluhan perkoperasian pada Koperasi ``Warga Sauyunan'' Kampung Naga, Kabupaten Tasikmalaya. *Co-Management*, *1*(2). https://journal.ikopin.ac.id/index.php/co-management/article/view/167

Stephan, U., & Pathak, S. (2016). Beyond cultural values? Cultural leadership ideals and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, *31*(5), 505–523. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.07.003

Stephan, U., Uhlaner, L. M., & Stride, C. (2015). Institutions and social entrepreneurship: The role of institutional voids, institutional support, and institutional configurations. *Journal of International Business Studies*, *46*(3), 308–331. https://doi.org/10.1057/jibs.2014.38

Susanti, S., & Koswara, I. (2019). Concept of silih asih, silih asah, silih asuh in the acculturation in Bandung. *Proceedings of the 3rd Annual International Seminar and Conference on Global Issues (ISCoGI 2017), Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, *140*, 13–17. https://www.atlantis-press.com/article/55916173.pdf

Zahra, S. A., & Wright, M. (2016). Understanding the social role of entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, *53*(4), 610–629. https://doi.org/10.1111/joms.12149