

Social and Ethical Value bagi Calon Pelaku Social Entrepreneurship

¹⁾Unti Ludigdo, ²⁾Ayu Fury Puspita

^{1,2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia
ayufurypuspita@ub.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Kewirausahaan Sosial Dampak Sosial Nilai Etika Seminar Universitas Brawijaya	Kewirausahaan sosial tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga bertujuan untuk menciptakan dampak sosial positif yang berkelanjutan. Artikel ini mengevaluasi efektivitas seminar pengabdian masyarakat bertema "Social and Ethical Value bagi Calon Pelaku Social Entrepreneurship" yang diselenggarakan oleh Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Seminar ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya nilai sosial dan etika dalam kewirausahaan, serta memberikan wawasan praktis terkait pelaporan keuangan dan perpajakan dalam bisnis sosial. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seminar ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap berbagai aspek kewirausahaan sosial, termasuk konsep dasar, perbedaan dengan kewirausahaan komersial, strategi pengembangan, model bisnis, hingga pengelolaan pertumbuhan usaha sosial. Melalui sesi presentasi dan diskusi interaktif, peserta menunjukkan antusiasme tinggi, mengembangkan ide-ide inovatif, serta memahami pentingnya kolaborasi dalam menciptakan perubahan sosial. Penelitian ini menekankan perlunya integrasi nilai sosial dan etika dalam praktik bisnis untuk menciptakan keberlanjutan dan inklusivitas. Kesimpulan dari evaluasi memberikan saran strategis untuk pengembangan program serupa di masa mendatang, guna memperkuat dampak positif kewirausahaan sosial dalam komunitas.
	ABSTRACT
Keywords: Social Entrepreneurship Social Impact Ethical Values Seminar Brawijaya University	Social entrepreneurship is not only oriented towards financial gain, but also aims to create sustainable positive social impact. This article evaluates the effectiveness of a community service seminar entitled "Social and Ethical Value for Prospective Social Entrepreneurship Actors" organized by the Department of Accounting, Faculty of Economics and Business, Universitas Brawijaya. The seminar aimed to increase participants' understanding of the importance of social and ethical values in entrepreneurship, as well as provide practical insights related to financial reporting and taxation in social business. Evaluation results showed that the seminar successfully improved participants' understanding of various aspects of social entrepreneurship, including basic concepts, differences with commercial entrepreneurship, development strategies, business models, and managing the growth of social enterprises. Through presentation sessions and interactive discussions, participants showed high enthusiasm, developed innovative ideas, and understood the importance of collaboration in creating social change. The research emphasized the need for integration of social and ethical values in business practices to create sustainability and inclusiveness. The conclusions of the evaluation provide strategic suggestions for the development of similar programs in the future, in order to strengthen the positive impact of social entrepreneurship in the community.

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



I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan sosial merupakan fenomena yang semakin mendapat perhatian di era modern ini. Istilah ini mengacu pada praktek kewirusahaan yang tidak hanya fokus pada keuntungan finansial semata, tetapi juga pada pencapaian dampak sosial positif yang berkelanjutan bagi masyarakat. Para calon pelaku kewirausahaan sosial dituntut untuk memiliki pemahaman yang mendalam mengenai nilai sosial dan etika, karena

keberhasilan mereka tidak hanya diukur dari keuntungan materi, tetapi juga dari sejauh mana mereka mampu memberikan kontribusi positif bagi komunitas dan lingkungan sekitar.

Munculnya dan berkembangnya kewirausahaan sosial dipengaruhi oleh berbagai permasalahan yang terjadi di lingkungan masyarakat. Salah satunya adalah ketidakmampuan sistem ekonomi tradisional untuk mengatasi berbagai masalah sosial seperti kemiskinan, ketidakadilan, dan kerusakan lingkungan. Meskipun pertumbuhan ekonomi global terus meningkat, kesenjangan sosial dan ekonomi tetap menjadi tantangan besar di banyak negara. Model bisnis konvensional seringkali lebih fokus pada keuntungan finansial tanpa memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan. Hal ini mendorong munculnya kebutuhan akan model bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan, yang kemudian diwujudkan melalui kewirausahaan sosial.

Namun, dalam praktiknya, pemahaman dan implementasi nilai sosial dan etika di kalangan calon pelaku kewirausahaan sosial masih menjadi tantangan. Banyak calon pelaku usaha yang belum sepenuhnya menyadari bagaimana nilai-nilai ini dapat memengaruhi keberhasilan bisnis mereka, serta bagaimana nilai sosial dan etika dapat diintegrasikan secara efektif dalam model bisnis mereka. Selain itu, masih terdapat kesenjangan dalam literatur terkait pentingnya dukungan sosial dan faktor motivasi yang memengaruhi intensi kewirausahaan sosial. Penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya nilai sosial dan etika dalam kewirausahaan sosial (Hasanah et al., 2022), namun masih diperlukan analisis lebih lanjut mengenai bagaimana nilai-nilai tersebut diinternalisasi oleh calon pelaku usaha dalam berbagai konteks sosial dan ekonomi.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji pemahaman para calon pelaku kewirausahaan sosial mengenai pentingnya nilai sosial dan etika dalam praktik bisnis mereka. Selain itu, artikel ini juga akan membahas bagaimana nilai-nilai tersebut dapat diimplementasikan dalam model bisnis kewirausahaan sosial serta memberikan contoh-contoh nyata dari praktik kewirausahaan sosial yang sukses karena berpegang teguh pada prinsip-prinsip tersebut. Dengan pemahaman yang komprehensif, diharapkan artikel ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kewirausahaan sosial yang berkelanjutan dan inklusif di masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas seminar pengabdian masyarakat yang bertajuk “Social and Ethical Value bagi Calon Pelaku Social Entrepreneurship”. Seminar ini diselenggarakan oleh Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya dan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai nilai sosial dan etika, serta memberikan pengetahuan praktis tentang penyusunan laporan keuangan dan perpajakan untuk bisnis sosial. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai dampak seminar terhadap kesiapan peserta dalam menjalankan kewirausahaan sosial berbasis nilai sosial dan etika.

Dalam konteks ini, analisis kesenjangan (gap analysis) yang diangkat dalam artikel ini adalah kurangnya pemahaman calon pelaku usaha tentang pentingnya nilai sosial dan etika serta keterbatasan dalam literatur yang membahas bagaimana nilai-nilai tersebut dapat mempengaruhi intensi kewirausahaan sosial. Dengan menyoroti aspek ini, artikel ini berupaya memberikan kontribusi baru dalam bentuk wawasan praktis dan teoritis yang dapat digunakan oleh calon pelaku kewirausahaan sosial untuk meningkatkan efektivitas dan dampak positif dari inisiatif mereka.

II. MASALAH

Permasalahan yang mendorong pentingnya kewirausahaan sosial berakar pada ketidakmampuan sistem ekonomi tradisional untuk mengatasi isu-isu sosial yang kompleks, seperti kemiskinan, kesenjangan ekonomi, dan kerusakan lingkungan. Meskipun pertumbuhan ekonomi terus meningkat, dampaknya belum merata dan masih banyak masyarakat yang terpinggirkan secara ekonomi maupun sosial. Model bisnis konvensional sering mengabaikan aspek sosial dan lingkungan, berfokus pada keuntungan finansial semata. Hal ini menciptakan kebutuhan akan pendekatan yang lebih inklusif dan berkelanjutan dalam dunia bisnis. Para calon pelaku kewirausahaan sosial dituntut untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang nilai sosial dan etika untuk merumuskan visi dan misi yang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Oleh karena itu, pengabdian ini diinisiasi untuk meningkatkan pemahaman calon wirausahawan sosial mengenai implementasi nilai sosial dan etika yang dapat menciptakan perubahan signifikan bagi komunitas dan lingkungan.

III. METODE

Metode pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Dosen Akuntansi dan Dosen Universitas Brawijaya yaitu melakukan seminar pelatihan dengan tema *Social And Ethical Value Bagi Calon Pelaku Social Entrepreneurship*, berupa penyampaian materi oleh para dosen Universitas Brawijaya dan melakukan diskusi oleh para peserta, Peserta yang hadir pada acara seminar pelatihan ini adalah dosen dan mahasiswa dari beberapa fakultas di Universitas Brawijaya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, seminar merupakan pertemuan atau persidangan untuk membahas suatu masalah di bawah pimpinan ahli (Guru Besar, Pakar, dan sebagainya). Kegiatan seminar dan pelatihan ini sendiri dilakukan secara langsung di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Pelaksanaan kegiatan seminar pelatihan ini sendiri akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Presentasi Materi

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pemateri akan menyampaikan materinya masing-masing. Berikut adalah beberapa materi yang akan disampaikan oleh para pemateri, antara lain:

- 1) Sambutan dari Prof. Dr. Unti Ludigdo SE. M.Si AK selaku ketua Pengabdian Masyarakat.
- 2) Penyampaian materi oleh Ibu Haqu Imaning Elmiani S.Bns., MEI. Tentang *Social Entrepreneurship*.
- 3) Penyampaian materi oleh Ibu Ayu Fury Puspita, SE., MSA., AK. Tentang Kewajiban Laporan Keuangan dan Kewajiban Pelaporan Perpajakan.

2. Diskusi Materi

Kegiatan kedua yakni sesi tanya jawab dan diskusi dengan peserta seminar pelatihan, untuk memberikan kesempatan kepada para peserta untuk bertanya. Untuk sesi diskusi sendiri, pemateri akan meminta para peserta untuk membuat satu bisnis *social entrepreneurship* dan setelah itu di presentasikan. Metode diskusi merupakan suatu cara mengajar yang bercirikan oleh suatu keterikatan pada suatu topik atau pokok pertanyaan atau problem, di mana para anggota diskusi dengan jujur berusaha mencapai atau memperoleh suatu keputusan atau pendapat yang disepakati bersama (Hamalik, 2001).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Proses Kegiatan

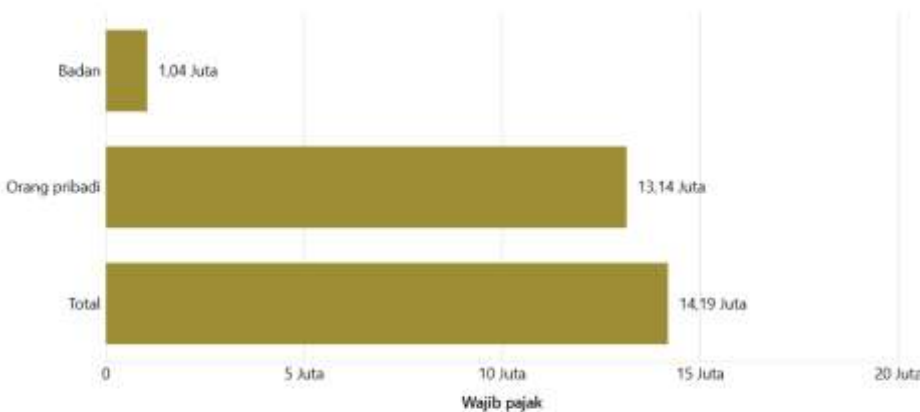
Kegiatan ini dilaksanakan dengan mengangkat tema “*Social and Ethical Value bagi Calon Pelaku Social Entrepreneurship*”. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan sosialisasi mengenai etika dan nilai *social entrepreneurship* dan instrumen keuangan serta pajak kepada calon pelaku *social entrepreneurship*. Acara ini dimulai pada pukul 09.00 WIB di Aula BRI Gedung Utama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya pada hari Rabu, 17 Juli 2024. Acara dimulai dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya dan Mars UB yang kemudian dilanjutkan sambutan dan penjelasan singkat mengenai etika dan kewirausahaan sosial oleh Prof. Unti Ludigdo, SE., M.Si., Ak. Prof. Unti menjelaskan bagaimana kewirausahaan sosial dapat berdampak bagi negara dengan mengimplementasikan nilai-nilai etika dan karakteristik pada kewirausahaan sosial.

Kemudian sesi dilanjutkan dengan pemaparan materi oleh Ibu Haqu Imaning Elmiani S.Bns., MEI. Pada sesi kali ini Ibu Elmi menjelaskan mengenai *Social Entrepreneurship*. Pada pembahasan materi ini peserta mendapatkan pengetahuan tambahan mengenai apa itu *social entrepreneurship*, karakteristiknya, contoh pelaku usaha sosial, tantangannya, dan bagaimana sifat dari calon pelaku usaha sosial yang baik. Pada pemaparan ini, dibuka sesi diskusi peserta dimana peserta diwajibkan untuk menyalurkan ide mengenai bisnis sosial yang ingin dilakukan. Peserta sangat antusias dan aktif pada sesi ini sehingga dapat terlihat pula kreatifitas dari peserta sebagai calon pelaku usaha sosial.

Sesi selanjutnya yaitu pemaparan materi oleh Ibu Ayu Fury Puspita, SE., MSA., Ak, CA, CPA. Pada sesi ini peserta terlihat aktif dalam bertanya mengenai masalah keuangan yaitu permodalan usaha sosial dan perpajakan dari bisnis sosialnya. Ibu Fury menjelaskan mengenai penyusunan laporan keuangan dan pemenuhan kewajiban perpajakan bagi calon pelaku *social entrepreneurship*. Sama halnya dengan sesi pemaparan sebelumnya, peserta mendapatkan ilmu baru tentang pelaporan keuangan start-up, sistematika laporan keuangan *social entrepreneurship*, bagaimana cara melaporkan pajak badan, NPPN, beberapa penjelasan mengenai pajak penghasilan, dan penjelasan mengenai PMK 66 dan PMK 72. Pada pemaparan kali ini juga dijelaskan mengenai wajib pajak. Dilansir dari Katadata Media Network, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Kementerian Keuangan (Kemenkeu) melaporkan sebanyak 14.18 juta wajib pajak di tahun 2024 dengan rincian 1.04 juta merupakan wajib pajak badan dan 13.14 juta merupakan wajib pajak orang pribadi.

Gambar 1. Jumlah wajib pajak di Indonesia tahun 2024

Jumlah SPT yang Dilaporkan Berdasarkan Jenis Wajib Pajak (30 April 2024)



Sumber:
Kementerian Keuangan - Direktorat Jenderal Pajak (DJP)

Informasi Lain:

Berdasarkan data tersebut, data yang disajikan menunjukkan jumlah Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) yang dilaporkan berdasarkan jenis wajib pajak hingga 30 April 2024. Total SPT yang dilaporkan mencapai 14,19 juta, dengan rincian 13,14 juta berasal dari wajib pajak orang pribadi dan 1,04 juta dari wajib pajak badan. Wajib pajak orang pribadi mendominasi pelaporan SPT, menyumbang sekitar 92,6% dari total laporan, sedangkan kontribusi wajib pajak badan hanya 7,3%.

Dominasi pelaporan oleh wajib pajak orang pribadi mencerminkan tingkat kepatuhan yang lebih tinggi di kalangan individu dibandingkan badan usaha. Hal ini juga dapat disebabkan oleh jumlah wajib pajak orang pribadi yang jauh lebih besar dibandingkan jumlah badan usaha. Namun, meskipun jumlah pelaporan SPT oleh wajib pajak badan relatif kecil, kontribusi mereka terhadap penerimaan pajak nasional tetap signifikan, mengingat nilai pajak yang dilaporkan oleh badan usaha umumnya lebih besar.

Data ini mengindikasikan perlunya peningkatan kesadaran dan kepatuhan pajak di kalangan wajib pajak badan untuk mendukung optimalisasi penerimaan pajak. Selain itu, pemerintah perlu terus meningkatkan edukasi dan kemudahan dalam pelaporan pajak bagi kedua kategori wajib pajak, guna mendorong pelaporan yang lebih inklusif dan berkelanjutan di masa depan.

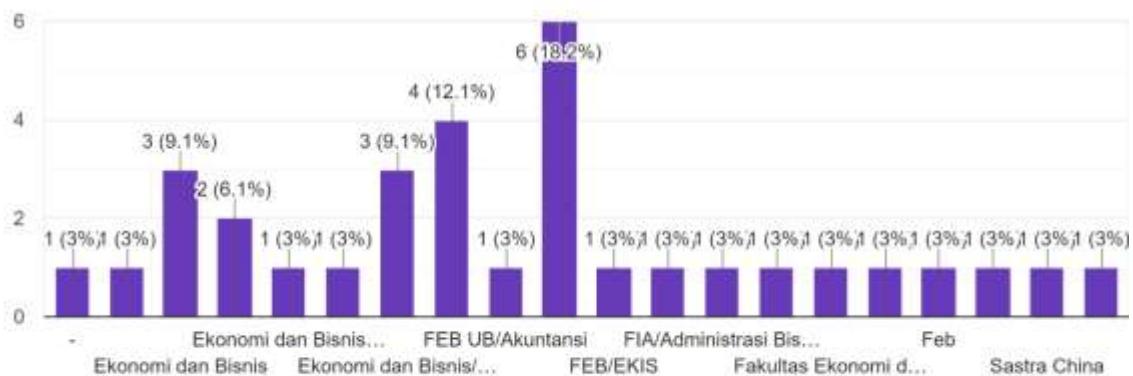
b. Hasil Evaluasi Kegiatan

Pada seminar pengabdian masyarakat "*Social and Ethical Value* bagi Calon Pelaku *Social Entrepreneurship*", diadakan evaluasi pada saat seluruh inti kegiatan acara telah berakhir menggunakan pengukuran tujuh indikator keberhasilan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur keseluruhan efektivitas program dan kepuasan peserta, serta untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan.

Gambar 2. Jumlah Responden Beserta Asal Fakultas Serta Jurusan

Fakultas /Jurusan

33 responses

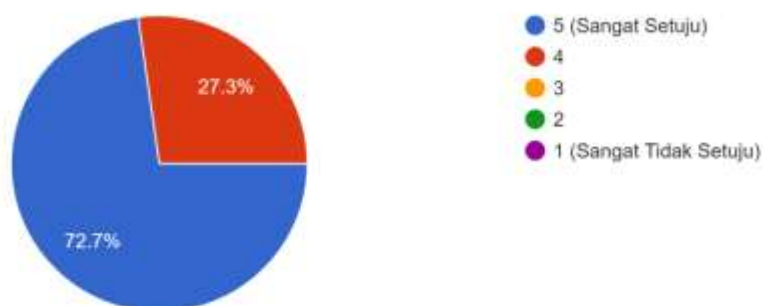


Berdasarkan grafik diatas, Menunjukkan distribusi responden berdasarkan fakultas atau jurusan dengan 33 responden. Responden terbanyak berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Brawijaya, jurusan Akuntansi, yang mencapai 6 orang atau 18,2% dari total responden. Diikuti oleh 4 responden (12,1%) dari FEB UB lainnya dan 3 responden (9,1%) masing-masing dari jurusan Ekonomi dan Bisnis serta Ekonomi dan Bisnis/Manajemen. Fakultas atau jurusan lainnya, seperti FIA (Administrasi Bisnis), FEB/EKIS, Sastra China, dan beberapa jurusan lain di FEB, hanya diwakili oleh masing-masing 1 responden (3%). Hal ini menunjukkan bahwa FEB, khususnya jurusan Akuntansi, mendominasi partisipasi dalam survei ini. Sebaliknya, representasi dari fakultas atau jurusan lain di luar FEB relatif rendah, dengan kontribusi yang hampir merata.

1. Pemahaman Mengenai Kewirausahaan Sosial dan Pengelolaannya

Peserta mampu menjelaskan mengenai kewirausahaan sosial dan aspek-aspek yang berhubungan dengan pengelolaannya.

33 responses



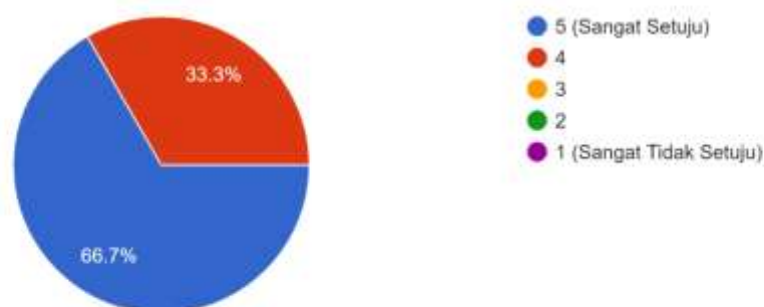
Gambar 1. Output Pemahaman Peserta Terhadap Kewirausahaan Sosial dan Pengelolaannya

Indikator pertama mengukur kemampuan peserta dalam menjelaskan konsep kewirausahaan sosial dan aspek-aspek pengelolaannya. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 72,7% peserta dapat dengan jelas menjelaskan definisi kewirausahaan sosial, ciri-ciri utamanya, serta tantangan yang dihadapi dalam pengelolaannya. Mereka juga mampu mengidentifikasi perbedaan antara tujuan sosial dan finansial yang menjadi fokus utama dari jenis kewirausahaan ini.

2. Perbandingan Karakteristik Kewirausahaan Sosial dan Komersial

Peserta mampu mengkontraskan karakteristik kewirausahaan sosial dan kewirausahaan komersial.

33 responses



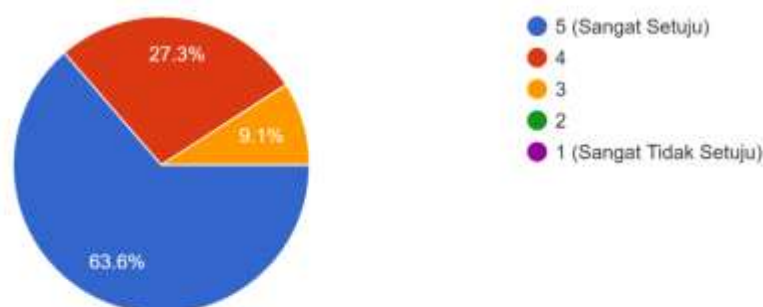
Gambar 2. Output Pemahaman Peserta Terhadap Karakteristik Kontras Antara Kewirausahaan Sosial dengan Kewirausahaan Komersial

Pada indikator kedua, indikator ini bertujuan untuk menilai kemampuan peserta dalam mengkontraskan karakteristik kewirausahaan sosial dengan kewirausahaan komersial. Sebanyak 66,7% peserta berhasil menguraikan perbedaan utama antara kedua jenis kewirausahaan ini, termasuk perbedaan dalam hal tujuan, model bisnis, dan strategi keberlanjutan. Peserta menunjukkan pemahaman yang baik mengenai bagaimana kewirausahaan sosial berfokus pada penciptaan dampak sosial positif dibandingkan dengan profit yang menjadi fokus utama kewirausahaan komersial.

3. Langkah-langkah Pengembangan Usaha Sosial

Peserta mampu menguraikan langkah-langkah pengembangan usaha sosial.

33 responses



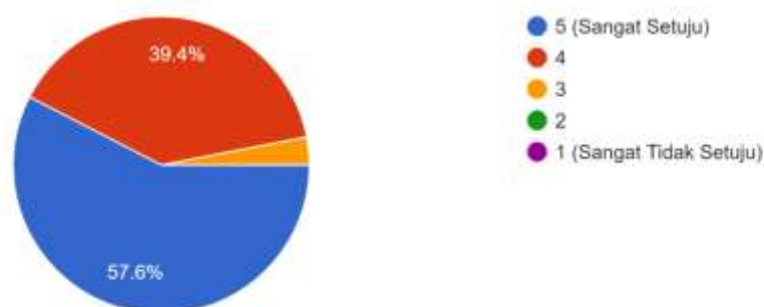
Gambar 3. Output Pemahaman Peserta Terhadap Langkah-langkah Pengembangan Usaha Sosial

Evaluasi ketiga berfokus pada pemahaman peserta mengenai langkah-langkah pengembangan usaha sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa 63,6%% peserta mampu menguraikan tahapan pengembangan, mulai dari identifikasi masalah sosial, penciptaan solusi inovatif, pengumpulan sumber daya, hingga implementasi dan evaluasi. Peserta juga memahami pentingnya kolaborasi dengan berbagai pihak dalam mengembangkan usaha sosial.

4. Pemahaman Model Bisnis Sosial

Peserta mampu menjelaskan model bisnis sosial.

33 responses



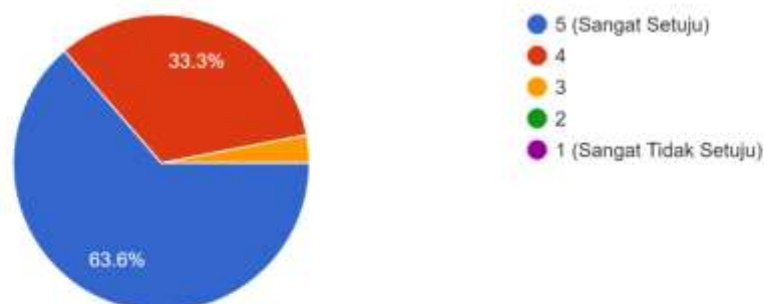
Gambar 4. Output Pemahaman Peserta Terhadap Model Bisnis Sosial

Indikator keempat menilai kemampuan peserta dalam menjelaskan model bisnis sosial. Sekitar 57,6% peserta mampu menjelaskan komponen utama dari model bisnis sosial, termasuk proposisi nilai sosial, struktur biaya, sumber pendapatan, serta keterlibatan pemangku kepentingan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pemahaman yang baik tentang bagaimana merancang model bisnis sosial yang berkelanjutan untuk mencapai tujuan sosial.

5. Strategi Pemasaran Perusahaan Sosial

Peserta mampu menjelaskan strategi pemasaran perusahaan sosial.

33 responses



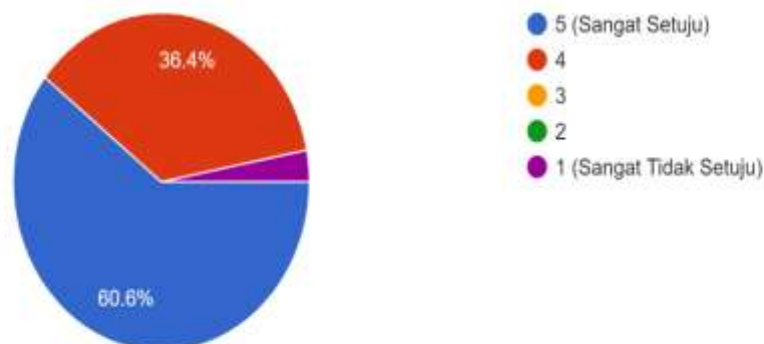
Gambar 5. Output Pemahaman Peserta Terhadap Strategi Pemasaran Perusahaan Sosial

Pada indikator kelima, penilaian kemampuan peserta dalam menjelaskan strategi pemasaran untuk perusahaan sosial. Sebanyak 63,6% peserta menunjukkan pemahaman yang baik mengenai pentingnya komunikasi yang efektif dalam menyampaikan nilai sosial yang ditawarkan kepada target audiens sebagai bentuk strategi pemasaran perusahaan sosial. Mereka juga mengerti bagaimana menggunakan media sosial dan kampanye digital untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap inisiatif sosial.

6. Pengelolaan Pertumbuhan Usaha Sosial

Peserta mampu menjelaskan pengelolaan pertumbuhan usaha sosial.

33 responses



Gambar 6. Output Pemahaman Peserta Terhadap Pertumbuhan Usaha Sosial

Indikator keenam berfokus pada pengelolaan pertumbuhan usaha sosial. Evaluasi menunjukkan bahwa 80% peserta memahami pentingnya pengelolaan sumber daya manusia, keuangan, dan operasional dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha sosial. Peserta juga mampu mengidentifikasi tantangan-tantangan yang sering dihadapi dalam fase pertumbuhan dan strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasinya.

7. Evaluasi Umum Terhadap Acara

Indikator terakhir mengukur kepuasan peserta terhadap keseluruhan rangkaian kegiatan, termasuk kualitas narasumber, materi, fasilitas, dan pelayanan. Berdasarkan data-data grafik yang telah dilampirkan, dari skala 1 (sangat tidak setuju) hingga skala 5 (sangat setuju), lebih dari 50% menunjukkan bahwa mayoritas peserta memberikan *feedback* berupa penilaian positif terhadap keberlangsungan acara ini. Mayoritas peserta merasa bahwa narasumber memberikan penjelasan yang jelas dan inspiratif, materi yang disajikan relevan dan bermanfaat, serta fasilitas yang disediakan memenuhi kebutuhan mereka selama acara berlangsung.

V. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, seminar pengabdian masyarakat "Social and Ethical Value bagi Calon Pelaku Social Entrepreneurship" berhasil mencapai tujuan yang diharapkan dimana peserta menunjukkan pemahaman yang baik tentang berbagai aspek kewirausahaan sosial. Saran untuk kegiatan selanjutnya berdasarkan evaluasi yang dilakukan yaitu menambahkan sesi ice breaking dengan tujuan untuk mengembalikan suasana dan antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung. Kemudian untuk kelompok selanjutnya juga disarankan untuk membuat group discussion mengenai materi yang dipaparkan. Pada tema ini disarankan untuk membuat kelompok dari seluruh peserta. Diskusi yang harus dibahas dan dipresentasikan oleh kelompok yaitu gambaran umum mengenai bisnis sosial yang ingin mereka buat dan menjelaskan alasan memilih usaha tersebut dengan berdasarkan permasalahan yang ada di Indonesia maupun internasional. Berdasarkan evaluasi pada kegiatan ini disarankan untuk menentukan jadwal acara yang tepat agar jumlah peserta dapat tercapai sesuai target yang sudah ditentukan. Waktu dapat dilaksanakan ketika hari aktif kuliah jika dilaksanakan secara luring dan menentukan tempat strategis agar mudah dijangkau oleh peserta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan seminar pengabdian masyarakat "Social and Ethical Value bagi Calon Pelaku Social Entrepreneurship." Terima kasih khususnya kepada para dosen pembimbing selaku pemateri, peserta seminar dan Universitas Brawijaya yang telah mendukung penuh acara ini. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasanah, B., Sururi, A., Prananda, D. P., & Noval, A. M. (2022). KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: PARTISIPASI MASYARAKAT DAN EVALUASI DAMPAK SOSIAL-EKONOMI. *Jurnal Administrasi Negara*, 28(3), 291 - 317. <https://doi.org/10.33509/jan.v28i3.1721>
- Nathanael, D., & Nuringsih, K. (2020). Social Support, Personality Traits, Social Innovation Mempengaruhi Intensi Kewirausahaan Sosial: Entrepreneurial Attitude Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(1), 33 - 42. <http://repository.untar.ac.id/13231/>
- Oemar, Hamalik. 2001. Proses Belajar Mengajar. Jakarta: Bumi Aksara.
- Khofiya, N. (2023). *The Ecosystem of Entrepreneurship and Social Entrepreneurship: A Search of the Literature to Understand the Differences and Similarities of Concept*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/47097>