

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

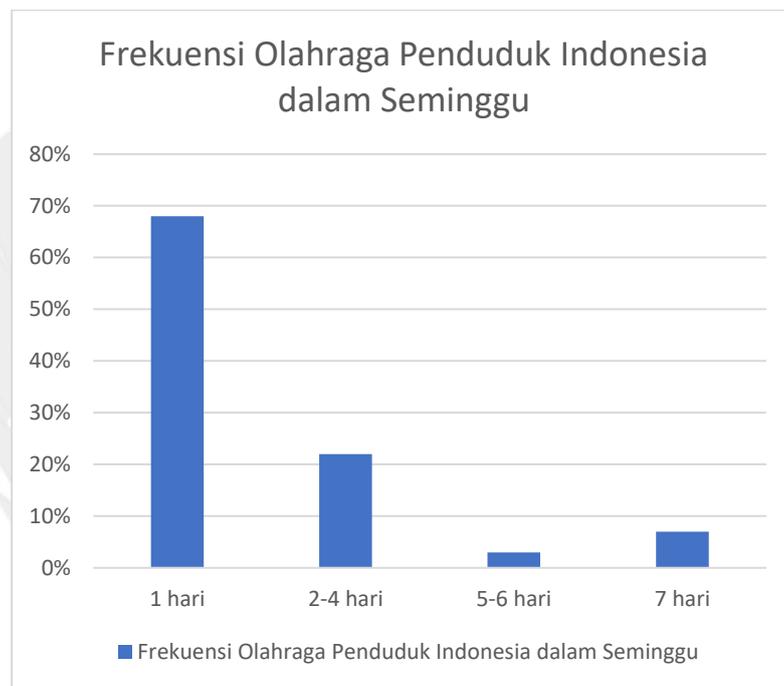
Pada Bab I ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah yang berisi fenomena mengapa penelitian ini dilakukan. Kemudian secara urut dibahas mengenai masalah penelitian, tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, pembatasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Industri olahraga merupakan aspek penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara. Industri olahraga tidak diragukan lagi menjadi salah satu industri paling potensial di dunia. Olahraga juga telah menjadi industri unggulan dan sebagai penghasil devisa di beberapa negara maju dan modern seperti Inggris, Amerika, Prancis, Jerman, Italia, China dan Korea. Selain itu, olahraga juga dipandang sebagai salah satu pilar paling kritis dari struktur sosial sehingga dijadikan sebagai industri yang berskala internasional.

Industri olahraga terus dikembangkan di Indonesia karena merupakan penerapan dari peraturan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2005. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2018), dari keseluruhan jumlah penduduk Indonesia, tercatat bahwa jumlah penduduk yang telah aktif berolahraga menunjukkan persentase yang baru mencapai 35,7%. Esa Sukmawijaya yang merupakan Kepala Biro Perencanaan dan Organisasi Kemenpora (Kompas.com, 2019) menyatakan angka 35,7% masih terbilang rendah jika dibandingkan dengan total jumlah penduduk Indonesia. Populasi penduduk

Indonesia saat ini dicatat sudah mencapai sekitar 270 juta jiwa. Meskipun masih sedikit, data tersebut menunjukkan masyarakat Indonesia sudah mulai menyadari akan pentingnya berolahraga.



**Gambar 1.1 Frekuensi Olahraga Penduduk Indonesia dalam Seminggu**  
Sumber : Badan Pusat Statistik, 2018

Berdasarkan data pada Gambar 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa frekuensi olahraga penduduk Indonesia dalam seminggu masih tergolong rendah. Sebanyak 68% melakukan olahraga hanya sehari dalam seminggu, kemudian sebanyak 22% melakukan olahraga dengan frekuensi 2 – 4 hari dalam seminggu, sebanyak 3% berolahraga dengan frekuensi 5 – 6 hari selama seminggu, dan sisanya sebanyak 7% berolahraga setiap hari dalam seminggu.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh Sun Life Financial Asia pada tahun 2017, tercatat sebanyak 62% penduduk Indonesia

menyatakan bahwa kondisi mereka lebih sehat saat ini dibandingkan dari tiga tahun yang lalu setelah aktif melakukan olahraga. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara yang menduduki peringkat tertinggi di Asia. Indonesia juga tercatat berada pada posisi kedua pada data Indeks Kesehatan setelah mengungguli negara Filipina untuk kategori negara yang paling positif mengenai kondisi kesehatan. Survei yang sama juga menunjukkan olahraga lari sebagai bidang olahraga yang paling diminati oleh penduduk Indonesia dengan persentase sebanyak 60%. Kategori selanjutnya yaitu bersepeda yang berjumlah sebesar 55% dan berenang 45%. Data ini dapat dijabarkan pada Tabel 1.1 berikut.

**Tabel 1.1 Survey Sun Life Financial Asia Health Index tahun 2017**

ASIA		INDONESIA	
Puas dengan kondisi kesehatan secara menyeluruh	60%	Puas dengan kondisi kesehatan secara menyeluruh	62%
Memakai aplikasi dan alat wearables kesehatan	42%	Memakai aplikasi dan alat wearables kesehatan	21%
Olahraga yang paling diminati:		Olahraga yang paling diminati:	
Lari	54%	Lari	60%
Renang	45%	Renang	55%
Bersepeda	44%	Bersepeda	45%

Sumber : Sun Life Financial Asia, 2017

Dengan adanya peningkatan minat penduduk Indonesia terhadap olahraga lari, maka semakin banyak juga muncul komunitas-komunitas olahraga lari di Indonesia, seperti Indorunners dan RIOT Indonesia. Selain itu, beberapa komunitas olahraga lainnya yang ada di Indonesia saat ini adalah Yoga Gembira, Indo Sweat Camp, Arrohmah Archery Center, dan Jakarta Swim Community yang sangat mengutamakan manfaat olahraga untuk

menjaga kesehatan badan dan dapat memelihara fungsi organ serta dapat menjaga daya tahan tubuh.

Ratten (2011) mengemukakan bahwa industri olahraga dapat memberikan pengaruh pada industri pendidikan dan pariwisata, dan hal ini secara tidak langsung dapat mendorong adanya inovasi sosial dan kewirausahaan. Olahraga yang berbasis kewirausahaan sering diamati dalam konteks olahraga profesional karena menawarkan layanan olahraga kepada masyarakat untuk mendapatkan keuntungan dan sekaligus berusaha untuk meningkatkan pendapatan mereka. Namun saat ini, olahraga yang berbasis kewirausahaan berusaha untuk tidak hanya mendapatkan keuntungan tetapi juga mencapai tujuan sosial melalui pengaruh olahraga tersebut. Kewirausahaan menjadi pilihan bagi organisasi olahraga untuk bertahan dalam keadaan yang sangat kompetitif, dan organisasi yang lebih inovatif bisa mengamankan pangsa pasar yang berkelanjutan (Miragaia, 2015).

Kewirausahaan sosial didefinisikan berbeda dengan kewirausahaan komersial dimana kewirausahaan sosial berarti “menciptakan nilai sosial daripada menciptakan kekayaan pribadi maupun pemegang saham, yang karakteristiknya diwarnai oleh faktor inovasi yang mampu mengatasi beragam masalah sosial yang dihadapi oleh masyarakat” (Zadek dan Thake, 1997). Istilah kewirausahaan sosial pertama kali diperkenalkan di Indonesia oleh Ashoka Indonesia pada tahun 1983 (**Idris & Hati, 2013**). Menurut Ashoka Indonesia, kewirausahaan sosial merupakan hasil pengembangan dari konsep kewirausahaan yang berada pada ranah ilmu ekonomi. Namun yang

membedakannya adalah kewirausahaan dijalankan oleh seseorang atau sekelompok orang yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan untuk dirinya sendiri, sedangkan kewirausahaan sosial memasukkan unsur kepedulian atau misi sosial di dalam perolehan keuntungan tersebut.

Dalam praktiknya, kewirausahaan sosial sering diperdebatkan dengan *corporate social responsibility (CSR)* dan *philanthropy*. Namun, terdapat perbedaan antara kewirausahaan sosial dan CSR, meskipun mereka memiliki beberapa karakteristik umum. Defourny dan Nyssens (2010) menyatakan CSR terletak pada cakupan kewirausahaan sosial. Definisi paling umum mengenai CSR yaitu komitmen keberlanjutan dari suatu perusahaan yang memiliki perilaku moral dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi sejalan dengan peningkatan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta masyarakat lokal secara luas (*World Business Council for Sustainable Development*, 2005). Tujuan akhir dari CSR adalah untuk meningkatkan manfaat keuangan perusahaan dan meningkatkan persepsi konsumen tentang perusahaan dibanding membuat kontribusi sosial, yang merupakan tujuan kewirausahaan sosial (Cohen dan Peachy, 2015). Selain itu, peran inovasi adalah perbedaan lain yang menonjol antara CSR dan kewirausahaan sosial. Menurut Huybrechts dan Nicholls (2012) inovasi adalah kondisi yang diperlukan untuk kewirausahaan sosial tetapi tidak untuk CSR. Sebaliknya, kedermawanan (*philanthropy*) mungkin tidak serta merta terlibat dalam pemikiran inovatif, tetapi hubungan antara *philanthropy* dan kewirausahaan sosial sangat penting karena kegiatan kewirausahaan sosial terkadang dilakukan dengan dukungan

para dermawan. Oleh karena itu, terdapat perbedaan antara kewirausahaan sosial, CSR, dan *philanthropy*.

Menurut Ratten, dkk (2011) topik studi yang berkaitan dengan kewirausahaan sosial dalam olahraga dapat dikategorikan sebagai berikut: (1) kerangka konseptual kewirausahaan sosial terkait olahraga, (2) mengutamakan perdamaian dan persamaan hak, (3) alat untuk membantu orang yang membutuhkan dalam masyarakat, memperkuat jaringan sosial, mengembangkan modal sosial, dan mengubah sikap individu dalam masyarakat. Selain itu, Ratten (2010) juga mengemukakan ciri-ciri dari kegiatan olahraga yang menampilkan kewirausahaan yaitu, perilaku yang inovatif, berani mengambil risiko, proaktif, dan perilaku yang menciptakan nilai. Olahraga yang berbasis kewirausahaan berusaha untuk tidak hanya mendapatkan keuntungan tetapi juga mencapai tujuan sosial melalui pengaruh sosial olahraga (Smith, 2010)

Komunitas olahraga harus mempertahankan komitmen untuk kewirausahaan sosial. Ratten (2017) menyatakan bahwa organisasi olahraga harus menunjukkan lebih banyak perilaku kewirausahaan dan fokus pada penyebab sosial untuk memanfaatkan peluang pasar. Meskipun banyak negara telah menganalisis pengaruh olahraga pada komunitas yang berbeda dan pembangunan ekonomi, beberapa penelitian telah dilakukan untuk menentukan bagaimana kewirausahaan meningkatkan olahraga organisasi bisnis. Penggemar dan konsumen olahraga adalah salah satu pemangku

kepentingan utama dalam waralaba olahraga profesional karena mereka memberikan perhatian terhadap masalah sosial di masyarakat.

Salah satu komunitas olahraga yang berbasis kewirausahaan sosial yang berkembang di Indonesia saat ini, yaitu RIOT Indonesia. RIOT atau kepanjangannya *Running Is Our Therapy* adalah sebuah komunitas lari yang terbentuk karena berawal dari adanya sekelompok orang penggemar lari di daerah Pantai. Kemudian di tahun 2016, sekelompok orang tersebut membentuk komunitas lari yang mereka namakan RIOT Bali. RIOT memiliki misi yaitu ingin menyebarkan pentingnya lari bagi kesehatan kepada masyarakat sekitar. Seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat mulai menyukai olahraga lari dan menjadikannya sebagai sebuah *lifestyle*. Sehingga hal ini menjadikan komunitas RIOT menyebar di berbagai kota di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Jogjakarta, Lombok dan Makasar. Dibentuknya komunitas RIOT Indonesia selain bertujuan untuk mendapatkan manfaat dari berolahraga lari namun RIOT juga ingin memberikan manfaat pada lingkungan sekitar. Komunitas RIOT dalam perjalanannya sering mengadakan acara *charity* ke pantai asuhan, donor darah, hingga penggalangan dana untuk korban bencana alam seperti meletusnya Gunung Agung pada tahun 2017.

**Tabel 1.2 Kegiatan sosial yang dilakukan oleh RIOT Indonesia tahun 2018-2021**

<b>NAMA KEGIATAN</b>	<b>TANGGAL</b>	<b>PESERTA</b>
Penggalangan dan pendidikan dan gizi di Toraja	18-Sep-21	46
RIOT Berbagi Untuk Sesama di Balikpapan	14-May-21	30
Load Your Emphaty	9-May-21	25
Berdonasi di Panti Asuhan Yogyakarta	16-Apr-21	24
Workout From Home	20-Feb-21	76
Riot Peduli Bencana Alam Banjarmasin	27-Jan-21	32
Riot Peduli Bencana Alam Palu	27-Jan-21	23
RIOT Bersama Kita Lawan Covid 19	14-Oct-20	20
#PunyaPower New Normal, New Habits Live Talk	13-Jun-20	30
Burning Calories With RIOT Live Talk	13-Jun-20	30
RIOT Berbagi di Banjarmasin	25-May-20	10
RIOT Berbagi Sembako di Yogyakarta	17-May-20	16
Running Connect Live Talk & Live Classes	5-May-20	30
RIOT Bersama Kita Lawan Covid 19 (Kendari)	3-May-20	15
RIOT Bersama Kita Lawan Covid 19 (Surabaya)	1-May-20	24
RIOT Bersama Kita Lawan Covid 19 (Yogyakarta)	29-Apr-20	20
RIOT Berbagi (Bandung)	6-Mar-20	60
RIOT Donor Darah	21-Jul-19	28
RIOT Berbagi Keceriaan Bersama Anak-Anak Pejuang Kanker	22-Jul-19	25
RIOT Bersih-Bersih Pantai Losari Bersama Pemerintah Makasar	20-Jul-19	30
Jakberbagi2019	25-May-19	38
RIOT BUKBER Dengan Anak Panti dan Anak Berkebutuhan Khusus (Surabaya)	20-May-19	40
RIOT BUKBER di Panti Asuhan Sabilu Huda Kaliurang Yogyakarta	12-May-19	65
RIOT Love and Sharing di Panti Asuhan Makasar	11-May-19	42
RIOT Pray For Sulawesi (berdonasi)	23-Jan-19	40
Pengiriman bantuan di Makasar	27-Jan-19	50
Stay Strong Palu (berdonasi)	13-Oct-18	15
In RIOT We Care - Pray For Lombok	14-Aug-18	10
RIOT Pray For Lombok	29-Jul-18	50
Run For Nikma (berdonasi)	31-Mar-18	101
Run For Mount Agung (berdonasi)	4-Feb-18	267
<b>Total</b>		<b>1.312</b>

Sumber: RIOT Indonesia

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, dapat dikatakan bahwa RIOT Indonesia rutin melakukan kegiatan sosial setiap tahunnya. Kegiatan sosial ini digolongkan sebagai kewirausahaan sosial yang telah dilakukan oleh komunitas RIOT Indonesia. Seperti pendapat yang dikeluarkan oleh Zadek dan Thake (1997) yaitu kewirausahaan sosial merupakan kegiatan untuk menciptakan nilai sosial dan bukan untuk kekayaan pribadi maupun pemegang saham, yang karakteristiknya dijelaskan oleh faktor inovasi yang mampu mengatasi beragam masalah sosial yang dihadapi oleh masyarakat. Dalam hal ini, RIOT tidak memanfaatkan kegiatan sosial ini untuk kepentingan pribadi maupun komunitas. Namun agar dapat memberikan manfaat sosial kepada lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua RIOT Indonesia, yakni Capt. Subaga, jumlah anggota aktif RIOT Indonesia khususnya di Bali saat ini berjumlah 103 orang. Anggota ini aktif dalam mengikuti kegiatan sosial maupun kegiatan lari yang diadakan RIOT. Salah kegiatan besar yang diadakan RIOT pada tahun 2021 yaitu Virtual Run dalam rangka 5<sup>th</sup> Anniversary RIOT Indonesia.

**Tabel 1.3 Run Event RIOT Indonesia pada tahun 2018-2021**

NAMA KEGIATAN	TANGGAL	PESERTA
Toraja Run For Humanity	17-Sep-21	35
Pruride 2021	20-Apr-21	24
Westlake Ultra 24 Hours	15-Apr-21	15
Run To Care NTT	30-Jan-21	30
Maybank Marathon 2020	28-Nov-20	17
Borobudur Marathon	16-Nov-20	12
Milo Virtual Run	20-Sep-20	43
Pocari Sweat Run Virtal 2020	22-Aug-20	100

Virtual Merdeka Run	17-Aug-20	200
ATM 500 "Run Asia, Run Virtual"	8-Jun-20	150
VR Run Series	22-May-20	78
International Women Day Run	8-Mar-20	47
Run To Care Bali	16-Feb-20	95
Bogor Half Marathon	22-Mar-20	20
New Year Edition 2020	5-Jan-20	106
Herbalife Bali International Triathlon 2019	10-Nov-19	50
NusantaraRun	7-Dec-19	23
Last Saturday Run	6-Dec-19	57
Sapta Taruna Half Marathon	7-Dec-19	40
Rock n Run 2019	1-Dec-19	60
BRILian Run 2019	1-Dec-19	30
Borobudur Marathon 2019	16-Nov-19	80
Run Makasar Half Marathon x RIOT	4-Nov-19	45
BTS Ultra 100	3-Nov-19	18
Halloween Run	30-Oct-19	25
RIOT Makasar x KNPI Youth Fun Run	27-Oct-19	15
Electric Jakarta Marathon	27-Oct-19	150
Bhineka Fun Run	4-Oct-19	55
Run To Give	23-Sep-19	30
Maybank Marathon Bali 2019	8-Sep-19	305
Kudus Relay Marathon	25-Aug-19	25
Surabaya marathon 2019	4-Aug-19	77
Pocari Sweat Run Bandung	28-Jul-19	100
Run To Care Bali 2019	26-Jul-19	29
Second Chance Charity Run	21-Jul-19	50
Tambora Challenge 2019	1-May-19	4
Jogja Marathon	28-Apr-19	18
Bandung Edu Fin Run 2019	7-Apr-19	47
International Women Day Run	8-Mar-19	63
Coast To Coast Night Trail Ultra 2019	16-Feb-19	18
Unpar Half Marathon 2019	10-Feb-19	33
Run To Empower	21-Jan-19	56
Run To Rebuild	15-Dec-18	45
A Run For Lombok	12-Aug-18	34
Unity Run	29-Apr-18	50
SunLife Resolution Run	19-Dec-18	21
NusantaraRun	10-Dec-18	35

Zinc Train Run	11-Nov-18	26
TNI Marathon 2018	4-Nov-18	17
Mekaki Marathon	28-Oct-18	20
A Run For Palu	7-Oct-18	100
Maybank Marathon 2018	9-Sep-18	104
<b>Total</b>		<b>2.927</b>

Sumber: RIOT Indonesia

Selain melakukan kegiatan sosial, RIOT Indonesia juga rutin mengadakan *run event* setiap tahun yang dapat dilihat pada Tabel 1.3 di atas. Capt. Subaga mengatakan, dengan adanya *event* ini secara tidak langsung meningkatkan antusiasme masyarakat untuk bergabung dalam *event* tersebut maupun bergabung menjadi anggota RIOT. Hal ini dikarenakan kegiatan ini bisa diikuti tidak hanya untuk anggota namun juga masyarakat umum. Selain kegiatan lari, komunitas ini juga menjual *merchandise* yang berlogo RIOT seperti kaos, jaket, dan tumbler. Banyak masyarakat yang bukan anggota RIOT juga sering membeli berbagai *merchandise* ini karena *design* yang dianggap sederhana namun berkelas. Keuntungan dari penjualan ini kemudian digunakan untuk kegiatan sosial di berbagai daerah oleh anggota RIOT tersebut. Tabel 1.4 berikut merupakan data penjualan produk *merchandise* RIOT Indonesia selama tahun 2021.

**Tabel 1.4 Data Penjualan Produk Merchandise RIOT Indonesia tahun 2021**

Nama Produk	Jumlah Terjual		Harga	Total
RIOT GEAR (TEES)	600	pcs	210,000	126,000,000
RIOT GEAR (LONGSLEEVE)	510	pcs	220,000	112,200,000
RIOT GEAR (SLEEVELESS)	490	pcs	190,000	93,100,000
RIOT HAT	900	pcs	100,000	90,000,000
RIOT MASK	550	pcs	50,000	27,500,000
<b>TOTAL</b>	<b>3050</b>			<b>448,800,000</b>

Sumber: RIOT Indonesia

Penelitian mengenai kewirausahaan sosial dalam bidang olahraga belum pernah dilakukan di Indonesia. Saat ini hanya terdapat satu penelitian yang dilakukan di Taiwan oleh Chen dan Lin (2021). Penelitian tersebut memberikan hasil bahwa kewirausahaan sosial mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk yang dijual perusahaan melalui afektif komitmen. Selain itu ditemukan juga bahwa inovasi dan CSR dapat meningkatkan persepsi masyarakat terhadap kewirausahaan sosial yang mana akan meningkatkan afektif komitmen kepada perusahaan. Kewirausahaan sosial ditemukan tidak hanya meningkatkan keinginan untuk membeli produk tetapi juga keinginan untuk mengikuti *event* yang diadakan perusahaan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengadaptasi penelitian Chen dan Lin (2021) tersebut untuk dilakukan di Indonesia dengan sampel penelitian dan komunitas olahraga yang berbeda.

## **1.2 Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, peneliti menyimpulkan bahwa kewirausahaan sosial memiliki peran penting dalam membantu suatu perusahaan atau komunitas dalam mencapai tujuannya. Hal ini merupakan hal yang positif dan dapat memberikan manfaat yang baik bagi masyarakat. Namun dari jumlah 340.000 wirausaha sosial yang ada di Indonesia, sektor yang paling diminati ialah sektor industri kreatif dengan persentase 22% dari total keseluruhan. Penelitian mengenai kewirausahaan sosial dalam bidang industri olahraga masih belum pernah dilakukan di Indonesia. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian

kewirausahaan pada industri olahraga khususnya komunitas olahraga lari untuk mengetahui faktor apa yang dapat mempengaruhi kewirausahaan sosial pada komunitas RIOT Indonesia.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bahwa inovasi secara positif mempengaruhi kewirausahaan sosial.
2. Untuk mengetahui bahwa CSR secara positif mempengaruhi kewirausahaan sosial.
3. Untuk mengetahui bahwa kewirausahaan sosial secara positif mempengaruhi komitmen afektif pada komunitas olahraga RIOT Indonesia.
4. Untuk mengetahui bahwa komitmen afektif pada komunitas olahraga RIOT Indonesia secara positif mempengaruhi keinginan untuk membeli produk RIOT Indonesia.
5. Untuk mengetahui bahwa komitmen afektif pada komunitas olahraga RIOT Indonesia secara positif mempengaruhi keinginan untuk mengikuti *event* olahraga RIOT Indonesia.

### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah inovasi secara positif mempengaruhi kewirausahaan sosial?

2. Apakah CSR secara positif mempengaruhi kewirausahaan sosial?
3. Apakah kewirausahaan sosial secara positif mempengaruhi komitmen afektif pada komunitas olahraga RIOT Indonesia?
4. Apakah komitmen afektif pada komunitas olahraga RIOT Indonesia secara positif mempengaruhi keinginan untuk membeli produk RIOT Indonesia?
5. Apakah komitmen afektif pada komunitas olahraga RIOT Indonesia secara positif mempengaruhi keinginan untuk mengikuti *event* olahraga RIOT Indonesia?

### **1.5 Pembatasan Penelitian**

1. Penelitian ini mengambil sampel anggota RIOT Indonesia dan masyarakat yang pernah mengikuti kegiatan yang diadakan RIOT Indonesia, khususnya yang berdomisili di Bali.
2. Variabel penelitian dalam penelitian ini yaitu, inovasi, peluang, CSR, kewirausahaan sosial, komitmen afektif, keinginan untuk membeli produk dan keinginan untuk mengikuti *event*.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

#### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada pembaca dalam bidang ekonomi terutama kewirausahaan sosial dalam industri olahraga. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai kewirausahaan sosial.

### 1.6.2 Manfaat Praktis

#### 1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat memberikan manfaat akademis secara nyata mengenai fakta yang ada dan gambaran tentang pengaruh kewirausahaan sosial pada komunitas RIOT Indonesia.

#### 2. Bagi Universitas Pelita Harapan

Penelitian ini dijadikan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya yang sejenis, khususnya tentang kewirausahaan sosial.

#### 3. Bagi RIOT Indonesia

Penelitian ini dijadikan rujukan bagi komunitas RIOT Indonesia untuk mengetahui pengaruh penerapan kewirausahaan sosial pada RIOT Indonesia.

#### 4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman informasi bagi masyarakat tentang pengaruh kewirausahaan sosial.

### 1.7 Sistematika Penelitian

Berikut ini merupakan urutan penulisan dalam penelitian ini, yang terdiri dari 5 bab.

#### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai kerangka penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, pembatasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

## **BAB II: TINJAUAN LITERATUR**

Pada bab ini menjelaskan mengenai definisi masing-masing variabel yang terdapat dalam penelitian ini, hubungan antar variabel dan pengembangan hipotesis dari variabel yang diteliti.

## **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode-metode dalam penelitian ini, cara untuk mendapatkan data, teknik analisis yang digunakan, penentuan sampel penelitian, dan cara pengolahan data.

## **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil dan pembahasan yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, pengujian reliabilitas dan validitas data penelitian, deskripsi mengenai profil responden, pengujian hipotesis, dan perbandingan yang diperoleh antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini.

## **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi penelitian, limitasi penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.