

STRATEGI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DALAM PEMBERDAYAAN KOMUNITAS DISABILITAS: STUDI KASUS PADA CAFÉ MORE ID WYATA GUNA BANDUNG

Muhammad Naufalul Ikrom 1¹, Grisna Anggadwita 2¹,

¹ Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

² Dosen Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom
naufalikrom@telkomuniversity.ac.id¹, grisnaanggadwita@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini berlatarbelakang oleh rendahnya partisipasi penyandang disabilitas dalam dunia kerja dan perlunya model pemberdayaan yang inklusif serta berkelanjutan. Café More.id di Wyata Guna Bandung menjadi contoh nyata kewirausahaan sosial yang memberikan pelatihan dan kesempatan kerja bagi komunitas disabilitas. Namun, masih diperlukan analisis mendalam mengenai strategi, tantangan, dan dampaknya terhadap motivasi serta identitas sosial para penyandang disabilitas. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi kewirausahaan sosial yang diterapkan oleh Café More.id dalam memberdayakan komunitas disabilitas, serta mengidentifikasi tantangan dan dampaknya terhadap motivasi dan partisipasi ekonomi. Penelitian ini juga bertujuan memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan program serupa di masa depan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam kepada tujuh narasumber, termasuk kepala Sentra Wyata Guna, manajer, barista penyandang disabilitas, dan konsumen. Observasi dan dokumentasi turut dilakukan untuk memperkaya data. Validitas data diperoleh melalui triangulasi sumber dan teknik, serta uji kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman serta Spradley. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kewirausahaan sosial di Café More.id tidak hanya memberikan pelatihan dan pekerjaan, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang aman, inklusif dan mendukung pengembangan diri. Motivasi intrinsik dan ekstrinsik dari barista sangat berpengaruh terhadap keberhasilan program tersebut. Persepsi positif dari konsumen juga turut mendorong keberlanjutan usaha ini. Kontribusi penelitian ini adalah membuktikan bahwa kewirausahaan sosial dapat menjadi solusi efektif dalam membangun kesetaraan akses ekonomi bagi penyandang disabilitas.

Kata Kunci: Kewirausahaan Sosial, Pemberdayaan, Komunitas Disabilitas, Café More.id, Persepsi Konsumen

Abstract

This research is motivated by the low participation of people with disabilities in the world of work and the need for an inclusive and sustainable empowerment model. Café More.id at Wyata Guna Bandung is a clear example of social entrepreneurship that provides training and employment opportunities for the disability community. However, there is still a need for in-depth analysis of the strategies, challenges, and impact on the motivation and social identity of people with disabilities. This research aims to analyze the social entrepreneurship strategies implemented by Café More.id in empowering the disability community, as well as identifying challenges and their impact on motivation and economic participation. It also aims to provide practical recommendations for the development of similar programs in the future. The method used is a qualitative approach with a case study design. Data was collected through in-depth interviews with seven resource persons, including the head of Sentra Wyata Guna, managers, baristas with disabilities, and consumers. Observation and documentation were also conducted to enrich the data. Data validity was obtained through triangulation of sources and techniques, as well as credibility, transferability, dependability and confirmability tests. Data analysis used the Miles and Huberman and Spradley models. The results showed that the social entrepreneurship strategy at Café More.id not only provides training and employment, but also creates a work environment that is safe, inclusive and supports self-development. The intrinsic and extrinsic motivation of the baristas greatly influenced the success of the program. Positive perceptions from consumers also contributed to the sustainability of this business. The contribution of this research is to prove that social entrepreneurship can be an effective solution in building equal economic access for people with disabilities.

Keywords: Social Entrepreneurship, Empowerment, Disability Community, Café More.id, Costumer Perception

I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan sosial hadir sebagai pendekatan transformatif dalam mengatasi eksklusi sosial dan ekonomi yang dialami oleh kelompok-kelompok rentan, khususnya penyandang disabilitas. Meskipun penyandang disabilitas mencakup sekitar 17% dari populasi global yakni sekitar 1,3 miliar orang mereka masih menghadapi hambatan signifikan untuk berpartisipasi secara penuh dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Menurut laporan World Economic Forum hanya sekitar 4% bisnis di dunia yang menyediakan layanan atau produk yang inklusif terhadap disabilitas. Dalam dunia kerja, penyandang disabilitas sering kali mengalami diskriminasi dalam rekrutmen, ketimpangan gaji, dan minimnya peluang promosi (World Economic Forum, 2024). Di Indonesia, tantangan ini juga sangat nyata. Berdasarkan Survei Sosial Ekonomi Nasional tahun 2020, terdapat sekitar 22,97 juta penyandang disabilitas, yang mayoritas hidup dalam kemiskinan dan memiliki akses terbatas terhadap pekerjaan layak (Susenas, 2020). Meskipun regulasi hukum seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Hak Penyandang Disabilitas dan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan telah menjamin kesetaraan, implementasinya di lapangan masih jauh dari optimal (UU No. 13 Tahun 2003, Pasal 5-6). Survei ILO pada tahun 2023 menunjukkan bahwa hanya 30% perusahaan di Indonesia yang memiliki kebijakan rekrutmen inklusif terhadap penyandang disabilitas (ILO, 2023).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung, pada tahun 2024 jumlah penyandang disabilitas di Kota Bandung adalah 9.020 jiwa. Dari jumlah tersebut, menurut Dinas Ketenagakerjaan (Disnaker) Kota Bandung menyatakan bahwa hanya 240 jiwa penyandang disabilitas yang bekerja di 64 perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa hanya sekitar 2,6% Penyandang disabilitas yang ada di kota Bandung yang memiliki pekerjaan (Tribun Jabar 2025). Kondisi ini mendorong perlunya model pemberdayaan alternatif berbasis kewirausahaan sosial yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga pada penciptaan dampak sosial, khususnya untuk kelompok rentan seperti penyandang disabilitas. Salah satu contoh implementasi nyata dari model tersebut adalah Café More.id di lingkungan Sentra Wyata Guna Bandung, yang menjadi pionir dalam memberdayakan penyandang disabilitas netra melalui pelatihan barista dan penyediaan lapangan kerja inklusif.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya mengidentifikasi strategi, tantangan, dan dampak sosial dari praktik kewirausahaan sosial dalam konteks pemberdayaan komunitas disabilitas. Dengan mempelajari praktik Café More.id, peneliti ingin memahami sejauh mana model tersebut mampu meningkatkan motivasi, partisipasi ekonomi, serta membentuk identitas sosial pekerja disabilitas. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mendalam mengenai praktik pemberdayaan yang dapat direplikasi di tempat lain.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kewirausahaan sosial yang diterapkan oleh Café More.id, mengidentifikasi tantangan implementasinya, serta mengevaluasi dampaknya terhadap motivasi dan pemberdayaan komunitas disabilitas. Pendekatan yang digunakan adalah studi kasus kualitatif dengan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Temuan penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam pengembangan model kewirausahaan sosial inklusif yang dapat direplikasi oleh pelaku usaha maupun lembaga sosial lainnya. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif studi kasus, menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pengelola, pekerja disabilitas, dan konsumen Café More.id. Analisis data menggunakan model Miles & Huberman serta Spradley, untuk mengungkap pola dan makna yang muncul dari pengalaman subjek.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Teori Identitas Sosial

Teori identitas merupakan salah satu teori dalam sosiologi yang berfokus pada bagaimana individu mendefinisikan diri mereka sendiri dalam berbagai konteks sosial. Menurut Stets dan Burke (2000), identitas mengacu pada bagian diri individu yang terkait dengan peran sosial, kategori sosial, atau grup sosial tertentu. Identitas ini berperan sebagai landasan bagi perilaku individu, yang dibentuk melalui interaksi sosial yang berlangsung dalam kehidupan sehari-hari. Dalam perspektif teori identitas, terdapat hubungan erat antara konsep diri individu dan lingkungan sosialnya. Stets dan Burke (2000) menjelaskan bahwa individu tidak hanya merespons ekspektasi sosial, tetapi juga memproses ekspektasi tersebut ke dalam kerangka identitas mereka sendiri. Hal ini mengimplikasikan bahwa identitas merupakan produk interaksi yang dinamis dan terus berkembang seiring waktu. Hogg dan Terry (2000) menekankan bahwa identitas sosial merupakan bagian penting dalam pembentukan identitas individu. Identitas sosial ini berasal dari keanggotaan dalam kelompok tertentu yang memberikan nilai dan makna terhadap diri individu. Misalnya, seseorang yang menjadi bagian dari komunitas disabilitas dapat menginternalisasi nilai-nilai yang ada dalam komunitas tersebut sebagai bagian dari identitas pribadinya. Menurut teori ini, ada dua komponen utama dalam pembentukan identitas, yaitu identitas personal dan identitas sosial. Identitas personal berkaitan dengan karakteristik unik individu yang membedakan mereka dari orang lain, sedangkan identitas sosial terkait dengan kesamaan yang dimiliki individu dengan anggota kelompok tertentu (Stets & Burke, 2000). Kedua komponen ini saling melengkapi dalam membentuk pemahaman individu tentang dirinya sendiri. Proses pembentukan identitas juga melibatkan konsep validasi sosial. Validasi sosial adalah proses di mana individu mendapatkan pengakuan dari orang lain atas identitas yang mereka miliki. Hogg dan Terry (2000) menambahkan bahwa pengakuan ini

penting karena memberikan rasa kepemilikan dan kebermaknaan bagi individu dalam kehidupan sosial mereka. Dalam konteks komunitas disabilitas, identitas memainkan peran krusial dalam pemberdayaan. Individu dengan disabilitas dapat membangun identitas sosial yang kuat melalui partisipasi dalam komunitas yang mendukung mereka. Hal ini sesuai dengan argumen Stets dan Burke (2000), yang menyatakan bahwa keanggotaan kelompok dapat memberikan rasa percaya diri dan kekuatan psikologis bagi individu. Selain itu, teori identitas juga menyoroti pentingnya peran nilai dan norma dalam pembentukan identitas. Hogg dan Terry (2000) menunjukkan bahwa kelompok sosial memberikan panduan bagi anggotanya mengenai perilaku yang dianggap sesuai atau tidak sesuai. Panduan ini membantu individu memahami peran mereka dalam masyarakat, serta bagaimana mereka dapat memberikan kontribusi yang signifikan. Konsep saling ketergantungan antara identitas individu dan sosial memberikan wawasan penting dalam memahami perilaku manusia. Stets dan Burke (2000) menjelaskan bahwa konflik identitas dapat terjadi ketika ekspektasi individu tidak sesuai dengan norma kelompok. Dalam situasi ini, individu perlu melakukan negosiasi identitas untuk menyeimbangkan antara kebutuhan pribadi dan sosial.

B. Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan sosial berperan penting dalam mendorong perubahan sosial yang positif dan menangani berbagai tantangan masyarakat di seluruh dunia (Austin, Stevenson, & Wei-Skillern, 2006). Kewirausahaan sosial berusaha memecahkan permasalahan sosial di masyarakat, seperti kemiskinan (Darwis et al., 2021). Dees (1998) mendefinisikan kewirausahaan sosial sebagai "kegiatan inovatif, berorientasi pada peluang, menggunakan banyak sumber daya, dan menciptakan nilai yang dapat terjadi di sektor nirlaba, bisnis, atau pemerintahan." Wirausahawan sosial sering kali menunjukkan kualitas seperti keberanian mengambil risiko, kemampuan beradaptasi, dan fokus pada pengukuran dampak. Literatur mengenai social entrepreneurship dalam beberapa tahun terakhir telah berfokus pada peranannya dalam perubahan sosial dan pembangunan berkelanjutan. Menurut Bansal et al. (2019), social entrepreneurship bertujuan untuk menciptakan solusi yang berkelanjutan dan berbasis inovasi untuk masalah sosial, seperti kemiskinan dan ketidaksetaraan, sambil memastikan keberlanjutan finansial organisasi. Studi ini menyoroti bagaimana social entrepreneurship menciptakan dampak sosial dengan pendekatan kewirausahaan yang inovatif, yang sering kali tidak bergantung pada bantuan eksternal. Melalui tinjauan sistematis dari literatur yang ada, mereka menyoroti pentingnya peran social entrepreneurship dalam memfasilitasi perubahan sosial dan memberikan agenda penelitian yang dapat mengeksplorasi lebih lanjut bidang ini, termasuk fokus pada teknologi, pendanaan, dan dampak lingkungan. Studi oleh Cardella et al. (2021) mengkaji struktur intelektual dalam penelitian social entrepreneurship, mengidentifikasi tiga aliran pemikiran utama: kewirausahaan komersial, kewirausahaan berkelanjutan, dan inovasi sosial. Analisis kata kunci dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa pendidikan, jaringan sosial, dan budaya menjadi faktor kunci dalam pengembangan intensi kewirausahaan sosial. Selain itu, studi ini juga menunjukkan bahwa meskipun penelitian di bidang ini masih dalam tahap awal, semakin banyaknya studi yang berfokus pada pengukuran dampak sosial, seperti Social Return on Investment (SROI), memperkuat pentingnya social entrepreneurship sebagai solusi inovatif untuk tantangan sosial.

C. Pemberdayaan Komunitas Disabilitas

Pemberdayaan merupakan proses di mana individu, organisasi, dan komunitas memperoleh kontrol lebih besar atas kehidupan mereka (Rappaport, 1981). Pemberdayaan disabilitas merupakan proses strategis yang bertujuan untuk meningkatkan kemandirian dan partisipasi penuh penyandang disabilitas dalam kehidupan sosial, ekonomi, serta politik. Menurut Barnes dan Mercer (2005), komunitas disabilitas memerlukan pendekatan inklusif yang menempatkan mereka sebagai subjek aktif, bukan sekadar penerima manfaat. Pendekatan ini menekankan peran penting lingkungan masyarakat dalam menciptakan akses dan kesempatan bagi individu dengan disabilitas. Salah satu prinsip dalam pemberdayaan komunitas disabilitas adalah pengakuan terhadap hak-hak dasar penyandang disabilitas. Oliver dan Barnes (2012) menyebutkan bahwa kesadaran akan hak sosial, seperti akses pendidikan dan pekerjaan, harus diperkuat melalui regulasi yang mendukung inklusi. Prinsip tersebut menegaskan bahwa pemberdayaan bukan sekadar menyediakan fasilitas fisik, melainkan juga menumbuhkan rasa memiliki (sense of belonging) dan penghargaan terhadap martabat individu. Pendekatan social model of disability menegaskan bahwa hambatan utama yang dialami penyandang disabilitas sering kali bersumber dari struktur sosial dan kultural (Oliver & Barnes, 2012).

D. Teori Motivasi

Teori motivasi pertama kali dikemukakan oleh Maslow. Ia mengemukakan tentang hierarki kebutuhan yang mendasari motivasi. Menurutnya, kebutuhan manusia bertingkat sesuai dengan tingkat pemenuhannya, yaitu kebutuhan fisik, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri, dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Motivasi adalah dorongan psikologis yang mengarahkan seseorang ke arah suatu tujuan. Motivasi membuat keadaan dalam diri individu muncul, terarah, dan mempertahankan perilaku. Teori Hierarki Kebutuhan Maslow memberikan wawasan penting tentang bagaimana berbagai tingkat kebutuhan manusia memengaruhi motivasi dalam kewirausahaan sosial (Deshmukh, T., & Sucheta, P., 2019). Berdasarkan penelitian terbaru, kewirausahaan sosial seringkali berfokus pada pemenuhan kebutuhan tingkat tinggi, seperti aktualisasi diri dan harga diri, yang sejalan dengan misi sosial mereka (Ghatak, S., & Singh, S., 2019). Berbeda dengan pengusaha tradisional yang mungkin lebih dipengaruhi oleh kebutuhan dasar atau keamanan finansial, para wirausaha sosial lebih termotivasi oleh keinginan untuk memberikan dampak sosial yang positif, membangun hubungan dalam komunitas, serta mencapai kepuasan batin melalui kontribusi

terhadap kesejahteraan masyarakat (Coffman, C. D., & Sunny, S. A., 2021). Menurut Boluk & Mottiar (2014) wirausahawan sosial memiliki karakteristik lebih unggul daripada wirausahawan konvensional karena mereka lebih termotivasi untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat daripada dengan keuntungan, meskipun dalam terdapat motivasi tambahan sehubungan dengan usaha bisnis seperti motif gaya hidup, menerima pengakuan dan menghasilkan keuntungan. pengalaman pribadi yang intens terkait dengan peristiwa kehidupan masa lalu serta orientasi pencapaian yang tinggi terhadap peningkatan mata pencaharian dan menciptakan dampak berfungsi sebagai pemicu utama kewirausahaan sosial (Wanyoike & Maseno, 2021).

E. Dampak Sosial

Dampak sosial dalam kewirausahaan sosial mengacu pada perubahan positif yang berkelanjutan dalam masyarakat yang dihasilkan dari penciptaan nilai sosial yang melampaui manfaat individu. Perubahan ini mencakup peningkatan kesejahteraan ekonomi, penguatan kapasitas, pengurangan ketimpangan, dan transformasi norma sosial (Nicholls, 2009; Rawhouser et al., 2019). Aktivitas kewirausahaan sosial berpotensi membawa perubahan struktural melalui pemberdayaan kelompok rentan, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan akses terhadap layanan dan sumber daya (Santos, 2012). Dampak sosial dapat diukur menggunakan pendekatan Pengembalian Investasi Sosial (Social Return on Investment/SROI), yang mengonversi nilai tambah bagi masyarakat dan lingkungan ke dalam nilai moneter (Nicholls et al., 2012), dengan mempertimbangkan berbagai tingkat hasil seperti keluaran, luaran, dan dampak (Ebrahim & Rangan, 2014). Dalam konteks penelitian ini, dampak sosial mencakup persepsi positif terhadap kemampuan penyandang disabilitas, peningkatan kemandirian ekonomi, harga diri yang lebih kuat, dan perubahan sikap masyarakat, yang konsisten dengan temuan Zahra et al. (2009), yang menyatakan bahwa kewirausahaan sosial dapat menciptakan perubahan transformatif melalui kombinasi inovasi, keberlanjutan, dan orientasi sosial yang kuat.

III.METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Tabel 3.1 Jenis penelitian

No	Karakteristik Penelitian	Jenis
1	Metode Penelitian	Kualitatif
2	Tujuan Penelitian	Deskriptif dan Eksploratif
3	Pendekatan Penelitian	<i>Interpretivisme</i>
4	Strategi Penelitian	Studi Kasus
5	Unit Analisis	Organisasi (UMKM)
6	Keterlibatan Peneliti	Moderat
7	Latar Penelitian	<i>Noncontrived</i>
8	Waktu Penelitian	<i>Cross Sectional</i>

Sumber : Hasil olahan penulis, 2024

B. Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan empat variabel utama yang dianalisis, yaitu kewirausahaan sosial, motivasi pekerjadisabilitas, pemberdayaan penyandang disabilitas, dan persepsi konsumen terhadap praktik sosial yang dijalankan oleh Café More.id. Kewirausahaan sosial didefinisikan sebagai strategi yang diterapkan oleh pengelola Café More.id dalam menciptakan nilai sosial melalui praktik bisnis yang berorientasi pada pelibatan penyandang disabilitas sebagai subjek aktif dalam kegiatan ekonomi. Strategi ini mencakup aspek rekrutmen, pelatihan, penciptaan lingkungan kerja inklusif, serta pendekatan pemasaran yang menekankan misi sosial usaha. Motivasi pekerja disabilitas dalam konteks ini merujuk pada dorongan internal (intrinsik) dan eksternal (ekstrinsik) yang mendorong penyandang disabilitas untuk bekerja, bertahan, dan berkembang di lingkungan kerja inklusif. Motivasi intrinsik meliputi rasa percaya diri, kebanggaan, dan kepuasan kerja, sementara motivasi ekstrinsik mencakup penghargaan, pendapatan, serta dukungan lingkungan.

Pemberdayaan disabilitas diartikan sebagai peningkatan kapasitas individu penyandang disabilitas dalam hal keterampilan kerja, kepercayaan diri, partisipasi sosial, serta kemampuan untuk mandiri secara ekonomi. Pemberdayaan ini menjadi tujuan utama dari strategi kewirausahaan sosial yang dijalankan. Persepsi konsumen merujuk pada pandangan, sikap, dan tanggapan pelanggan terhadap nilai sosial yang diusung oleh Café More.id. Aspek ini mencakup kesadaran konsumen terhadap keberadaan pekerja disabilitas, penilaian atas kualitas layanan, dan sejauh mana nilai sosial café memengaruhi keputusan mereka untuk membeli atau merekomendasikan. Keempat variabel ini dianalisis secara mendalam melalui pendekatan kualitatif, dengan fokus pada bagaimana keterkaitannya membentuk proses pemberdayaan yang berkelanjutan di dalam model kewirausahaan sosial Café More.id.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada tujuh narasumber yang dipilih secara purposive, terdiri dari pengelola, barista penyandang disabilitas, dan konsumen Café More.id, untuk menggali pengalaman, pandangan, serta motivasi mereka. Observasi partisipatif dilakukan dengan keterlibatan langsung peneliti dalam aktivitas café guna memahami dinamika sosial dan interaksi di lingkungan kerja inklusif. Sementara itu, dokumentasi meliputi pengumpulan data tertulis dan visual seperti catatan kegiatan, media sosial, dan foto, yang digunakan untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi. Ketiga teknik ini digunakan secara triangulatif untuk meningkatkan validitas dan kedalaman data.

D. Teknik Analisis data

Analisis data dilakukan menggunakan dua pendekatan, yaitu model interaktif dari Miles dan Huberman serta analisis etnografi Spradley. Proses analisis dimulai dengan reduksi data, yakni menyortir, memilih, dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya dilakukan penyajian data dalam bentuk naratif untuk mempermudah pemahaman hubungan antar elemen. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi melalui triangulasi data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan validitas temuan. Selain itu, digunakan pula analisis domain, taksonomi, komponensial, dan tema kultural sesuai dengan pendekatan Spradley untuk menggali makna yang lebih dalam dari konteks sosial yang diteliti.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Kewirausahaan Sosial

Café More id merupakan contoh praktik bisnis sosial yang secara mulus mengintegrasikan aktivitas bisnis dengan misi sosial. Tujuan utama kafe ini adalah membantu orang dengan disabilitas melalui pelatihan dan lingkungan kerja inklusif. Di antara strategi yang digunakan adalah pelatihan bertahap dan adaptif, inovasi operasional berdasarkan aksesibilitas, serta nilai inklusivitas dalam kegiatan sehari-hari

Tabel 4.1 Ringkasan Wawancara : Strategi Kewirausahaan sosial

Narasumber	Pertanyaan	Ringkasan jawaban
P1: Ibu Mira (kepala Program kerja wyata Guna)	Apa tujuan utama Café More id dalam merekrut penyandang disabilitas?	Tujuan utama bukan hanya memberi pekerjaan, tetapi juga menciptakan ruang tumbuh yang aman dan membangun rasa percaya diri mereka.
P2: Ibu Maudy (Penanggung jawab Cafe More id)	Bagaimana proses rekrutmen dan pelatihan dilakukan untuk barista disabilitas?	Rekrutmen dilakukan melalui Sentra Wyata Guna, diikuti pelatihan adaptif secara teknis dan mental, dengan pendekatan personal dan sabar.
P1: Ibu Mira (kepala Program kerja wyata Guna)	Bagaimana Cafe More Id mendesain lingkungan kerja agar ramah disabilitas?	Lingkungan kerja disesuaikan secara fisik dan sosial: penempatan alat, sistem komunikasi terbuka, dan tidak ada diskriminasi peran.

Sumber : Data dioalah oleh penulis (2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan dua pengelola utama Café More id, kesuksesan bisnis sosial tidak diukur berdasarkan indikator keuangan, melainkan berdasarkan perubahan sosial yang terjadi di kalangan penyandang disabilitas. Manfaatnya meliputi peningkatan rasa percaya diri, disiplin diri, dan kemauan untuk belajar dari barista penyandang disabilitas yang sebelumnya mengalami kesulitan akses dan diskriminasi sosial. Pertimbangan utama dalam mengevaluasi bisnis sosial ini dibagi menjadi dua dimensi. Tantangan internal mencakup data pelatihan dan kecepatan kerja, yang harus disesuaikan dengan kemampuan barista. Di sisi lain, stigma eksternal mencakup stigma masyarakat terhadap disabilitas serta dampak negatif pada promosi dan pembiayaan. Pengelola menekankan pentingnya prinsip dan filosofi humanis yang konsisten dengan keterbatasan yang ada sebagai sarana mencapai keadilan sosial.

Berdasarkan hasil dari dua pengelola utama, Café More id, kesuksesan bisnis sosial tidak diukur berdasarkan indikator keuangan, melainkan berdasarkan perubahan sosial yang terjadi di kalangan penyandang disabilitas. Manfaatnya meliputi peningkatan rasa percaya diri, disiplin diri, dan kemauan untuk belajar dari barista penyandang disabilitas yang sebelumnya mengalami kesulitan akses dan diskriminasi sosial. Untuk mengatasi masalah ini, Café

More.id mengembangkan solusi inovatif yang sesuai dengan konteks komunitas. Ini termasuk pelatihan manual untuk disabilitas berbasis internet, penggunaan alat kerja, navigasi menu, sistem shift fleksibel, dan tugas kerja berbasis audio. Inovasi ini mengikuti prinsip inovasi sosial yang diuraikan oleh Anggadwita dkk. (2023), yaitu inovasi yang didasarkan pada kebutuhan komunitas dan berfokus pada masa depan. Rekrutmen dilakukan bekerja sama dengan Sentra Wyata Guna, menggunakan proses seleksi berdasarkan pengetahuan psikologis dan teknis. Calon pekerja mengikuti pelatihan dasar dan magang sebelum diangkat sebagai karyawan tetap. Pelatihan bersifat personal, bertahap, dan memperhatikan kekuatan unik masing-masing individu. Menurut Wanyoike & Maseno (2021), strategi ini berfokus pada pemberdayaan kontekstual dan partisipatif.

Studi tentang bisnis sosial di Café More id menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang ampuh untuk membedakan bisnis. Pelanggan tidak hanya membeli barang, tetapi juga terlibat dalam interaksi emosional dalam misi sosial kafe. Namun, kelangsungan bisnis sosial memerlukan strategi komunikasi dan pendidikan publik yang kuat untuk membangun pemahaman yang luas tentang nilai inklusif yang disebutkan di atas. Hal ini sejalan dengan laporan ADB (2023), yang menyatakan bahwa banyak wirausaha sosial di Asia Tenggara menghadapi konflik antara idealisme sosial mereka dan realitas operasional mereka. Oleh karena itu, Café More id dapat dianggap sebagai contoh praktik bisnis sosial yang menekankan kesuksesan sosial daripada keuntungan finansial. Praktik ini sejalan dengan definisi Peredo & McLean (2021), yang menyatakan bahwa etika bisnis sosial tercermin dalam pengembangan modal sosial melalui aktivitas ekonomi inovatif dan terintegrasi.

B. Motivasi Dan Pemberdayaan Disabilitas

Motivasi merupakan faktor kunci yang mendorong pekerja disabilitas untuk terlibat aktif dalam kegiatan di Café More.id. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pekerja penyandang disabilitas memiliki dorongan yang kuat, baik secara intrinsik maupun ekstrinsik, untuk bekerja, belajar, dan mengembangkan diri. Motivasi intrinsik muncul dari rasa ingin membuktikan kemampuan diri, keinginan untuk mandiri, serta kebanggaan saat mampu melayani pelanggan. Sementara itu, motivasi ekstrinsik berasal dari penghargaan lingkungan sekitar, insentif finansial, serta dukungan dari pengelola dan pelanggan.

Tabel 4.2 Ringkasan Hasil Wawancara Pekerja Disabilitas

Narasumber	Pertanyaan	Ringkasan jawaban
Barista 1	Apa yang membuat Anda termotivasi untuk bekerja di Café More.id?	Merasa aman dan selalu saling support sehingga saya tidak khawatir merasa salah
Barista 2	Bagaimana perasaan Anda setelah diberi kepercayaan untuk bekerja dan melayani?	Merasa bangga, dihargai, dan keinginan membuktikan bahwasanya kita yang disabilitas juga bisa bekerja dengan baik seperti yang lainnya
Barista 3	Apakah Anda merasa berkembang secara pribadi sejak bekerja di café ini?	Saya merasa bermanfaat tidak takut untuk berinteraksi dan yang pastinya menjadi lebih percaya diri.

Sumber : Data diolah oleh penulis (2025)

Sebagian besar pekerja disabilitas menyatakan bahwa keterlibatan mereka di café bermula dari keinginan untuk membuktikan bahwa mereka mampu bekerja secara profesional seperti orang lain. Salah satu barista menyampaikan bahwa pelatihan di café memberinya tujuan hidup baru, bukan sekadar pekerjaan, tetapi juga kesempatan untuk berkembang secara personal. Keinginan untuk keluar dari pekerjaan tradisional yang terbatas, seperti jasa pijat, menjadi pemicu munculnya aspirasi untuk menempuh jalur kewirausahaan sosial. Lingkungan kerja Café More.id yang inklusif turut memperkuat motivasi. Suasana kerja yang suportif, tidak diskriminatif, dan penuh kepercayaan membuat barista merasa dihargai dan menjadi bagian dari tim. Meskipun tidak ada bentuk penghargaan formal seperti bonus, pengakuan non-material dari pelanggan dan pengelola—seperti pujian, kepercayaan mengatur shift, serta dilibatkan dalam pelatihan—mendorong peningkatan kepercayaan diri dan semangat kerja. Ini menunjukkan bahwa sistem pengakuan informal dapat menjadi sumber motivasi yang efektif dalam konteks kewirausahaan sosial (Anggadwita et al., 2023).

Lebih lanjut, dukungan komunitas pelatihan Wyata Guna juga memegang peran penting dalam pembentukan motivasi berkelanjutan. Mereka tidak hanya memberikan pelatihan teknis, tetapi juga pendampingan psikologis yang memungkinkan transisi aman dari pelatihan ke dunia kerja. Seperti yang dikemukakan oleh Wanyoike & Maseno (2021), komunitas pendukung merupakan salah satu elemen utama dalam menciptakan rasa percaya diri dan keberdayaan jangka panjang dalam kewirausahaan sosial. Menariknya, seiring dengan meningkatnya pengalaman kerja, motivasi para barista mengalami perkembangan. Beberapa dari mereka mulai memiliki aspirasi untuk menjadi

pelatih, membuka usaha sendiri, dan membantu penyandang disabilitas lainnya. Ini menunjukkan bahwa motivasi awal yang berbasis kebutuhan telah berkembang menjadi motivasi berbagi dampak sosial (Victor & Aigbodion, 2023).

C. Persepsi Dan Dukungan Konsumen

Salah satu indikator keberhasilan kewirausahaan sosial adalah sejauh mana masyarakat, khususnya konsumen, dapat menerima dan mendukung nilai-nilai sosial yang diusung oleh sebuah usaha. Dalam konteks Café More id, konsumen berperan penting dalam memperkuat keberlanjutan usaha, baik melalui dukungan moral, pengulangan pembelian, hingga promosi dari mulut ke mulut. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar konsumen menyatakan kekaguman dan rasa bangga terhadap keberadaan pekerja disabilitas yang aktif melayani mereka. Keunikan café yang mempekerjakan penyandang disabilitas justru dianggap sebagai nilai tambah, bukan kekurangan. Konsumen tidak mempermasalahkan keterbatasan fisik barista, bahkan merasa pelayanan yang mereka terima tetap profesional dan ramah. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif tentang misi sosial dapat membentuk kesadaran dan keterlibatan konsumen sejak awal (Anggadwita et al., 2023).

Tabel 4.3 Ringkasan Hasil Wawancara Konsumen Cafe More Id

Narasumber	Pertanyaan	Ringkasan jawaban
Konsumen 1	Bagaimana Anda menilai pelayanan yang diberikan oleh pekerja disabilitas di Café More.id?	Profesional, ramah, tidak ada kendala. Merasa bangga bisa mendukung usaha dengan nilai sosial
Konsumen 2	Apakah Anda mengetahui bahwa Café More mempekerjakan penyandang disabilitas?	Terinspirasi, merasa respect, pelayanan tetap memuaskan, dan bersedia datang kembali serta merekomendasikan.

Sumber : Data diolah oleh penulis (2025)

Dari hasil wawancara diatas Konsumen menilai bahwa praktik kerja yang berkaitan dengan disabilitas tidak hanya meningkatkan standar moral tetapi juga memperbaiki kualitas interaksi. Layanan yang ditawarkan profesional, ramah, dan terkadang bahkan empati. Seorang pelanggan menyebutkan kemampuan barista dalam melayani pelanggan sebagai bentuk layanan istimewa yang sulit didapatkan di tempat lain. Semua ini mendukung laporan ADB (2023), yang menyatakan bahwa persepsi publik terhadap kemampuan orang dengan disabilitas dapat meningkat ketika mereka diberikan lingkungan kerja yang profesional dan penuh pertimbangan. Lebih spesifik lagi, persepsi konsumen tidak hanya bersifat transaksional; mereka juga mengambil bentuk hubungan emosional dan sosial terkait pemberdayaan. Hal ini memperkuat temuan Victor dan Aigbodion (2023). yang menyebut bahwa konsumen cenderung lebih loyal terhadap bisnis sosial ketika mereka merasa menjadi bagian dari misi tersebut. Keterlibatan emosional ini menjadi modal penting dalam membangun komunitas konsumen yang tidak hanya membeli produk, tetapi juga menyebarkan narasi positif secara sukarela (Canpolat et al., 2025).

Selain persepsi terhadap konsep sosial dan kualitas pelayanan, respons dan dukungan nyata dari konsumen juga menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan strategi kewirausahaan sosial Café More ID. Dalam konteks Café More.id, konsumen tidak hanya menunjukkan kepuasan terhadap produk dan pelayanan, tetapi juga menyampaikan dukungan aktif terhadap misi sosial yang dijalankan. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar konsumen mengaku bahwa kesadaran akan nilai sosial yang dibawa oleh café ini memengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung, membeli, bahkan merekomendasikan kepada orang lain. Dukungan tersebut merupakan bentuk value-driven consumption, yaitu pola konsumsi yang dilandasi oleh kesadaran etis dan solidaritas sosial. Konsumen merasa bahwa setiap transaksi di Café More.id merupakan kontribusi langsung terhadap upaya pemberdayaan penyandang disabilitas. Sejalan dengan temuan Irita et al. (2023), generasi konsumen saat ini cenderung loyal terhadap bisnis yang mengintegrasikan nilai-nilai kemanusiaan dalam praktik operasionalnya. Selain membeli produk dan mempromosikan café secara sukarela melalui media sosial, konsumen juga memberikan saran strategis untuk memperluas jangkauan sosial usaha, seperti digitalisasi layanan pemesanan dan program keterlibatan pelanggan dalam aktivitas sosial. Keterlibatan aktif ini mencerminkan adanya co-creation of social value, di mana konsumen tidak hanya bertindak sebagai penerima layanan, tetapi juga sebagai mitra dalam memperkuat misi sosial bisnis (Canpolat et al., 2025).

Tabel 4.4 Ringkasan Hasil Wawancara Respon dan Dukungan Konsumen

Narasumber	Pertanyaan	Ringkasan jawaban
Konsumen 1	Apakah fakta bahwa Café More.id memberdayakan penyandang disabilitas memengaruhi keputusan Anda untuk datang ke sini?	Sangat berpengaruh. Awalnya saya memang ingin datang karena ingin mendukung bisnis sosial ini. Saya merasa dengan membeli produk di sini, saya ikut berkontribusi pada perubahan sosial. Ini jadi pilihan yang lebih bermakna daripada sekadar ngopi di tempat biasa.
Konsumen 2	Apakah fakta bahwa Café More.id memberdayakan penyandang disabilitas memengaruhi keputusan Anda untuk datang ke sini?	Setelah tahu konsep sosialnya, saya jadi lebih sering datang ke sini. Saya merasa lebih puas dan bahagia karena bukan hanya menikmati kopi, tapi juga menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar dan positif.

Sumber : Data diolah oleh Penulis (2025)

Keterlibatan konsumen dalam konteks ini bukan hanya sebagai pelanggan pasif, tetapi juga sebagai aktor yang terlibat secara emosional dan sosial. Hal ini mendukung gagasan Victor & Aigbodion (2023) yang menyatakan bahwa loyalitas konsumen dalam bisnis sosial bertumbuh dari keterlibatan emosional yang dibangun melalui narasi sosial dan pengalaman nyata. Dukungan berbasis nilai ini menunjukkan bahwa Café More.id telah berhasil membangun komunitas pelanggan yang berdaya secara ideologis. Mereka tidak hanya membeli karena kualitas produk, tetapi karena keterikatan pada tujuan sosial café. Pendekatan ini sesuai dengan konsep social entrepreneurship ecosystem yang diusung oleh ADB (2023), di mana keberlanjutan usaha sosial diperkuat oleh hubungan yang saling mendukung antara pelaku usaha, penerima manfaat, dan pelanggan. Dengan demikian, respons dan dukungan konsumen terhadap Café More.id membentuk kekuatan kolektif yang tidak hanya memperkuat aspek ekonomi bisnis sosial, tetapi juga meneguhkan legitimasi sosialnya di mata masyarakat luas.

D. Pembahasan

Café More.id menerapkan strategi bisnis sosial yang terintegrasi dengan tujuan bisnis. Fokus utama strategi ini adalah meningkatkan kesadaran tentang disabilitas, terutama melalui program pelatihan barista, magang, dan pelatihan kerja formal. Proses rekrutmen dilakukan secara sistematis dengan bekerja sama dengan Sentra Wyata Guna, yang memastikan kesejahteraan teknis dan psikologis karyawan. Inovasi sosial juga menjadi komponen kunci dari strategi ini. Manajemen kafe telah menerapkan sistem kerja inklusif, seperti perekaman audio, tampilan komputer, dan penyesuaian menu untuk mengakomodasi barista dengan disabilitas. Pendekatan ini sejalan dengan konsep inovasi inklusif (Peredo & McLean, 2021), yang mendorong adaptasi berdasarkan pengalaman. Strategi Café More.id juga menyoroti keberhasilan dalam membangun ikatan emosional dengan pelanggan dan memupuk loyalitas melalui nilai-nilai sosial, sebagaimana dijelaskan oleh Anggadwita et al. (2023). bahwa bisnis berbasis nilai sosial mampu meningkatkan kedekatan pelanggan dan memperkuat identitas merek.

Pemberdayaan yang di terapkan di Café More id tidak terbatas pada kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan saja, melainkan mencakup pengembangan kapasitas individu secara menyeluruh. Seperti Pelatihan teknis, tantangan yang berkaitan dengan pekerjaan, dan lingkungan kerja telah berkontribusi pada pertumbuhan kepercayaan diri, stabilitas ekonomi, dan partisipasi sosial para barista. Hal ini sejalan dengan teori psikologis dan sosial Zimmerman (2000) serta Teori Penentuan Diri Deci & Ryan (2018) Self-Determination Theory, yang menekankan pentingnya kompetensi dan otonomi. Perubahan ini dipicu oleh barista yang sebelumnya bekerja di lingkungan informal, kini mulai membuat kutipan, mengubah gaya hidup mereka, dan terlibat dalam interaksi sosial yang lebih luas. Studi oleh Oktarendah dan Sakti (2024) juga menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi berbasis komunitas dapat meningkatkan partisipasi sosial dan identitas kelompok positif, seperti disabilitas netra.

Interaksi antara barista disabilitas dan pelanggan menjadi bentuk hubungan yang lebih dari sekadar transaksi. Konsumen merasa terinspirasi oleh semangat barista, menciptakan koneksi emosional yang berdampak pada

loyalitas. Beberapa pelanggan bahkan mengungkapkan perubahan persepsi terhadap difabel karena pengalaman tersebut. Temuan ini mendukung studi Victor & Aigbodion (2023) dan Anggadwita et al. (2023), yang menyatakan bahwa persepsi dan hubungan sosial dalam kewirausahaan sosial mampu mengubah pola pikir masyarakat dan memperkuat solidaritas. Interaksi sosial yang intensif juga memberikan ruang refleksi dua arah, baik bagi barista maupun pelanggan. Bagi penyandang disabilitas, ini memperkuat rasa percaya diri dan kemampuan interpersonal. Sementara bagi konsumen, ini menjadi pengalaman edukatif yang meningkatkan empati dan pemahaman terhadap isu inklusi. Keberhasilan Café More.id tidak terlepas dari pengelolaan internal organisasi yang memperhatikan aspek psikologis pekerja. Investasi terhadap psychological capital seperti kepercayaan diri, optimisme, dan ketahanan terbukti meningkatkan motivasi dan kinerja barista (Maghfira et al., 2021; Dudija & Rahma, 2023). Meski demikian, transformasi ini memerlukan sistem kerja yang fleksibel dan dukungan lintas fungsi organisasi. Kendala internal, seperti keterbatasan infrastruktur atau budaya organisasi yang belum sepenuhnya inklusif, juga masih menjadi hambatan. Menurut Wahyuningtyas et al. (2021), adopsi strategi sosial di perusahaan perlu diimbangi dengan perubahan pola pikir manajerial dan kolaborasi fungsional agar dapat berjalan efektif.

Meski strategi kewirausahaan sosial Café More.id menunjukkan dampak positif, tantangan dalam implementasinya tidak bisa diabaikan. Keterbatasan sumber daya, lambatnya regenerasi pekerja, dan stigma masyarakat terhadap pekerja disabilitas menjadi hambatan signifikan. Tidak semua peserta pelatihan siap bekerja di ruang publik, dan sebagian pelanggan masih meragukan kapasitas difabel. Manajemen juga menghadapi dilema antara mempertahankan idealisme sosial dan kebutuhan bisnis untuk bertahan. Seperti diungkap oleh Victor & Aigbodion (2023), pelaku usaha sosial di negara berkembang kerap dihadapkan pada konflik antara nilai dan keberlangsungan ekonomi. Tantangan eksternal lain adalah minimnya dukungan dari sektor publik. Meskipun regulasi seperti UU No. 8/2016 telah diterbitkan, implementasi dan dukungan nyata di lapangan masih lemah (ADB, 2023). Dengan demikian, dibutuhkan kolaborasi multisektor—antara pemerintah, swasta, komunitas, dan akademisi—untuk memperkuat fondasi kewirausahaan sosial. Strategi Café More.id dapat menjadi model percontohan, tetapi untuk direplikasi secara luas, harus ada dukungan struktural yang lebih sistemik.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis strategi kewirausahaan sosial yang diterapkan oleh Café More ID dalam upayanya memberdayakan komunitas disabilitas, melalui studi kasus di Wyata Guna Bandung. Berdasarkan hasil analisis dan wawancara mendalam dengan pengelola, barista, dan konsumen. Dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Café More ID menerapkan strategi kewirausahaan sosial yang mencakup pelatihan barista terstruktur, perekrutan selektif melalui mitra komunitas seperti Sentra Wyata Guna, serta penciptaan lingkungan kerja yang inklusif. Strategi ini mencerminkan pendekatan kewirausahaan sosial yang tidak bersifat simbolik semata, tetapi membangun sistem kerja yang menyesuaikan dengan kebutuhan penyandang disabilitas netra. Inovasi yang diterapkan meliputi penggunaan panduan verbal, pelabelan alat kerja, serta pembagian tugas berdasarkan kekuatan individu. Strategi ini menggabungkan misi sosial dengan efektivitas operasional secara nyata dan sistematis.
2. Efektivitas strategi Café More ID terlihat dari meningkatnya keterampilan teknis, kepercayaan diri, serta kemandirian finansial para barista. Para penyandang disabilitas yang sebelumnya kesulitan mengakses pekerjaan kini mampu bekerja secara profesional dan dihargai dalam ruang sosial yang inklusif. Interaksi antara barista dan pelanggan pun berlangsung sehat dan bermakna. Konsumen bukan hanya menerima pelayanan, tetapi turut mengalami perubahan persepsi dan mendukung misi sosial café ini. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan berhasil memperluas makna pemberdayaan, baik secara ekonomi maupun sosial.
3. Café More ID menghadapi sejumlah tantangan, di antaranya keterbatasan dana, regenerasi barista yang lambat, serta ketidaksiapan mental sebagian peserta pelatihan. Stigma sosial terhadap kemampuan penyandang disabilitas masih kerap ditemukan, terutama dari masyarakat umum yang meragukan kualitas layanan mereka. Selain itu, dukungan kebijakan dari pemerintah maupun keterlibatan sektor swasta dan lembaga lainnya masih sangat terbatas, sehingga pengembangan program belum dapat dioptimalkan secara sistemik.
4. Café More ID berhasil menciptakan dampak nyata terhadap kemandirian ekonomi komunitas disabilitas. Para barista tidak hanya mendapatkan penghasilan tetap, tetapi juga mengembangkan soft skills dan rasa percaya diri yang tinggi. Mereka bahkan menunjukkan aspirasi untuk menjadi pelatih bagi rekan difabel lainnya atau memulai usaha mandiri. Kemandirian ekonomi ini memperkuat identitas mereka sebagai individu yang produktif dan mandiri di tengah masyarakat.
5. Strategi kewirausahaan sosial yang diterapkan berperan penting dalam membentuk motivasi komunitas disabilitas. Motivasi awal yang didorong oleh kebutuhan ekonomi berkembang menjadi semangat aktualisasi diri dan keinginan memberi dampak sosial. Hal ini selaras dengan teori identitas sosial dan Self-Determination Theory, di mana pembentukan

identitas produktif dan kombinasi motivasi intrinsik (keinginan untuk berdaya) serta ekstrinsik (dukungan pelatihan dan lingkungan kerja) menjadi pendorong kuat dalam keterlibatan aktif mereka di sektor ekonomi dan sosial.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi kewirausahaan sosial dan dampaknya terhadap pemberdayaan komunitas disabilitas di Café More ID, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait agar praktik baik ini dapat diperkuat, direplikasi, dan dikembangkan lebih luas lagi, diantaranya:

1. Melanjutkan penelitian dengan pendekatan metode campuran (*mixed-method*) agar diperoleh data kuantitatif dan kualitatif yang lebih komprehensif mengenai dampak program kewirausahaan sosial. Memperluas kajian ke berbagai jenis disabilitas dan lokasi lain di luar Bandung untuk memperkuat generalisasi hasil. Meneliti lebih dalam tentang faktor psikologis dan motivasi individu dalam konteks transformasi sosial melalui kerja eksklusif bagi penyandang disabilitas.
2. Kepada Pengelola Café More ID perlu memperkuat sistem pelatihan dan pendampingan berkelanjutan, serta menerapkan program mentoring antar-barista untuk membantu proses adaptasi dan transfer pengetahuan. Pemerintah diharapkan memberikan dukungan konkret melalui insentif pajak, kemudahan akses pembiayaan, dan penguatan regulasi seperti implementasi UU No. 8 Tahun 2016 secara nyata di tingkat daerah. Komunitas dan organisasi masyarakat sipil didorong membangun jejaring kerja sama dengan pelaku usaha sosial, menyuplai pelatih, relawan, serta membantu kampanye publik guna mengubah stigma terhadap difabel.
3. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan diantaranya: Pertama, lokasi studi hanya difokuskan pada satu tempat, yaitu Café More ID di Bandung. Hal ini membuat hasil penelitian belum dapat digeneralisasi untuk konteks yang lebih luas. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menyasar sektor lainnya yang memiliki misi sosial serupa maupun sektor usaha lain seperti jasa, Retail, atau pendidikan yang juga memberdayakan penyandang disabilitas. Dengan memperluas lokasi studi, hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan beragam. Kedua, jumlah informan dalam penelitian ini terbatas, yaitu hanya tujuh orang yang terdiri dari barista, pengelola, dan konsumen. Selain itu, meskipun pendekatan kualitatif memberikan pemahaman yang mendalam, metode ini belum mampu memberikan gambaran kuantitatif mengenai efisiensi program, seperti tingkat keberlanjutan kerja (*retensi*) dan dampak jangka panjang terhadap kesejahteraan para pekerja disabilitas. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, peneliti selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan Kuantitatif atau Mix Method agar diperoleh data yang lebih Komprehensif.

REFERENSI

- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Potret penyandang disabilitas di Indonesia: Hasil Long Form SP2020*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/20/43880dc0f8be5ab92199f8b9/potret-penyandang-disabilitas-di-indonesia--hasil-long-form-sp2020.html>
- Bansal, S., Garg, I., & Sharma, G. D. (2019). Social entrepreneurship as a path for social change and driver of sustainable development: A systematic review and research agenda. *Sustainability*, 11(4), 1091. <https://doi.org/10.3390/su11041091>
- Barnes, C., & Mercer, G. (2005). Disability, work and welfare: Challenging the social exclusion of disabled people. *Work, Employment & Society*, 19(3), 527–545. <https://doi.org/10.1177/0950017005055669>
- Boluk, K., & Mottiar, Z. (2014).. In *Exploring the motivation of social entrepreneurs* (ProQuest document no. 2784811715).
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., Almeida Monteiro, A., & Sánchez-García, J. C. (2021). Social entrepreneurship research: Intellectual structures and future perspectives. *Sustainability*, 13(14), 7532. <https://doi.org/10.3390/su13147532>
- Dees, J. G. (2023). The meaning of social entrepreneurship (Working Paper). Stanford Center for Social Innovation. <https://socialinnovation.stanford.edu/publications/meaning-social-entrepreneurship>
- Deshmukh, A. T., & Pwar, S. (2019). Relevance of Maslow’s hierarchy of needs to entrepreneurs. *Pramana Research Journal*, 9(1), 860–865.
- Fatoki, O. (2019). Determinants of social entrepreneurial intentions of university students in South Africa. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 10(6A(J)), 72–80. <https://doi.org/10.22610/jebbs.v10i6A.2663>
- Ghatak, S., & Singh, S. (2019). Examining Maslow’s hierarchy need theory in the social media adoption. *FIIB Business Review*, 8(4), 292–302. <https://doi.org/10.1177/2319714519882830>
- Hogg, M. A., & Terry, D. J. (2000). Social identity and self-categorization processes. Dalam M. A. Hogg & D. J. Terry (Eds.), *Social Identity Processes in Organizational Contexts* (hal. 1–15). Psychology Press.
- ILO [International Labour Organization]. (2023). Employment policies for persons with disabilities in Indonesia <https://www.ilo.org>
- Rappaport, J. (1981). In praise of paradox: A social policy of empowerment over prevention. *American Journal of Community Psychology*, 9(1), 1–25. <https://doi.org/10.1007/BF00896357>
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Stets, J. E., & Burke, P. J. (2000). Identity theory and social identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 63 (3), 224–237. <https://doi.org/10.2307/2695870>
- Undang-Undang No. 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas. Diakses pada 5 November 2024 dari <https://peraturan.go.id>
- World Economic Forum. Closing the disability inclusion gap with business leadership. *World Economic Forum Impact*. 2024. [Accessed via WEF Impact web platform.]
- Anggadwita, G., Indarti, N., & Ratten, V. (2023). Women entrepreneurs in the craft industry: A case study of the batik industry during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Sociology and Social Policy*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-12-2022-0305>
- Dudija, N., & Rahma, F. J. Psychological Capital Effect of Millenial Employees in Indonesia on Mental Health, Readiness for Change, and Job Insecurity. *International Research Journal of Economics and Management Studies IRJEMS*, 2(3).
- Wahyuningtyas, R., Disastra, G., & Rismayani, R. (2023). Toward cooperative competitiveness for community development in Economic Society 5.0. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(3), 594-620.
- Tribun Jabar. 2025. “240 Penyandang Disabilitas Di Kota Bandung Dipekerjakan Di 64 Perusahaan.” *tribun jabar*.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas. Diakses pada 5 November 2024 dari <https://peraturan.go.id>
- Victor, E., & Aigbodion, J. O. (2023). Social entrepreneurship and inclusive development in emerging economies: Challenges and opportunities. *Journal of Social Enterprise*, 9 (2), 112–129. <https://doi.org/10.1080/19420676.2023.2174523>

- Wanyoike, C. N., & Maseno, M. (2021). Exploring the motivation of social entrepreneurs in creating successful social enterprises in East Africa. *New England Journal of Entrepreneurship*, 24 (2), 79–104. <https://doi.org/10.1108/NEJE-02-2021-0242>
- Wanyoike & Maseno (2021). *"The motivations of social entrepreneurs: The case of Kenya"*. Pengalaman pribadi dan aspirasi kolektif menjadi pendorong utama dalam motivasi wirausaha sosial.
- Wahyuningtyas, R., Disastra, G., & Rismayani, R. (2023). Toward cooperative competitiveness for community development in Economic Society 5.0. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(3), 594-620.
- Wyata Guna. (2023). Program dan pemberdayaan penyandang disabilitas di Komunitas Wyata Guna .
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage Publications.
- Yunanto, Y., Suhariadi, F., Yulianti, P., Andajani, W., & Subagyo. (2021). Creating social entrepreneurship value for economic development. *Problems and Perspectives in Management*, 19 (4), 124–137. [https://doi.org/10.21511/ppm.19\(4\).2021.10](https://doi.org/10.21511/ppm.19(4).2021.10)
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2020). Social value creation in hybrid organizations. *Journal of Business Venturing*, 35 (1), 105924. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.10.004>
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.
- Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational, and community levels of analysis. Dalam J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of Community Psychology* (hal. 43–63). Springer

