

HUBUNGAN TINGKAT KEKUATAN MODAL SOSIAL PELAKU USAHA EKONOMI KREATIF DENGAN TINGKAT KEWIRAUSAHAAN SOSIAL (Kasus : Rumah Kreatif Coey)

ADINDA LARASATI UTOMO



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “HUBUNGAN TINGKAT KEKUATAN MODAL SOSIAL PELAKU USAHA EKONOMI KREATIF DENGAN TINGKAT KEWIRAUSAHAAN SOSIAL (Kasus: Rumah Kreatif Coey)” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri yang belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah pada perguruan tinggi atau lembaga manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari pustaka yang diterbitkan atau tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam naskah dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir Skripsi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia mempertanggungjawabkan pernyataan ini.

Bogor, Juli 2026



Adinda Larasati Utomo
NIM. I3401221159

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

ADINDA LARASATI UTOMO. Hubungan Tingkat Kekuatan Modal Sosial Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial (Kasus: Rumah Kreatif Coey). Dibimbing oleh SAHARUDDIN.

Modal sosial menyoroti peran jejaring, kepercayaan, dan norma dalam membentuk hubungan kolaboratif. Keterkaitan antara modal sosial dan kewirausahaan sosial pada komunitas ekonomi kreatif masih terbatas dalam kajian. Rumah Kreatif Coey berperan sebagai wadah pemberdayaan yang meningkatkan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan dan kolaborasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis karakteristik pelaku usaha, tingkat kekuatan modal sosial, tingkat kewirausahaan sosial, serta hubungan antara keduanya, khususnya pada peserta tata boga. Pendekatan kuantitatif dengan dukungan data kualitatif digunakan melalui uji korelasi Spearman terhadap 45 responden dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik individu tidak berhubungan signifikan dengan modal sosial maupun kewirausahaan sosial. Kedua variabel berada pada kategori sedang hingga tinggi. Terdapat hubungan positif dan signifikan, terutama pada dimensi *linking*. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan jejaring, kepercayaan, dan akses kelembagaan.

Kata kunci: ekonomi kreatif, kewirausahaan sosial, modal sosial, pemberdayaan masyarakat

ABSTRACT

ADINDA LARASATI UTOMO. The Correlation between Social Capital Strength of Creative Economy Entrepreneurs and the Level of Social Entrepreneurship (Case: Rumah Kreatif Coey). Supervised by SAHARUDDIN

Social capital highlights the role of networks, trust, and norms in shaping collaborative relationships. The relationship between social capital and social entrepreneurship in creative economy communities remains underexplored. Rumah Kreatif Coey functions as a community-based initiative that enhances entrepreneurs' capacities through training and collaboration. This study aims to analyze entrepreneurs' characteristics, the level of social capital strength, the level of social entrepreneurship, and the relationship between the two, particularly among culinary participants. A quantitative approach supported by qualitative data was employed using Spearman correlation on 45 respondents and in-depth interviews. The results indicate that individual characteristics are not significantly associated with social capital or social entrepreneurship. Both variables are at moderate to high levels. A positive and significant relationship is identified, particularly in the *linking* dimension. These findings highlight the importance of strengthening networks, trust, and institutional access.

Keywords: community empowerment, creative economy, social capital, social Entrepreneurship



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB University.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

HUBUNGAN TINGKAT KEKUATAN MODAL SOSIAL PELAKU USAHA EKONOMI KREATIF DENGAN TINGKAT KEWIRAUSAHAAN SOSIAL (Kasus : Rumah Kreatif Coey)

ADINDA LARASATI UTOMO

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi

1. Ir. Murdianto, M.Si
2. Dr. Dyah Retna Puspita, M. Hum



Judul Skripsi : Hubungan Tingkat Kekuatan Modal Sosial Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif

dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial (Kasus: Rumah Kreatif Coey)

Nama : Adinda Larasati Utomo
NIM : I3401221159

Disetujui Oleh:

Pembimbing:
Dr. Ir. Saharuddin, M.Si.
NIP. 196412031993031001



Diketahui Oleh:

Ketua Program Studi Komunikasi
dan Pengembangan Masyarakat
Dr. Ir. Ninuk Purnaningsih, M.Si.
NIP. 196901081993032001



Diketahui Oleh:

Wakil Dekan Bidang Akademik, Kemahasiswaan dan
Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia
Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, SP, M.Si.
NIP. 197211032005012002



Tanggal Ujian: 20 Juli 2026

Tanggal Lulus: 29 Juli 2026

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Tingkat Kekuatan Modal Sosial Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial” dengan baik dan lancar. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan Skripsi (KPM1499) pada Program Studi Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor. Dalam penulisan ini, penulis merasakan dukungan dan bimbingan yang luar biasa dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Saharuddin, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan dan motivasi selama proses penulisan skripsi ini.
2. Ibu Hana Indriana, SP., M.Si. selaku Dosen Pendamping selama Pak Sahar melaksanakan ibadah haji, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan, serta masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Ir. Murdianto, M.Si. selaku Dosen Penguji Utama dan Ibu Dr. Dyah Retna Puspita, M.Hum. selaku Dosen Penguji Akademik, yang telah memberikan kritik, saran, masukan, serta arahan yang membangun sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Kedua orang tua tercinta Bapak Tanto Pratondo Utomo dan Ibu Dian Kemala Putri, juga kakak penulis Dito Satrio Utomo atas dukungan dan doanya yang memotivasi penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Muhamad Zacky Fayza atas dukungan dan doanya yang memotivasi penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Teman-teman dekat, Wanita Sils, Pije, Pz, Syifa, Silvera, dan Himajors atas dukungannya dalam menulis skripsi ini yang telah memberikan bantuan dan dukungannya selama menyusun skripsi ini.
7. Teman satu bimbingan, Ikiw, Muti, Radit, Bram atas bantuan dan motivasi yang diberikan selama menyusun skripsi ini.
8. Teman-teman SKPM 59 yang telah memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mengakui bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang konstruktif sangat diperlukan. Semoga penelitian ini dapat membawa kebermanfaatan untuk berbagai pihak.

Bogor, Juli 2026



Adinda Larasati Utomo

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
II PENDEKATAN TEORITIS	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Ekonomi Kreatif dan Komunitas Ekonomi Kreatif	8
2.1.2 Modal Sosial	9
2.1.3 Kewirausahaan Sosial	12
2.1.4 Pemberdayaan Masyarakat	13
2.1.5 Karakteristik Individu Pelaku Usaha	14
2.1.6 Hubungan Karakteristik Individu Pelaku Usaha dengan Modal Sosial dan Kewirausahaan Sosial	14
2.1.7 Hubungan Modal Sosial dengan Kewirausahaan Sosial	15
2.2 Kerangka Pemikiran	15
2.3 Hipotesis Penelitian	17
III METODE PENELITIAN	18
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	18
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	18
3.3 Teknik Pemilihan Responden dan Informan	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data	19
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	20
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	21
3.7 Definisi Operasional	22
3.7.1 Karakteristik Pelaku Usaha	23
3.7.2 Modal Sosial	24
3.7.3 Kewirausahaan Sosial	24
IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	28
4.1 Kelurahan Margajaya	28
4.2 Rumah Kreatif Coey	29
V HASIL DAN PEMBAHASAN	32
5.1 Karakteristik Pelaku Usaha di Rumah Kreatif Coey	32
5.2 Dimensi dan Tingkat Kekuatan Modal Sosial Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif	34
5.2.1 <i>Bonding Social Capital</i>	35
5.2.2 <i>Bridging Social Capital</i>	37
5.2.3 <i>Linking Social Capital</i>	38
5.2.4 Ikhtisar Dimensi Tingkat Kekuatan Modal Sosial Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif	40

5.3 Tingkat Kewirausahaan Sosial Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Rumah Kreatif Coey	41
5.3.1 Inovasi Sosial	41
5.3.2 Misi Sosial	43
5.3.3 Keberlanjutan Ekonomi	45
5.3.4 Ikhtisar Tingkat Kewirausahaan Sosial Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Rumah Kreatif Coey	47
5.4 Hubungan Karakteristik Pelaku Usaha di Rumah Kreatif Coey dengan Tingkat Kekuatan Modal Sosial	48
5.4.1 Ikhtisar Hubungan Karakteristik Pelaku Usaha dengan Tingkat Kekuatan Modal Sosial	50
5.5 Hubungan Karakteristik Pelaku Usaha di Rumah Kreatif Coey dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial	50
5.5.1 Ikhtisar Hubungan Karakteristik Pelaku Usaha dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial	52
5.6 Hubungan Tingkat Kekuatan Modal Sosial Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial di Rumah Kreatif Coey	53
5.6.1 Ikhtisar Hubungan Tingkat Kekuatan Modal Sosial Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial di Rumah Kreatif Coey	55
5.6.2 Hubungan Dimensi <i>Bonding</i> dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial	57
5.6.3 Hubungan Dimensi <i>Bridging</i> dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial	59
5.6.4 Hubungan Dimensi <i>Linking</i> dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial	61
VI PENUTUP	65
6.1 Simpulan	65
6.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	73
RIWAYAT HIDUP	116



DAFTAR GAMBAR

1 Kerangka Pemikiran	17
2 Wilayah Kelurahan Margajaya	28

DAFTAR TABEL

1 Jenis dan teknik pengumpulan data	20
2 Definisi Operasional Karakteristik Pelaku Usaha	23
3 Definisi Operasional Tingkat Kekuatan Modal Sosial Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif	24
4 Definisi Operasional Tingkat Kewirausahaan Sosial Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif	26
5 Jumlah dan persentase karakteristik Pelaku Usaha di Rumah Kreatif Coey 2026	32
5 Jumlah dan persentase karakteristik Pelaku Usaha Rumah Kreatif Coey 2026 (Lanjutan)	33
6 Jumlah dan persentase berdasarkan tingkat <i>Bonding Social Capital</i> pelaku usaha di Rumah Kreatif Coey tahun 2026	35
7 Jumlah dan persentase berdasarkan tingkat <i>Bridging Social Capital</i> pelaku usaha di Rumah Kreatif Coey tahun 2026	37
8 Jumlah dan persentase berdasarkan tingkat <i>Linking Social Capital</i> pelaku usaha di Rumah Kreatif Coey tahun 2026	39
9 Jumlah dan persentase berdasarkan tingkat Inovasi Sosial pelaku usaha di Rumah Kreatif Coey tahun 2026	42
10 Jumlah dan persentase berdasarkan tingkat Misi Sosial pelaku usaha di Rumah Kreatif Coey tahun 2026	44
11 Jumlah dan persentase berdasarkan tingkat Keberlanjutan Ekonomi pelaku usaha di Rumah Kreatif Coey tahun 2026	46
12 Hubungan Karakteristik Pelaku Usaha dengan Tingkat Kekuatan Modal Sosial	48
13 Hubungan Karakteristik Pelaku Usaha dengan Tingkat Kekuatan Modal Sosial	49
14 Hubungan Karakteristik Pelaku Usaha dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial	51
15 Hubungan Karakteristik Pelaku Usaha dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial	51
16 Hubungan Tingkat Kekuatan Modal Sosial Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial di Rumah Kreatif Coey tahun 2026	54
17 Hubungan Dimensi <i>Bonding</i> dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial Pelaku Usaha di Rumah Kreatif Coey	57
18 Hubungan Dimensi <i>Bridging</i> dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial Pelaku Usaha di Rumah Kreatif Coey	59
19 Hubungan Dimensi <i>Linking</i> dengan Tingkat Kewirausahaan Sosial Pelaku Usaha di Rumah Kreatif Coey	62



DAFTAR LAMPIRAN

1 Peta Lokasi Penelitian	74
2 Waktu Kegiatan Penelitian	75
3 Daftar Responden	76
4 Kuisioner Penelitian	78
5 Panduan Wawancara Penelitian	86
6 Panduan Wawancara Penelitian	87
7 Panduan Wawancara Penelitian	88
8 Catatan Lapang	89
9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	106
10 Hasil Olah SPSS	108
11 Dokumentasi	114