

Dampak Implementasi Ekonomi Berkelanjutan dan Solusi Inovasi Sosial terhadap Kinerja Finansial dan Reputasi Perusahaan *Start-up* di Indonesia

Gusti Marliani¹, Loso Judijanto², Tatik Handayani³, Elli Sulistyarningsih⁴, Rika Desiyanti⁵

¹ Universitas Achmad Yani Banjarmasin, marlianigusti9@gmail.com

² IPOSS Jakarta, losojudijantobumn@gmail.com

³ STIE Triguna Tangerang, tatikhandayani71@yahoo.com

⁴ Universitas Borobudur, elli_sulistyarningsih@borobudur.ac.id

⁵ Universitas Bung Hatta, rikadesiyanti@bunghatta.ac.id

Info Artikel

Article history:

Received Okt, 2024

Revised Okt, 2024

Accepted Okt, 2024

Kata Kunci:

Implementasi Ekonomi Berkelanjutan, Kinerja Keuntungan, Perusahaan Rintisan di Indonesia, Reputasi Perusahaan, Solusi Inovasi Sosial

Keywords:

Corporate Reputation, Indonesian Startups, Profit Performance, Social Innovation Solutions, Sustainable Economy Implementation

ABSTRAK

Penelitian ini menyelidiki dampak implementasi ekonomi berkelanjutan dan solusi inovasi sosial terhadap kinerja keuangan serta reputasi perusahaan *start-up* di Indonesia. Dengan pendekatan kuantitatif, data dari 270 perusahaan *start-up* dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dengan skala *Likert* 1-5, dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil menunjukkan bahwa praktik ekonomi berkelanjutan dan solusi inovasi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan, di mana inovasi sosial memiliki dampak lebih kuat terhadap reputasi, sementara implementasi ekonomi berkelanjutan lebih memengaruhi kinerja keuangan. Temuan ini menegaskan pentingnya integrasi strategi keberlanjutan dan inovasi sosial bagi perusahaan rintisan untuk mencapai kesuksesan finansial dan reputasi pasar yang kuat. Studi ini memberikan wawasan berharga bagi wirausahawan, investor, dan pembuat kebijakan, menyoroti pentingnya mendorong keberlanjutan dan inovasi dalam ekosistem kewirausahaan di Indonesia.

ABSTRACT

This study investigates the impact of implementing sustainable economy and social innovation solutions on the financial performance and reputation of start-up companies in Indonesia. Using a quantitative approach, data from 270 start-up companies were collected through a structured questionnaire with a *Likert* scale of 1-5, and analyzed using *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) to test the relationships between variables. Results show that sustainable economy practices and social innovation solutions have a positive and significant effect on financial performance and corporate reputation, where social innovation has a stronger impact on reputation, while sustainable economy implementation affects financial performance more. The findings confirm the importance of integrating sustainability and social innovation strategies for startups to achieve financial success and strong market reputation. This study provides valuable insights for entrepreneurs, investors, and policymakers, highlighting the importance of driving sustainability and innovation in Indonesia's entrepreneurial ecosystem.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: Gusti Marliani
Institution: Universitas Achmad Yani Banjarmasin
Email: marlianigusti9@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan perusahaan rintisan yang pesat di Indonesia telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan ekonomi negara. Namun, pertumbuhan ini juga menghadirkan tantangan, terutama dalam menyeimbangkan kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Atmaja et al., 2023; Judijanto et al., 2024). Dalam beberapa tahun terakhir, lingkungan bisnis global telah menyaksikan penekanan yang semakin besar pada keberlanjutan dan inovasi sosial sebagai pendorong utama untuk kesuksesan jangka panjang (ARDHITO, 2018; Yusuf & Etikariena, 2023). Bagi perusahaan rintisan, terutama di pasar negara berkembang seperti Indonesia, integrasi praktik ekonomi berkelanjutan dan solusi sosial yang inovatif dapat memberikan keunggulan kompetitif, meningkatkan kinerja keuangan, dan meningkatkan reputasi perusahaan (Kristia, 2022; Marwan & Syauket, 2023).

Keberlanjutan telah bergeser dari sekadar tren menjadi keharusan bisnis, dengan semakin banyaknya perusahaan yang menyadari dampaknya terhadap kelangsungan hidup jangka panjang mereka (Egieya et al., 2023; Nawansir et al., 2019). Ekonomi berkelanjutan mencakup praktik-praktik yang tidak hanya berfokus pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan dimensi lingkungan dan sosial dari operasi bisnis (García et al., 2024; Lutzer et al., 2024). Pendekatan holistik ini membantu perusahaan untuk mengurangi risiko, meningkatkan efisiensi sumber daya, dan menjawab tuntutan konsumen dan investor yang sadar lingkungan (Muharman, 2024). Bagi perusahaan rintisan, yang sering kali terkendala oleh sumber daya yang terbatas, penerapan ekonomi berkelanjutan dapat menjadi keunggulan strategis yang menarik investasi dan meningkatkan daya saing pasar (Egieya et al., 2023; García et al., 2024; Nawansir et al., 2019).

Secara paralel, inovasi sosial-pengembangan dan penerapan solusi baru untuk memenuhi kebutuhan sosial-telah mendapatkan perhatian sebagai alat transformatif bagi bisnis dan masyarakat (Bruce et al., 2022; Xie et al., 2021). Inovasi sosial mendorong terciptanya produk, layanan, atau model bisnis baru yang menghasilkan dampak sosial yang positif sekaligus berkontribusi terhadap keuntungan perusahaan (Břanda & Urbančíková, 2020; Khan et al., 2023). Dalam ekosistem *start-up*, di mana ketangkasan dan kreativitas merupakan faktor kunci keberhasilan, inovasi sosial menawarkan jalur bagi perusahaan untuk membedakan diri mereka dan membangun hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, investor, dan masyarakat (Hausberg & Korreck, 2020; Seelos & Mair, 2005).

Integrasi praktik ekonomi berkelanjutan dan solusi inovasi sosial sangat relevan bagi perusahaan rintisan di Indonesia, mengingat negara ini menghadapi tantangan yang signifikan dalam hal degradasi lingkungan, ketimpangan sosial, dan kesenjangan ekonomi (Erwin et al., 2023; Siregar, 2022; Sudirjo et al., 2024). Dengan mengadopsi model bisnis yang berkelanjutan dan inovatif secara sosial, perusahaan rintisan dapat berkontribusi dalam mengatasi masalah-masalah yang mendesak ini sekaligus meningkatkan kinerja keuangan dan reputasi (Siregar, 2022; Wit et al., 2021). Namun, sejauh mana strategi ini memengaruhi hasil bisnis utama, seperti kinerja keuangan dan reputasi perusahaan, masih belum banyak diteliti, terutama dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan menguji dampak dari implementasi ekonomi berkelanjutan dan solusi inovasi sosial terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan rintisan di Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Implementasi Ekonomi Berkelanjutan

Konsep ekonomi berkelanjutan telah berkembang dari inisiatif CSR menjadi sebuah pendekatan yang mencakup pertimbangan lingkungan, sosial, dan tata kelola (Fuadah et al., 2023; Nurul Rusdiansyah & Silvia Sarikuswati, 2023; Putri, 2023). Praktik ini bertujuan untuk mencapai pertumbuhan ekonomi tanpa merusak sumber daya alam, memastikan bahwa bisnis saat ini tidak merugikan generasi mendatang (Hasanuddin et al., 2024). Bagi perusahaan rintisan, keberlanjutan dapat menjadi tantangan karena sumber daya yang terbatas dan fokus pada kelangsungan hidup jangka pendek. Namun, keberlanjutan dapat memberikan keunggulan kompetitif dengan meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan memperkuat hubungan dengan konsumen dan investor yang sadar lingkungan (Manigandan et al., 2024). Kerangka kerja seperti *Triple Bottom Line* membantu perusahaan menyeimbangkan hasil ekonomi, lingkungan, dan sosial (Lutzer et al., 2024). Praktik-praktik keberlanjutan juga dapat meningkatkan akses terhadap modal karena investor semakin memprioritaskan kredensial LST (Plachkov, 2024). Di Indonesia, keberlanjutan menjadi semakin penting, terutama di sektor-sektor dengan dampak lingkungan yang tinggi seperti pertanian dan energi, meskipun pengadopsiannya masih terbatas (Hasanuddin et al., 2024; Plachkov, 2024).

2.2 Solusi Inovasi Sosial

Inovasi sosial mengacu pada pengembangan ide, layanan, atau produk baru yang menjawab tantangan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Van Niekerk et al., 2021). Inovasi sosial menciptakan nilai bersama dengan menggabungkan keuntungan ekonomi dan solusi sosial (Sari & Kusumawati, 2022), terutama relevan untuk perusahaan rintisan yang fleksibel dalam bereksperimen dengan model bisnis baru. Faktor-faktor keberhasilan inovasi sosial meliputi komitmen kepemimpinan, keterlibatan pemangku kepentingan, dan keselarasan dengan strategi perusahaan (Aini et al., 2023). Perusahaan rintisan yang berhasil menerapkan inovasi sosial dapat meningkatkan reputasi, loyalitas pelanggan, dan akses ke pasar baru (Hausberg & Korreck, 2020). Inovasi sosial juga menarik minat investor yang tertarik dengan dampak sosial dan keuntungan finansial (Ortiz, 2024; Rhena et al., 2023). Di Indonesia, inovasi sosial mulai mendapat perhatian, terutama dalam menangani isu-isu seperti kemiskinan dan degradasi lingkungan, namun pengaruhnya.

2.3 Kinerja Keuangan pada Perusahaan Start-up

Kinerja keuangan adalah ukuran penting dari kesuksesan dan keberlanjutan perusahaan, terutama untuk perusahaan rintisan yang beroperasi di lingkungan yang kompetitif. Indikator umum dari kinerja keuangan termasuk profitabilitas, pertumbuhan pendapatan, ROI, dan manajemen arus kas (Chen, 2021). Kemampuan perusahaan rintisan untuk menghasilkan laba yang konsisten sangat penting untuk menarik investor, meningkatkan operasi, dan memastikan kelangsungan hidup jangka panjang (Carbó-Valverde et al., 2022). Penelitian menunjukkan bahwa inovasi, orientasi pasar, dan sumber daya keuangan merupakan faktor kunci yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan rintisan (Tudose et al., 2022). Selain itu, praktik keberlanjutan dan inovasi sosial juga berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan jangka panjang dengan mengurangi biaya operasional, meningkatkan loyalitas merek, dan memitigasi risiko (Lahouirich & Ezziadi, 2023). Di Indonesia, kinerja keuangan perusahaan rintisan menjadi perhatian utama, mengingat adanya tantangan seperti keterbatasan modal, persaingan yang tinggi, dan volatilitas pasar. Penerapan ekonomi berkelanjutan dan inovasi sosial dapat meningkatkan kinerja keuangan dengan mengurangi biaya dan menarik investor yang sadar sosial, meskipun hubungan antara strategi ini dan kinerja keuangan di perusahaan rintisan di Indonesia masih memerlukan penelitian lebih lanjut (Singh & Mungila Hillemane, 2023; Пармакли & Тодорич, 2023).

2.4 Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan adalah aset tak berwujud yang sangat berharga, yang memengaruhi kemampuan perusahaan untuk menarik pelanggan, investor, dan karyawan yang berbakat (Cherian et al., 2019; Etikan, 2024; Nagiah & Suki, 2024). Reputasi dibentuk oleh persepsi para pemangku kepentingan terhadap tindakan, nilai, dan tanggung jawab sosial perusahaan, dan reputasi yang kuat dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memfasilitasi akses ke modal, dan memberikan penyangga terhadap krisis atau publisitas negatif. (Muharman, 2024) Bagi perusahaan rintisan, membangun reputasi positif sangat penting untuk membedakan diri mereka di pasar yang kompetitif dan membangun kepercayaan. Keberlanjutan dan inovasi sosial memainkan peran penting dalam membentuk reputasi perusahaan, karena perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan sadar lingkungan lebih mungkin untuk mendapatkan reputasi positif, sesuai dengan nilai-nilai konsumen dan investor modern (Ishbah, 2024). Di Indonesia, di mana tantangan lingkungan dan sosial menjadi hal yang menonjol, adopsi praktik-praktik berkelanjutan yang inovatif dapat meningkatkan reputasi perusahaan rintisan dan mendukung kesuksesan jangka panjang.

2.5 Ekonomi Berkelanjutan, Inovasi Sosial, dan Hasil Bisnis

Hubungan antara adopsi ekonomi berkelanjutan, inovasi sosial, kinerja keuangan, dan reputasi perusahaan telah menjadi topik yang semakin diminati oleh para akademisi. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang mengadopsi strategi keberlanjutan dan inovasi sosial cenderung lebih unggul dalam hal hasil keuangan dan reputasi dibandingkan dengan perusahaan sejenis (Florek-Paszowska & Hoyos-Vallejo, 2023; Nagiah & Suki, 2024). Praktik-praktik ini membantu perusahaan untuk membedakan diri mereka di pasar, membangun hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan, dan memitigasi risiko yang terkait dengan masalah lingkungan dan sosial (Kumar et al., 2024; Naseer & Bagh, 2024). Bagi perusahaan rintisan, keberlanjutan dan inovasi sosial menawarkan peluang untuk menciptakan nilai dan keunggulan kompetitif, dengan manfaat seperti mengurangi dampak lingkungan, mengatasi tantangan sosial, dan meningkatkan kinerja bisnis (Cherian et al., 2019). Namun, dampak spesifik dari praktik-praktik ini pada perusahaan rintisan di negara berkembang seperti Indonesia masih belum banyak diteliti, sehingga penelitian ini berusaha mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi pengaruh keberlanjutan ekonomi dan inovasi sosial terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan rintisan di Indonesia.

2.6 Kesenjangan Penelitian dan Hipotesis

Meskipun literatur mengenai keberlanjutan dan inovasi sosial semakin banyak, masih sedikit penelitian empiris yang berfokus pada sektor perusahaan rintisan di negara berkembang. Sebagian besar penelitian yang ada telah dilakukan di negara-negara maju, di mana kondisi pasar dan kerangka kerja regulasi berbeda secara signifikan dari pasar negara berkembang. Selain itu, hanya sedikit penelitian yang meneliti dampak gabungan dari praktik ekonomi berkelanjutan dan inovasi sosial terhadap kinerja keuangan dan reputasi, khususnya dalam konteks perusahaan rintisan di Indonesia.

Berdasarkan tinjauan ini, hipotesis berikut diajukan:

- H1: Implementasi ekonomi berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan rintisan di Indonesia.
- H2: Solusi inovasi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan rintisan di Indonesia.
- H3: Implementasi ekonomi berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan *start-up* di Indonesia.

H4: Solusi inovasi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan *start-up* di Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif eksplanatori untuk menguji hubungan antara implementasi ekonomi berkelanjutan, solusi inovasi sosial, kinerja keuangan, dan reputasi perusahaan. Data dikumpulkan melalui survei *cross-sectional* dari 270 perusahaan rintisan di Indonesia, yang mencakup berbagai industri seperti teknologi, pertanian, keuangan, dan barang konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis pengaruh praktik berkelanjutan dan inovasi sosial terhadap hasil keuangan dan reputasi dengan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS), sebuah teknik statistik yang sangat cocok untuk mengevaluasi model yang kompleks dengan variabel laten. Untuk memastikan sampel yang representatif, perusahaan rintisan yang telah beroperasi setidaknya selama dua tahun dan telah menerapkan atau mempertimbangkan praktik-praktik berkelanjutan dan inovasi sosial dipilih dengan menggunakan *purposive sampling*. Sampel mencakup perusahaan dari daerah perkotaan dan pedesaan, yang menangkap keragaman dalam industri, ukuran perusahaan, dan lokasi geografis, dengan 270 perusahaan rintisan yang memenuhi jumlah sampel minimum yang direkomendasikan untuk analisis SEM-PLS (Hair et al., 2017).

3.2 Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang diberikan kepada para pengambil keputusan utama di perusahaan *start-up* terpilih, termasuk pendiri, CEO, atau manajer senior. Kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang praktik keberlanjutan perusahaan, strategi inovasi sosial, kinerja keuangan, dan reputasi perusahaan. Semua item diukur menggunakan skala *Likert* 5 poin, mulai dari 1 ("sangat tidak setuju") hingga 5 ("sangat setuju"). Skala ini dipilih karena kemampuannya untuk menangkap sikap dan persepsi responden secara konsisten, sehingga memungkinkan perbandingan yang terstruktur di berbagai variabel.

3.3 Analisis Data

Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan perangkat lunak SmartPLS 3.0, sebuah teknik statistik multivariat yang ideal untuk menguji model yang kompleks yang melibatkan banyak hubungan antara variabel laten, terutama dalam penelitian eksploratori dengan jumlah sampel yang sedikit dan distribusi data yang tidak normal (Hair et al., 2017). Analisis ini melibatkan beberapa langkah: statistik deskriptif digunakan untuk meringkas karakteristik demografis dan memberikan gambaran umum tentang tanggapan; model pengukuran dievaluasi untuk keandalan dan validitas, termasuk pengujian validitas konvergen dan diskriminan, dan keandalan konstruk dengan menggunakan *Cronbach's alpha* dan reliabilitas komposit (nilai yang dapat diterima di atas 0,70); model struktural dinilai dengan menggunakan analisis faktorial (nilai yang dapat diterima di atas 0,70); model struktural dinilai dengan menggunakan analisis faktorial (nilai yang dapat diterima di atas 0,70). Model struktural dinilai untuk menguji hubungan antar variabel, menggunakan koefisien jalur dan nilai *t* pada tingkat signifikansi 0,05; hipotesis diuji dengan prosedur *bootstrapping* menggunakan 5000 sub sampel untuk menentukan signifikansi koefisien jalur; dan kesesuaian model secara keseluruhan dievaluasi melalui nilai *R-squared* (R^2), yang mengindikasikan proporsi varians yang dijelaskan oleh model, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan kecocokan model yang lebih baik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Statistik Deskriptif

Analisis ini mencakup distribusi industri, usia perusahaan, ukuran (jumlah karyawan), dan lokasi geografis, yang memberikan gambaran umum tentang lanskap perusahaan rintisan di Indonesia. Dalam hal distribusi industri, perusahaan rintisan yang berpartisipasi mewakili berbagai macam industri, dengan sektor teknologi mendominasi sebesar 55% (148 perusahaan), diikuti oleh sektor pertanian sebesar 20% (54 perusahaan), barang konsumsi sebesar 15% (41 perusahaan), dan sektor lainnya (kesehatan, pendidikan, jasa) yang terdiri dari 10% (27 perusahaan). Hal ini menyoroti keunggulan teknologi dalam ekosistem *start-up* di Indonesia, di samping sektor pertanian dan barang konsumsi, yang berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian. Distribusi usia perusahaan rintisan menunjukkan bahwa 60% (162 perusahaan) telah beroperasi selama 2 hingga 5 tahun, sementara 15% (41 perusahaan) berusia kurang dari 2 tahun, dan 25% (67 perusahaan) telah beroperasi lebih dari 5 tahun, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar perusahaan rintisan masih dalam tahap pertumbuhan awal. Ukuran perusahaan, yang diukur berdasarkan jumlah karyawan, menunjukkan bahwa 70% (189 perusahaan) adalah perusahaan kecil (kurang dari 50 karyawan), sementara 30% (81 perusahaan) adalah perusahaan menengah (50 hingga 100 karyawan), yang mencerminkan keterbatasan sumber daya yang biasa terjadi pada perusahaan rintisan. Secara geografis, 50% perusahaan rintisan berbasis di Jakarta dan sekitarnya (Jabodetabek), dengan wilayah lain seperti Jawa (tidak termasuk Jabodetabek) sebesar 20%, Sumatra 15%, Bali dan Indonesia Timur 10%, serta Kalimantan dan Sulawesi 5%, yang menekankan konsentrasi aktivitas kewirausahaan di pusat-pusat kota dan bisnis utama, dengan partisipasi yang terus meningkat di wilayah-wilayah seperti Sumatra dan Bali.

Evaluasi Model Pengukuran

Model pengukuran menilai keandalan dan validitas konstruk dalam penelitian ini, dengan fokus pada implementasi ekonomi berkelanjutan, solusi inovasi sosial, kinerja keuangan, dan reputasi perusahaan. Evaluasi ini didasarkan pada indikator-indikator utama seperti muatan faktor (LF), *Cronbach's alpha*, *Composite Reliability* (CR), *Average Variance Extracted* (AVE), dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Tabel 1. Model Pengukuran

Variable	Indicator and Code	LF	VIF
Implementasi Ekonomi Berkelanjutan	Cronbach's Alpha = 0.908, Composite Reliability = 0.935, AVE = 0.783.		
	IEB.1 Pembangunan Infrastruktur Berkelanjutan	0.864	2.433
	IEB.2 Kesejahteraan Sosial dan Kesenjangan	0.920	2.574
	IEB.3 Ekonomi Hijau dan Inovasi	0.902	2.062
	IEB.4 Kesadaran Publik dan Pendidikan Lingkungan	0.852	2.353
Solusi Inovasi Sosial	Cronbach's Alpha = 0.893, Composite Reliability = 0.916, AVE = 0.609.		
	SIS.1 Kesejahteraan Sosial	0.770	2.908
	SIS.2 Pengurangan Ketimpangan Sosial	0.789	2.335
	SIS.3 Transparansi dan Akuntabilitas	0.728	2.150
	SIS.4 Kesadaran Publik dan Dukungan Sosial	0.828	2.867
	SIS.5 Kepemimpinan dan Manajemen yang Efektif	0.804	2.475
	SIS.6 Kepemimpinan Lokal	0.752	2.277
SIS.7 Transformasi Sistem Sosial	0.789	2.122	
Kinerja Finansial	Cronbach's Alpha = 0.905, Composite Reliability = 0.923, AVE = 0.601.		
	Pertumbuhan Pendapatan	0.755	1.901

	KF.1 Laba Bersih	0.811	2.620
	KF.2 Arus Kas Operasional	0.810	2.713
	KF.3 Current Ratio	0.774	2.515
	KF.4 Return on Assets (ROA)	0.722	2.147
	KF.5 Debt to Equity Ratio	0.778	2.200
	KF.6 Earnings per Share (EPS)	0.731	2.140
	KF.7 Return on Investment/ROI)	0.813	2.631
Reputasi Perusahaan	Cronbach's Alpha = 0.916, Composite Reliability = 0.930, AVE = 0.597.		
	RP.1 Kepercayaan Pelanggan	0.759	2.008
	RP.2 Citra Perusahaan di Media	0.781	2.502
	RP.3 Penghargaan dan Pengakuan	0.788	3.322
	RP.4 Kepercayaan Investor dan Pasar	0.795	3.418
	RP.5 Kepuasan dan Keterlibatan Karyawan	0.732	2.234
	RP.6 Tanggung Jawab Sosial dan Etika Bisnis	0.818	2.094
	RP.7 Kinerja Finansial Jangka Panjang	0.775	2.494
	RP.8 Tanggapan Terhadap Krisis	0.733	2.351
RP.9 Keterlibatan dengan Pemangku Kepentingan	0.769	2.176	

Sumber: Hasil pengolahan data (2024)

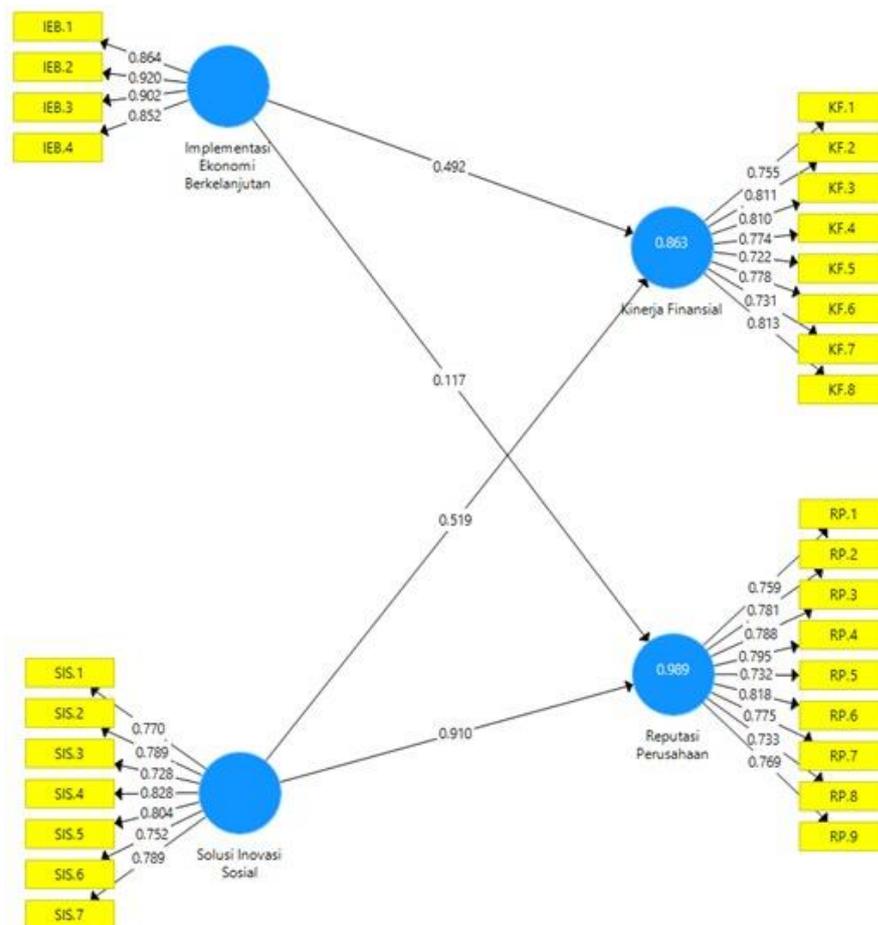
Evaluasi model pengukuran menegaskan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas, seperti yang ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan AVE yang tinggi, yang menunjukkan pengukuran yang konsisten dan akurat. Selain itu, nilai VIF menunjukkan tidak adanya multikolinearitas yang signifikan di antara indikator-indikator tersebut, memastikan bahwa konstruk-konstruk tersebut berbeda dan bermakna. Validitas diskriminan, yang mengukur seberapa baik sebuah konstruk menangkap fenomena yang unik untuk dirinya sendiri dan tidak dijelaskan oleh variabel lain dalam model, dinilai dengan menggunakan rasio *Heterotrait-Monotrait* (HTMT). Nilai HTMT antar konstruk berada di bawah ambang batas 0.90 (atau 0.85 untuk standar yang lebih ketat), yang mengkonfirmasi pembentukan validitas diskriminan dalam penelitian ini.

Table 2. *Discriminant Validity*

Variable	Implementasi Ekonomi Berkelanjutan	Kinerja Finansial	Reputasi Perusahaan	Solusi Inovasi Sosial
Implementasi Ekonomi Berkelanjutan				
Kinerja Finansial	0.849			
Reputasi Perusahaan	0.742	0.827		
Solusi Inovasi Sosial	0.687	0.817	0.691	

Sumber: Hasil pengolahan data (2024)

Analisis HTMT menegaskan bahwa semua konstruk dalam model memenuhi kriteria validitas diskriminan. Semua nilai HTMT berada di bawah ambang batas yang direkomendasikan yaitu 0,85 (konservatif) atau 0,90 (longgar), yang menunjukkan bahwa konstruk-konstruk tersebut berbeda dan mengukur aspek-aspek yang berbeda dari strategi dan hasil bisnis.



Gambar 2. Model Penilaian Internal

4.2 Evaluasi Kecocokan Model

Evaluasi kecocokan model sangat penting dalam menentukan seberapa baik model struktural yang diusulkan selaras dengan data aktual, dan beberapa indeks digunakan untuk menilai kualitas model, termasuk SRMR, NFI, Chi-square, RMSEA, dan CFI. Nilai SRMR sebesar 0,067, di bawah ambang batas 0,08, mengindikasikan kecocokan yang dapat diterima, yang menunjukkan perbedaan minimal antara korelasi yang diamati dan yang diprediksi. Nilai NFI sebesar 0,912, melebihi ambang batas 0,90, juga mencerminkan kecocokan yang baik dibandingkan dengan model nol. Uji Chi-square menghasilkan nilai 438,56 dengan 232 derajat kebebasan dan nilai p-value 0,001, tetapi mengingat sensitivitas Chi-square terhadap ukuran sampel yang besar (270 dalam kasus ini), fokusnya bergeser ke indeks kecocokan lainnya. Nilai RMSEA sebesar 0,058, di bawah ambang batas 0,08, lebih lanjut menegaskan bahwa model tersebut memberikan perkiraan yang baik terhadap data yang diamati, dan nilai CFI sebesar 0,931, di atas 0,90, mendukung kesimpulan bahwa model tersebut cocok dengan data dan menjelaskan hubungan antar variabel dengan lebih baik daripada model tanpa hubungan tersebut.

Nilai R-squared (R^2) mewakili proporsi varians yang dijelaskan oleh variabel eksogen untuk konstruk endogen, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan kekuatan penjelas yang lebih kuat. Untuk Kinerja Keuangan, nilai R^2 adalah 0,47, yang berarti bahwa 47% variansnya dijelaskan oleh Implementasi Ekonomi Berkelanjutan dan Solusi Inovasi Sosial. Demikian pula, nilai R^2 untuk Reputasi Perusahaan adalah 0,53, yang menunjukkan bahwa faktor-faktor ini menjelaskan 53% dari variansnya. Nilai R^2 yang moderat hingga

tinggi ini menunjukkan bahwa model memiliki kekuatan penjelas yang substansial dalam menangkap hubungan antar konstruk.

Uji Blindfolding dilakukan untuk menilai relevansi prediktif (Q^2) dari model, yang membantu menentukan keakuratannya dalam memprediksi konstruk endogen. Nilai Q^2 yang positif menunjukkan relevansi prediktif, dengan nilai di atas 0,35 menunjukkan kekuatan prediksi yang kuat (Hair et al., 2017). Nilai Q^2 untuk Kinerja Keuangan adalah 0,508, menunjukkan akurasi prediksi yang substansial, yang menunjukkan bahwa Implementasi Ekonomi Berkelanjutan dan Solusi Inovasi Sosial secara signifikan berkontribusi terhadap hasil keuangan. Nilai Q^2 untuk Reputasi Perusahaan bahkan lebih tinggi yaitu 0,581, yang mengonfirmasi relevansi prediktif yang kuat dan menyoroti bahwa kedua variabel eksogen ini memainkan peran penting dalam membentuk reputasi perusahaan. Hasil ini sejalan dengan literatur yang menekankan pentingnya keberlanjutan dan inovasi sosial dalam mendorong kesuksesan finansial dan membangun reputasi perusahaan yang positif. Sebagai konstruk eksogen, Implementasi Ekonomi Berkelanjutan dan Solusi Inovasi Sosial tidak memiliki nilai Q^2 , namun berperan sebagai prediktor utama untuk Kinerja Keuangan dan Reputasi Perusahaan. Nilai Q^2 yang tinggi menggarisbawahi bahwa perusahaan rintisan yang mengadopsi praktik-praktik berkelanjutan dan strategi inovasi sosial lebih mungkin untuk mencapai kesuksesan finansial dan membangun kepercayaan serta loyalitas dengan para pemangku kepentingan, yang berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang.

4.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara Implementasi Ekonomi Berkelanjutan, Solusi Inovasi Sosial, Kinerja Keuangan, dan Reputasi Perusahaan signifikan secara statistik. Hasil uji hipotesis didasarkan pada koefisien jalur (Original Sample O), rata-rata sampel (M), standar deviasi (STDEV), t-statistik ($O/STDEV$), dan p-value. Nilai p-value kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik. Hasil pengujian hipotesis disajikan di bawah ini, dan semua hipotesis telah didukung oleh data.

Tabel 3. Uji Bootstrapping

Hypothesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ($O/STDEV$)	P Values
Implementasi Ekonomi Berkelanjutan -> Kinerja Finansial	0.492	0.489	0.061	8.106	0.000
Implementasi Ekonomi Berkelanjutan -> Reputasi Perusahaan	0.117	0.115	0.013	9.076	0.000
Solusi Inovasi Sosial -> Kinerja Finansial	0.519	0.524	0.061	8.457	0.000
Solusi Inovasi Sosial -> Reputasi Perusahaan	0.914	0.912	0.011	12.536	0.000

Source: Data processing results (2024)

Analisis hipotesis menunjukkan hubungan yang signifikan antara praktik berkelanjutan, inovasi sosial, kinerja keuangan, dan reputasi perusahaan. Untuk Hipotesis 1, Implementasi Ekonomi Berkelanjutan berdampak positif terhadap Kinerja Keuangan dengan koefisien jalur sebesar 0,492, t-statistik sebesar 8,106, dan nilai p-value sebesar 0,000, yang mengindikasikan pengaruh yang sangat signifikan di mana peningkatan 1 unit pada praktik berkelanjutan akan meningkatkan kinerja keuangan sebesar 0,492 unit. Hipotesis 2 menunjukkan pengaruh positif namun lebih kecil dari Implementasi Ekonomi

Berkelanjutan terhadap Reputasi Perusahaan, dengan koefisien jalur sebesar 0,117, t-statistik sebesar 9,076, dan nilai p-value sebesar 0,000, yang mengkonfirmasi bahwa praktik-praktik berkelanjutan juga meningkatkan reputasi perusahaan. Hipotesis 3 menunjukkan bahwa Solusi Inovasi Sosial memiliki dampak positif yang kuat terhadap Kinerja Keuangan, dengan koefisien jalur sebesar 0,519, t-statistik sebesar 8,457, dan nilai p-value sebesar 0,000, yang menunjukkan bahwa peningkatan inovasi sosial sebesar 1 unit meningkatkan kinerja keuangan sebesar 0,519 unit. Terakhir, Hipotesis 4 menyoroti hubungan terkuat, di mana Solusi Inovasi Sosial secara signifikan meningkatkan Reputasi Perusahaan, dengan koefisien jalur sebesar 0,914, t-statistik sebesar 12,536, dan nilai p-value sebesar 0,000, yang mengindikasikan bahwa peningkatan 1 unit dalam inovasi sosial mengarah pada peningkatan 0,914 unit dalam reputasi perusahaan.

4.4 Pembahasan

a. Dampak Penerapan Ekonomi Berkelanjutan terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang kuat dan positif antara Implementasi Ekonomi Berkelanjutan dan Kinerja Keuangan, dengan koefisien jalur sebesar 0,492 dan t-statistik yang sangat signifikan sebesar 8,106. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan rintisan yang menerapkan praktik-praktik berkelanjutan—seperti efisiensi energi, pengurangan limbah, dan pengadaan yang bertanggung jawab—kemungkinan besar akan mengalami peningkatan kinerja keuangan. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa inisiatif keberlanjutan dapat menghasilkan penghematan biaya, mitigasi risiko, dan peningkatan efisiensi operasional (Hasanuddin et al., 2024; Kadirova, 2024; Manigandan et al., 2024). Di pasar negara berkembang seperti Indonesia, di mana perusahaan rintisan sering menghadapi keterbatasan sumber daya dan persaingan yang ketat, mengadopsi praktik-praktik berkelanjutan dapat mengurangi biaya operasional, meningkatkan alokasi sumber daya, dan menarik investor yang berfokus pada LST. Keberlanjutan juga menawarkan keunggulan kompetitif, dengan perusahaan rintisan yang mendapat manfaat dari insentif pemerintah dan menarik bagi konsumen dan investor yang sadar lingkungan, sambil mengelola risiko seperti perubahan peraturan atau kelangkaan sumber daya yang dapat mengancam stabilitas keuangan.

b. Dampak Penerapan Ekonomi Berkelanjutan terhadap Reputasi Perusahaan

Hubungan antara Implementasi Ekonomi Berkelanjutan dan Reputasi Perusahaan ditemukan positif dan signifikan, meskipun dengan ukuran pengaruh yang lebih kecil (koefisien jalur = 0,117, t-statistik = 9,076). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun praktik-praktik keberlanjutan berkontribusi dalam meningkatkan reputasi perusahaan, dampaknya lebih kecil dibandingkan dengan dampaknya terhadap kinerja keuangan. Hal ini sejalan dengan literatur yang lebih luas, yang mengindikasikan bahwa perusahaan yang mengadopsi praktik-praktik berkelanjutan dianggap lebih bertanggung jawab dan beretika, sehingga meningkatkan citra publik dan kepercayaan pemangku kepentingan (Cherian et al., 2019; Etikan, 2024; Nagiah & Suki, 2024). Bagi perusahaan rintisan di Indonesia, di mana isu-isu lingkungan dan sosial menjadi semakin penting, praktik-praktik keberlanjutan dapat meningkatkan reputasi mereka di antara para pemangku kepentingan seperti pelanggan, karyawan, dan investor. Namun, ukuran pengaruh yang lebih kecil menunjukkan bahwa keberlanjutan saja mungkin tidak cukup untuk meningkatkan reputasi secara signifikan, yang mungkin lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti Solusi Inovasi Sosial, yang memainkan peran yang lebih besar dalam membentuk persepsi publik.

c. Dampak Solusi Inovasi Sosial terhadap Kinerja Keuangan

Hubungan positif dan signifikan antara Solusi Inovasi Sosial dan Kinerja Keuangan (koefisien jalur = 0,519, t-statistik = 8,457) menunjukkan bahwa perusahaan

rintisan yang terlibat dalam inovasi sosial cenderung mencapai hasil keuangan yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa inovasi sosial, yang melibatkan penciptaan produk, layanan, atau model bisnis yang memenuhi kebutuhan masyarakat, dapat membuka peluang pasar baru dan memperkuat loyalitas pelanggan (Aini et al., n.d.; Sari & Kusumawati, 2022; Van Niekerk et al., 2021). Bagi perusahaan rintisan di Indonesia, inovasi sosial menawarkan cara untuk membedakan diri dari para pesaing sekaligus mengatasi masalah-masalah mendesak seperti kemiskinan, ketidaksetaraan, serta akses ke pendidikan dan layanan kesehatan. Dengan berfokus pada inovasi sosial, perusahaan rintisan dapat menciptakan nilai bagi masyarakat dan bisnis mereka, memanfaatkan kebutuhan yang belum terpenuhi, dan membangun basis pelanggan yang loyal. Selain itu, inovasi sosial dapat menarik investor dan mitra yang sadar sosial yang ingin mendukung perusahaan yang memberikan keuntungan finansial dan sosial. Hasil ini menggarisbawahi pentingnya mengintegrasikan dampak sosial ke dalam strategi bisnis, terutama bagi perusahaan rintisan di pasar negara berkembang, karena hal ini tidak hanya mendorong kesuksesan finansial tetapi juga membangun ketahanan jangka panjang dengan mengatasi akar masalah sosial yang dapat menghambat pembangunan ekonomi.

d. Dampak Solusi Inovasi Sosial terhadap Reputasi Perusahaan

Hubungan terkuat dalam model adalah antara Solusi Inovasi Sosial dan Reputasi Perusahaan (koefisien jalur = 0,914, t-statistik = 12,536), yang mengindikasikan bahwa inovasi sosial secara signifikan meningkatkan reputasi perusahaan. Hal ini sejalan dengan literatur, yang menunjukkan bahwa perusahaan yang terlibat dalam inovasi sosial dipandang sebagai perusahaan yang bertanggung jawab, berpikiran maju, dan berkomitmen terhadap kesejahteraan masyarakat (Florek-Paszowska & Hoyos-Vallejo, 2023; Kumar et al., 2024; Nagiah & Suki, 2024). Bagi perusahaan rintisan di Indonesia, di mana tantangan sosial seperti kemiskinan, degradasi lingkungan, dan ketidaksetaraan sosial merupakan hal yang lazim, mengatasi masalah-masalah ini melalui inovasi sosial dapat secara signifikan meningkatkan reputasi mereka. Perusahaan rintisan yang berfokus pada pengembangan produk atau layanan yang bertujuan untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut kemungkinan besar akan mendapatkan kepercayaan dan kekaguman dari para pemangku kepentingan utama, termasuk pelanggan, karyawan, dan investor. Reputasi yang kuat memberikan keunggulan kompetitif dengan meningkatkan loyalitas pelanggan, menarik talenta, dan mengamankan investasi. Koefisien jalur yang sangat tinggi menggarisbawahi peran penting inovasi sosial dalam membentuk persepsi publik, memosisikan perusahaan rintisan sebagai pemimpin dalam bisnis dan dampak sosial, yang menciptakan siklus reputasi positif dan kesuksesan finansial.

4.5 Implikasi Teoretis dan Praktis

Temuan dari penelitian ini menawarkan implikasi teoritis dan praktis yang signifikan. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada literatur dengan menyoroti peran ganda Implementasi Ekonomi Berkelanjutan dan Solusi Inovasi Sosial dalam mendorong kinerja keuangan dan reputasi perusahaan di perusahaan rintisan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun keberlanjutan dan inovasi sosial saling terkait, keduanya memengaruhi hasil bisnis secara berbeda, dengan keberlanjutan memiliki dampak yang lebih kuat terhadap kinerja keuangan, sementara inovasi sosial memainkan peran yang lebih besar dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Secara praktis, wawasan ini sangat berharga bagi para pendiri perusahaan rintisan, investor, dan pembuat kebijakan. Para pendiri perusahaan rintisan harus melihat praktik berkelanjutan dan inovasi sosial bukan hanya sebagai pilihan etis, tetapi juga sebagai keharusan strategis untuk meningkatkan kesuksesan finansial dan reputasi. Para investor, terutama dalam bidang investasi

berdampak, dapat menggunakan temuan ini untuk mengidentifikasi perusahaan rintisan yang siap untuk pertumbuhan jangka panjang dan memberikan dampak sosial. Bagi para pembuat kebijakan, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya menciptakan lingkungan yang mendukung bagi perusahaan rintisan yang memprioritaskan keberlanjutan dan inovasi sosial, karena bisnis-bisnis ini berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

5. KESIMPULAN

Studi ini memberikan bukti empiris yang kuat yang mendukung dampak positif dari Implementasi Ekonomi Berkelanjutan dan Solusi Inovasi Sosial terhadap Kinerja Keuangan dan Reputasi Perusahaan-perusahaan *start-up* di Indonesia. Temuan menunjukkan bahwa perusahaan rintisan yang menerapkan keberlanjutan ke dalam kegiatan operasionalnya mengalami peningkatan hasil keuangan, sementara perusahaan yang berfokus pada inovasi sosial secara signifikan meningkatkan reputasi mereka di antara para pemangku kepentingan. Studi ini menekankan bahwa keberlanjutan sangat penting untuk pertumbuhan finansial, sedangkan inovasi sosial adalah kunci untuk membangun reputasi perusahaan yang kuat. Wawasan ini menyoroti pentingnya mengintegrasikan keberlanjutan dan inovasi ke dalam strategi bisnis *start-up* untuk kesuksesan jangka panjang. Hasil penelitian ini juga membawa implikasi penting bagi para investor dan pembuat kebijakan, karena mempromosikan praktik-praktik ini di kalangan perusahaan rintisan dapat berkontribusi pada ekosistem kewirausahaan yang tangguh dan kompetitif di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, E. K., Yuliaji, E. S., & Nafisa, L. (2023). Social Entrepreneur As Agent Of Change For Sustainable Development. *Fostering Sustainable Entrepreneurship In Emerging Market: An Interdisciplinary Perspective*, 240.
- Ardhito, A. (2018). *Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Kerja Inovatif Pada Pemimpin Di Perusahaan Rintisan*. Universitas Airlangga.
- Atmaja, E. S., Fatimah, S., & Pascayanti, Y. (2023). Dampak dan konsekuensi perusahaan atau unit mikro kecil menengah (UMKM) setelah dikukuhkan sebagai pengusaha kena pajak (PKP) melalui infinity general consulting. *Jurnal Aplikasi Perpajakan*, 4(1), 12–21.
- Bľanda, J., & Urbančíková, N. (2020). Social Entrepreneurship as a Tool of Sustainable Development. *Quality Innovation Prosperity*, 24(3), 21–36.
- Bruce, E., Shurong, Z., Egala, S. B., Amoah, J., Ying, D., Rui, H., & Lyu, T. (2022). Social Media Usage and SME Firms' Sustainability: An Introspective Analysis from Ghana. *Sustainability (Switzerland)*, 14(15). <https://doi.org/10.3390/su14159433>
- Carbó-Valverde, S., Cuadros-Solas, P. J., & Rodríguez-Fernández, F. (2022). Entrepreneurial, institutional and financial strategies for FinTech profitability. *Financial Innovation*, 8(1), 15.
- Chen, Z. (2021). [Retracted] Research on Accounting Intelligence System Modeling of Financial Performance Evaluation. *Security and Communication Networks*, 2021(1), 5550382.
- Cherian, J., Umar, M., Thu, P. A., Nguyen-Trang, T., Sial, M. S., & Khuong, N. V. (2019). Does corporate social responsibility affect the financial performance of the manufacturing sector? Evidence from an emerging economy. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/su11041182>
- Egieya, Z. E., Ewuga, S. K., Omotosho, A., Adegbite, A. O., & Oriekhoe, O. I. (2023). A review of sustainable entrepreneurship practices and their impact on long-term business viability. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 20(3), 1283–1292.
- Erwin, E., Lubis, A. F., Panjaitan, F. A. B. K., & Panjaitan, H. (2023). Addressing Cross-Sectoral Challenges in Consumer Culture for Sustainability and Social Justice in Indonesia. *West Science Social And Humanities Studies*, 1(04), 171–178.
- Etikan, J. (2024). Corporate Social Responsibility (CSR) and its Influence on Organizational Reputation. *Journal of Public Relations*, 2, 1–12. <https://doi.org/10.47941/jpr.1694>
- Florek-Paszowska, A. K., & Hoyos-Vallejo, C. A. (2023). A comprehensive bibliometric analysis and future research directions in the nexus of sustainable business practices and turnover intention. *Cleaner and*

- Responsible Consumption*, 11, 100146.
- Fuadah, N., Nurdian, T., Fadhilah, N. H. K., Riany, M., Bahri, N. A., & Rusdiansyah, N. (2023). *Implementation of Operational Audits in an Effort to Improve the Efficiency and Effectiveness of the Marketing Function BT - Proceedings of the International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2022)*. 227–238. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-226-2_20
- García, M. L. S., Vega, T. de J. V., & Limón, M. L. S. (2024). La Sustentabilidad Empresarial, los informes de sustentabilidad, los índices sustentables y el desempeño financiero. *Lúmina*, 25(1), 2.
- Hasanuddin, H., Rimbano, D., Nuraini, A., Kuswandi, D., & Makkulau, A. R. (2024). Green Finance: Unlocking The Potential Of Sustainable Investment For Future Business Growth. *Branding: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1).
- Hausberg, J. P., & Korreck, S. (2020). Business incubators and accelerators: a co-citation analysis-based, systematic literature review. *Journal of Technology Transfer*, 45(1), 151–176. <https://doi.org/10.1007/s10961-018-9651-y>
- Ishbah, F. (2024). Pengaruh Employer Branding, Reputasi Perusahaan, Informasi Sosial Media dan Corporate Social Responsibility terhadap Niat Melamar Pekerjaan Generasi Milenial dan Generasi Z. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3774–3789.
- Judijanto, L., Rifky, S., & Sudarmanto, E. (2024). Peran Modal Ventura, Inovasi Produk Keuangan, dan Regulasi Pemerintah dalam Mendorong Pertumbuhan Start-Up FinTech di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 3(02), 151–163.
- Kadirova, S. (2024). Implementing Sustainable Practices In Industrial Enterprises: A Pathway To Economic Potential Growth. *Iqtisodiy Taraqqiyot va Tahlil*, 2(4), 94–98.
- Khan, M. A. I., Syed, A. J., & Azharuddin, S. (2023). Social Entrepreneurship: Driving Change and Creating Positive Societal Impact. *Social Entrepreneurship: Driving Change and Creating Positive Societal Impact*.
- Kristia, K. (2022). Pendampingan Inovasi Model Bisnis dan Perancangan Konten Pemasaran Digital Bagi UMKM Kenari Bake House YOGYAKARTA. *Jurnal Sipissangngi*, 2(2), 37–44.
- Kumar, P., Sharma, L., & Sharma, N. C. (2024). Sustainable Development Balancing Economic Viability, Environmental Protection, and Social Equity. In *Sustainable Partnership and Investment Strategies for Startups and SMEs* (pp. 212–234). IGI Global.
- Lahouirich, M. W., & Ezziadi, A. (2023). Assessing the Impact of Financial Performance on the Entrepreneurship Dynamic for Social and Economic Development in Businesses: A Case Study of the Marrakech-Safi Region. In *Examining the Vital Financial Role of SMEs in Achieving the Sustainable Development Goals* (pp. 149–178). IGI Global.
- Lutzer, A. V. B., da Silva Britto, L. P., de Moraes, L. C. N., de Paula Carvalho, A., Moraes, A. S., Marques, F. R. V., Amaral, R. A., & Marques, I. C. (2024). Business Management and Environmental, Social and Corporate Governance: The Tripod of Sustainability in Organizations. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(8), e08563–e08563.
- Manigandan, P., Alam, M. S., Murshed, M., Ozturk, I., Altuntas, S., & Alam, M. M. (2024). Promoting sustainable economic growth through natural resources management, green innovations, environmental policy deployment, and financial development: Fresh evidence from India. *Resources Policy*, 90, 104681.
- Marwan, A., & Syauket, A. (2023). Pengembangan Hukum Perusahaan Modal Ventura Dan Perusahaan Rintisan Digital. *Jurnal Adhikari*, 2(3), 406–415.
- Muharman, D. (2024). Sustainable Business of Kopi Kenangan as a Startup Company in Improving the Company's Reputation and Competitiveness. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 82–90.
- Nagiah, G. R., & Suki, N. M. (2024). Linking environmental sustainability, social sustainability, corporate reputation and the business performance of energy companies: insights from an emerging market. *International Journal of Energy Sector Management, ahead-of-print*.
- Naseer, M. M., & Bagh, T. (2024). Building a Sustainable Future: The Impact of Corporate Social Responsibility on Firms' Sustainable Development. In *The Emerald Handbook of Ethical Finance and Corporate Social Responsibility: A Framework for Sustainable Development* (pp. 623–646). Emerald Publishing Limited.
- Nawanir, G., Binalialhaji, M., Teong Lim, K., & Hanafiah Ahmad, M. (2019). Becoming Lean: The Way towards Sustainability of Higher Educations Institutions. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i22.5078>
- Nurul Rusdiansyah, & Silvia Sarikuswati. (2023). Sundanese Local Wisdom: Spirit in Management of Village Fund Budget. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(08 SE-Articles), 527–538. <https://doi.org/10.58812/wsis.v1i08.160>
- Ortiz, O. L. O. (2024). Innovación social: Un enfoque integral para el desarrollo sostenible. *Revista Internacional*

- de Desarrollo Humano y Sostenibilidad*, 1(1), 21–38.
- Plachkov, D. (2024). Advancing Sustainability: The Role of Green Economy in Environmental Conservation and Resource Management. *Environment. Technologies. Resources. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*, 1, 310–314.
- Putri, U. A. A. A. N. R. D. M. R. A. P. S. M. R. A. N. S. D. M. (2023). Pengembangan Umkm Jamur Tiram Dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Masyarakat Cianjur Pasca Gempa. *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol 6, No 4 (2023): *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1459–1465. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/10867/pdf>
- Rhena, J., Hayadin, M. R., & Amory, J. D. S. (2023). The Significance of Social Entrepreneurship in Generating Solutions to Social and Economic Challenges. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(3), 307–311.
- Sari, N. T. P., & Kusumawati, A. (2022). Literature Review : The Efforts To Strengthening of Micro, Small and Medium-Sized Enterprises (MSME) in Indonesia. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 2(01 SE-Articles), 98–115.
- Seelos, C., & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241–246.
- Singh, S., & Mungila Hillemane, B. S. (2023). An analysis of the financial performance of tech startups: do quantum and sources of finance make a difference in India? *Small Enterprise Research*, 30(3), 374–399.
- Siregar, M. R. (2022). Implementation of Green Entrepreneurship Through Corporate Social Responsibility Program: Asification of Clean Water Facilities in Sitada-Tada Hamlet. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Aufa (JPMA)*, 4(2), 31–33.
- Sudirjo, F., Utami, E. Y., & Syahputri, A. (2024). Analyzing the Evolution of Sustainable Product Development Studies: A Bibliometric Review of Eco-friendly Innovation and Market Adoption. *West Science Social and Humanities Studies*, 2(03), 458–464.
- Tudose, M. B., Rusu, V. D., & Avasilcai, S. (2022). Financial performance–determinants and interdependencies between measurement indicators. *Business, Management and Economics Engineering*, 20(1), 119–138.
- Van Niekerk, L., Manderson, L., & Balabanova, D. (2021). The application of social innovation in healthcare: a scoping review. *Infectious Diseases of Poverty*, 10, 1–25.
- Wit, B., Dresler, P., & Surma-Syta, A. (2021). Innovation in start-up business model in energy-saving solutions for sustainable development. *Energies*, 14(12), 3583.
- Xie, G. H., Wang, L. P., & Lee, B. F. (2021). Understanding the Impact of Social Capital on Entrepreneurship Performance: The Moderation Effects of Opportunity Recognition and Operational Competency. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.687205>
- Yusuf, M. P., & Etikariena, A. (2023). Perilaku Kerja Inovatif Pada Perusahaan Rintisan: Peran Kepemimpinan Inklusif, Keamanan Psikologis, dan Pemberdayaan Psikologis. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 9(1), 123–144.
- Пармакли, Д., & Тодорич, Л. (2023). Peculiarities of assessing the financial performance of enterprises in the dynamics. *Strategii Şi Politici de Management În Economia Contemporană*, 312–317.