Daftar Isi

SAMPUL DALAM

PERSETUJUAN PEMBIMBING i

PENGESAHAN TIM PENGUJI ii

MOTTO iii

PERSEMBAHAN iv

PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN v

ABSTRAK vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR xii

BAB I :PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
E. Definisi Konseptual 6
F. Sistematika Pembahasan 10

BAB II :KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu 12
B. Kerangka Teoritik
   1. *Entrepreneur* 15
   2. *Social Entrepreneur* 17
      a. Pengertian 17
      b. Karakteristik *Social Entrepreneur* 18
         1) Budaya (*Culture*) 20
         2) Keunikan (*Uniqueness*) 23
         3) Strategi (*Strategy*) 25
         4) Teknologi (*Technology*) 26
         5) Peluang (*Opportunity*) 28
         6) Pengelolaan (*management*) 31
         7) Pelaksanaan (*Executing*) 34
         8) Sumber Daya (*Resource*) 36

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Obyek Penelitian 39
C. Jenis dan Sumber Data 40
D. Tahapan-tahapan Penelitian 46
E. Teknik Pengumpulan Data 51
F. Teknik Validasi Data 55
G. Teknik Nalisis Data 58

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian
1. Sejarah Perkembangan Yayasan Nurul Hayat 61
2. Visi, Misi, dan Legalitas 66
3. Komitmen Yayasan Nurul Hayat 67
4. Penghargaan yang Pernah diTerima 67
5. Struktur Organisasi 69

B. Penyajian Data
1. Social Entrepreneurs 72
2. Karakteristik 77
a. Inovasi 77
b. Peluang 79
c. Kepemimpinan 90
d. Penciptaan Nilai 93
e. Manfaat Sosial 109
f. Keuntungan 110
3. Kompetitif Customer
1. Culture (Budaya) 110
2. Uniqueness (Keunikan) 113
3. Strategy (strategi) 115
4. Technology (Teknologi) 115
5. Opportunity (Peluang) 116
6. Management (Pengelolaan) 117
7. Execution (Pelaksanaan) 121
8. Resource (Sumber Daya) 122

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)
1. Social Entrepreneurs 122
2. Karakteristik 125
a. Inovasi 125
b. Peluang 127
c. Kepemimpinan 138
d. Penciptaan Nilai 141
e. Manfaat Sosial 155
f. Keuntungan 159
3. Kompetitif Customer
a. Culture (Budaya) 161
b. Uniqueness (Keunikan) 164
c. Strategy (strategi) 167
d. Technology (Teknologi) 170

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Opportunity (Peluang) 172
f. Management (Pengelolaan) 174
g. Execution (Pelaksanaan) 179
h. Resource (Sumber Daya) 183

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan 186
B. Saran dan Rekomendasi 187
C. Keterbatasan Penelitian 187

DAFTAR PUSTAKA 189

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BIOGRAFI PENULIS

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Daftar Gambar

Gambar 1	30
Gambar 2	31
Gambar 3	60
Gambar 4	61
Gambar 5	64
Gambar 6	69
Gambar 7	70
Gambar 8	71
Gambar 9	72
Gambar 10	98
Gambar 11	99
Gambar 12	99
Gambar 13	166

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id