

SURAT TUGAS

Nomor: 396-R/UNTAR/PENELITIAN/VIII/2022

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

SARWO EDY HANDOYO, Dr., S.E., M.M.

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian/publikasi ilmiah dengan data sebagai berikut:

Judul : PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, EMPATI DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA SOSIAL MAHASISWA
Nama Media : Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan
Penerbit : Management Study Program of Faculty of Economics and Business Universitas Tarumanagara.
Volume/Tahun : Vol. 04/ No. 02/2022/April
URL Repository : <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/issue/view/502>

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

22 Agustus 2022

Rektor



Prof. Dr. Ir. AGUSTINUS PURNA IRAWAN

Print Security : 493b52c0ba29a80c4953eb0e9b0c6f4b

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

Jl. Letjen S. Parman No. 1, Jakarta Barat 11440
P: 021 - 5695 8744 (Humas)
E: humas@untar.ac.id

 Untar Jakarta

 untar.ac.id

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana



UNTAR

FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS

Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan



VOLUME 4/02/April/2022

Editorial Team

Editor in Chief:

Keni Keni

<https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=zTEUWRlAAAAJ>

Universitas Tarumanagara, Indonesia

Fakultas Ekonomi



SINTA ID : 5987762



Managing Editor

Frangky Slamet

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Ida Puspitawati

<https://scholar.google.com/citations?user=gRc5egAAAAJ&hl=en&oi=ao>

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Lyalawati Soesilman

<https://scholar.google.com/citations?user=DGBv8rwAAAAJ&hl=en&oi=ao>

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Hetty Karunia Tunjung Sari

<https://scholar.google.com/citations?user=wGCFaAAAAJ&hl=en&oi=ao>

Fakultas Ekonomi, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

DAFTAR ISI

- ANALISIS PENGARUH KESADARAN MEREK, E-WOM, DAN HARGA 271-278
YANG DIPERSEPSIKAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN
CROFFLE DEAR BUTTER
Andrean Willyanto, Yenny Lego
- PENGARUH BEBAN, STRES, DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP 279-288
KOMITMEN ORGANISASI
Angel Wangsa, Edalmen
- PENGARUH EFIKASI DIRI KEWIRAUSAHAAN, DUKUNGAN SOSIAL, 289-300
DAN DUKUNGAN EDUKASI TERHADAP INTENSI KEWIRAUSAHAAN
SOSIAL PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DI JAKARTA
Bella Carissa Marco, Frangky Selamat
- PENGARUH EASE OF USE, TRUST, DAN PRIVACY CONCERN 301-309
TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA SITUS JUAL BELI ONLINE
BUKALAPAK
Calvin Buntarman, Rodhiah
- PENGARUH GOAL SETTING PROGRAM, PEMBERDAYAAN 310-318
KARYAWAN, DAN SELF-EFFICACY TERHADAP KEPUASAN KERJA
KARYAWAN
Christopher Sitingjak, I Gede Adiputra
- PENGARUH ENTREPRENEURIAL ATTITUDE ORIENTATION DAN 319-327
LATAR BELAKANG PRIBADI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA
Daniel Immanuel Teddy, Kartika Nuringsih
- PENGARUH PROFITABILITY, CAPITAL STRUCTURE DAN DIVIDEND 328-338
POLICY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PERBANKAN
Devney Mulia, Ignatius Roni Setyawan
- PENGARUH FINANCIAL LITERACY, MATERIALISM, RISK PERCEPTION, 339-347
DAN MONEY VALUE TERHADAP PROPENSITY TO INDEBTEDNESS
Dhyanitara Mitta, Ary Satria Pamungkas
- PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, PENGAMBILAN RISIKO, 348-357
DAN EFIKASI DIRI TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA
Felicia Wijaya, Nur Hidayah
- PENGARUH INVESTMENT OPPORTUNITY, CAPITAL STRUCTURE, DAN 358-368
DIVIDEND POLICY TERHADAP FIRM VALUE PADA PERUSAHAAN LQ45
DI BURSA EFEK INDONESIA
Frendy, Yusbardini

- PENGARUH KEAMANAN FINANSIAL, MINAT DALAM MASALAH KEUANGAN, KEBUTUHAN TABUNGAN UNTUK BERJAGA-JAGA, DAN GAYA PENGAMBILAN KEPUTUSAN TERHADAP AKTIVITAS PERDAGANGAN INVESTOR RETAIL DI PASAR MODAL SELAMA PANDEMI COVID-19 369-377
Gilbert Fernaldy Tjandra, Sawidji Widodoatmodjo
- PENGARUH FINANCIAL KNOWLEDGE, FINANCIAL SELF-EFFICACY, DAN RISK PERCEPTION TERHADAP INVESTMENT INTENTION DI PASAR SAHAM 378-388
Irene Florencia, Agus Zainul Arifin
- PENGARUH KEPUTUSAN INVESTASI, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PERTAMBANGAN 389-398
Jessica Carmen Tanaya, Hendra Wiyanto
- PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN EFIKASI DIRI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA: SIKAP KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI 399-408
Jocelin Natasha, Ida Puspitowati
- PENGARUH INFORMATIVENESS, ENTERTAINMENT, DAN PERSONALIZATION TERHADAP ADVERTISING VALUE DENGAN DAMPAKNYA TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PELANGGAN INSTAGRAM AMBU COFFEE DI CIBINONG 409-416
Kelvin Riandy, Carunia Mulya Firdausy
- PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT. MMU JAKARTA 417-426
Lusiana Dameria, Sanny Ekawati
- PENGARUH EFISIENSI OPERASIONAL, EFEKTIVITAS ASET, DAN LEVERAGE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PUBLIK SUBSEKTOR TRANSPORTASI 427-434
Meidylendea Angel Saputra, Maswar Abdi
- PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN INOVASI TERHADAP KEBERHASILAN UKM ALUMNI DAN MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA 435-443
Merline, Oey Hannes Widjaja
- PENGARUH KEMENARIKAN AVATAR, KUSTOMISASI AVATAR TERHADAP LOYALITAS PEMAIN MELALUI IDENTIFIKASI AVATAR DAN ALIRAN 444-453
Mikha Donovan, Cokki
- PENGARUH PROMOSI 9.9 SUPER SHOPPING DAY TERHADAP NIAT PARTISIPASI PENGGUNA SHOPEE 454-463
Pison Febrian, Hetty Karunia Tunjungsari

- PENGARUH JOB STRESS DAN JOB SATISFACTION PADA TURNOVER INTENTION KARYAWAN PERBANKAN 464-471
Renardi Elfenso, Kurniati W. Andani
- PENGARUH BRAND EXPERIENCE, BRAND PERSONALITY, DAN BRAND SATISFICATION TERHADAP BRAND LOYALTY PRODUK SEPATU COMPASS PADA GENERASI Z DI JAKARTA 472-480
Renardi Janitra, Miharni Tjokrosaputro
- PENGARUH PROFITABILITY, NON PERFORMING LOAN, DAN FIRM SIZE TERHADAP CORPORATE VALUE 481-488
Sharon Angelina Wijaya, Herman Ruslim
- FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KERJA KARYAWAN MINI PLAZA A DI KOTA X 489-496
Silva Tasya Tanjung, Joyce A Turangan
- PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, STRES KERJA, DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN 497-506
Vanessa, M. Tony Nawawi
- PENGARUH ARUS KAS, PROFITABILITAS DAN SOLVABILITAS TERHADAP FINANCIAL DISTRESS 507-515
Venisa, Indra Widjaja
- PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA 516-524
Veronica Ong, Nuryasman MN
- PENGARUH PRODUCT QUALITY, MONETARY PROMOTION TERHADAP BRAND LOYALTY DENGAN SATISFACTION DAN BRAND IMAGE SEBAGAI MEDIASI 525-533
Via Novianti, Tommy Setiawan Ruslim
- PENGARUH GREEN ENTREPRENEURIAL ORIENTATION DAN GREEN INNOVATION TERHADAP KINERJA BERKELANJUTAN INDUSTRI GIGI PALSU 534-545
William Eddy Putra, Louis Utama
- PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, EMPATI DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP INTENSI BERWIRUSAHA SOSIAL MAHASISWA 546-555
William Wijaya, Sarwo Edy Handoyo

PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, EMPATI DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA SOSIAL MAHASISWA

William Wijaya¹, Sarwo Edy Handoyo^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: william.115180430@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*

Email: sarwoh@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk : 24-01-2022, revisi: 10-02-2022, diterima untuk diterbitkan : 04-03-2022

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji serta menganalisis pengaruh dari pendidikan kewirausahaan, empati dan dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial mahasiswa perguruan tinggi di daerah Jakarta Barat. Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan metode *probability sampling* yaitu *simple random sampling* dan pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Sampel penelitian ini adalah 155 responden yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi di Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan SmartPLS 3.2.9 dalam mengolah data yang terkumpul. Hasil penelitian ini menemukan bahwa empati dan dukungan sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha sosial mahasiswa, sedangkan pendidikan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha sosial mahasiswa.

Kata Kunci: pendidikan kewirausahaan, empati, dukungan sosial, intensi berwirausaha sosial

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine and analyze the effect of entrepreneurship education, empathy and social support on the social entrepreneurial intentions of West Jakarta university students. The sampling of this research is collected with a probability sampling method, which is simple random sampling and the data collected by questionnaire. The sample of this research is 155 respondents who studied in university at West Jakarta. This study uses SmartPLS version 3.2.9 to processing the collected data. The results of this study find that empathy and social support have a positive and significant effect on students' social entrepreneurial intentions, whereas entrepreneurship education has a negative and insignificant impact on students' social entrepreneurship intentions.

Keywords: entrepreneurship education, empathy, social support, social entrepreneurial intentions

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan yang memiliki tingkat populasi penduduk terbesar keempat di dunia, Berdasarkan pernyataan terbaru yang dikemukakan oleh Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) yang dilansir oleh Kompas (2021) yang menyatakan bahwa jumlah populasi masyarakat Indonesia pada Desember 2020 saja sudah mencapai 271.349.889 jiwa. Tingginya populasi penduduk di Indonesia ini tidak dapat dipungkiri lagi bahwa Indonesia juga mengalami berbagai permasalahan sosial yang cukup besar seperti, kemiskinan, pengangguran, dan permasalahan-permasalahan sosial lainnya. Permasalahan sosial yang dihadapi ini bisa saja menjadi semakin buruk dengan berbagai situasi perekonomian global dan permasalahan-permasalahan lainnya yang harus di hadapi seperti, inflasi global, pasar bebas, bahkan sampai

dengan wabah pandemi Covid-19 yang sedang melanda berbagai negara di hampir seluruh penjuru dunia pada saat sekarang ini.

Timbulnya berbagai permasalahan ini pula menyebabkan tingkat persaingan untuk memperoleh lapangan pekerjaan juga jadi semakin ketat, terlebih lagi bagi para lulusan diploma atau sarjana perguruan tinggi (*first graduate*) yang baru saja akan mulai memasuki dunia kerja. Oleh sebab itu, untuk menanggulangi permasalahan tersebut maka perlu adanya dukungan serta pengarahan untuk tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*), melainkan untuk dapat dan siap menjadi pencipta pekerjaan (*job creator*). Berkaitan dengan permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi secara terus menerus ini, maka salah satu model bisnis yang paling tepat untuk dilakukan adalah dengan menerapkan bisnis wirausaha sosial atau kewirausahaan sosial. Hal ini dikarenakan kewirausahaan sosial merupakan model bisnis wirausaha yang bukan hanya berfokus untuk mengejar keuntungan atau laba semata, melainkan juga untuk meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat. Menurut Mair dan Marti (2006) menyatakan bahwa kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) juga dapat diartikan sebagai suatu proses yang inovatif dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan serta digunakan untuk mengambil keuntungan atau laba dari peluang-peluang yang ada, serta memiliki tujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan tanggung jawab sosial.

Untuk dapat menciptakan dan meningkatkan jumlah kewirausahaan sosial di masyarakat, maka dukungan serta pengarahan yang paling tepat dilakukan adalah dengan menimbulkan niat atau intensi untuk berwirausaha sosial itu sendiri khususnya bagi para mahasiswa perguruan tinggi. Semakin tingginya intensi atau niat untuk memulai berwirausaha sosial di kalangan mahasiswa maka dapat menjadi alternatif untuk mengurangi permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi pada sekarang ini. Selain itu sektor bisnis wirausaha, khususnya wirausaha sosial juga dianggap sebagai salah satu indikator yang dapat dijadikan sebuah faktor untuk membangun ekonomi Indonesia. Oleh sebab itu, dengan menumbuhkan dan meningkatkan niat atau intensi mahasiswa agar mau memulai dan menjalankan bisnis wirausaha sosial, maka dapat pula mengurangi angka pengangguran masyarakat yang bisa berdampak pada berkurangnya angka kemiskinan di Indonesia.

Terdapat beberapa faktor yang bisa menjadi pendorong bagi para mahasiswa (khususnya di Indonesia) untuk dapat menumbuhkan niat atau intensi mereka dalam memulai bisnis wirausaha sosial. Salah satunya adalah dengan memberikan ilmu atau pendidikan mengenai bisnis kewirausahaan kepada mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan yang diberikan tidak hanya melalui pemahaman landasan teoritis berupa konsep dasar-dasar kewirausahaan saja, melainkan pendidikan kewirausahaan yang baik juga harus mampu untuk membentuk sikap, perilaku, serta pola pikir seseorang untuk menjadi wirausahawan. Menurut Asmani (2011) pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu menjadi penopang untuk membangkitkan semangat atau keinginan untuk mulai berwirausaha, mandiri, berkarya serta mendukung dan mengembangkan perekonomian nasional. Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan Blegur dan Handoyo (2020) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan mempunyai hubungan positif serta signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Penelitian lainnya yang lebih spesifik mengenai intensi kewirausahaan sosial juga dilakukan oleh Putri (2018) yang menyatakan bahwa dengan adanya pendidikan kewirausahaan yang diberikan kepada para mahasiswa dapat meningkatkan intensi mereka dalam berwirausaha, khususnya berwirausaha sosial. Namun demikian menurut penelitian yang dilakukan ini juga menyatakan bahwa dengan memberikan pendidikan kewirausahaan kepada mahasiswa, tidak selalu dapat meningkatkan intensi mereka dalam berwirausaha.

Faktor lainnya yang dapat mendorong orang untuk berkeinginan mulai berwirausaha sosial adalah dengan adanya rasa empati yang mereka miliki terhadap permasalahan sosial yang terjadi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hockerts (2017) yang menyatakan bahwa semakin tinggi rasa empati yang dimiliki oleh seorang mahasiswa, maka semakin tinggi pula intensi atau keinginan mereka untuk berwirausaha sosial. Namun demikian pada penelitian lain yang dilakukan oleh Jadmiko (2020) menyatakan empati tidak berpengaruh langsung terhadap niat berwirausaha sosial.

Dukungan sosial juga dapat menjadi faktor untuk meningkatkan intensi atau niat berwirausaha sosial, dukungan sosial yang diberikan oleh orang dekat atau lingkungan sekitar terhadap seseorang untuk dapat memulai dan menjalankan suatu hal dapat sangat mempengaruhi minat orang tersebut untuk bergerak dan memulai sesuatu. Selain itu, dengan adanya dorongan atau dukungan sosial ini juga dapat meningkatkan rasa percaya diri seseorang untuk yakin dapat menyelesaikan tujuan tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lacap *et. al.*, (2018) yang menunjukkan bahwa dengan adanya dukungan sosial yang dikaitkan dengan wirausaha sosial maka secara positif dan signifikan memiliki pengaruh dengan niat wirausaha sosial mahasiswa, sehingga dukungan sosial yang dirasakan oleh mahasiswa akan memicu niat kewirausahaan sosial mereka. Namun, hasil tersebut tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Mair dan Naboa (2006) dan Hockerts (2017) yang menunjukkan bahwa dukungan sosial tidak secara langsung (*direct*) berpengaruh terhadap minat berwirausaha sosial.

Berdasarkan pemaparan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pendidikan kewirausahaan, empati dan dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial.

Kajian teori

Pada penelitian ini menggunakan dua teori dasar yaitu, teori *prosocial behavior* dan teori *planned behavior*. Pada teori *prosocial behaviour* merupakan suatu teori yang menjelaskan tentang perilaku atau tindakan seseorang yang memiliki intensi lebih untuk mau menolong orang lain yang membutuhkan tanpa mempedulikan resiko apapun yang akan di terima oleh orang tersebut. Menurut Brief dan Motowidlo (1986) menyatakan teori *prosocial behavior* adalah sebagai suatu perilaku atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang terhadap individu, kelompok, ataupun suatu organisasi yang tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan individu, kelompok atau organisasi tersebut. Selain itu, menurut Brinker (2021) apabila dilihat dalam ruang lingkup kewirausahaan sosial, teori ini dinilai sebagai suatu teori yang lebih menempatkan kepentingan sosial di atas keuntungan pribadi, sehingga kecenderungan prososial inilah yang membedakan kewirausahaan sosial dengan kewirausahaan lainnya.

Selanjutnya, teori yang kedua adalah teori *planned behavior*. Teori *planned behaviour* Ajzen adalah teori yang menjelaskan perilaku manusia, yang mengandung tiga hal yaitu pertimbangan, kehendak, dan perilaku. Menurut Fishbein dan Ajzen (2005) menyatakan bahwa teori *planned behaviour* merupakan pengembangan dari teori tindakan beralasan yang dapat menjelaskan tentang intensi itu sendiri. Intensi menggambarkan rasa kesediaan seseorang untuk mau mencoba dan melakukan suatu perilaku tertentu. Oleh sebab itu, teori *planned behavior* dapat digunakan dalam penelitian intensi atau niat berwirausaha sosial. Selain itu, Mair dan Noboa (2006) juga melakukan pengembangan kerangka teoritis dari teori *planned behavior* ini yang menyatakan bahwa dengan empati, kewajiban moral, efikasi diri, dan dukungan sosial sebagai faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap intensi kewirausahaan sosial itu sendiri.

Definisi konseptual variabel

Intensi berwirausaha sosial

Menurut Slamet, Tanjung Sari, dan Ie (2018, h. 11) “Wirausaha sosial adalah mereka yang memiliki jiwa sosial dan menggunakan keahlian untuk memulai usaha sebagai solusi pemecahan berbagai masalah sosial yang ada di lingkungannya”. Sedangkan menurut Tran dan Korflesch (2016) “intensi kewirausahaan sosial itu sendiri menyatakan intensi kewirausahaan sosial dapat diartikan sebagai pemikiran, keyakinan, harapan dan keinginan seorang untuk membentuk sebuah usaha berorientasi sosial”. Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa intensi kewirausahaan sosial merupakan suatu rasa, kecenderungan, atau tekan untuk melakukan sesuatu yang dirasakan oleh seseorang dengan memiliki jiwa sosial untuk mau dan membentuk suatu usaha kreatif dengan tujuan memperoleh keuntungan dari peluang yang ada serta menjadikan usaha tersebut sebagai suatu solusi yang dapat memecahkan berbagai permasalahan sosial yang ada di lingkungannya.

Pendidikan kewirausahaan

Menurut Ali dan Faizin (2010), “pendidikan *entrepreneurship* (kewirausahaan) adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk membangun mindset, sikap dan keterampilan berwirausaha dan mencakup aspek-aspek pemunculan ide, inovasi, pengembangan dan gagasan untuk memulai”. Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan suatu aktifitas yang dilakukan untuk meningkatkan pemahaman-pemahaman seseorang tentang persiapan dan pentingnya berwirausaha serta untuk mengubah pola pikir seseorang agar berorientasi membuka suatu bisnis wirausaha.

Empati

Menurut Davis (1980) “empati merupakan reaksi yang cepat, tidak disengaja, dan munculnya perasaan emosional terhadap pengalaman orang lain, serta kemampuan untuk mengenali pengalaman emosional orang lain tanpa adanya perantara”. Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa empati merupakan suatu perasaan atau kepekaan yang dimiliki oleh seseorang berupa pemahaman atau kesadaran yang disertai dengan aksi atau tindakan yang dilakukan oleh orang tersebut terhadap orang atau kelompok lainnya.

Dukungan sosial

Menurut Eagle, Hybels, dan Bell (2018) *social support* mengacu pada ketersediaan yang dirasakan dan kecukupan pada koneksi sosial. Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa dukungan sosial merupakan sebuah keyakinan dan kehendak seseorang untuk mau menjalin suatu koneksi sosial terhadap orang lain.

Kaitan antar variabel penelitian

Pendidikan kewirausahaan dengan intensi kewirausahaan sosial

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2018) terhadap mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bandung menunjukkan bahwa intensi kewirausahaan sosial mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis secara umum cukup tinggi. Secara spesifik, mahasiswa Program Studi D-III Administrasi Bisnis mempunyai tingkat intensi kewirausahaan sosial yang lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa Program Studi D-IV Administrasi Bisnis. Selain itu, penelitian tersebut juga menyatakan bahwa dari hasil analisis data yang diperoleh, rata-rata para responden menyatakan cukup siap untuk melakukan apapun untuk menjadi seorang wirausaha sosial dan mereka tidak ragu untuk mulai menjadi wirausaha sosial di masa depan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chengalvala dan Rentala (2017) yang menyatakan bahwa faktor pendidikan kewirausahaan dapat memengaruhi intensi

berwirausaha sosial secara positif dan signifikan. Selain itu, Mei dkk. (2011) berpendapat bahwa pada dasarnya pendidikan kewirausahaan merupakan kegiatan pendidikan yang ditujukan untuk mempersiapkan seseorang agar mampu untuk berwirausaha, karena pendidikan kewirausahaan memainkan peran membantu mengurangi tingkat pengangguran di suatu negara.

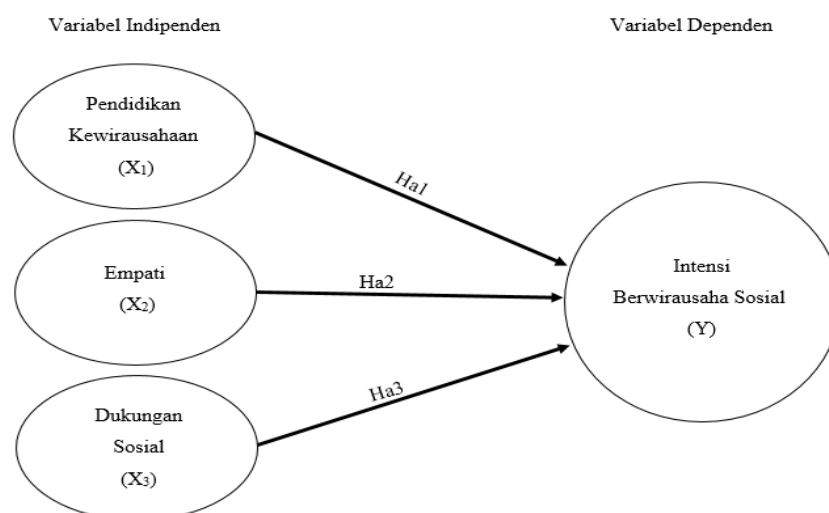
Empati dengan intensi berwirausaha sosial

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hockerts (2017) terhadap para siswa tahun ke-2 terpilih yang terdaftar di *Master of Science in Management* di Sekolah Bisnis Skandinavia yang menyatakan bahwa peran empati seseorang berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha sosial dikalangan mahasiswa. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayob *et al.*, (2013) terhadap para mahasiswa sarjana bisnis dan ekonomi di Malaysia yang menunjukkan hasil bahwa empati berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha sosial. Empati adalah kemampuan untuk menyadari, memahami, dan menghargai perasaan dan pikiran orang lain (Stein dan Book, 2002). Tingginya rasa empati yang dimiliki oleh orang tersebut maka dapat menjadi pendorong bagi seseorang untuk mau membantu dan menyelesaikan permasalahan sosial yang dihadapi. Sehingga semakin tinggi rasa empati yang dimiliki oleh seorang mahasiswa, maka semakin tinggi pula intensi atau keinginan mereka untuk berwirausaha sosial.

Dukungan sosial dengan intensi berwirausaha sosial

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nathanael dan Nuringsih (2020), terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang sudah atau sedang mengambil mata kuliah kewirausahaan sosial menunjukkan bahwa berdasarkan hasil pengujian data dalam penelitian yang dilakukan, *social support* terbukti dapat mempengaruhi secara positif terhadap intensi kewirausahaan sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lacap *et. al.*, (2018) yang menunjukkan bahwa dengan adanya dukungan sosial yang dikaitkan dengan wirausaha sosial maka secara positif dan signifikan memiliki pengaruh dengan niat wirausaha sosial mahasiswa. Untuk itu adanya dukungan sosial yang dirasakan dan diterima oleh seseorang dapat memberikan dampak yang sangat besar terhadap orang tersebut.

Berdasarkan kajian teori yang dikemukakan, maka model penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka pemikiran

Hipotesis dari model yang dibangun di atas adalah sebagai berikut:

- Ha1 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pendidikan kewirausahaan dengan intensi berwirausaha sosial.
- Ha2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara empati dengan intensi berwirausaha sosial.
- Ha3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara dukungan sosial dengan intensi berwirausaha sosial.

2. METODE PENELITIAN

Ditinjau dari permasalahan yang dibahas pada penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh hubungan antar variabel, maka jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian kausal. Selain itu dalam metode penelitian ini juga menggunakan instrumen penelitian yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji suatu hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini juga menggunakan metode non-eksperimen. Kemudian untuk karya ilmiah dalam bentuk hasil penelitian ini sendiri juga menggunakan jenis penelitian kausal komparatif. Sementara itu, data yang diambil dalam penelitian ini adalah berupa data primer dengan populasi yang akan diteliti pada penelitian ini adalah dari para mahasiswa konsentrasi kewirausahaan yang sedang menempuh program sarjana (S1) pada universitas di Jakarta Barat sebanyak paling sedikit 150 responden sebagai sampel. Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan metode *probability sampling* yaitu *simple random sampling* dan pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner.

Pada penelitian yang dilakukan ini, metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM merupakan suatu pemodelan dalam melakukan analisis data yang memiliki tingkat fleksibilitas lebih tinggi pada penelitian yang menghubungkan antara teori dan data. Untuk analisis jalur yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan *partial least squares* (PLS), dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.2.9. Analisis PLS merupakan suatu analisis yang bertujuan untuk mendapatkan hubungan variabel laten serta memprediksi indikator-indikator structural konstruk. Teknis analisis dalam penelitian yang dilakukan ini menggunakan teknik PLS yang dilakukan dengan 2 tahap yaitu uji *measurement model* dan uji *structural model*. Tahap pertama adalah dengan melakukan uji *measurement model*, yaitu dengan menguji validitas dan reliabilitas konstruk dari setiap indikator. Pada pengujian ini juga terdapat beberapa tahap pengujian yang akan dilakukan yaitu melalui Uji validitas *convergent validity*, *Average Variance Extracted* (AVE), dan *discriminant validity*. Selanjutnya pada pengujian reliabilitas, pengujian digunakan untuk mengukur seberapa besar konsistensi alat ukur dalam mengukur konsep atau mengukur suatu konsistensi responden dalam menjawab setiap item pernyataan yang terdapat pada kuesioner yang diajukan. Untuk menguji reliabilitas dapat dilakukan melalui *composite reliability*. Kemudian tahap kedua adalah dengan melakukan uji *structural model* atau *inner model*. Pada uji ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel korelasi atau konstruk-konstruk yang diukur dengan menggunakan uji t dari PLS itu sendiri pada penelitian ini. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk variabel dependen, sedangkan *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Selain itu, di samping melihat nilai *R-square*, model *Partial Least Square* (PLS) juga dievaluasi dengan melihat *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. Sedangkan, pengujian hipotesis sendiri adalah dengan melihat nilai perhitungan *Path Coefficient* pada pengujian *inner model*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 160 responden dengan 86 orang (53.8%) responden berjenis kelamin pria, sedangkan sebanyak 74 orang (46.3%) responden berjenis kelamin wanita. Mayoritas responden sebanyak 113 orang (70.6%) responden yang berusia diantara 21 sampai dengan 25 tahun dan sebanyak 79 orang (49.4%) responden yang memperoleh pendapatan/uang saku berkisar antara Rp 1.000.000,- sampai dengan Rp 5.000.000,- setiap bulannya. Namun demikian perolehan kuesioner yang terisi dengan baik adalah sebanyak 155 responden dan kuesioner yang tidak terisi dengan baik adalah sebanyak 5 responden dari total 160 responden. Untuk melakukan uji validitas pada penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu validitas konvergen (*loading factor* dan *average variance extracted* (AVE)) dan validitas diskriminan (*cross loading*). Berdasarkan perhitungan yang dilakukan maka hasil yang diperoleh dari analisis *loading factor* menunjukkan bahwa nilai terkecil terdapat pada indikator intensi berwirausaha sosial dengan skor 0.717. sehingga hasil *loading factor* membuktikan bahwa indikator-indikator tersebut valid dan memenuhi syarat uji validitas konvergen. Kemudian, pada *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai lebih dari 0.5 (>0.5). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa nilai dari masing-masing variabel telah memenuhi kriteria validitas konvergen yang diukur dari nilai AVE. Untuk melakukan uji validitas diskriminan, maka penganalisan yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *cross loading*. Hasil dari pengujian *cross loading* pada penelitian ini sudah memenuhi syarat suatu indikator tersebut telah valid dengan hasil nilai dari *cross loading* variabel dengan indikatornya yang dihasilkan lebih besar dari nilai variabel tersebut dibanding dengan indikator variabel lain. Pengujian selanjutnya terkait dengan *outer model* yakni uji reliabilitas yang dilihat berdasarkan hasil *composite reliability*. Hasil *composite reliability* yang diperoleh dari semua konstruk berada di atas 0,7 dengan variabel intensi berwirausaha sosial memiliki nilai *composite reliability* terbesar, yaitu sebesar 0.899. Dengan begitu analisis reliabilitas yang dilakukan pada penelitian ini menyatakan bahwa penelitian reliabel dan dapat mengukur variabel yang diteliti secara akurat.

Hasil nilai R^2 pada penelitian ini adalah sebesar 0.572 atau 57.2%. Sehingga, sebesar 57.2% variabel intensi berwirausaha sosial dapat dijelaskan oleh pendidikan kewirausahaan, empati dan dukungan sosial secara kuat. Sisanya sebesar 42.8% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya. Kemudian, Hasil dari *predictive relevance* (Q^2) adalah sebesar 0.319. Oleh karena itu, dengan melihat hasil perhitungan yang menunjukkan bahwa variabel-variabel yang ada pada penelitian ini, maka dapat memprediksi model penelitian dengan baik karena hasil nilai $Q^2 > 0$ (Q square lebih besar dari 0). Selanjutnya, analisis jalur (*path coefficients*) pada penelitian yang dilakukan ini didapatkan bahwa variabel dukungan sosial dan empati memiliki hubungan yang lebih kuat, hal ini dikarenakan nilai yang diperoleh lebih mendekati ke +1. Sedangkan, pada variabel pendidikan kewirausahaan memiliki hubungan yang lebih lemah, hal ini dikarenakan nilai yang diperoleh lebih mendekati ke -1. Pada pengujian *effect size* (f^2) dapat dilihat bahwa nilai f^2 dari variabel pendidikan kewirausahaan menunjukkan efek yang tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha sosial, yaitu sebesar -0.002. Sedangkan, nilai f^2 dari empati dan dukungan sosial menunjukkan efek yang berpengaruh terhadap intensi berwirausaha sosial, yang dimana pada variabel empati menunjukkan efek yang sedang, yaitu sebesar 0.186 dan pada variabel dukungan sosial menunjukkan efek yang kuat, yaitu sebesar 0.234.

Kemudian, hal yang dilakukan selanjutnya setelah variabel pada penelitian memenuhi syarat uji validitas dan reliabilitas adalah dengan menganalisis data *model specification* dengan model SEM-PLS. Analisis data yang dilakukan pada *software* SmartPLS 3.2.9 ini menggunakan

bootstrapping pada pilihan *calculate*. Hasil dari analisis data menggunakan *model specification* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil analisis data

	<i>Original Sample</i> (O)	<i>Sample Mean</i> (M)	<i>Standard Deviation</i> (STDEV)	<i>t-statistics</i> (O/STDEV)	<i>p-values</i>
PDK -> IBS	-0,038	-0,030	0,083	0,452	0,652
E -> IBS	0,394	0,365	0,132	2,973	0,003
DS -> IBS	0,466	0,486	0,107	4,358	0,000

Keterangan: kode (PDK) mengacu pada pendidikan kewirausahaan, kode (E) mengacu pada empati, kode (DS) mengacu pada dukungan sosial, dan kode (IBS) mengacu pada intensi berwirausaha sosial.

Diskusi

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap H_1 yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan variabel yang tidak memiliki pengaruh terhadap variabel intensi berwirausaha sosial, atau H_1 ditolak. Hal ini dapat dilihat melalui hasil *p-value* yang telah ditunjukkan pada uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya dengan nilai variabel pendidikan kewirausahaan sebesar 0.652 atau lebih besar dari 0.05. Hasil ini cukup sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2018), melalui penelitian tersebut maka dapat dilihat bahwa dengan memberikan pendidikan kewirausahaan terhadap mahasiswa tidak selalu secara signifikan dapat meningkatkan intensi mereka dalam berwirausaha, khususnya berwirausaha sosial. Kemudian, melalui hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap H_2 yang menunjukkan bahwa empati merupakan variabel yang positif dan signifikan terhadap variabel intensi berwirausaha sosial, atau H_2 diterima. Hal ini dapat dilihat melalui hasil *p-value* yang telah ditunjukkan pada uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya dengan nilai variabel empati sebesar 0.003 atau lebih kecil dari 0.05. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ayob *et al.*, (2013) dan Hockerts (2017) yang menyatakan bahwa empati seseorang berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha sosial dikalangan mahasiswa. Selanjutnya, melalui hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap H_3 yang menunjukkan bahwa dukungan sosial merupakan variabel yang positif dan signifikan terhadap variabel intensi berwirausaha sosial, atau H_3 diterima. Hal ini dapat dilihat melalui hasil *p-value* yang telah ditunjukkan pada uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya dengan nilai variabel dukungan sosial sebesar 0.000 atau lebih kecil dari 0.05. Hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hockerts (2017) dan Lacap *et al.*, (2018) yang menyatakan bahwa dengan adanya dukungan sosial yang dikaitkan dengan wirausaha sosial maka secara signifikan dan positif terkait dengan niat wirausaha sosial.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel empati dan dukungan sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha sosial mahasiswa yang sedang menempuh program studi S1 fakultas ekonomi dan bisnis dengan konsentrasi kewirausahaan di beberapa universitas yang tersebar di Jakarta Barat. Sedangkan, variabel pendidikan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian ini juga, saran yang dapat diberikan kepada lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi adalah untuk terus meningkatkan kualitas dari pendidikan kewirausahaan kepada para mahasiswa. Selain itu, disarankan juga bagi masyarakat umum untuk terus memiliki kepekaan terhadap berbagai permasalahan sosial di masyarakat, serta terus memberikan dukungan kepada siapapun yang memiliki keinginan yang kuat untuk mau memperbaiki berbagai permasalahan sosial yang dihadapi. Ditambah lagi, saran bagi peneliti selanjutnya adalah untuk dapat menggunakan variabel atau menambahkan variabel lainnya, seperti *personality traits*, *social innovation orientation*, pengalaman sebelumnya dan lain sebagainya. Hal ini bertujuan agar penelitian tersebut dapat semakin berkembang dan memiliki manfaat yang lebih baik lagi. Selain itu, agar hasil data yang diperoleh dapat menyerupai kondisi yang sebenarnya di lapangan, maka peneliti menyarankan untuk menambah sampel serta perluasan batasan cakupan wilayah bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

REFERENSI

- Ali, H., & Faizin, H. (2010). *Teologi entrepreneurship*. Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakarta.
- Asmani, J. M. M. (2011). *Sekolah entrepreneur!*. Harmoni.
- Ayob, N., Yap, C. S., Sapuan, D. A., & Rashid, M. Z. A. (2013). Social entrepreneurial intention among business under-graduates: An emerging economy perspective. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 15(3), 249-267.
- Brief, A. P., & Motowidlo, S. J. (1986). Prosocial organizational behaviors. *Academy of management Review*, 11(4), 710-725.
- Brinker, B. (2021). *The role of empathy in social enterprise: why it's vital to your success!*
- Blegur, A., & Handoyo, S. E. (2020). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, efikasi diri dan locus of control terhadap intensi berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), 51-61. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i1.7424>
- Chengalvala, S., & Rentala, S. (2017). Intentions towards social entrepreneurship among university students in India. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 5(6), 406-413.
- Davis, M. H. (1980). A multidimensional approach to individual differences in empathy. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Eagle, D. E., Hybels, C. F., & Proeschold-Bell, R. J. (2019). Perceived social support, received social support, and depression among clergy. *Journal of Social and Personal Relationships*, 36(7), 2055-2073.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2005). Theory-based behavior change interventions: Comments on Hobbis and Sutton. *Journal of health psychology*, 10(1), 27-31.
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130.
- Idris, M. (2021). *Jumlah penduduk indonesia terkini mencapai 271,34 juta*. Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2021/01/22/090554926/jumlah-penduduk-indonesia-terkini-mencapai-27134-juta?page=all>
- Jadmiko, P. (2020). Minat berwirausaha sosial dikalangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 445-456.
- Lacap, J. P. G., Mulyaningsih, H. D., & Ramadani, V. (2018). The mediating effects of social entrepreneurial antecedents on the relationship between prior experience and social entrepreneurial intent: The case of Filipino and Indonesian university students. *Journal of Science and Technology Policy Management*.
- Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. In *Social entrepreneurship* (pp. 121-135). Palgrave Macmillan, London.

- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), 36-44.
- Mei, C. C. (2011). The influence of entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial learning behavior-using entrepreneurial intention as the mediator variable. *International Business and Management*, 3(2), 7-11.
- Nathanael, D., dan Nuringsih, K. (2020). Social support, personality traits, social innovation mempengaruhi intensi kewirausahaan sosial: entrepreneurial attitude sebagai mediasi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(1), 33-42. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i1.7422>
- Putri, I. S. S. (2018). Analisis intensi kewirausahaan sosial mahasiswa program studi administrasi bisnis. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(2), 28-34.
- Slamet, F., Tunjung Sari, H. K., dan Ie, M. (2018). *Dasar-dasar kewirausahaan* (3rd ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Stein, S., dan Book, H. (2002). *Ledakan EQ: 15 prinsip dasar kecerdasan emosional meraih sukses*. (T. R. Januarsari, Trans.) Bandung: Kaifa.
- Tran, A. T., & Von Korflesch, H. (2016). A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*.