

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini didasari oleh permasalahan dan realitas yang terjadi, hasil studi dari *United Cities and Local Governments Asia-Pacific (UCLG ASPAC)* melaporkan bahwa dampak sosial COVID-19 yang paling signifikan terlihat pada aspek sosial-ekonomi. Kejadian tersebut membuat dunia menghadapi masalah sosial ekonomi yang luar biasa (Wolfe & Patel, 2021). Hal ini tercermin dari peningkatan angka kemiskinan dan tingginya angka pengangguran serta pemutusan hubungan kerja (PHK). Di Indonesia, pada tahun 2020, Kementerian Ketenagakerjaan RI mengungkapkan bahwa sekitar 490 ribu karyawan, mulai dari manufaktur hingga start up, terkena pemutusan hubungan kerja (PHK). Dilansir dari CNBC Indonesia (Bestari, 2023), beberapa perusahaan *Startup* Indonesia dan dunia melakukan PHK Google melepaskan 12 ribu pekerjanya di awal tahun 2023, *Shopee* Indonesia dan *OLX* Indonesia melakukan PHK pada 300 pekerjanya dan Juga *Go To* melakukan 600 PHK pada karyawan nya. Implikasi dari masalah tersebut akan berdampak langsung terhadap meningkatnya jumlah pengangguran. Badan Pusat Statistik, (2023) mencatat Februari 2023 ada hampir 8 juta pengangguran di Indonesia, sekitar 5,5 persen dari total angkatan kerja per tahun sebanyak 146,62 juta tenaga kerja. Belum lagi masalah bencana alam akibat perubahan iklim bumi (Association, 2021), dapat memperburuk kondisi sosial ekonomi negara.

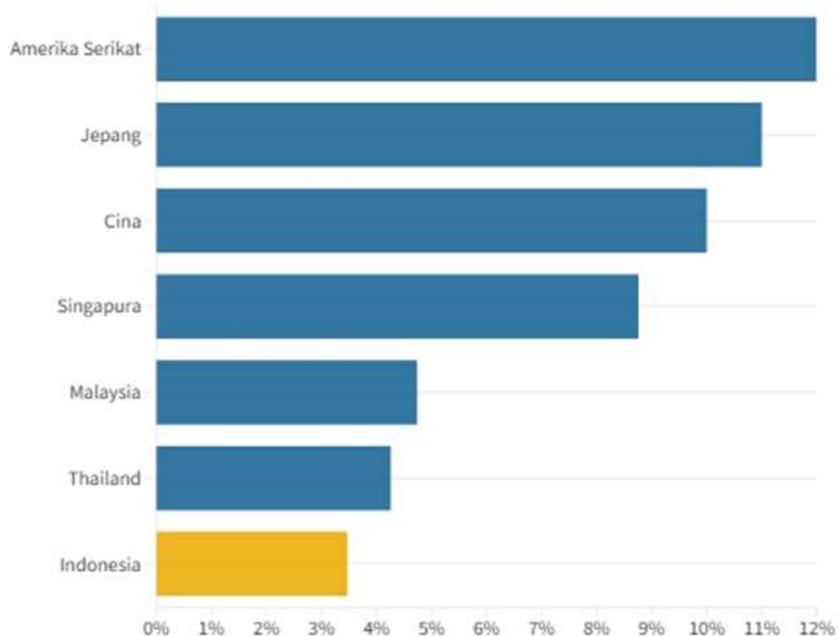
Ditengah kondisi perekonomian global yang penuh ketidakpastian akibat dari berbagai peristiwa global akan berdampak pada perekonomian Indonesia dan berpotensi memperburuk masalah-masalah sosial di Indonesia. Pengembangan sektor ekonomi dalam negeri dapat membantu mengurangi ketergantungan pada ekonomi global, salah satunya dengan mendorong masyarakat dengan mendirikan usaha baru. *The theory of economic development* dari Schumpeter, J. A., & Swedberg, R. (2021) mengemukakan bahwa salah satu penggerak pembangunan ekonomi adalah kewirausahaan, melalui kewirausahaan penciptaan lapangan kerja baru, peningkatan penerimaan negara melalui pajak dan inovasi dapat menjadi stimulus dalam pembangunan ekonomi suatu negara. beberapa studi menyatakan

bahwa ada hubungan langsung kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi (Bosma et al., 2018; Doran et al., 2018; Salgado-Banda, 2007; Stoica et al., 2020; Vatavu et al., 2022; Zhang & Geng, 2023).

Indonesia sekarang mengalami persoalan terkait jumlah wirausahawan, Berdasarkan data dari Kemenkop UKM (2020) rasio kewirausahaan Indonesia masih sangat rendah hanya sekitar 3,47% dari total pendudukan. Jika dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya Singapura yang mencapai 8,76%. Sedangkan Malaysia dan Thailand sudah di atas 4,5% dan di negara-negara maju sudah mencapai 10-12%. Pemerintah Indonesia menargetkan rasio wirausaha sebesar 3,95 persen di 2024. Data ini menunjukkan bahwa diperlukan 1,5 juta penduduk yang usahanya menetap hingga 2024. Penumbuhan 1,5 juta wirausaha baru, dalam kurun waktu tiga tahun atau mulai dari 2022 hingga 2024, sehingga rata-rata target per tahunnya 500 ribu wirausaha baru. Peningkatan tersebut dibutuhkan agar Indonesia bisa bertahan dan bersaing ditengah ketidakpastian perekonomian global.

Rasio Jumlah Pengusaha terhadap Populasi

(2020)



Source: KemenkopUKM

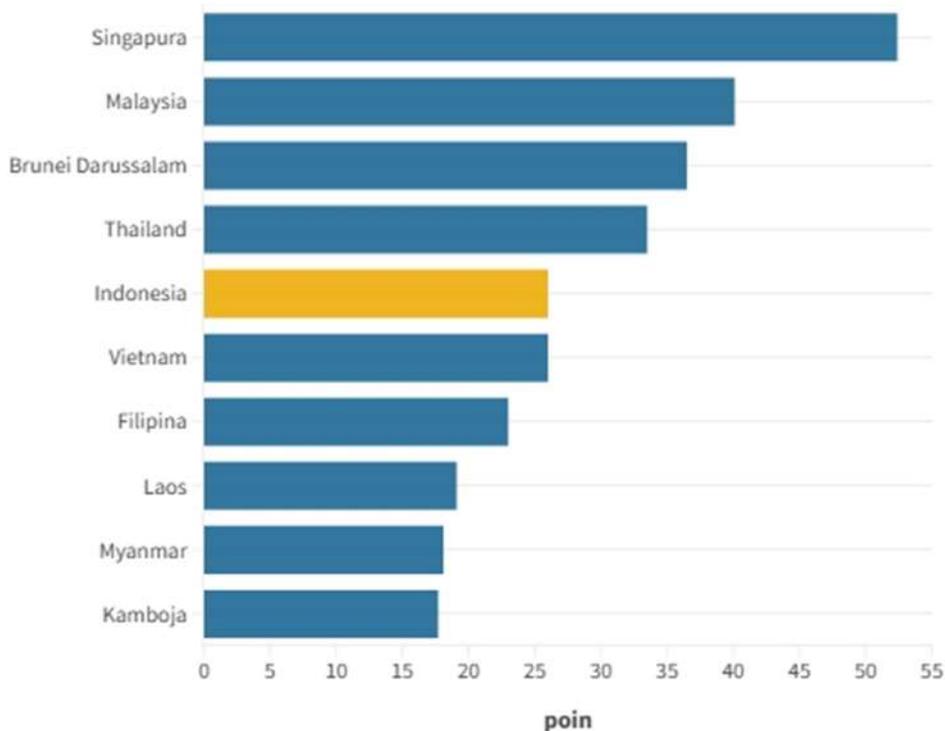
*Amerika Jepang dan Cina menggunakan data tahun 2017

Dkatadata.co.id

Gambar 1. 1 Rasio Jumlah Pengusaha terhadap Populasi 2023
Sumber: Katadata.co.id

Berdasarkan Global Entrepreneurship Index (GEI), Indonesia masih menempati urutan ke-75 dari 137 negara dengan skor 26. Indeks ini mengukur kemampuan suatu negara menghasilkan wirausahawan. Posisi GEI Indonesia juga masih tertinggal dibanding beberapa negara tetangga di ASEAN.

Global Entrepreneurship Index (GEI) Negara Asia Tenggara (2019)



Source: Global Entrepreneurship and Development Institute

Dkatadata.co.id

Gambar 1. 2 Global Entrepreneurship Index (GEI) Negara Asia Tenggara (2019)

Masalah di atas menunjukkan bahwa penciptaan usaha baru di Indonesia atau intensi berwirausaha masih kurang. Banyaknya angkatan kerja yang tidak dapat terserap ke dunia kerja karena kesenjangan antara angkatan kerja dan lapangan pekerjaan yang besar yang akan berimplikasi pada peningkatan pengangguran. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, (2023): (a) Jumlah angkatan kerja di Indonesia sebesar 147,71 juta orang, (b) Tingkat partisipasi angkatan kerja sebesar 70,17%, (c) Tingkat pengangguran terbuka sebesar 5,45%, (d) Tingkat pengangguran terbuka di perkotaan sebesar 7,74%, (e) Tingkat pengangguran

terbuka di perdesaan sebesar 5,43%, (f) Jumlah penduduk yang bekerja sebanyak 139,83 juta orang, (g) Tingkat pengangguran terbuka sebanyak 5,43%.

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa angkatan kerja di Indonesia cukup besar, namun masih terdapat tingkat pengangguran terbuka yang tinggi, terutama di perkotaan. Selain itu, masih ada sebagian besar penduduk yang belum bekerja, yang dapat menjadi tantangan bagi pemerintah untuk meningkatkan kualitas dan kesempatan kerja di Indonesia. Akibat peningkatan angka pengangguran pada akhirnya akan berdampak juga pada bertambahnya angka kemiskina

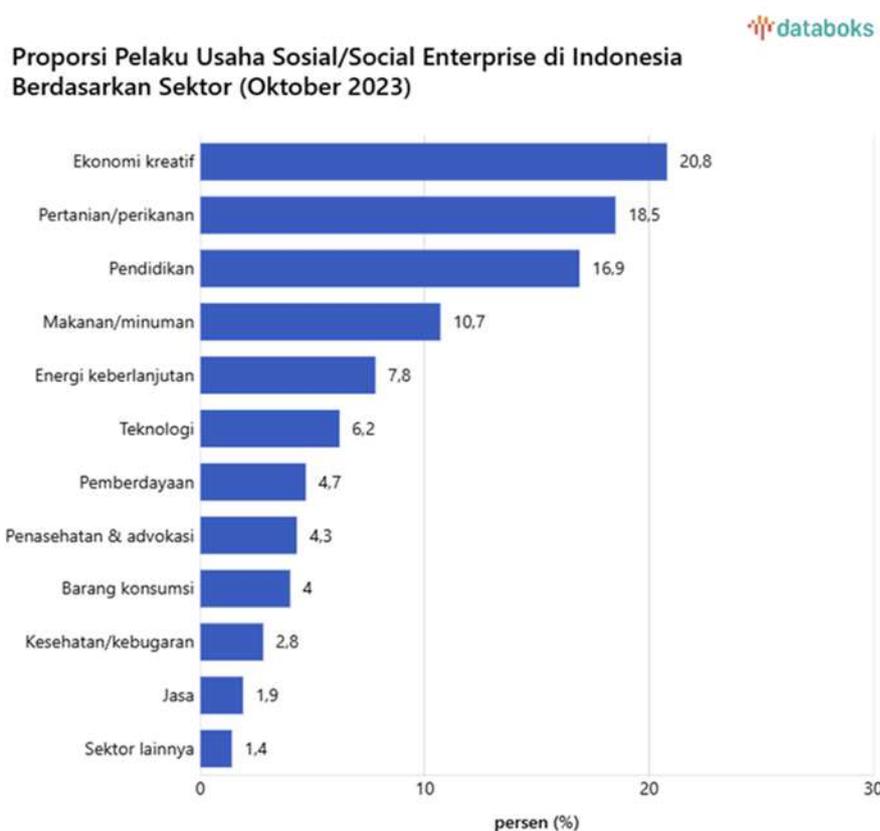
Ketika pemerintah berjuang untuk menyediakan bantuan untuk mengatasi masalah yang muncul, mereka berupaya lebih keras untuk mendorong wirausahawan membangun usaha sosial (Andriani, 2021; Paramita, 2022). Jenis kewirausahaan yang menawarkan konsep sosial dan bisnis disebut kewirausahaan sosial atau *Social Entrepreneurship*. *Social Entrepreneurship* (SE) berkaitan dengan penciptaan keuntungan dan mengedepankan nilai sosial dan pembangunan (Mair & Noboa, 2006). Kewirausahaan sosial fokus pada proses menciptakan nilai dengan menggabungkan sumber daya yang berbeda dengan cara yang inovatif dan khususnya dalam mengeksplorasi dan memanfaatkan peluang untuk menciptakan kemakmuran bersama (Lan et al., 2014). Fokus inti pada konsep kewirausahaan sosial ini untuk menciptakan nilai sosial bagi masyarakat dengan tujuan dan misi sosial kegiatan kewirausahaan (Bacq et al., 2016; Jokela & Elo, 2015).

Terdapat 3 unsur penting pada kewirausahaan sosial menurut Portales, (2019), unsur pertama dari wirausaha sosial adalah misi sosial yang menjadi alasan utama dalam menyelesaikan berbagai permasalahan sosial. Hal ini membedakan wirausaha sosial dari wirausaha konvensional. Selain itu, wirausaha sosial juga berkontribusi dalam memberikan solusi yang efektif terhadap masalah sosial. Unsur kedua adalah implementasi berupa inovasi sosial dan skalabilitas yang dihasilkan. Inovasi sosial menjadi kunci penting dalam menciptakan solusi inovatif untuk mengatasi masalah sosial, dengan mempertimbangkan keuntungan bagi semua pihak terkait. Terakhir, unsur dampak dari wirausaha sosial adalah penciptaan nilai dan keberlanjutan dalam menghasilkan solusi yang berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

Kewirausahaan sosial dilakukan ketika seseorang atau kelompok: (1) bertujuan untuk menciptakan nilai sosial, baik secara eksklusif atau setidaknya dengan cara yang menonjol; (2) menunjukkan kemampuan untuk mengenali dan memanfaatkan peluang untuk menciptakan nilai tersebut; (3) menggunakan inovasi, mulai dari penemuan langsung hingga mengadaptasi hal baru dari orang lain, dalam menciptakan dan/atau mendistribusikan nilai sosial; (4) bersedia menerima risiko diatas rata-rata dalam menciptakan dan menyebarkan nilai sosial; dan (5) memiliki sumber daya yang luar biasa sehingga relatif tidak gentar dengan aset yang langka dalam menjalankan usaha sosial mereka (Peredo & McLean, 2006). Kewirausahaan sosial muncul untuk menutup kesenjangan yang tidak dapat dijangkau oleh pemerintah dan swasta, kewirausahaan sosial telah memainkan peran penting dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan, serta masalah-masalah substansial pada masyarakat dan masalah lingkungan (Ambad, 2022). Dalam konteks Indonesia *social entrepreneurship* baru muncul dan berkembang sekitar beberapa tahun terakhir (Margiono & Feranita, 2021a).

Wirausaha sosial paling aktif berada di Amerika Serikat dan Cina sebanyak 30%, sub-Sahara Afrika 10% dan Asia, termasuk Indonesia memiliki wirausaha sosial paling sedikit (2%) (Yunanto et al., 2021). Data tersebut menunjukkan bahwa minat menjadi wirausaha sosial di Indonesia masih sangat rendah jika dibandingkan dengan negara-negara lain.

Berdasarkan riset laporan dari British Council (2021), jumlah usaha sosial di Indonesia pada tahun 2018 diperkirakan mencapai sekitar 343.000, yang berarti kewirausahaan sosial hanya menyumbang sekitar 2% dari seluruh wirausaha di Indonesia. Hasil studi lainnya oleh British Council bekerja sama dengan Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) menunjukkan bahwa wirausaha sosial berkontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia sebesar 2 persen terhadap produk domestik bruto (PDB). Hal ini memproyeksikan peningkatan PDB pada sektor ini selama beberapa tahun ke depan, seperti yang dicanangkan pada rencana pembangunan nasional (Margiono, 2021). Brittitis Council juga melaporkan bahwa kewirausahaan sosial telah memberikan dampak yang signifikan di Indonesia, dengan 48% manfaatnya dirasakan oleh perempuan, 62% oleh komunitas lokal dan 44% oleh golongan muda.



Gambar 1. 3 Proporsi Pelaku Usaha Sosial di Indonesia
Sumber: Platform Usaha Sosial (PLUS), Katadata Indonesia

Menurut data Platform Usaha Sosial (PLUS), ekonomi kreatif merupakan sektor dengan proporsi *social enterprise* terbanyak di Indonesia per Oktober 2023. Proporsinya mencapai 20,8% dari total wirausaha sosial, terbesar di antara sektor lainnya. Sektor dengan *social enterprise* terbanyak berikutnya berasal dari pertanian/perikanan dengan proporsi 18,5%. Kemudian, diikuti oleh *social enterprise* di sektor pendidikan 16,9%, makanan/minuman (10,7%), dan energi keberlanjutan (7,8%). Sementara, *social enterprise* di sektor lainnya memiliki proporsi lebih kecil. Seperti pada sektor teknologi (6,2%), pemberdayaan (4,7%), penasehatan dan advokasi (4,3%), barang konsumsi (4%), kesehatan/kebugaran (2,8%), dan jasa (1,9%). Sisanya, ada 1,4% *social enterprise* di Indonesia yang berasal dari sektor lainnya.

British Council (2021) juga melaporkan bahwa *Social enterprise* yang beroperasi di sektor industri kreatif paling umum ditemukan di Jawa, Bali, dan Kalimantan. Di Sumatera, sektor yang paling umum untuk perusahaan sosial adalah

Muhammad Iqbal Rezky, 2024

EFEK MEDIASI EKSPEKTASI HASIL DAN EFIKASI DIRI PADA PENGARUH PENGALAMAN SEBELUMNYA TERHADAP INTENSI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL (SURVEI PADA PELAKU EKONOMI KREATIF KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pendidikan, industri kreatif, dan pertanian. Di Jawa, industri kreatif menempati peringkat pertama, diikuti oleh pendidikan dan pertanian. Sementara itu, di Sulawesi, sektor pertanian adalah yang paling umum untuk perusahaan sosial, diikuti oleh makanan dan industri kreatif. Di Indonesia bagian timur, tiga sektor teratas adalah industri kreatif, jasa, dan pertanian. Lebih lanjut British Council (2021) dalam studi ini juga sebanyak 211 usaha diidentifikasi yang bergerak pada sektor kreatif dan usaha sosial atau *creative social enterprise* (CSEs).

Tabel 1.1
Sektor paling umum pada CSEs

<i>Sub-sector</i>	<i>Number of businesses</i>
Kuliner	70
Fesyen	35
Kriya	25
Eco-tourism, edu-tourism, tourism and education	24
Game and App design	6
Seni Pertunjukan	13
Seni, televisi dan radio	1
Press and publications	6
Desain Produk	6
Animasi dan Video	7
Desain interior	8
DKV	8
Periklanan	1
Film	1
Music	2
Fotografi	2
Total	211

Sumber: British Council Report 2021 (*Creative and Social Enterprise in Indonesia*)

Data ini menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial memiliki potensi besar dalam berkontribusi pada perekonomian Indonesia khususnya pada sektor industri kreatif. Pengembangan wirausaha sosial pada sektor industri kreatif merupakan

salah satu strategi kunci dalam membangun ekonomi yang inklusif. Dengan menciptakan lapangan kerja baru dan mendorong partisipasi sektor kreatif dan wirausaha sosial, kita dapat mengintegrasikan berbagai kelompok masyarakat ke dalam sistem ekonomi yang lebih luas. Kolaborasi antara wirausaha sosial, sektor kreatif, dan pemerintah memainkan peran penting dalam menciptakan peluang ekonomi yang berkelanjutan dan menyelesaikan berbagai masalah sosial yang ada di masyarakat. Hal ini menjadi semakin mendesak di era pasca pandemi, mengingat dampak ekonomi yang signifikan, termasuk meningkatnya jumlah orang yang kehilangan pekerjaan. Wirausaha sosial dan kreatif tidak hanya menawarkan solusi inovatif untuk tantangan sosial, tetapi juga berkontribusi dalam memperkuat perekonomian melalui diversifikasi dan penciptaan nilai tambah. Dengan demikian, pengembangan sektor ini harus menjadi prioritas dalam upaya pemulihan ekonomi dan pembangunan yang inklusif di masa depan.

Hasil pra penelitian yang di lakukan pada 34 pelaku ekonomi kreatif di Kota Bandung mengenai ketertarikan mereka untuk menjalani bisnis dengan konsep *Social Entrepreneurship*, hasil tersebut dapat di lihat pada table 1.2:

Tabel 1. 2
Hasil Pra-Penelitian *Social Entrepreneurial Intention* Pelaku Ekonomi Kreatif
Kota Bandung

No.	Indikator <i>Social Entrepreneurial Intention</i>	Rerata Skor	Kategori
1	Keinginan (<i>desire</i>)	2.34	Kurang Baik
2	Rencana (<i>plan</i>)	2.70	Kurang Baik
3	Tindakan (<i>act</i>)	3.00	Baik

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas mengenai Intensi Kewirausahaan Sosial dari pelaku ekonomi kreatif di Kota Bandung. Hasil menunjukkan bahwa para pelaku ekonomi kreatif memiliki intensi kewirausahaan sosial yang lebih baik dalam hal tindakan (*Act*), dengan rerata skor kategori "Baik," namun keinginan (*Desire*) dan rencana (*Plan*) mereka diberi kategori "Kurang Baik." Ini menandakan bahwa meskipun mereka telah mengambil tindakan nyata dalam kewirausahaan sosial, masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan motivasi dan perencanaan

mereka dalam upaya memajukan sektor kewirausahaan sosial di komunitas ekonomi kreatif Kota Bandung.

Studi tentang kewirausahaan sosial menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir dimana para akademisi mulai konsisten mempublikasikan penelitian akademis tentang kewirausahaan sosial (Anggahegari et al., 2021; Idris & Hijrah Hati, 2013; Margiono & Feranita, 2021b; Setiawan et al., 2023; Sijabat & Singgalen, 2023). Meskipun ada peningkatan perhatian pada kewirausahaan sosial oleh masyarakat, publik, praktisi dan akademisi (British Council, 2021; Dickel & Eckardt, 2021; Hussain et al., 2022; Ip & Liang, 2023; Tiwari et al., 2018), masih ada studi terbatas tentang prediksi niat untuk menjadi kewirausahaan sosial. Secara konsisten, peneliti terus melakukan penelitian untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memprediksi individu untuk membangun usaha sosial (Belchior & Lyons, 2021; Lacap et al., 2018; Tan et al., 2021; Tiwari et al., 2022; Vieira et al., 2023; Yunanto et al., 2021)

Social Entrepreneurial Intentions (SEI) merujuk pada keadaan mental seseorang, dimana ia memiliki keinginan dan tekad untuk mengejar tujuan sosial tertentu, yang membimbing dan mengarahkan tindakan kewirausahaan dalam menciptakan sebuah usaha sosial (Bacq & Alt, 2018; Tiwari et al., 2017). Model konseptual telah beberapa dikembangkan untuk penyelidikan terkait *Social Entrepreneurial Intentions* (SEI) dari Hockerts, (2017) dan Mair & Noboa, (2006) dan beberapa penelitian terdahulu terkait intensi kewirausahaan sosial yang mengacu pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Kruse, 2020; Luc, 2020; Politis et al., 2016; Ruiz-Rosa et al., 2020).

Berdasarkan *Social Cognitive Career Theory* (SCCT) (Lent et al., 1994) yang dibangun dari dasar Teori Kognitif Sosial (Bandura, 1986), mengajukan kerangka kerja untuk menentukan niat, minat, pilihan dan kinerja yang berkaitan dengan karier. SCCT menggabungkan *self-efficacy*, ekspektasi hasil dan tujuan pribadi dari teori kognitif sosial sebagai variabel kunci untuk minat dan pilihan karir. Tiga variabel yang saling terkait, keyakinan *self-efficacy*, harapan hasil dan tujuan berfungsi sebagai blok pembangun dasar SCCT (Zola et al., 2022). Teori ini menyatakan bahwa pengalaman membentuk *self-efficacy* dan ekspektasi hasil, yang pada akhirnya mempengaruhi minat dan tujuan karier.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan beberapa anteseden yang mempengaruhi intensi kewirausahaan. *Prior experience* secara positif dan signifikan mempengaruhi intensi kewirausahaan (Ashraf, 2021; Asma et al., 2019a; Aure, 2018; Darmanto & Pujiarti, 2020; de Sousa-Filho et al., 2020; Ghatak et al., 2020; Hockerts, 2017a; Liu et al., 2021). *Self-efficacy* mempengaruhi pembentukan Intensi kewirausahaan (Duong & Le, 2022; Fernandes et al., 2018; Maheshwari, 2021; Shahab et al., 2019; Tsai et al., 2016; Uysal et al., 2022). *Outcome expectation* mempengaruhi pembentukan intensi kewirausahaan (Blaese et al., 2021; E. Liguori et al., 2020a; Santos & Liguori, 2020). Penelitian ini mempertimbangkan variabel yang mempengaruhi Niat Kewirausahaan Sosial (SEI), yaitu pengalaman sebelumnya (*prior experience*), serta hubungan antara harapan hasil (*outcome expectation*) dan efikasi diri (*self-efficacy*) para wirausahawan sosial. Penentuan variabel tersebut didasarkan pada penjelasan *Social Cognitive Career Theory* (SCCT) serta bukti empiris dari penelitian-penelitian terdahulu.

Hanya sedikit penelitian tentang SEI yang menggunakan SCCT sebagai landasan teoritis untuk mengeksplorasi kewirausahaan sosial sebagai pilihan karier. SCCT menggabungkan *self-efficacy*, ekspektasi hasil dan tujuan pribadi dari teori kognitif sosial sebagai variabel kunci untuk minat dan pilihan karir (Lent et al., 1994; Lent & Brown, 2019; Zola et al., 2022). Meskipun penelitian-penelitian sebelumnya memberikan landasan teoritis untuk SEI, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk meningkatkan model teoritis untuk SEI dan mengatasi keterbatasan penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian juga menyarankan menggunakan pendekatan baru dari berbagai teori seperti SCCT. Penelitian dari Tan et al., (2020) dan Winkel et al., (2011) menyarankan SCCT sebagai kerangka teoritis untuk mempengaruhi dan memprediksi intensi berwirausaha hal tersebut didukung oleh penelitian dari Uysal et al., (2022) yang menunjukkan bukti empiris untuk kegunaan *Social Cognitive Career Theory* (SCCT) untuk kewirausahaan. Untuk mengatasi kesenjangan teoritis dalam memprediksi SEI, penelitian ini mempertimbangkan hubungan antara *outcome expectation* dan *self-efficacy* dengan Intensi Kewirausahaan Sosial. Pendekatan ini sejalan dengan konsep yang dijelaskan dalam *Social Cognitive Career Theory* (SCCT).

Berdasarkan paparan penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk menguji peran ekspektasi hasil wirausahawan sosial (*outcome expectation*) dan efikasi diri wirausahawan sosial (*Self-efficacy*) dalam memediasi pengaruh pada pengalaman sebelumnya (*Prior Experience*) terhadap intensi kewirausahaan sosial (*Social Entrepreneurial Intention*) apabila diterapkan pada pelaku ekonomi kreatif Kota Bandung. Judul penelitian ini adalah “Efek Mediasi Ekspektasi Hasil dan Efikasi Diri pada Pengaruh Pengalaman Sebelumnya terhadap Intensi Kewirausahaan Sosial (Survei pada Pelaku Ekonomi Kreatif Kota Bandung)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana deskripsi mengenai *prior experience* (PE), *outcome expectation* (OE), *self-efficacy* (SE) dan *social entrepreneurial intention* pada pelaku ekonomi kreatif kota Bandung.
2. Apakah *Self-efficacy* berpengaruh terhadap *social entrepreneurial intention*
3. Apakah *Outcome expectation* berpengaruh terhadap *social entrepreneurial intention*
4. Apakah *Prior Experience* berpengaruh langsung terhadap intensi kewirausahaan sosial
5. Apakah ekspektasi hasil wirausaha sosial memediasi pengaruh *Prior Experience* terhadap intensi kewirausahaan sosial
6. Apakah efikasi diri wirausaha sosial memediasi pengaruh *Prior Experience* terhadap intensi kewirausahaan sosial

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini secara umum bertujuan untuk memecahkan masalah rendahnya minat menjadi wirausahawan sosial pada pelaku ekonomi kreatif Kota Bandung melalui kajian *social entrepreneurial intention* berdasarkan *Social Cognitive Career Theory* (SCCT). Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Deskripsi *prior experience (PE)*, *outcome expectation (OE)*, *self-efficacy (SE)* dan *social entrepreneurial intention* pada pelaku ekonomi kreatif kota Bandung.
2. Pengaruh *self-efficacy* terhadap *social entrepreneurial intention*
3. Pengaruh *outcome expectation* terhadap *social entrepreneurial intention*
4. Pengaruh *Prior Experience* terhadap *social entrepreneurial intention*.
5. Efek mediasi *Outcome Expectation* pada pengaruh *Prior Experience* terhadap *social entrepreneurial intention*.
6. Efek mediasi *Self-efficacy* pada pengaruh *Prior Experience* terhadap *social entrepreneurial intention*.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Kontribusi pada Teori: Tesis ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori kewirausahaan sosial, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat kewirausahaan sosial, seperti *Outcome Expectation*, *Self-Efficacy*, dan *Prior Experience*.
 - b. Pengembangan Model: Melalui penelitian ini, dapat dikembangkan model yang memperhitungkan interaksi antara variabel *Outcome Expectation*, *Self-Efficacy*, dan *Prior Experience* dalam konteks niat kewirausahaan sosial.
 - c. Pemahaman yang Lebih Mendalam: Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika motivasi dan niat para pelaku ekonomi kreatif untuk terlibat dalam kewirausahaan sosial.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pemerintah dan lembaga terkait dalam merancang kebijakan yang mendukung pengembangan kewirausahaan sosial di Kota Bandung.
 - b. Pengembangan Program: Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan program pelatihan dan pendampingan bagi para pelaku ekonomi kreatif yang ingin berkontribusi lebih dalam dalam bidang kewirausahaan sosial.

- c. Peningkatan Kesadaran: Penelitian ini juga dapat membantu meningkatkan kesadaran akan pentingnya kewirausahaan sosial di kalangan pelaku ekonomi kreatif, serta mendorong peningkatan partisipasi dalam kegiatan kewirausahaan sosial.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan penelitian ini mengacu pada pedoman penulisan karya ilmiah UPI yaitu:

BAB I: Pendahuluan pada bagian ini pendahuluan menjadi bab perkenalan menjelaskan mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan struktur organisasi proposal.

BAB II: Kajian pustaka bagian kajian pustaka dalam tesis memberikan konteks yang jelas terhadap topik atau permasalahan yang diangkat dalam penelitian yang berisi 1) konsep-konsep, teori-teori, dalil-dalil, hukum-hukum, model-model dan rumus-rumus utama serta turunannya dalam bidang yang dikaji; 2) penelitian terdahulu yang relevan dengan bidang yang diteliti, termasuk prosedur, subjek dan temuannya; 3) posisi teoretis peneliti yang berkenaan dengan masalah yang diteliti.

BAB III: Metode penelitian bagian ini merupakan bagian yang bersifat prosedural, yakni bagian yang mengarahkan pembaca untuk mengetahui bagaimana peneliti merancang alur penelitiannya dari mulai pendekatan penelitian yang diterapkan, instrumen yang digunakan, tahapan pengumpulan data yang dilakukan, hingga langkah-langkah analisis data yang dijalankan.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan, Bab ini menyampaikan dua hal utama, yakni (1) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitiannya dan (2) pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB V: Simpulan, Implikasikan Rekomendasi, Bab ini berisi simpulan, implikasikan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut.