



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 3693-3699

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Peran AI dalam Mengoptimalkan Penciptaan Nilai Sosial: Tinjauan Empiris Wirausaha Sosial Digital

Maria Helena Chandra¹, Defitroh Chen Sami'un²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Kreatif, Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero

¹elschandra18@gmail.com, ²defitrohsamiun@gmail.com

Abstrak

Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam kewirausahaan sosial menunjukkan perkembangan yang signifikan seiring dengan percepatan transformasi digital di berbagai sektor. Meskipun demikian, kajian empiris yang secara komprehensif menjelaskan bagaimana AI berperan dalam menciptakan nilai sosial pada wirausaha sosial digital, khususnya di konteks negara berkembang, masih relatif terbatas. Kesenjangan ini menimbulkan kebutuhan akan pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme strategis dan faktor kontekstual yang memengaruhi efektivitas adopsi AI. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran AI dalam proses pengenalan peluang sosial berbasis data, pengembangan dan inovasi model bisnis sosial, serta perluasan dan pengukuran dampak sosial secara berkelanjutan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain multipel studi kasus pada sejumlah wirausaha sosial digital yang telah mengintegrasikan AI dalam operasionalnya. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis dokumen, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antarkonsep. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI berfungsi sebagai enabler strategis yang meningkatkan ketepatan identifikasi kebutuhan sosial, memperkuat kapasitas adaptasi organisasi, serta memungkinkan evaluasi dampak sosial yang lebih terukur dan transparan. Selain itu, kapabilitas organisasi, kualitas dan tata kelola data, serta keterlibatan aktif pemangku kepentingan terbukti berperan sebagai faktor yang memoderasi dan memediasi hubungan antara adopsi AI dan penciptaan nilai sosial. Secara teoretis, studi ini memperkaya literatur kewirausahaan sosial digital melalui pengembangan model empiris mengenai integrasi AI dan nilai sosial. Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi strategis bagi wirausaha sosial dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi adopsi AI yang berorientasi pada dampak sosial yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Artificial Intelligence, Nilai Sosial, Wirausaha Sosial, Transformasi Digital

1. Latar Belakang

Di era digital saat ini, teknologi Artificial Intelligence (AI) berkembang sangat cepat dan mulai digunakan tidak hanya dalam sektor komersial tetapi juga dalam konteks kewirausahaan sosial. AI memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi operasional, pengambilan keputusan, serta penciptaan solusi inovatif terhadap permasalahan sosial yang kompleks. Implementasinya dikaitkan dengan peningkatan kapasitas organisasi dalam mengelola data besar (big data), merespons kebutuhan pemangku kepentingan, hingga memperkuat strategi advokasi dan keberlanjutan program sosial [1].

Wirausaha sosial digital merupakan bentuk kewirausahaan yang memadukan orientasi pasar dengan tujuan sosial, memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas dampak sosial. Walaupun perkembangan teknologi digital dalam kewirausahaan sosial semakin masif, pemanfaatan AI secara empiris untuk pengoptimalan penciptaan nilai sosial masih relatif terbatas dan kurang dieksplorasi secara sistematis dalam literatur ilmiah terkini [2].

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa integrasi AI dalam praktik kewirausahaan dapat membantu perusahaan meningkatkan inovasi dan daya saing, namun fokus pada konteks sosial enterprises yang secara langsung menciptakan nilai sosial masih minim. Misalnya, studi hybrid review menemukan bahwa penggunaan AI dalam konteks kewirausahaan secara umum masih terfragmentasi dan belum terintegrasi secara komprehensif dalam literatur yang ada [3].

Selain itu, penelitian strategis seperti yang dikembangkan dalam resource-based view (RBV) kini mulai memasukkan aspek AI sebagai kapabilitas dinamis dalam wirausaha sosial; namun sebagian besar masih berupa kontribusi konseptual tanpa dukungan data empiris yang kuat, khususnya dalam konteks sosial digital [4].

Fenomena empiris menunjukkan bahwa banyak wirausaha sosial digital masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan AI untuk penciptaan nilai sosial yang berkelanjutan. Beberapa tantangan praktis yang sering muncul antara lain keterbatasan sumber daya teknologi, literasi digital yang rendah, serta kurangnya pemahaman tentang manajemen data dan algoritma AI dalam konteks sosial. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi teknologi AI dan penerapannya secara optimal di lapangan dalam menciptakan dampak sosial yang signifikan [5].

Secara teoritis, banyak penelitian masih menilai AI sebagai alat teknologi yang berdiri terpisah (*static technological input*) tanpa menempatkannya sebagai bagian dari proses kewirausahaan sosial yang dinamis dan kontekstual. Contohnya, sejumlah kajian teknologi dan kewirausahaan sering memandang AI semata sebagai enabler teknis, sehingga kurang mengkaji interaksi antara teknologi tersebut dengan proses penciptaan nilai sosial yang khas dalam wirausaha sosial digital [2].

Meskipun kajian mengenai pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam sektor bisnis komersial telah berkembang pesat, bukti empiris yang secara khusus mengaitkan AI dengan proses penciptaan nilai sosial dalam konteks kewirausahaan sosial digital masih relatif terbatas. Sejumlah tinjauan literatur utama menegaskan bahwa kerangka teoritis yang bersifat integratif, serta temuan empiris yang mampu menjelaskan bagaimana AI memengaruhi tahapan inti kewirausahaan sosial mulai dari pengenalan peluang sosial (*opportunity recognition*), pengembangan peluang (*opportunity development*), hingga perluasan dampak (*impact scaling*), belum terbangun secara memadai [2]. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara besarnya potensi AI sebagai enabler teknologi dan pemahaman empiris mengenai implementasinya dalam menghasilkan nilai sosial yang berdampak.

Di sisi lain, meskipun adopsi AI dalam wirausaha sosial digital semakin meluas, pemanfaatannya masih sering terbatas pada fungsi teknis, tanpa penjelasan yang sistematis mengenai bagaimana teknologi ini diintegrasikan ke dalam proses strategis organisasi, memengaruhi pengambilan keputusan, serta membentuk perumusan dan pelaksanaan intervensi sosial. Ketidakjelasan tersebut menghambat pemahaman komprehensif mengenai peran aktual AI dalam mendukung penciptaan nilai sosial yang berkelanjutan, sehingga menegaskan perlunya kajian empiris yang lebih mendalam untuk menguraikan mekanisme, pola integrasi, dan kontribusi strategis AI dalam kewirausahaan sosial digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris peran kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) dalam proses penciptaan nilai sosial pada wirausaha sosial digital, dengan menitikberatkan pada tahapan pengenalan peluang, pengembangan model bisnis sosial, serta perluasan dan keberlanjutan dampak sosial yang dihasilkan. Selain itu, penelitian ini berupaya mengidentifikasi berbagai faktor yang berperan sebagai variabel pemoderasi dan pemediasi dalam hubungan antara adopsi AI dan penciptaan nilai sosial, termasuk kapabilitas organisasi, ketersediaan dan pemanfaatan teknologi pendukung, serta tingkat keterlibatan pemangku kepentingan. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan suatu model empiris yang komprehensif untuk menjelaskan mekanisme keterkaitan antara pemanfaatan AI dan penciptaan nilai sosial dalam konteks wirausaha sosial digital di era transformasi digital saat ini.

2. Metode Penelitian

Desain dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus multipel untuk mengeksplorasi secara mendalam peran kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) dalam proses penciptaan nilai sosial pada wirausaha sosial digital. Pendekatan ini dipilih karena fenomena pemanfaatan AI dalam kewirausahaan sosial masih relatif baru dan kompleks, sehingga memerlukan pemahaman kontekstual yang kaya dan holistik. Studi kasus multipel memungkinkan peneliti melakukan analisis lintas kasus (*cross-case analysis*) guna mengidentifikasi pola, mekanisme, dan variasi pemanfaatan AI pada berbagai jenis wirausaha sosial digital.

Unit Analisis

Unit analisis adalah organisasi wirausaha sosial digital, sedangkan informan kunci terdiri dari; pendiri/pemilik, manajer teknologi, dan pengambil keputusan strategis. Pemilihan informan dilakukan menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (1) organisasi memiliki misi sosial eksplisit; (2) memanfaatkan AI dalam proses bisnis atau layanan sosial; (3) telah beroperasi minimal dua tahun. Jumlah kasus ditetapkan sebanyak 5–10 organisasi, dengan 2–3 informan utama per kasus, yang dinilai memadai untuk mencapai theoretical saturation.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi terbatas terhadap proses digital, serta analisis dokumen (laporan dampak sosial, situs web, dan materi komunikasi digital). Wawancara dilakukan selama 60–90 menit per informan, direkam dan ditranskripsikan. Panduan wawancara dikembangkan berdasarkan kerangka proses kewirausahaan sosial (pengenalan peluang, pengembangan model bisnis sosial, dan perluasan dampak), tanpa memasukkan pembahasan teori secara eksplisit agar tidak mengarahkan jawaban informan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik dengan pendekatan iterative coding. Proses analisis meliputi: (1) open coding untuk mengidentifikasi konsep awal; (2) axial coding untuk mengaitkan peran AI dengan proses penciptaan nilai sosial; (3) selective coding untuk membangun proposisi konseptual. Untuk meningkatkan kredibilitas, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan metode, member checking, serta audit trail yang jelas. Pendekatan analisis ini mengikuti praktik mapan dalam penelitian kewirausahaan dan inovasi digital.

3. Hasil dan Diskusi

Temuan penelitian disajikan dalam empat tema utama yang merepresentasikan pola-pola yang muncul dari analisis tematik, yaitu: (1) AI sebagai enabler dalam pengenalan peluang sosial; (2) Peran AI dalam Pengembangan Model Bisnis Sosial Digital; (3) AI dan Perluasan Dampak Sosial (Scaling Social Impact); (4) Faktor Kontekstual yang Mempengaruhi Efektivitas AI

Tema 1: Peran AI dalam Pengenalan Peluang Sosial Berbasis Data

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecerdasan buatan (AI) berperan sebagai enabler strategis dalam proses pengenalan peluang sosial pada wirausaha sosial digital. AI dimanfaatkan untuk menganalisis data komunitas, perilaku pengguna, serta kebutuhan sosial yang bersifat kompleks dan tidak terstruktur, sehingga memungkinkan organisasi mengenali permasalahan sosial yang sebelumnya sulit teridentifikasi. Temuan ini mengonfirmasi pandangan bahwa opportunity recognition merupakan proses kognitif dan kontekstual yang sangat dipengaruhi oleh akses terhadap informasi dan kemampuan pengolahan data [2][6][7].

Lebih lanjut, penelitian ini memperluas literatur kewirausahaan sosial dengan menunjukkan bahwa AI tidak hanya berfungsi sebagai alat analitik teknis, tetapi juga sebagai mekanisme sense-making sosial. AI berkontribusi dalam membentuk cara wirausaha sosial memahami urgensi, prioritas, dan framing permasalahan sosial, sehingga memengaruhi arah intervensi yang dipilih. Dengan demikian, temuan ini mengisi celah dalam literatur yang selama ini masih terbatas dalam menjelaskan bagaimana teknologi cerdas memengaruhi proses kognitif dan strategis wirausaha sosial [2][8][4][7].

Tema 2: AI sebagai Kapabilitas Dinamis dalam Pengembangan Model Bisnis Sosial Digital

Pada tahap pengembangan model bisnis sosial, AI terbukti berkontribusi pada optimasi operasional, personalisasi layanan, serta simulasi pengambilan keputusan strategis. Temuan ini sejalan dengan literatur inovasi model bisnis yang menekankan peran teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi dan fleksibilitas organisasi [9][10][11][12]. Dalam konteks kewirausahaan sosial, AI membantu organisasi menyeimbangkan tujuan sosial dan keberlanjutan finansial yang kerap berada dalam ketegangan struktural [4][13][14][15].

Kontribusi empiris utama penelitian ini terletak pada bukti bahwa AI memungkinkan proses experimentation, rapid learning, dan penyesuaian model bisnis secara berkelanjutan. Hal ini selaras dengan perspektif dynamic capabilities, yang menekankan kemampuan organisasi untuk mengintegrasikan dan mengonfigurasi ulang sumber daya dalam lingkungan yang dinamis [16][17][18][19]. Dengan demikian, AI berfungsi sebagai kapabilitas dinamis yang mempercepat inovasi model bisnis sosial berbasis nilai sosial [17][20][9][21].

Tema 3: AI dan Perluasan Dampak Sosial yang Berkualitas dan Akuntabel

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa AI memainkan peran penting dalam proses perluasan dampak sosial melalui otomatisasi layanan, peningkatan jangkauan penerima manfaat, serta pemantauan dampak secara real-time. Hasil ini konsisten dengan literatur *scaling social impact* yang menekankan bahwa keterbatasan sumber daya manusia dan biaya operasional merupakan hambatan utama dalam perluasan dampak organisasi sosial [22]. AI memungkinkan wirausaha sosial digital mengatasi hambatan tersebut dengan menurunkan biaya marginal dan meningkatkan efisiensi distribusi layanan sosial.

Lebih jauh, penelitian ini menegaskan bahwa *scaling* dalam konteks kewirausahaan sosial tidak semata-mata bersifat kuantitatif, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas dan akuntabilitas dampak sosial. Dengan dukungan sistem monitoring berbasis AI, organisasi mampu melakukan evaluasi dampak secara berkelanjutan dan memperkuat pembelajaran berbasis dampak (*impact-based learning*). Temuan ini melengkapi literatur yang selama ini lebih berfokus pada pertumbuhan organisasi dibandingkan pengelolaan dampak sosial secara adaptif [23][24][25].

Tema 4: Faktor Kontekstual dan Embeddedness Sosial dalam Efektivitas AI

Analisis lintas kasus menegaskan bahwa efektivitas AI dalam menciptakan nilai sosial sangat dipengaruhi oleh faktor kontekstual, termasuk kapabilitas organisasi, literasi digital sumber daya manusia, kualitas data, serta keterlibatan pemangku kepentingan. Temuan ini sejalan dengan literatur adopsi teknologi yang menekankan bahwa keberhasilan teknologi canggih sangat bergantung pada kesiapan organisasi dan ekosistem pendukung.

Namun, penelitian ini memberikan elaborasi yang lebih spesifik dalam konteks kewirausahaan sosial digital dengan menunjukkan bahwa faktor sosial dan institusional memiliki peran yang setara dengan faktor teknis. AI menghasilkan nilai sosial yang optimal ketika terintegrasi dalam jejaring kolaborasi antara organisasi sosial, komunitas lokal, mitra teknologi, dan institusi pendukung. Dengan menempatkan AI dalam kerangka *embeddedness* sosial dan institusional, penelitian ini memperluas diskursus kewirausahaan berbasis teknologi yang selama ini relatif kurang memperhatikan dimensi relasional dan kontekstual [26][27].

Tema-tema tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Peran AI dalam Penciptaan Nilai Sosial pada Wirausaha Sosial Digital

Tema Utama	Subtema/Kode Tematik	Deskripsi Temuan Empiris	Implikasi Terhadap Penciptaan Nilai Sosial
AI dalam Pengenalan Peluang Sosial	Analitik kebutuhan sosial berbasis data	AI digunakan untuk menganalisis data pengguna, komunitas, dan media digital guna mengidentifikasi permasalahan sosial yang tersembunyi	Peningkatan akurasi dalam pengenalan peluang sosial dan perancangan intervensi yang lebih tepat sasaran
	Deteksi pola masalah sosial	AI membantu menemukan pola ketimpangan dan kebutuhan sosial yang tidak teridentifikasi secara manual	Penguatan proses <i>opportunity recognition</i> berbasis bukti
AI dalam Pengembangan Model Bisnis Sosial	Optimasi operasional	AI dimanfaatkan untuk efisiensi proses, alokasi sumber daya, dan otomatisasi layanan	Keseimbangan antara keberlanjutan finansial dan misi sosial
	Personalisasi layanan sosial	Sistem AI menyesuaikan layanan berdasarkan karakteristik dan	Peningkatan kualitas layanan dan kepuasan penerima manfaat

			kebutuhan manfaat	penerima
		Simulasi dan pengambilan keputusan	AI digunakan untuk menguji berbagai skenario model bisnis sosial	Pengambilan keputusan strategis yang lebih adaptif
AI dalam Perluasan Dampak Sosial	Otomatisasi skalabilitas	dan	AI memungkinkan perluasan layanan tanpa peningkatan biaya operasional yang signifikan	Perluasan dampak sosial secara berkelanjutan
	Monitoring dan evaluasi dampak		AI digunakan untuk memantau dampak sosial secara real-time	Penguatan akuntabilitas dan pembelajaran organisasi
Faktor Pendukung	Kontekstual	Kapabilitas organisasi	Tingkat literasi digital dan kompetensi SDM memengaruhi efektivitas AI	AI berfungsi optimal jika didukung kapabilitas internal
	Infrastruktur dan kualitas data		Ketersediaan data dan teknologi menjadi prasyarat utama adopsi AI	Ketimpangan dampak antar organisasi
	Keterlibatan pemangku kepentingan		Kolaborasi dengan mitra teknologi dan komunitas memperkuat pemanfaatan AI	Penguatan ekosistem kewirausahaan sosial digital

Secara keseluruhan, temuan pada keempat tema menunjukkan bahwa AI berperan sebagai kapabilitas strategis yang memengaruhi seluruh tahapan penciptaan nilai sosial dalam wirausaha sosial digital, mulai dari pengenalan peluang, pengembangan model bisnis, hingga perluasan dan pengelolaan dampak sosial. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang bersifat parsial atau konseptual, studi ini menyajikan pemahaman empiris yang terintegrasi mengenai mekanisme kerja AI dalam konteks kewirausahaan sosial digital.

Dengan menghubungkan teknologi AI, kapabilitas dinamis organisasi, dan konteks sosial-institusional, penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori kewirausahaan sosial digital serta membuka peluang penelitian lanjutan melalui pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk menguji model konseptual yang dihasilkan pada konteks yang lebih luas.

4. Kesimpulan

Kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) berperan sebagai kapabilitas strategis dalam mengoptimalkan penciptaan nilai sosial pada wirausaha sosial digital. Berdasarkan temuan empiris studi kasus multipel, AI terbukti mendukung proses pengenalan peluang sosial melalui analisis data berbasis komunitas dan perilaku pengguna, memperkuat pengembangan model bisnis sosial melalui optimasi operasional dan pengambilan keputusan adaptif, serta memungkinkan perluasan dampak sosial yang lebih efisien, terukur, dan akuntabel. Temuan ini menunjukkan bahwa AI tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis, tetapi terintegrasi dalam proses kewirausahaan sosial sebagai mekanisme pembentuk nilai dan pengelola dampak. Lebih lanjut, penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas pemanfaatan AI sangat bergantung pada faktor kontekstual, termasuk kapabilitas organisasi, literasi digital sumber daya manusia, kualitas data, serta keterlibatan pemangku kepentingan. AI menghasilkan nilai sosial yang optimal ketika diimplementasikan dalam ekosistem kolaboratif yang mendukung, sehingga menekankan pentingnya pendekatan holistik dalam adopsi teknologi cerdas pada wirausaha sosial digital. Implikasi praktis dari temuan ini menunjukkan bahwa wirausaha sosial, lembaga pendukung, dan pembuat kebijakan perlu memandang AI sebagai investasi strategis jangka panjang yang harus disertai dengan penguatan kapasitas organisasi dan jejaring kolaborasi. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian kewirausahaan sosial digital

dengan menyediakan bukti empiris terintegrasi mengenai peran AI sepanjang tahapan penciptaan nilai sosial. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah dan konteks kasus yang diteliti, sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan secara hati-hati. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji model konseptual yang dihasilkan melalui pendekatan kuantitatif atau mixed methods, serta mengeksplorasi konteks geografis dan sektor sosial yang lebih beragam guna memperkuat validitas eksternal dan memperluas pemahaman mengenai peran AI dalam kewirausahaan sosial digital.

Referensi

- [1] A. Mumi, N. Ngammoh, and A. Suwanpakdee, "The nexus of artificial intelligence and entrepreneurship research: Bibliometric analysis," *Sustain. Futur.*, vol. 9, no. 100688, 2025, doi: 10.1016/j.sfr.2025.100688.
- [2] S. Qiu, B. Li, and Z. Duan, "How AI shapes entrepreneurial processes in social enterprises: A model of augmented and centric pathways," *Technol. Soc.*, vol. 85, no. 103181, 2026, doi: 10.1016/j.techsoc.2025.103181.
- [3] S. Uriarte, H. Baier-Fuentes, J. Espinoza-Benavides, and W. Inzunza-Mendoza, "Artificial intelligence technologies and entrepreneurship: a hybrid literature review," *Rev Manag Sci*, vol. 20, pp. 251–299, 2026, doi: 10.1007/s11846-025-00839-4.
- [4] S. W. Day, H. Jean-Denis, and E. Karanja, "Extending the Resource-Based View of Social Entrepreneurship: The Role of Artificial Intelligence in Scaling Impact," *J. Risk Financ. Manag.*, vol. 18, no. 7, p. 341, 2025, doi: 10.3390/jrfm18070341.
- [5] H. R. Ami, K. Andrean, T. S. Gultom, and A. Hasibuan, "Peran Big Data dan AI (Artificial Intelligence) dalam Mendukung Kewirausahaan Technopreneurship," *Fact. J. Ind. Manaj. dan Rekayasa Sist. Ind.*, vol. 3, no. 2, pp. 41–46, 2025, doi: 10.56211/factory.v3i2.716.
- [6] J. Kim, "Modeling Generative AI and Social Entrepreneurial Searches: A Contextualized Optimal Stopping Approach," *Adm. Sci.*, vol. 15, no. 8, p. 302, 2025, doi: 10.3390/admsci15080302.
- [7] R. K. Marjerson, J. Y. Jun, and J. M. Kim, "Socio-Technical Antecedents of Social Entrepreneurial Intention: The Impact of Generational Differences, Artificial Intelligence Familiarity, and Social Proximity," *Systems*, vol. 13, no. 7, p. 616, 2025, doi: 10.3390/systems13070616.
- [8] C. D. Duong, V. L. Ta, and T. H. Nguyen, "How AI-related drivers stimulate digital social entrepreneurship: An integrated framework of entrepreneurial event model within stimulus-organism-response theory," *Digit. Bus.*, vol. 5, no. 2, p. 100142, 2025, doi: 10.1016/j.digbus.2025.100142.
- [9] Z. Zhang, Y. Kang, Y. Lu, and P. Li, "The Role of Artificial Intelligence in Business Model Innovation of Digital Platform Enterprises," *Systems*, vol. 13, no. 7, p. 507, 2025, doi: 10.3390/systems13070507.
- [10] P. Jorzik, S. P. Klein, D. K. Kanbach, and S. Kraus, "AI-driven business model innovation: A systematic review and research agenda," *J. Bus. Res.*, vol. 182, no. 114764, 2024, doi: 10.1016/j.jbusres.2024.114764.
- [11] R. Machucho and D. Ortiz, "The Impacts of Artificial Intelligence on Business Innovation: A Comprehensive Review of Applications, Organizational Challenges, and Ethical Considerations," *Systems*, vol. 13, no. 4, p. 264, 2025, doi: 10.3390/systems13040264.
- [12] A. Osterwalder and Y. Pigneur, *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley, 2010, doi: 10.1088/1751-8113/44/8/085201.
- [13] S. Singathurai, M. Selladurai, A. Madhuri, S. Pal, and A. Sharma, "Sustainable Social Entrepreneurship: Balancing Profitability with Environmental and Social Impact," *J. Inf. Syst. Eng. Manag.*, vol. 10, no. 22s, 2025, doi: 10.52783/jisem.v10i22s.3662.
- [14] K. Redko, "Circular economy and AI empowerment in social entrepreneurship: a path to sustainability," *Int. Sci. J. Manag. Econ. Financ.*, vol. 3, no. 3, pp. 27–35, 2024, doi: 10.46299/j.isjmef.20240303.04.
- [15] R. Raman, T. A. Alka, M. Suresh, and P. Nedungadi, "Social entrepreneurship and sustainable technologies: Impact on communities, social innovation, and inclusive development," *Sustain. Technol. Entrep.*, vol. 4, no. 3, p. 100110, 2025, doi: 10.1016/j.stae.2025.100110.
- [16] M. An, J. Lin, and J. Benitez, "Effects of artificial intelligence usage and knowledge-based dynamic capabilities on organizational innovation: A configurational approach," *Decis. Support Syst.*, vol. 200, no. 114573, 2026, doi: 10.1016/j.dss.2025.114573.
- [17] Y. Gao, S. Liu, and L. Yang, "Artificial intelligence and innovation capability: A dynamic capabilities perspective," *Int. Rev. Econ. Financ.*, vol. 98, no. 103923, 2025, doi: 10.1016/j.iref.2025.103923.
- [18] H. S. Ayoub and J. C. Sopuru, "Reconfiguring Strategic Capabilities in the Digital Era: How AI-Enabled Dynamic Capability, Data-Driven Culture, and Organizational Learning Shape Firm Performance," *Sustainability*, vol. 18, no. 3, p. 1157, 2026, doi: 10.3390/su18031157.
- [19] H. M. Almheiri, S. Z. Ahmad, K. Khalid, and A. H. Ngah, "Examining the impact of artificial intelligence capability on dynamic capabilities, organizational creativity and organization performance in public organizations," *J. Syst. Inf. Technol.*, vol. 27, no. 1, pp. 1–20, 2025, doi: 10.1108/JSIT-10-2022-0239.
- [20] D. Sjödin, V. Parida, and M. Kohtamäki, "Artificial intelligence enabling circular business model innovation in digital servitization: Conceptualizing dynamic capabilities, AI capacities, business models and effects," *Technol. Forecast. Soc. Change*, vol. 197, no. 122903, 2023, doi: 10.1016/j.techfore.2023.122903.
- [21] C. Renfei and L. Zhongwen, "Empirical analysis of the roles of dynamic sustainable capabilities and artificial intelligence in accelerating circular business model innovation: Insights from Chinese manufacturing firms," *Technol. Soc.*, vol. 85, no. 103176, 2026, doi: 10.1016/j.techsoc.2025.103176.
- [22] S. Islam, "Social impact scaling strategies in social enterprises: A systematic review and research agenda," *Aust. J. Manag.*, vol. 47, no. 2, pp. 298–321, 2022, doi: 10.1177/03128962211014931.
- [23] L. Feor, A. Clarke, and I. Dougherty, "Social Impact Measurement: A Systematic Literature Review and Future Research Directions," *World*, vol. 4, no. 4, pp. 816–837, 2023, doi: <https://doi.org/10.3390/world4040051>.
- [24] P. Musinguzi, D. Baker, N. Larder, and R. A. Villano, "The measurement of social impacts in rural social enterprises: a systematic literature review and future research implications," *Reg. Stud. Reg. Sci.*, vol. 10, no. 1, pp. 139–166, 2023, doi: <https://doi.org/10.1080/21681376.2023.2178324>.
- [25] A. L. Rickett and T. Goodspeed, "Impact measurement for social enterprises: Social return on investment and subjective well-being valuation in the United States," *J. Int. Counc. Small Bus.*, pp. 1–23, 2025, doi: 10.1080/26437015.2025.2532775.
- [26] G. M. Jonathan, S. Demesie, B. K. Gebremeskel, and J. K. Watat, "AI Adoption in the Public Sector: Organizational Readiness and

- the Pursuit of Public Value,” *Complex Syst. Informatics Model. Q.*, vol. 249, no. 45, pp. 43–70, 2025, doi: 10.7250/csimq.2025-45.03.
- [27] J. Díaz-Arancibia, J. Hochstetter-Diez, A. Bustamante-Mora, S. Sepúlveda-Cuevas, I. Albayay, and J. Arango-López, “Complex Systems Informatics and Modeling Quarterly,” *Sustainability*, vol. 16, no. 14, p. 5946, 2024, doi: 10.3390/su16145946.