

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Social Entrepreneurship*

Social Entrepreneurship adalah individu yang bergerak atas misi dan menggunakan perilaku kewirausahaan untuk memberikan nilai sosial pada mereka yang kurang beruntung, melalui wirausaha yang mandiri secara finansial dan berkelanjutan (Abu-Saifan, 2012). *Social Entrepreneurship* adalah proses menciptakan bisnis dengan keterampilan kewirausahaan dan menggunakan pendekatan inovatif untuk menyelesaikan masalah sosial, bisnis ini mengejar keuntungan ganda dari dampak sosial dan kemandirian finansial/profitabilitas (Sengupta & Sahay, 2017). *Social Entrepreneurship* terdiri dari sistem yang berimprovisasi, merancang pendekatan baru, menangkap peluang yang dilewatkan orang lain, dan menghasilkan solusi untuk mengubah masyarakat menjadi lebih baik (Gandhi & Raina, 2018).

Menurut Abu-Saifan (2012) terdapat empat faktor yang membuat *social entrepreneurship* berbeda dengan bentuk *entrepreneurship* lainnya, diantaranya:

1. *Mission-driven*, yaitu Mereka berorientasi pada misi dalam memberikan nilai sosial kepada masyarakat.
2. Mereka bertindak melalui kombinasi karakteristik berbeda yang dibandingkan wirausaha konvensional
3. Mereka bertindak dalam organisasi yang memiliki budaya inovasi dan keterbukaan yang kuat.

Mereka bertindak dalam organisasi yang mandiri secara finansial yang bertujuan untuk dapat memberikan nilai sosial yang diinginkan.

2.1.2 Sociopreneur

Social Entrepreneur/wirausahawan sosial adalah seorang individu yang didorong oleh keinginan akan keadilan sosial, sehingga mereka melakukan tindakan yang dapat secara langsung meningkatkan kualitas hidup orang-orang yang mereka layani, mereka bertujuan mencari solusi berkelanjutan secara finansial, organisasi, sosial dan lingkungan (Thake, 2017). *Social Entrepreneur* menciptakan nilai sosial melalui inovasi dan memanfaatkan sumber daya keuangan untuk pengembangan sosial, ekonomi, dan masyarakat (Bansal et al., 2019). *Sociopreneur* adalah seorang aktivis dengan pemikiran kreatif yang memobilisasi gerakan sosial dibawah organisasi berupa yayasan atau asosiasi. Disisi lain mereka tidak menciptakan nilai dengan cara yang sama seperti wirausaha komersial, tetapi dengan menciptakan kesejahteraan sosial dengan menyediakan barang dan jasa yang tidak dipatok pasar atau ditangani pemerintah (Budi Priatna et al., 2021).

2.1.3 Social Entrepreneurial Intention

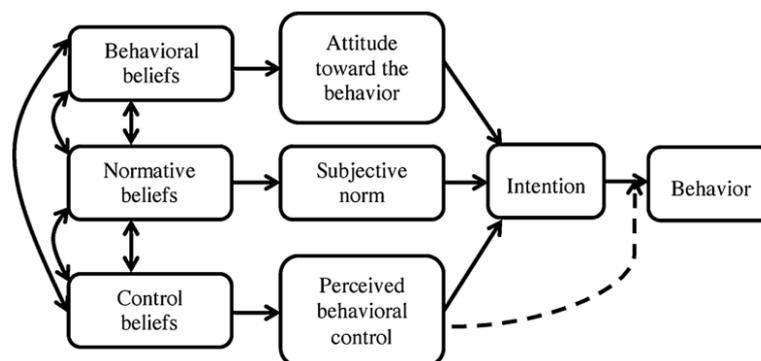
Intention berkembang dari pemikiran rasional dan intuitif yang dipengaruhi oleh konteks sosial, politik, ekonomi, pengalaman, kepribadian, dan kemampuan yang dimiliki (Urban & Kujinga, 2017). *Entrepreneurial Intention* adalah langkah awal seseorang dalam membuat suatu bisnis karena memiliki pengalaman dan motivasi yang kuat sebelumnya, *entrepreneurial intention* menjadi faktor penting untuk membentuk karakteristik bisnis yang akan dilakukan (Park, 2017). *Intention* mencerminkan terdapat faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku individu untuk melakukan sesuatu, *Social Entrepreneurial Intention* (SEI) mengacu pada niat individu untuk memulai usaha sosial dan dianggap sebagai perilaku psikologis yang mendorong individu untuk menerapkan rencana sosial untuk akhirnya menjadi wirausahawan sosial (Tan et al., 2020). *Social Entrepreneurial Intention* menggambarkan niat individu untuk menciptakan bisnis yang inovatif dan dapat menyelesaikan masalah sosial serta memberikan solusi berkelanjutan (Zhang et al., 2021). *Social Entrepreneurial Intention* menunjukkan adanya niat seseorang yang

mengejar peluang sosial untuk menciptakan usaha sosial karena merasakan adanya *feasibility* dan *desirability* yang dialami (Urban & Kujinga, 2017).

Adapun definisi *social entrepreneurial intention* yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada pengertian dari Urban & Kujinga (2017) yaitu niat seseorang dalam mengejar peluang sosial untuk menciptakan usaha sosial karena ia memiliki keinginan dan kelayakan dalam hal itu.

2.1.4 Theory of Planned Behavior

Theory of planned behavior (TPB) ini pertama kali dikenalkan oleh Ajzen (1991) dimana teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu timbul ketika mereka memiliki niat dan keyakinan untuk melakukan perilaku tersebut (Khanifah et al., 2017), dan seseorang memiliki kemampuan pengendalian diri untuk semua perilaku yang akan diputuskan. Teori ini menyatakan bahwa perilaku seseorang tergantung pada motivasi (*intention*) dan kemampuan (kontrol perilaku) (LaMorte, 2019). TPB menunjukkan bahwa individu akan berniat melakukan perilaku jika memiliki penilaian pribadi yang positif mengenai hal yang sedang diperhitungkan (Urban & Kujinga, 2017).



Sumber: Yuriev et al., (2020)

Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior

Berdasarkan gambar 2.1 di atas menjelaskan bahwa *intention*/niat merupakan konstruksi inti sebelum akhirnya individu melakukan suatu perilaku. Semakin tinggi niat seorang individu maka semakin tinggi juga kemungkinan individu melakukan perilaku. Niat diasumsikan sebagai tindak lanjut dari keyakinan untuk melakukan suatu perilaku. Niat dipengaruhi oleh

tiga komponen utama yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavior control* (Sudrajad et al., 2019)

Attitude toward behavior menjelaskan penilaian/evaluasi yang dilakukan individu terhadap tingkah laku yang nantinya menciptakan keyakinan yang baik akan suatu perilaku tersebut, ketika seseorang melakukan suatu perilaku menghasilkan hasil tertentu maka dilakukan penilaian terhadap hasil tersebut. Semakin baik penilaian tersebut maka semakin baik niat yang dihasilkan (Anggraini & Patricia, 2019). *Behavioral belief* adalah kemungkinan subjektif individu dimana jika mereka melakukan perilaku yang membuahkan hasil akan memberikan pengalaman dan keyakinan tertentu (Ajzen, 2020)

Subjective norm didefinisikan sebagai persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan maupun tidak melakukan suatu perilaku (Aulia Ramadhani et al., 2020). *Normative belief* dapat dibedakan menjadi dua yaitu *injunctive* dan *descriptive*, *injunctive normative belief* adalah keyakinan individu untuk berperilaku atas pertimbangan yang diberikan dari orang tertentu misalnya keluarga. Sedangkan *descriptive normative belief* adalah keyakinan individu bahwa apakah orang tertentu tersebut juga melakukan perilaku yang dipertimbangkan, keduanya berkontribusi untuk terlibat dalam perilaku atau *subjective norm* (Ajzen, 2020).

Perceived behavioral control (PBC) adalah keyakinan bahwa individu dapat mengontrol perilakunya, tergantung persepsi tentang faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi individu. Semakin tinggi kontrol perilaku yang dimiliki maka semakin kuat juga niat individu untuk melakukan perilaku (Brookes, 2021). *Control belief* adalah kemungkinan subjektif dimana faktor yang mendukung maupun menghambat akan selalu ada disetiap situasi, *control belief* berkontribusi pada *perceived behavioral control* ketika merasakan adanya faktor yang mendukung maupun menghambat kinerja suatu perilaku (Ajzen, 2020).

Dalam hal *green behavior*, *theory of planned behavior* (TPB) dapat menganalisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku individu terhadap perilaku hijau seperti mendaur ulang, menghemat energi, dan menggunakan transportasi umum (Yuriev et al., 2020)

2.1.5 Entrepreneurial Event Theory

Entrepreneurial event theory/EET adalah teori yang diperkenalkan oleh Shapero & Sokol (1982) yang menjelaskan bahwa untuk mencapai suatu keputusan untuk memulai wirausaha membutuhkan sikap dan/atau pengalaman yang sudah ada sebelumnya untuk menghargai aktivitas sebagai keinginan (*desirable*) dan kelayakan/layaknya (*feasible*) individu untuk bertindak (Ali et al., 2016). Teori ini menggambarkan bahwa *entrepreneurial intention* bergantung pada persepsi pribadi mengenai ketertarikan dan kelayakan, berbeda dengan model TPB, model ini dirancang khusus untuk kewirausahaan (Mbuqe, 2016). EET terdiri atas *perceived desirability* dan *perceived feasibility*. *Perceived feasibility* berkaitan dengan sejauh mana individu berpikir bahwa mereka merasa mampu untuk memulai wirausaha dengan baik, sedangkan *perceived desirability* adalah seberapa tertariknya individu untuk melakukan perilaku tertentu dan menangkap peluang sosial (Ali et al., 2016).

EET lebih berkonsentrasi menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi tindakan kewirausahaan hingga akhirnya penciptaan usaha terjadi, dimana faktor situasional, sosial budaya menjadi penyebab individu melakukan wirausaha, misalnya perubahan jalan hidup, kehilangan pekerjaan, krisis dan lain-lain. Ini menunjukkan bahwa niat untuk menjadi wirausahawan dipicu akibat peristiwa yang telah dirasakan, diinginkan dan layak (Ramayah et al., 2019).

EET mencerminkan kecenderungan untuk bertindak dalam menanggapi peluang yang ada. Defleksi/penyimpangan akan mengubah perilaku seseorang dan menciptakan kredibilitas untuk mengambil suatu keputusan. Sumber daya seperti modal, infrastruktur, media sosial, kreatifitas, dan teknologi dapat

menentukan kelayakan dan membangun aspirasi individu untuk mengambil langkah dalam berwirausaha. Teori ini juga menjelaskan bahwa faktor sosial dan budaya juga dapat mempengaruhi individu dalam wirausaha, pengalaman yang didapatkan sebelumnya dapat berdampak langsung terhadap *attitude toward entrepreneurial intention* (Joshi et al., 2020)

2.1.6 Prosocial Motivation

Prosocial motivation mengacu pada keinginan individu untuk menguntungkan orang lain atau suatu kelompok masyarakat, *prosocial motivation* menjadi penting karena perilaku individu ditempat kerja tidak hanya terdorong oleh adanya kepentingan pribadi saja melainkan terdapat keterlibatan dalam berperilaku yang bermanfaat untuk orang lain (Frazier & Tupper, 2018). Individu yang memiliki motivasi yang prososial yang tinggi cenderung lebih menempatkan pentingnya melindungi kesejahteraan orang lain secara umum. Terdapat empat faktor yang dapat membentuk motivasi prososial individu yaitu *individual differences*, *relational job design*, *collectivistic reward*, dan *leadership* (Grant & Berg, 2012). *Contextual prosocial motivation* mengacu pada keinginan individu untuk menguntungkan orang lain melalui pekerjaan atau peran tertentu contohnya seperti keinginan dokter untuk membantu pasiennya. Sedangkan *Situational prosocial motivation* mengacu pada keinginan individu untuk menguntungkan orang lain dalam situasi tertentu, contohnya seperti keinginan dokter untuk membantu pasien di ruang 123 (Tekleab et al., 2021).

Adapun definisi *prosocial motivation* yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada pengertian dari Frazier & Tupper (2018) yaitu keinginan individu untuk dapat menguntungkan bagi orang lain atau suatu kelompok masyarakat tertentu, yang mana hal ini penting karena motivasi individu tidak hanya terdorong berdasarkan kepentingan pribadi melainkan untuk menjadi bermanfaat bagi orang lain.

2.1.7 Creativity In Social Work

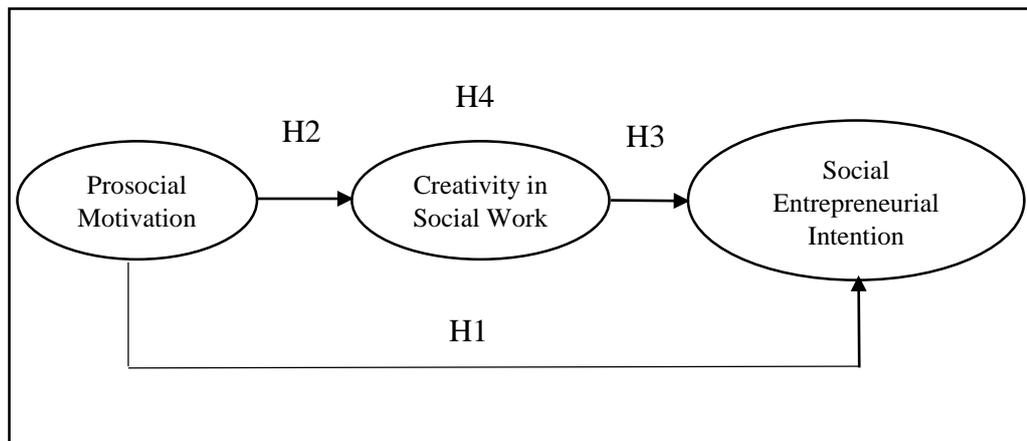
Creativity adalah proses penciptaan ide ide baru dalam berbagai bidang yang berguna/memiliki hasil dan dapat memecahkan suatu masalah tertentu (Al-Ababneh, 2020). *Creativity* berperan penting pada setiap aktivitas manusia termasuk pendidikan, seni, teknologi, bisnis, dan dalam praktik pekerjaan sosial. Kreativitas menjadi jantung pada pekerjaan sosial karena merupakan komponen kunci yang membantu menghasilkan ide-ide baru terhadap tantangan, praktisi menggunakan kreativitas untuk menemukan cara baru untuk menginspirasi orang lain untuk mencoba teknik baru dan mendorong untuk mengekspresikan dirinya (Serenko, 2021).

Adapun definisi dari *creativity in social work* yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada pengertian dari Al-Ababneh (2020) yaitu suatu proses penciptaan ide baru dalam berbagai bidang yang berguna dan dapat memecahkan suatu masalah tertentu.

2.2 Model Penelitian

Model merupakan desain yang didalamnya menggambarkan proses atau prosedur bekerjanya suatu sistem tertentu, digambarkan dalam bentuk bagan yang menghubungkan bagan satu dengan lainnya. Model memberikan gambaran desain alur pola pikir dan arah pemikiran, model disusun melalui pengkajian teoritis dan prosedur ilmiah (Sri Haryati, 2012). Dalam penelitian, model menggambarkan kerangka dimana terdapat variabel yang terhubung satu sama lain yang selanjutnya akan diukur hubungan antar variabel tersebut.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Sumber: Modifikasi dari model penelitian Yu et al., (2021)

Gambar 2.2 Model Penelitian

Seperti yang terlihat pada gambar 2.3 di atas, Model penelitian yang digunakan mengadopsi jurnal Yu et al., (2021) yang disesuaikan dengan penelitian saat ini. Dimana peneliti menghilangkan variabel moderasi *family-to-work support* karena dirasa tidak relevan dengan objek penelitian saat ini, beberapa penelitian mengatakan bahwa *family-to-work support* memainkan peran langsung dalam kesuksesan wirausaha, hasil wirausaha dan kinerja bisnis (Mari et al., 2016; Powell & Eddleston, 2013, 2017). Niat berwirausaha memiliki arti berbeda dengan kesuksesan berwirausaha, yang dimana kesuksesan, hasil, dan kinerja bisnis hanya dapat dirasakan ketika seseorang sudah menjalankan suatu bisnis, sedangkan objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah individu yang belum memulai suatu bisnis, sehingga variabel tersebut tidak dapat digunakan. Ketika individu mendapatkan dukungan dari keluarga, mereka dapat bekerja lebih sukses dan efisien, tetapi tidak serta merta memotivasi untuk memulai bisnis sendiri (Yu et al., 2021). Dengan kata lain *family-to-work support* tidak secara langsung meningkatkan SEI. Selain itu peneliti juga ingin menganalisis apakah dengan tanpa variabel moderasi *family-to-work support* tetap dapat meningkatkan *creativity in social work* dan juga *social entrepreneurial intention* pada subjek penelitian saat ini yaitu mahasiswa/I UPI, selain itu terdapat argumen pendukung dimana berdasarkan penelitian Ahmed et al., (2021) menunjukkan bahwa ketidakhadiran *family support* dapat mengurangi *intention to entrepreneurship* dan meningkatkan

penyesalan (*regret*) pada responden yang pada awalnya memiliki *self-efficacy* yang tinggi. Maka setelah menghilangkan variabel tersebut, tersisa variabel *prosocial motivation* yang menjadi variabel independen, *creativity in social work* menjadi variabel independen dan mediator, dan *social entrepreneurial intention* merupakan variabel dependen, dengan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif antara *Prosocial Motivation* terhadap SEI.

H2: Terdapat pengaruh positif antara *Prosocial Motivation* terhadap *Creativity in Social Work*

H3: Terdapat pengaruh positif antara *Creativity in Social Work* terhadap SEI

H4: *Creativity in Social Work* berpengaruh memediasi *Prosocial Motivation* dan SEI

2.3 Hipotesis

2.3.1 Terdapat pengaruh positif antara *prosocial motivation* terhadap *social entrepreneurial intention*

Yu et al., (2021) dalam jurnalnya mengusulkan bahwa *prosocial motivation* dapat memicu meningkatnya SEI. Rasa terimakasih dari orang lain dapat mendorong *intention* dan *behavior* seseorang lebih kuat untuk membantu orang lain karena hal tersebut dapat memperkuat *experience of self-efficacy* (Caprara et al., 2012). Seseorang biasanya menahan diri untuk menolong orang lain karena merasa tidak yakin dengan kemampuannya untuk memberi bantuan yang baik dan benar, namun penelitian yang dilakukan oleh Prandelli et al., (2016) menunjukkan bahwa individu dengan *prosocial motivation* yang tinggi dan berpengalaman dalam pekerjaan sosial lebih dapat mengidentifikasi pendapat orang lain untuk dapat apa yang sebenarnya orang lain butuhkan, sehingga mereka dapat merasa memiliki kemampuan untuk menolong orang lain, hal ini juga dapat meningkatkan kemampuan individu untuk mengidentifikasi peluang pada ranah *social entrepreneurship*. Adanya identifikasi pada peluang kewirausahaan ini juga menjadi faktor pendorong langsung kuatnya

entrepreneurial intention (Mary George et al., 2016). Rasa terimakasih dari orang lain akan menjadi bermakna untuk seseorang yang sudah membantu dalam pekerjaan sosial, sehingga mereka dapat lebih percaya diri dan meningkatnya motivasi. Individu dengan *prosocial motivation* yang tinggi akan memiliki niat berperilaku yang kuat terhadap melakukan hal yang dapat memberikan manfaat bagi orang lain/*other-oriented value* (Yu et al., 2021). *Social entrepreneurship* timbul karena adanya rasa ingin membantu orang lain, memberi manfaat bagi orang lain serta memberikan manfaat sosial, karenanya (Yu et al., 2021) dalam penelitiannya berpendapat bahwa individu dengan pengalaman dalam pekerjaan sosial yang banyak, memiliki *prosocial motivation* yang kuat, serta memiliki niat yang tinggi untuk menjadi wirausahawan dapat menolong dan memenuhi kebutuhan orang lain melalui *social entrepreneurship*. Dimana pendapat ini juga dibuktikan melalui penelitian oleh Yamini et al., (2020) menunjukkan adanya pengaruh positif antara *prosocial motivation* dan SEI, maka dari itu, hipotesis berikut diusulkan:

H1: Terdapat pengaruh positif antara *Prosocial Motivation* terhadap SEI.

2.3.2 Terdapat pengaruh positif antara *prosocial motivation* terhadap *creativity in social work*

Creativity didefinisikan sebagai proses penciptaan ide ide baru dalam berbagai bidang yang berguna/memiliki hasil dan dapat memecahkan suatu masalah tertentu (Al-Ababneh, 2020). Pada teori *prosocial motivation* menyebutkan bahwa individu yang memiliki motivasi yang prososial yang tinggi cenderung lebih menempatkan pentingnya melindungi kesejahteraan orang lain secara umum dan akan cenderung mengembangkan ide ide dan upaya nya untuk memberi manfaat pada orang lain (Grant et al., 2011). Dengan hal tersebut, individu yang termotivasi dapat saling bertukar pendapat kepada orang lain, hal ini dapat memudahkan mereka untuk mengadopsi pendapat orang lain, mengembangkan dan menguji ide-ide inovatif mereka dan berbagi pengalaman mereka dengan orang lain dalam pekerjaan sosial (Hu & Liden, 2015). Begitu pula dalam hal komunikasi, *feedback* yang diberikan dari orang lain mampu

merangsang ide inovatif individu untuk meningkatkan kreativitasnya dalam pekerjaan sosial (Yu et al., 2021). *Prosocial motivation* dapat memberikan kontribusi unik terhadap kreativitas seseorang sehingga lebih fokus pada kegunaan hasil idenya melebihi faktor *intrinsic motivation* dan *self-efficacy* (Liu et al., 2016), karena dapat lebih memahami apa yang sebenarnya dibutuhkan orang lain dari hasil pemikiran masalah dan mempertimbangkan pendapat orang lain yang mungkin berbeda dengannya (Grant et al., 2011). Begitu pula dengan penelitian Forgeard & Mecklenburg (2013) yang membuktikan terdapat hubungan positif dan timbal balik antara *prosocial motivation* dengan *creativity*, untuk itulah hipotesis berikut diajukan:

H2 : Terdapat pengaruh positif antara *Prosocial Motivation* terhadap *Creativity in Social Work*

2.3.3 Terdapat pengaruh positif antara *creativity in social work* dengan *social entrepreneurial intention*

Dalam *theory of planned behavior* (TPB) menjelaskan bahwa *attitude* dan *perceived behavioral control* dapat meningkatkan *intention* individu untuk berperilaku. Selain itu pula dari *entrepreneurial event theory* (EET) juga menjelaskan bahwa individu yang memiliki persepsi positif dan persepsi kontrol terhadap perilaku kewirausahaan maka semakin besar juga *intention to entrepreneurial* yang dimiliki. Individu yang memiliki kreativitas tinggi dalam pekerjaan sosial memiliki ide inovatif yang mampu mengidentifikasi berbagai aspek permasalahan sosial, sehingga mereka mendapat persepsi positif dan kemampuan kontrol terhadap perilakunya yang akan diterapkan pada perilaku kewirausahaan sehingga dapat semakin meningkatkan *social entrepreneurial intention* mereka (Biraglia & Kadile, 2016), individu dengan kreativitas yang tinggi dalam pekerjaan sosial biasanya memiliki ide-ide yang inovatif yang dapat membantu mengidentifikasi masalah dan solusinya, karenanya ini menjadi peluang bagi mereka untuk menghasilkan ide ide inovatif dalam hal *social entrepreneurship* (Gielnik et al., 2012). Penelitian oleh Biraglia & Kadile

(2016) juga menemukan bahwa *creativity* menjadi anteseden utama terhadap *Entrepreneurial Intention*. Karena hal tersebut hipotesis berikut diusulkan:

H3 : Terdapat pengaruh positif antara *Creativity in Social Work* terhadap SEI

Selain itu, *creativity in social work* juga diharapkan dapat memberi pengaruh memediasi *prosocial motivation* dan SEI, seperti pada penelitian yang telah dilakukan oleh Yu et al., (2021) yang menunjukkan bahwa *creativity in social work* memainkan peran mediasi penuh antara *prosocial motivation* dan SEI, oleh karena itu hipotesis berikut juga diusulkan:

H4: *Creativity in Social Work* berpengaruh memediasi *Prosocial Motivation* dan SEI.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Publikasi	Judul	Temuan
1	Chuanpeng Yu, Baosheng Ye, Shenghui Ma (2021)	<i>Management Decision</i> , 2021, Volume 59 Issue 11, p.1-19	<i>Creating for others: linking prosocial motivation and social entrepreneurship intentions</i>	Hasil penelitian menemukan bahwa <i>creativity in social work</i> memainkan peran mediasi penuh antara <i>prosocial motivation</i> dan SEI
2	Reza Yamini, Daria Soloveva & Xiaobao Peng (2020)	<i>Entrepreneurship Research Journal</i> , 2020, Volume 12 Issue 2, page 1-35	<i>What Inspires Social Entrepreneurship? The Role of Prosocial Motivation, Intrinsic Motivation, and Gender in Forming Social Entrepreneurial Intention</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>prosocial motivation</i> secara positif mempengaruhi <i>entrepreneurial intention</i> , terlebih pada gender perempuan
3	Hua Li, Fuli Li & Tingting Chen (2018)	<i>Journal of Business Research</i> , Volume 92, November 2018, Pages 179-188	<i>A motivational–cognitive model of creativity and the role of autonomy</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>intrinsic motivation</i> dapat mendorong meningkatnya <i>creativity</i> melalui otonomi yang diberikan dalam pekerjaan
4	Alessandro Biraglia & Vita Kadile (2016)	<i>Journal of Small Business Management</i> , Volume 55, Issue 1 p. 170-188	<i>The Role of Entrepreneurial Passion and Creativity in Developing Entrepreneurial Intentions: Insights from American Homebrewers</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>creativity</i> menjadi anteseden utama terhadap <i>entrepreneurial intention</i>
5	Marie J. Forgreed & Anne C Mecklenburg (2013)	<i>Review of General Psychology</i> , 2013, Vol. 17, No. 3, page 255–266	<i>The Two Dimensions of Motivation and a Reciprocal Model of the Creative Process</i>	Jurnal ini meneliti lebih luas peran <i>intrinsic motivation</i> terhadap <i>creativity</i> , dengan menambahkan faktor <i>prosocial motivation</i> yang

				mana menunjukkan adanya hubungan positif antara <i>motivation</i> dengan <i>creativity</i>
6	Yongchuan Shi, Tulin Yuan, Robin Beli, Jiatong Wang (2020)	<i>Frontiers in Psychology</i> , 2020, Vol. 11, page 1-12	<i>Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior</i>	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa <i>creativity</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i>
7	Tiwari et al., (2020)	<i>Journal of Social Entrepreneurship</i> , Volume 13, 2022 - Issue 1, pages 118-141	<i>Mediating Role of Prosocial Motivation in Predicting Social Entrepreneurial Intentions</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>prosocial motivation</i> berpengaruh memediasi hubungan antara peran <i>empathy</i> , <i>moral judgement</i> , dan <i>social entrepreneurial education</i> terhadap SEI
8	Kibler et al., (2019)	<i>Journal of Business Venturing</i> , Volume 34, Issue 4, July 2019, Pages 608-624	<i>Can prosocial motivation harm entrepreneurs' subjective well-being?</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Prosocial Motivation</i> memiliki efek <i>negative</i> terhadap kepuasan hidup wirausahawan karena dapat meningkatkan stresnya, namun berbanding terbalik ketika otonomi yang dimiliki ditempat kerja semakin tinggi.