EXPLANATION OF THE INTENTION TO BECOME A SOCIAL ENTREPRENEUR THROUGH SOCIAL ENTREPRENEURSHIP EDUCATION

Yerik Afrianto Singgalen[1*], Rosdiana Sijabat[2]
[1]Tourism Department, Faculty of Business Administration and Communication, Atma Jaya Catholic University of Indonesia, [2]Business Administration Department, Faculty of Business Administration and Communication, Atma Jaya Catholic University of Indonesia
E-mail : yerik.afrianto@atmajaya.ac.id[1], rosdiana.sijabat@atmajaya.ac.id[2]

ABSTRACT

Social entrepreneurial intention towards social entrepreneurship education needs to be explained through research. This research discussed the social entrepreneurial intention of the Atma Jaya Catholic University of Indonesia students through social entrepreneurship education. This research uses a quantitative method with a survey approach. In addition, Smart of Partial Least Squares Structural Equation Modeling uses to process the data. These findings show the model's suit suitability standard. There is a positive and significant relationship between an individual's interest in social entrepreneurial intention and social entrepreneurship education. Moral obligation has a positive and significant influence on social entrepreneurial intention but negatively affects social entrepreneurship education. Religion, ideology, and cultural norms positively and significantly influence social entrepreneurship education but negatively affect social entrepreneurial intention. Self-efficacy also positively and significantly influences entrepreneurship education but negatively affects social entrepreneurial intention. Family and social support positively and significantly affect social entrepreneurship education but negatively affect social entrepreneurial intention. Meanwhile, there is no relationship between social entrepreneurship education and social entrepreneurial intention.

Keywords: social entrepreneurshi, intention, education

EKSPLANASI INTENSI MENJADI *SOCIAL ENTREPRENEUR* MELALUI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

ABSTRAK

Intensi menjadi wirausaha sosial melalui pendidikan kewirausahaan sosial perlu dijelaskan secara mendalam. Tujuan penelitian ini ialah eksplanasi intensi mahasiswa Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya menjadi *social entrepreneur* melalui pendidikan kewirausahaan sosial. Metode yang digunakan ialah kuantitatif dengan pendekatan survei. Pengolahan data penelitian ini menggunakan *Smart of Partial Least Squeares Structureal Equation Modeling* (Smart PLS-SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model yang dikonstruksi sudah memenuhi standar kesesuaian model. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara ketertarikan individu terhadap intensi menjadi wirausaha sosial dan pendidikan kewirausahaan. Disisi lain, obligasi moral memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menjadi wirausaha sosial tetapi berpengaruh negatif terhadap pendidikan kewirausahaan sosial. Demikian halnya agama, ideologi, serta norma budaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan sosial tetapi berpengaruh negatif terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Efikasi diri juga memilik pengaruh positif dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan sosial tetapi berpengaruh negatif terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Dukungan keluarga dan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan sosial tetapi berpengaruh negatif terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Sementara itu, tidak ada pengaruh antara pendidikan kewirausahaan sosial dengan intensi menjadi wirausaha sosial.

Kata kunci: kewirausahaan sosial, intensi, pendidikan

PENDAHULUAN

Kewirausahaan sosial berperan penting dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Kamaludin (2021) menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial merupakan salah satu pendekatan kewirausahaan yang berorientasi pada misi sosial dibandingkan profit bisnis. Disisi lain, Hidalgo *et al.* (2021) menunjukkan bahwa lanskap kewirausahaan sosial tidak terlepas dari peran modal sosial yang mendorong perkembangan usaha sosial. Adapun, Arend (2021) menunjukkan bahwa lanskap kewirausahaan tidak terlepas dari kesadaran (*awareness*) untuk mengidentifikasi masalah sosial, kapabilitas (*capability*) memetakan dan memanfaatkan sumberdaya untuk mengatasi masalah sosial yang telah diidentifikasi, motivasi (*motivation*) yang kuat untuk menyelesaikan masalah sosial, sikap atau tindakan (*execution*) untuk mencapai tujuan dan menyelesaikan masalah sosial tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial memiliki landskap dan orientasi yang berbeda dengan konsep kewirausahaan pada umumnya.

Intensi terhadap kewirausahaan sosial dapat dikaji berdasarkan karakteristik ekstrinsik dan intrinsik. Karakteristik ekstrinsik merupakan pengaruh lingkungan sosial atau norma sosial terhadap intensi individu menjadi wirausaha sosial. Lebih jauh, Chandra & Kerlin (2021) menunjukkan pelbagai dimensi yang berhubungan dengan lanskap kewirausahaan sosial yakni dimensi temporal seperti krisis/bencana, konflik/terorisme; dimensi spasial yang berhubungan dengan batas geografi suatu daerah atau negara; dimensi tradisi yang berhubungan dengan kebudayaan masyarakat lokal; dimensi penghidupan dan strata sosial; dimensi spiritualitas; dimensi pemangku kepentingan; dimensi ruang lingkup pekerjaan; dan dimensi *sphere of action* atau *disciplinary origin*. Sedangkan, karakteristik intrinsik merupakan motivasi diri untuk menjadi wirausaha sosial yang berasal dari dalam diri (Putra et al., 2021). Selain itu, Iancu *et al.* (2021) menunjukkan bahwa intensi menjadi wirausaha sosial perlu dikaji berdasarkan dimensi tipologi, geografi, psikografi, serta sosio-kultural. Hal ini menunjukkan bahwa intensi terhadap kewirausahaan sosial perlu dipandang kontekstual berdasarkan dimensi atau lanskap.

Salah satu upaya untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) mengenai pentingnya kewirausahaan sosial bagi kesejahteraan ekonomi dan sosial ialah menjadikan kewirausahaan sosial sebagai salah satu matakuliah di perguruan tinggi (Pischetola & Martins, 2021). Lebih jauh, Thomsen *et al.* (2021) menunjukkan bahwa pendekatan eksperimental dalam transfer pengetahuan kewirausahaan sosial kepada peserta didik menjadi salah satu metode pembelajaran yang efektif dalam meningkatkan kesadaran kewirausahaan sosial. Adapun, Au *et al.* (2021) menunjukkan bahwa pendekatan eksperimental dalam mempelajari kewirausahaan sosial dapat memberikan gambaran yang jelas tentang tahapan dalam menitih karir sebagai wirausaha sosial berdasarkan empat dimensi sebagai berikut : *material concern*, relasi sosial, pembelajaran, dan *pursuing one's own projects*. Disisi lain, Choi *et al.* (2021) menekankan bahwa intensi terhadap kewirausahaan sosial ialah persoalan moral dan pikiran positif yang sinkron dengan tujuan pendidikan tinggi. Dengan demikian, kewirausahaan sosial sebagai konsep yang diajarkan di lembaga pendidikan tinggi mampu mendorong minat dan motivasi peserta didik untuk menjadi wirausaha sosial.

Kajian tentang intensi kewirausahaan sosial bersifat kontekstual. Beberapa peneliti terdahulu mengidentifikasi factor-faktor yang memengaruhi intensi indidivu menjadi wirausaha sosial. Kruse *et al.* (2021) menunjukkan bahwa intensi individu terhadap kewirausahan sosial dapat ditinjau dari tiga tingkatan yakni tingkatan individu (*individual level*), tingkatan sosial (*social level*), dan tingkatan ekonomi (*economic level*). Pada tingkatan individul, terdapat tiga aspek yang perlu diperhatikan, yaitu : aspek personal (*personality/disposition*) yakni nilai kepribadian (*personal values*) dan kepribadian yang proaktif (*proactive personality*); aspek kognitif (*cognition*) yakni kelayakan (*perceived feasibility*), keinginan (*perceived desirability*),

pengendalian diri (*Perceived Behavioural Control*), sikap (*attitude towards SE*)*;* aspek modal manusia (*human capital*) yakni pengalaman (*experience*). Pada tingkatan sosial terdapat aspek norma subjektif (*subjective norms*) dan pada tingkatan ekonomi terdapat aspek tingkat ekonomi nasional (*national economic stage*). Masing-masing tingkatan memiliki pengaruh terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Rambe & Ndofirepi (2021) menunjukkan bahwa intensi mahasiswa sebagai peserta didik untuk menjadi kewirausahaan sosial umumnya didorong oleh empati (*empathy*), obligasi moral (*moral obligation*), efikasi diri (*self-efficacy*), dan dukungan sosial (*social support*). Disisi lain, Hossain *et al.* (2021) menunjukkan bahwa selain efikasi diri dan dukungan sosial, terdapat lima aspek kepribadian yang memengaruhi intensi menjadi wirausaha sosial yaitu keramahan (*agreeableness*)*;* sikap kehati-hatian (*conscientiousness*)*;* ekstraversi (*extraversion*)*;* kestabilan emosi (*emotional stability*)*; dan* keterbukaan (*openness*). Adapun, Hossain *et al.* (2021) berpendapat bahwa intensi terhadap kewirausahaan sosial umumnya dipengaruhi oleh efikasi diri dan dukungan sosial yang membentuk kelayakan, di saat bersamaan empati dan modal membentuk keinginan. Kelayakan dan keinginan mengarahkan perilaku dan intensi individu menjadi wirausaha sosial yang membangun perusahaan sosial. Hal ini menunjukkan model intensi terhadap kewirausahaan sosial bersifat kontekstual tergantung pada aspek sosio-kultural masyarakat di suatu daerah atau negara.

Tujuan penelitian ini ialah eksplanasi intensi mahasiswa Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya menjadi *social entrepreneur* melalui pendidikan kewirausahaan sosial. Adapun, hal-hal yang perlu diidentifikasi dan dianalisis lebih dalam ialah aspek ketertarikan individu; obligasi moral; agama, ideologi dan norma budaya; efikasi diri, dukungan keluarga dan lingkungan sosial. Secara deskriptif, hal-hal yang tergolong aspek ketertarikan ialah niat kuat, kepuasan pribadi, karir yang menarik, manfaat yang besar, keberadaan inspiratory, kesuksesan orang lain, hingga potensi pendapatan. Disisi lain, hal-hal yang tergolong aspek efikasi diri ialah keyakinan pada kemampuan diri, keyakinan untuk sukses, kerja keras, ketekunan, kemampuan koordinasi, kesiapan diri menghadapi resiko, dan dukungan keluarga. Adapun, hal-hal yang tergolong aspek norma subjektif dan perilaku individu ialah lingkungan sosial dan budaya, nilai keagamaan, pemikiran untuk mengentaskan kemiskinan, pemikiran untuk mengatasi masalah sosial, dan keterampilan berwirausaha. Sementara itu, intensi terhadap kewirausahaan sosial dapat dilihat dari orientasi berpikir, motivasi untuk memberdayakan orang lain, adanya kesempatan, kesiapan diri, kepuasan tersendiri, hingga usaha yang maksimal.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya konteks norma subjektif dan perilaku individu yang berbeda, demikian halnya aspek efikasi diri dan aspek-aspek yang menjadi latarbelakang ketertarikan individu terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Selain itu, ruang lingkup pembahasan yang sifatnya parsial berdasarkan studi kasus dalam penelitian terdahulu menunjukkan adanya peluang kontribusi riset ini untuk mendiskusikan secara komprehensif, hubungan antara aspek ketertarikan individu, efikasi diri, norma subjektif serta perilaku individu terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Kajian yang kontekstual sangat relevan dengan konteks sosial ekonomi, sosio-ekologi dan sosio-kultural.

TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan sosial di Indonesia memiliki karakteristik kewirausahaan sosial yang dinamis dan kompleks. Idris & Hati (2013) menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan sosial di Indonesia tidak terlepas dari kebijakan pemerintah Belanda sebelum kemerdekaan tahun 1945. Intervensi kebijakan ekonomi oleh pemerintah Belanda memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap dinamika interaksi sosial dan organisasi pergerakan. kepemimpinan bangsawan jawa dan tokoh Islam turut berperan penting dalam pertumbuhan lingkungan sosial ekonomi paska kolonial. Oleh sebab itu, konsep kewirausahaan di Indonesia memiliki ketergantungan pada tiga aspek yakni tingkat pemberdayaan ekonomi yang dirasakan

langsung oleh kelompok adat, identitas islam dan perusahaan sosial, serta aktivis sosial.

Evolusi kebijakan sosial-ekonomi dari tahun 1596-1970 menekankan pada kultivasi, selanjutnya pada tahun 1870-1900 menekankan pada liberisasi, sedangkan tahun 1900-1945 menekankan pada etika dan kesejahteraan (Idris & Hati, 2013). Rentang waktu perubahan kebijakan sosial-ekonomi serta dinamika politik memengaruhi konsep kewirausahaan di Indonesia. Hal ini menjadi latarbelakang terbentuknya karakteristik kewirausahaan yang kontekstual berdasarkan aspek sosio-ekonomi, sosio-ekologi, dan sosio-kultural di Indonesia.

Kebudayaan, gaya hidup dan konsep kewirausahaan sosial yang sifatnya kontekstual perlu dikaji dengan pendekatan holistik berdasarkan aspek sosio-demografi (Ratten, 2020). Disisi lain, de Bruin *et al.* (2017) menunjukkan bahwa implementasi kewirausahaan membutuhkan pendekatan kolaboratif yang dinamis. Hal tersebut diperlukan untuk mencapai keberlanjutan dari sisi manajerial lembaga serta dampak bagi target operasional kegiatan kewirausahaan sosial (Zhang & Swanson, 2014). Disisi lain, Kamaludin *et al.* (2021) merekonstruksi gagasan mengenai kewirausahaan dan keberlanjutan dalam suatu kerangka kerja, sebagaimana Gambar 1 berikut.

Gambar 1. Konsep Kewirausahaan Sosial

Sumber : (Kamaludin et al., 2021)

Gambar 1 menunjukkan bahwa dimensi kewirausahaan sosial sebagai masukan (*input*) terdiri dari dimensi sosial, ekonomi, perilaku, dan tatakelola. Hal-hal yang tergolong dimensi sosial terdiri dari misi sosial, nilai sosial, jejaring, komunitas, hingga perubahan sosial. Sedangkan, dimensi ekonomi terdiri dari akuntabilitas, inovasi, kesempatan baru, kemandirian finansial, serta kesejahteraan. Adapun, dimensi perilaku terdiri dari

kebudayaan, citra dan identitas, kognisi, perilaku wirausaha, perilaku senang berbisnis, menonjol, dan hal-hal yang menjadi atribut personal. Selain itu, dimensi tatakelola terdiri dari tatakelola dan otonomi. Masing-masing dimensi tersebut berperan sebagai masukan yang diproses ke dalam operasional bisnis sosial berdasarkan orientasi yaitu orientasi luaran atau orientasi proses. Orientasi luaran relevan dengan teori perubahan (*theory of change*) sedangkan orientasi pada proses relevan dengan model logika (*logic model*). Selanjutnya, luaran dari konsep kewirausahaan sosial ialah dampak sosial (*social impact*) yang dapat dijelaskan berdasarkan dampak non finansial (*non-financial impact*) untuk mengevaluasi performa berdasarkan pendekatan *balanced scorecard*, maupun nilai sosial yang dimonetisasi menggunakan pendekatan *Social Return on Investment* (SROI).

Ketertarikan Individu terhadap Intensi Menjadi Wirausaha Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Sosial

Faktor-faktor yang membentuk ketertarikan individu terhadap kewirausahaan sosial, bersifat kontekstual. Germak & Robinson (2014) berpendapat bahwa prinsip-prinsip kewirausahan secara fundamental menekankan pada keuntungan atau profit yang dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung operasional bisnis sehingga berkelanjutan. Dalam perkembangannya, keterlibatan individu dalam aktivitas kewirausahaan, tidak terbatas pada orientasi atau terhadap keuntungan bisni, melainkan juga misi sosial. Disisi lain, Lorenzo-Afable *et al.* (2020) menunjukkan bahwa ketertarikan individu menjadi wirausaha sosial juga dipengaruhi oleh kesadaran mengenai manfaat ekonomi dan sosial. Adapun, kesuksesan aktor kewirausahaan sosial, kepuasan diri, dan niat kuat dapat membentuk ketertarikan individu terhadap kewirausahaan sosial (Christopoulos & Vogl, 2015). Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan terhadap kewirausahan sosial didorong oleh hal-hal terkait potensi pendapatan, niat kuat, kepuasan pribadi, kesuksesan aktor wirausaha sosial sebagai inspirator, manfaat serta karir yang menarik. Meskipun demikian, pendidikan kewirausahaan sosial juga menjadi stimulus ketertarikan individu (Tangkeallo & Tangdialla, 2021; Tohani et al., 2015). Dengan demikian dapat diketahui bahwa ketertarikan individu memiliki hubungan dengan pendidikan kewirausahaan sosial serta intensi menjadi wirausaha sosial yang perlu diuji sesuai dengan konteks masing-masing.

H1. Ketertarikan individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan sosial
H2. Ketertarikan individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menjadi wirausaha sosial

Obligasi Moral terhadap Intensi Menjadi Wirausaha Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Sosial

Obligasi moral merupakan hal yang berhubungan dengan norma individu atau nilai kemanusiaan yang dipandang penting sebagai pedoman dalam berperilaku termasuk dalam menjalankan bisnis (Hockerts, 2015). Dalam konteks kewirausahaan, Ashraf (2021) menunjukkan bahwa obligasi moral terbentuk dari perpaduan antara *emotional empathy* dan *cognitive moral judgment* sehingga membentuk *desirability* dan *intention*. Selain itu, terdapat pemantik yang berperan penting untuk mendukung moral obligasi yakni *self-efficacy* dan *social support* untuk mendukung *social entrepreneurial behavior*. Disisi lain, Alsaad et al. (2021) menunjukkan bahwa moral obligasi dapat terbentuk dari berbagai perspektif yaitu *religiosity*, *idealism*, dan *ethical consumption*. Adapun, Hockerts (2015) berpendapat bahwa aspek penting dalam kewirausahaan sosial selain kemampuan manajemen yang baik ialah empati, obligasi moral, efikasi diri dan dukungan sosial yang relevan dengan konteks kewirausahaan sosial. Lebih jauh, Cahyono (2019) menunjukkan bahwa obligasi moral dibutuhkan dalam mempertahankan konsistensi perusahaan sosial khususnya dalam menjaga agar misi sosial menjadi prioritas utama sebuah lembaga, oleh sebab itu pendidikan dibutuhkan sebagai wadah mempersiapkan kepribadian wirausaha sosial yang ideal. Hal ini menunjukkan bahwa obligasi moral memiliki hubungan dengan pendidikan

kewirausahaan sosial serta intensi menjadi wirausaha sosial yang perlu diuji sesuai dengan konteks masing-masing.

H3. Obligasi moral memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan sosial
H4. Obligasi moral memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menjadi wirausaha sosial

Agama, Ideologi, dan Norma Budaya terhadap Intensi Menjadi Wirausaha Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Sosial

Norma yang dianut oleh individu dapat membentuk perilaku atau sikap terhadap kewirausahaan sosial (Poirine et al., 2017). Selain itu, Westhuizen & Adelakun (2022) menunjukkan bahwa agama dan ideologi dapat menjadi pemantik intensi individu untuk menjadi wirausaha sosial. Lebih jauh, Pounder (2021) berpendapat bahwa konteks kebudayaan dan nilai yang dianut individu dapat memantik intensi menjadi wirausaha sosial. Selain itu, Pratana & Margunani (2019) berpendapat bahwa norma subjektif dapat memengaruhi intensi terhadap kewirausahaan sosial apabila individu yang memiliki persepsi bahwa *social referent* mampu mengoptimalkan perilaku berwirausaha. Adapun, Santy *et al.* (2017) berpendapat bahwa norma subjektif merupakan keyakinan individu terhadap lingkungan sekitar sebagai faktor eksternal sehingga dapat memengaruhi niat berwirausaha, faktor-faktor tersebut dapat berupa dukungan keluarga, teman, dosen, maupun para pengusaha sukses. Norma subjektif ditentukan oleh adanya keyakinan normative dan keinginan untuk mengikuti, norma subjektif akan memengaruhi perilaku atau sikap individu (Darmawan & Warmika, 2016). Pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh langsung dalam mediasi hubungan norma subjektif terhadap niat berwirausaha (Wedayanti & Giantari, 2016). Lebih jauh, Hartono & Siregar (2022) menunjukkan bahwa norma dan kepercayaan individu dapat diperoleh dari pendidikan formal melalui pendidikan kewirausahaan sosial. Cholida et al. (2020) berpendapat bahwa, transformasi nilai dan kepercayaan individu dapat dimobilisir melalui program pendidikan kewirausahaan sosial yang terukur secara kelembagaan. Hal ini menunjukkan bahwa norma dan kepercayaan individu memiliki hubungan dengan pendidikan kewirausahaan sosial serta intensi menjadi wirausaha sosial yang perlu diuji sesuai dengan konteks masing-masing.

H5. Agama, ideologi, dan norma budaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan sosial
H6. Agama, ideologi, dan norma budaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menjadi wirausaha sosial

Efikasi Diri terhadap Intensi Menjadi Wirausaha Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Sosial

Efikasi diri merujuk pada kepercayaan diri individu terhadap potensi diri untuk mencapai beberapa tujuan (Hossain et al., 2021). Kemampuan individu untuk membangkitkan motivasi, sumber daya intelektual, serta tindakan yang diperlukan untuk mengelola suatu kejadian atau mengoperasikan usaha baru. Efikasi diri terbentuk oleh ketekunan, upaya, dan keinginan (Nsereko et al., 2021). Dalam konteks kewirausahan sosial, efikasi diri terkait dengan domain sosial yang sangat penting untuk penyesuaian psikologis dan perilku sosial. Efikasi diri dipahami sebagai kemampuan individu untuk memelihara komunikasi interpersonal dalam karir dan kehidupan personal (Jilinskaya-Pandey & Wade, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa efikasi diri memiliki hubungan dengan keyakinan pada kemampuan diri, keyakinan untuk sukses, perilaku kerja keras, tekun, kemampuan berkoordinasi, kesiapan diri menghadapi resiko, serta dukungan dari keluarga (Adebusuyi & Adebusuyi, 2020; Bargsted et al., 2013; Ladd et al., 2019). Berbeda halnya dengan pendapat Sarifuddin (2016) bahwa efikasi diri dalam konteks kewirausahaan dapat dibentuk dan dilatih melalui pendidikan kewirausahaan sosial, sehingga melengkapi pengetahuan dan keterampilan individu secara sistematis dan terukur. Selain itu, Rustya & Zaini (2020) menunjukkan bahwa perguruan tinggi berperan penting dalam meningkatkan potensi individu

termasuk efikasi diri, serta meningkatkan kepedulian peserta didik melalui pendidikan kewirausahaan sosial sehingga peserta didik dapat memahami konteks kewirausahaan sosial secara komprehensif dari berbagai pendekatan teoretis maupun empiris. Hal ini menunjukkan bahwa efikasi memiliki hubungan dengan pendidikan kewirausahaan sosial serta intensi menjadi wirausaha sosial yang perlu diuji sesuai dengan konteks masing-masing.

H7. Efikasi diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan sosial
H8. Efikasi diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menjadi wirausaha sosial

Dukungan Keluarga dan Lingkungan Sosial terhadap Intensi Menjadi Wirausaha Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Sosial

Dukungan keluarga dan lingkungan sosial terhadap individu dalam konteks kewirausahaan sosial dapat meningkatkan intensi menjadi seorang wirausaha sosial. Marco (2022) menunjukkan bahwa efikasi diri, dukungan sosial, dan dukungan edukasi memiliki pengaruh terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Selain itu, Kimura & masykur (2017) dalam konteks kewirausahaan sosial, menunjukkan bahwa semakin tinggi dukungan keluarga maka semaking besar intensi menjadi wirausaha sosial. Adapun, Wijaya & Handoyo (2022) menunjukkan bahwa dukungan sosial, empati, dan pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha sosial. Nazwirman et al. (2019) menekankan bahwa dimensi dukungan sosial dapat dilihat dari kedekatan emosional (*emotional attachment)*, harmonisintegrasi sosial (*social integration*), pengakuan (*reassurance of worth*), ketergantungan yang dapat diandalkan (*reliable reliance*), bimbingan (*guidance)*, kesempatan untuk mengasuh dan kesempatan untuk membantu (*opportunity for nurturance*). Adapun, Kempa & Bilviary (2022) menunjukkan bahwa intensi kewirausahaan terbentuk dari berbagai macam kondisi lingkungan internal dan eksternal dan dipengaruhi oleh berbagai macam variabel. Hal ini berarti bahwa dukungan keluarga dan lingkungan sosial hanya menjadi salah satu variabel yang turut berkontribusi menghasilkan luaran untuk dinilai relevansi atau hubungannya dengan intensi menjadi wirausaha sosial. Meskipun demikian, temuan penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa dukungan keluarga dan lingkungan sosial memiliki hubungan dengan pendidikan kewirausahaan sosial serta intensi menjadi wirausaha sosial yang perlu diuji sesuai dengan konteks masing-masing.

H9. Dukungan keluarga dan lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan sosial
H10. Dukungan keluarga dan lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menjadi wirausaha sosial

Pendidikan Kewirausahaan Sosial terhadap Intensi Menjadi Wirausaha Sosial

Intensi menjadi wirausaha sosial terbentuk oleh berbagai faktor yang sifatnya kontekstual. Hal ini menjadi stimulus keragaman faktor di berbagai wilayah dan konteks wilayah kajian kewirausahaan. Iancu *et al.* (2021) menunjukkan bahwa intensi menjadi wirausaha sosial terbentuk oleh pengetahuan tentang konsep kewirausahn sosil serta pemahaman tentang masalah sosial di wilayah masing-masing, dimana masalah sosial tersebut hanya bisa diselesaikan melalui *entrepreneurial initiatives.* Disisi lain, Candra & Kerlin (2021) mendeskripsikan sejumlah konteks yang memengaruhi intensi menjadi wirausaha sosial yaitu kondisi temporal, spasial, tradisi, siklus hidup manusia, gender, reiligiusitas atau spiritualitas, pemangku kepentingan, bidang pekerjaan, ruang lingkup tindakan, dan disiplin ilmu. Adapun, Tiwari *et al.* (2017) menunjukkan bahwa kecerdasan emosi, efikasi diri juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Lebih jauh, Putra *et al.* (2021) menunjukkan bahwa intensi menjadi wirausaha sosial juga dapat didukung oleh dukungan sosial dan efikasi diri. Hal ini menunjukkan bahwa intensi menjadi wirausaha sosial terbentuk oleh berbagai macam faktor seperti kepuasan diri, orientasi berpikir, motivasi

memberdayakan orang lain, adanya kesempatan, kesiapan diri menjadi wirausaha sosial, hingga niat yang kuat untuk berwirausaha sosial dengan maksimal. Berbeda halnya dengan temuan Diapati (2019) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak selalu berpengaruh terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Selain itu, Ika et al. (2018) menunjukkan beberapa faktor yang memengaruhi rendahnya minat kewirausahaan yakni kepribadian, keluarga, dan lingkungan. Hal ini menunjukkan adanya konteks yang memunculkan kontroversi sehingga tidak dapat dipandang secara general melainkan secara kontekstual. Oleh sebab itu hubungan antara pendidikan kewirausahaan dengan intensi menjadi wirausaha sosial perlu dikaji secara komprehensif.

H11. Pendidikan kewirausahaan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menjadi wirausaha sosial

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Dalam upaya mempertahankan validitas dan kredibilitas data, beberapa indikator dan hipotesis peneliti terdahulu, dimodifikasi, diinterpretasi dan disesuaikan dengan konteks lokasi serta pembahasan dalam penelitian ini untuk memperoleh gambaran yang kontekstual (Garaika, 2020a, 2020b; Hartati et al., 2022; Hockerts, 2017; Ip et al., 2017; Noerhartati et al., 2019; Rambe & Ndofirepi, 2021). Pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Populasi yang ditetapkan dalam studi ini terbatas pada mahasiswa/mahasiswi Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. Terdapat 92 data dari responden yang digunakan untuk pengolahan data. Selain itu, *purposive sampling* digunakan sebagai teknik untuk menentukan kualifikasi responden secara spesifik, dengan kriteria khusus mahasiswa-mahasiswi aktif yang menempuh pendidikan tinggi pada tingkat sarjana maupun paska sarjana. Adapun, pengolahan data penelitian ini menggunakan *Smart of Partial Least Squeares Structureal Equation Modeling* (Smart PLS-SEM) menggunakan *PLS Algorithm*, *Bootstraping*, dan *Blindfolding*.

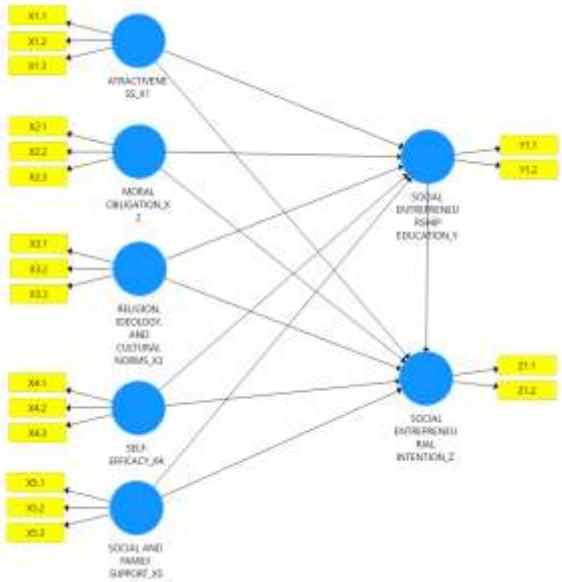
HASIL DAN PEMBAHASAN

Intensi menjadi wirausaha sosial didefinisikan sebagai hasrat untuk melakukan tindakan tertentu baik memulai bisnis baru atau mengarah pada *core value creation* dalam perusahaan yang berorientasi pada misi sosial (Garaika, 2020a). Intensi menjadi wirausaha terbentuk dari berbagai kondisi internal maupun eksternal seperti *empathy*, *social support*, dan *moral obligation* (Garaika, 2020b). Rambe & Ndofirepi (2021) berpendapat bahwa secara konseptual kewirausahaan sosial menekankan pada inovasi dan *social value creation*. Oleh sebab itu, faktor-faktor yang menentukan intensi menjadi wirausaha sosial ialah *empathy*, *moral obligation*, *self-efficacy*, dan *social support*. Adapun Hockerts (2017) menambahkan *experience* dan *entrollment in social entrepreneurship electives* sebagai faktor yang berperan penting membentuk intensi menjadi wirausaha sosial. Disisi lain, Garaika (2020a) juga menunjukkan hasil yang serupa dengan menegaskan bahwa *prior experience*, *empathy, moral obligation, social support* dapat membentuk intensi menjadi wirausaha sosial. Selain itu, Wsthuizen & Adelakun (2022) menunjukkan bahwa *religion* dan *work desire* juga dapat memantik intensi menjadi wirausaha sosial. Adapun, ideologi dan norma kebudayaan juga menjadi faktor yang perlu dipertimbangkan (Pounder, 2021).

Intensi menjadi wirausaha sosial terbentuk dari berbagai kondisi yang perlu ditinjau secara spesifik dengan mempertimbangkan aspek *agency, context, compassion, and opportunism* (Stirzaker et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa pemantik intensi wirausaha sosial di masing-masing negara dan daerah bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisir (Ip et al., 2017). Sementara itu, Hartati et al. (2022) menunjukkan bahwa dalam konteks Indonesia, perguruan tinggi juga memiliki andil yang perlu diperhitungkan dalam memantik intensi menjadi wirausaha sosial. Lebih jauh, Irmawita (2021) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan sosial dibutuhkan tidak hanya sebagai pemantik intensi

menjadi wirausaha sosial melainkan juga meningkatkan pengetahuan dan keterampilan manajerial secara kelembagaan. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan gagasan untuk melakukan eksplanasi intensi mahasiswa-mahasiswi untuk menjadi wirausaha sosial melalui pendidikan kewirausahaan sosial di tingkat perguruan tinggi, sebagaimana kerangka konsep dalam Gambar 2 berikut.

Gambar 2. *Proposed Conceptual Framework*



Sumber : Data Primer (2022)

Gambar 2 merupakan kerangka konseptual yang ditawarkan dimana variabel yang digunakan ialah *attractiveness* (X1), *moral obligation* (X2), *religion, ideology, and cultural norms* (X3), *self-efficacy* (X4), *social and family support* (X5), *social entrepreneurship education* (Y), dan *social entrepreneurial intention* (Z). Terdapat 11 hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini sesuai dengan konteks mahasiswa-mahasiswi di tingkat perguruan tinggi. Berdasarkan hasil identifikasi latarbelakang responden (n=92) berdasarkan jenis kelamin, diketahui 59,8% didominasi perempuan, sedangkan 40,2% ialah laki-laki. Selanjutnya, 98,9 % sedang menempuh jenjang perguruan tinggi tingkat sarjana. Adapun, 80,4% dari total responden pernah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan sosial atau mata kuliah yang mengandung unsur kewirausahaan sosial. Terdapat 56% dari total responden memiliki latarbelakang keluarga dengan bisnis yang telah berjalan lebih dari satu tahun. Sebanyak 55,4% dari total responden memberikan informasi tentang pekerjaan orang tua yakni usaha mandiri.

Responden memiliki pemahaman subjektif terkait dengan kewirausahaan sosial yang terindentifikasi dalam beberapa kata berikut ini: sikap peduli; kesuksesan bersama; pemberdayaan; berkelanjutan; membantu orang lain; sinergitas; bermanfaat; kesejahteraan; cinta; inoasi; tekad; mengurangi pengangguran; menyenangkan; tanggungjawab; tekun; jujur; *people help people*. Selanjutnya, hal-hal terkait faktor pendorong menjadi wirausaha sosial yang terindentifikasi ialah sebagai berikut : tidak menang sendiri; peduli, bertanggungjawab, inovasi; semangat, berjuang, yakin; mencari wawasan baru; modal, ide, tekad; sadar, paham, berencana; tulus, kerja keras, profit; *passion, heart perseverance*; aktif, kreatif, inovatif; peluang, provit, usaha; motivasi, strategi, pemasaran; ide, keyakinan, usaha; ketekunan, niat, semangat; tekad, inovasi, inspirasi; disiplin, aktif, komitmen; fokus, rajin, bersosialisasi; usaha, berdoa, pengetahuan; peduli, empati, bertindak; semangat, bekerja keras, rela berkorban; dan amal, jejaring sosial, berbagi.

Berdasarkan hasil identifikasi pemahaman responden terhadap kewirausahaan sosial, dapat diketahui bahwa intensi terhadap kewirausahaan sosial terbentuk dari ketertarikan individu karena berbagai alasan, seperti potensi pendapatan, niat kuat, kepuasan pribadi, kesuksesan orang lain, *inspiratory*, adanya manfaat yang besar, serta peluang karir yang menarik. Ketertarikan individu karena alasan potensi pendapatan didasari oleh pemahaman mengenai konsep kewirausahaan yang memungkinkan individu unuk memperoleh keuntungan bisnis secara optimal, memiliki jenjang karir yang jelas, serta berdampak positif menyelesaikan berbagai persoalan sosial. Selain itu, kesuksesan orang lain yang telah berhasil di bidang kewirausahaan sosial, dapat menjadi inspirasi serta membentuk niat yang kuat untuk menjadi wirausaha sosial. Adapun, kesadaran akan manfaat dari kewirausahaan sosial dapat memberikan kepuasan tersendiri. Berdasarkan

hasil pengolahan data menggunakan PLS Algorithm dapat diketahui bahwa masing-masing variabel dan indikator telah memenuhi standar kualifikasi sebagaimana hasil uji validitas dan reliabilitas pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Outer Model Result

Variabel	Outer Loading	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1		0.979	0.986	0.960
X1.1	0.975			
X1.2	0.989			
X1.3	0.977			
X2		0.926	0.953	0.871
X2.1	0.940			
X2.2	0.928			
X2.3	0.932			
X3		0.964	0.977	0.933
X3.1	0.978			
X3.2	0.937			
X3.3	0.982			
X4		0.968	0.979	0.940
X4.1	0.970			
X4.2	0.984			
X4.3	0.954			
X5		0.951	0.968	0.910
X5.1	0.944			
X5.2	0.956			
X5.3	0.962			
Y		0.889	0.947	0.900
Y1	0.946			
Y2	0.952			
Z		0.980	0.990	0.980
Z1	0.990			
Z2	0.990			

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2022)

Tabel 1 merupakan hasil pengolahan data menggunakan PLS Algorithm yang menunjukkan bahwa semua indicator memiliki nilai outer loading di atas 0,7 yang menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai lebih dari 0,6 sehingga memenuhi syarat pengujian validitas konvergen. Selanjutnya, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,6 yang menunjukkan konsistensi sehingga validitas konvergen terpenuhi. Lebih jauh, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7 yang menunjukkan nilai konsistensi reliabilitas internal baik. Adapun, nilai *composite reliability* di atas 0,7 berarti memuaskan dan konstruk merupakan pengukuran yang reliabel. Kempa & Bilviary (2022) mengemukakan bahwa dalam pengujian *convergent validity*, nilai *loading factor* pada masing-masing indicator yang telah melebihi nilai standar 0,6 berarti bahwa indicator yang digunakan dalam penelitian tersebut telah memenuhi validitas konvergen. Adapun, syarat konsistensi jawaban responden juga dipenuhi dengan nilai Cronbach's Alpha dan *composite reliability*. Selain itu, hasil uji Fornell-Larcker Criterion dapat dilihat sebagaimana Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Kriteria Fornell-Larcker

	Z	X1	X2	X3	X4	X5	Y
Z	**0.990**						
X1	0.983	**0.980**					
X2	0.900	0.898	**0.933**				
X3	0.978	0.967	0.926	**0.966**			
X4	0.917	0.943	0.882	0.939	**0.969**		
X5	0.908	0.930	0.928	0.942	0.965	**0.954**	
Y	0.944	0.955	0.912	0.948	0.958	0.952	**0.949**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2022)

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai korelasi setiap variabel lebih besar dari nilai korelasi variabel dengan variabel lainnya. Dengan demikian, validitas diskriminan dengan pengujian Fornell Larcker terpenuhi. Adapun, nilai *cross loading* juga menunjukkan bahwa tiap indikator memiliki nilai lebih tinggi dari pada indikator nilai konstruk lainnya sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki nilai validitas diskriminan yang tinggi (Irwan & Adam, 2015). Selanjutnya, hasil pengujian model fit untuk mengetahui kesesuaian model dalam mengukur variasi nilai variabel *attractiveness* (X1), *moral obligation* (X2), *religion, ideology, and cultural norms* (X3), *self-efficacy* (X4), *social and family support* (X5), *social entrepreneurship education* (Y), dan *social entrepreneurial intention* (Z) menunjukkan bahwa besarannya kontribusi yang diberikan variabel X1, X2, X3, X4, X5 terhadap Y ialah 94,6% dilihat dari nilai R^2 0,946 (ukuran efek besar). Sedangkan, kontribusi nilai yang diberikan variabel X1, X2, X3, X4, X5 terhadap Z ialah 98,4% sebagaimana nilai R^2 0,984 (ukuran efek besar). Selain itu, hasil *blindfolding* juga menunjukkan bahwa nilai $Q^2 > 0$ yakni variabel Y (0,843) atau sebesar 84,3% dan variabel Z (0,947) atau sebesar 94,7% sehingga

dapat dikatakan memiliki nilai observasi yang baik. Anggadwita et al. (2022) menjelaskan bahwa proses *blindfolding* digambarkan dalam bentuk Q-Square. Jika nilai Q-*Square* > 0 maka variabel tersebut dapat dikatakan memiliki relevansi yang baik dan variabel eksogen mampu memprediksi variabel endongennya. Selanjutnya, hasil uji hipotesis penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
H1	0.617	0.603	0.118	5.235	**0.000**
H2	0.343	0.311	0.151	2.275	**0.023**
H3	0.002	0.007	0.040	0.061	**0.952**
H4	0.155	0.167	0.075	2.066	**0.039**
H5	0.564	0.589	0.136	4.138	**0.000**
H6	0.007	0.049	0.177	0.041	**0.967**
H7	-0.141	-0.145	0.087	1.628	**0.104**
H8	0.380	0.361	0.132	2.878	**0.004**
H9	-0.205	-0.200	0.088	2.321	**0.021**
H10	0.115	0.113	0.125	0.923	**0.357**
H11	0.148	0.132	0.093	1.601	**0.110**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2022)

Tabel 3 merupakan hasil uji hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa H3, H6, H7, H10 dan H11 ditolak, dengan interpretasi sebagai berikut : *pertama*, obligasi moral tidak berpengaruh terhadap pendidikan kewirausahaan sosial ; *kedua*, agama, ideologi, dan norma budaya tidak berpengaruh terhadap intensi menjadi wirausaha sosial; *ketiga*, efikasi diri tidak berpengaruh terhadap pendidikan kewirausahaan sosial; *keempat*, dukungan keluarga dan lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap intensi menjadi wirausaha sosial; *kelima*, pendidikan kewirausahaan sosial tidak berpengaruh terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Selain itu, H1, H2, H4, H5, H8, H9 diterima, dengan interpretasi sebagai berikut : *pertama*, ketertarikan individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan sosial; *kedua*, ketertarikan individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menjadi wirausaha sosial; *ketiga*, obligasi moral memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menjadi wirausaha sosial; keempat, agama, ideologi, dan norma budaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan sosial; *kelima*, efikasi diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menjadi wirausaha sosial; *keenam*, dukungan keluarga dan lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan sosial.

Pendidikan Kewirausahaan Sosial dan Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha Sosial

Pendidikan kewirausahaan sosial di Indonesia perlu dianalisis untuk mengidentifikasi capaian dari berbagai upaya meningkatkan minat mahasiswa menjadi pelopor *social enterprise.* (Hariyanti et al., 2022) menunjukkan bahwa pendidikan dan pelatihan bagi calon wirausaha mencakup materi tentang cara memulai usaha, cara mencari sumber pendanaan usaha, dan cara mengelola keuangan usaha. Materi pembelajaran dapat dikemas dalam kegiatan konsultasi, pembelajaran dan konseling. Selain itu, Andriani & Dewi (2022) berpendapat bahwa penguasaan guru dalam penyampaian materi pembelajaran menjadi hal esensial agar peserta didik tidak merasa bosan dan mampu menghargai, serta memahami materi tentang kewirausahaan secara menyeluruh. Adapun, Nasution (2022) berargumen bahwa internalisasi nilai-nilai kewirausahaan menjadi bagian penting dalam meningkatkan karakter dan keterampilan peserta didik. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan menjadi aspek fundamental, sebelum mempelajari karakteristik dan prinsip-prinsip kewirausahaan sosial yang identik dengan inovasi sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden dalam hal ini mahasiswa dan mahasiswi yang memiliki prinsip dan nilai moral di dalam keluarga (obligasi moral) maupun di lingkungan sosial, belum tentu tertarik untuk mengikuti matakuliah kewirausahaan sosial. Namun, terdapat potensi menjadi wirausaha sosial. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan sosial tidak menjadi satu-satunya alur pembentukan karakter dan pengetahuan yang berkontribusi terhadap minat menjadi wirausaha sosial. Dengan demikian, terdapat

kemungkinan lain yang mendorong minat dan persepsi mahasiswa untuk menjadi wirausaha sosial.

Minat untuk berpartisipasi dalam pendidkan kewirausahaan sosial dapat didorong oleh ideologi, baik dalam bentuk petunjuk yang diperoleh dari ajaran agama, keyakinan atau norma individu, serta subjektifitas pemikiran individu. Meskipun demikian, hal-hal terkait dengan ajaran keagamaan, ideologi dan norma subjektif individu tidak menjadi faktor utama dalam membentuk intensi menjadi wirausaha sosial. Cahyono (2019) berpendapat bahwa nilai-nilai keagamaan dapat memantik serta membangun motivasi seseorang untuk menempuh pendidikan kewirausahaan sosial serta meningkatkan minat menjadi wirausaha sosial. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan akan ajaran agama, ideologi dan norma subjektif memang tidak memengaruhi intensi bahkan sikap individu menjadi wirausaha sosial namun dapat mendorong seseorang untuk berpartisipasi atau terlibat dalam proses pendidikan kewirausahaan sosial guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan di bidang kewirausahaan serta memahami inovasi sosial dari konsep kewirausahaan sosial.

Efikasi diri dalam temuan penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan intensi menjadi wirausaha sosial. Penelitian ini menunjukkan hal yang sama, namun pendidikan kewirausahaan tidak menjadi aspek tunggal pembentukan karakter (efikasi diri) dari peserta didik. Hal ini menunjukkan adanya ruang lain yang dapat membentuk efikasi diri seseorang selain pendidikan kewirausahaan sosial. Ekawarna et al. (2022) berpendapat bahwa pendidikan kewirausahaan sangat penting namun tidak menjadi faktor penentu seseorang untuk menjadi wirausaha sosial. Terdapat kemungkinan adanya individu telah memiliki pengalaman berwirausaha sebelumnya serta ide inovatif yang dibutuhkan. Namun demikian, terdapat pengaruh tidak langsung efikasi diri terhadap niat individu untuk berwirausaha yaitu motivasi. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi menjadi salah satu faktor penting yang mampu mendorong seseorang untuk menjadi praktisi kewirausahaan sosial tanpa harus melalui pendidikan kewirausahaan sosial.

Dukungan keluarga dan lingkungan sosial dapat menjadi faktor pendorong individu untuk berpartisipasi dalam pendidikan kewirausahaan sosial, namun tidak menjadi faktor utama yang membentuk minat individu menjadi wirausaha sosial. Bahkan mahasiswa yang tertarik mengikuti atau berpartisipasi dalam pendidikan kewirausahaan sosial, belum tentu memiliki minat untuk menjadi wirausaha sosial. Hal ini menunjukkan bahwa ruang lingkup atau konteks penyelenggara pendidikan kewirausahaan serta lingkungan eksternal individu menjadi pertimbangan individu dalam mengambil keputusan menentukan sikap dan intensi menjadi wirausaha sosial. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa pendidikan kewirausahaan sosial yang dirancang untuk membentuk karakter dan melengkapi pengetahuan individu mengenai kewirausahaan sosial tidak menjadi faktor tunggal yang mendorong seseorang menjadi wirausaha sosial.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel ketertarikan individu, agama, ideologi, norma budaya, dukungan keluarga dan lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan sosial. Selain itu, ketertarikan individu, obligasi moral, efikasi diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Selanjutnya, penelitian ini juga menemukan bahwa obligasi moral, efikasi diri, berpengaruh negatif terhadap pendidikan kewirausahaan sosial. Selanjutnya, agama, ideologi, norma budaya, dukungan keluarga, lingkungan sosial dan pendidikan kewirausahaan sosial juga berpengaruh negative terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Penelitian memiliki keterbatasan dalam pembahasan tentang eksplanasi intensi menjadi wirausaha sosial melalui pendidikan kewirausahaan sosial di tingkat perguruan tinggi. Rekomendasi penelitian selanjutnya agar dapat dilakukan kajian secara komprehensif tentang dinamika kewirausahaan sosial di Indonesia serta tantangan ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Adebusuyi, A. S., & Adebusuyi, O. F. (2020). The influence of social class on entrepreneurial self-efficacy and outcome expectations. *Small Enterprise Research*, *27*(3), 259–274. https://doi.org/10.1080/13215906.2020.1844044

Alsaad, A., Saif-Alyousfi, A. Y. H., & Elrehail, H. (2021). Religiosity, idealism, and ethical consumption: the mediating effect of perceived customer effectiveness and moral obligation. *Journal of Social Marketing*, *11*(1), 25–43. https://doi.org/10.1108/JSOCM-07-2020-0116

Andriani, I. A., & Dewi, R. M. (2022). Praktik Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Pembentukan Wirausaha Muda pada Siswa SMA. *Jurnal Pendidikan : Riset & Konseptual*, *6*(3), 457–465.

Anggadwita, G., Ramadhanti, N., & Ghina, A. (2022). Pengaruh Persepsi Sosial Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Niat Wirausaha Wanita Di Bandung. *AdBispreneur*, *6*(3), 269. https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i3.35063

Arend, R. J. (2021). Modelling Social Entrepreneurship: Consideration of the Reacting Forces. *Journal of Social Entrepreneurship*, *12*(3), 399–416. https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1718744

Ashraf, M. A. (2021). Determinants of Islamic entrepreneurial intentions: an analysis using SEM. *Journal of Islamic Marketing*, *12*(1), 20–40. https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0116

Au, W. C., Drencheva, A., & Yew, J. L. (2021). Narrating Career in Social Entrepreneurship: Experiences of Social Entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, *0*(0), 1–27. https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1890188

Bargsted, M., Picon, M., Salazar, A., & Rojas, Y. (2013). Psychosocial Characterization of Social Entrepreneurs: A Comparative Study. *Journal of Social Entrepreneurship*, *4*(3), 331–346. https://doi.org/10.1080/19420676.2013.820780

Cahyono, H. (2019). Membangun Entrepreneurial Intentions Mahasiswa Melalui Pendidikan Kewirausahaan; Sebagai Upaya Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN "MEA." *Ri'ayah*, *1*(1), 66–67.

Chandra, Y., & Kerlin, J. A. (2021). Social entrepreneurship in context: pathways for new contributions in the field. *Journal of Asian Public Policy*, *14*(2), 135–151. https://doi.org/10.1080/17516234.2020.1845472

Choi, J., Kim, K., Marjerison, R., Jeong, B. G., Lee, S., & Vaccaro, V. (2021). The Effects of Morality and Positivity on Social Entrepreneurial Intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, *0*(0), 1–21. https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1942960

Cholida, D., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2020). Strategi Transformasi Nilai Kewirausahaan Di Pondok Pesantren Mabadi'Ul Ihsan Kabupaten Banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *14*(1), 201–207. https://doi.org/10.19184/jpe.v14i1.12035

Christopoulos, D., & Vogl, S. (2015). The Motivation of Social Entrepreneurs: The Roles, Agendas and Relations of Altruistic Economic Actors. *Journal of Social Entrepreneurship*, *6*(1), 1–30. https://doi.org/10.1080/19420676.2014.954254

Darmawan, I. M. Y., & Warmika, I. G. K. (2016). Pengaruh Norma Subjektif, Personal Attitude, Perceived Behavior Control, Dan Aspek Psikologis Terhadap Minat Wirausaha (Entrepreneurial Intention). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *5*(7), 4660–4689.

de Bruin, A., Shaw, E., & Lewis, K. V. (2017). The collaborative dynamic in social entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, *29*(7–8), 575–585.

https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1328902

Diapati, M. M. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Sosial Dan Keluarga, Ekspektasi Pendapatan Dan Kekuatan Mental Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Stie Panca Bhakti Palu). *Wacana Equiliberium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, *7*(2), 21–30. https://doi.org/10.31102/equilibrium.7.2.21-30

Ekawarna, E., Denmar, D., & Bakar, M. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri dan Motivasi Berwirausaha terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa FKIP Universitas Jambi Angkatan 2019. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, *3*(1), 139–149.

Garaika. (2020a). Determinants of the social entrepreneurial intention of young entrepreneurs in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, *12*(3), 356–373.

Garaika. (2020b). The impact of empathy, social support, and moral obligation on social entrepreneur intention. *International Journal of Scientific and Technology Research*, *9*(3), 5788–5792.

Germak, A. J., & Robinson, J. A. (2014). Exploring the Motivation of Nascent Social Entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, *5*(1), 5–21. https://doi.org/10.1080/19420676.2013.820781

Hariyanti, D., Santosa, B., Susworo, Y., Mahdawi, & Putri, A. N. (2022). Pendidikan dan Pelatihan Bagi Calon Wirausaha di Sekolah Kewirausahaan Bina Amanah Cordova. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, *1*(3), 91–95.

Hartati, A. S., Warsiki, C. Y. ., Kusmantini, T., & Diantoro, A. K. (2022). Social Entrepreneurial Intentions: An Empirical Study at Ponpes Darul Qur'am. *Pinisi Discretion Review*, *5*(2), 361–368.

Hartono, B., & Siregar, M. (2022). Konsep Integrasi Pendidikan Islam dan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, *11*(2), 377–398. https://doi.org/10.30868/ei.v11i02.2210

Hidalgo, G., Monticelli, J. M., & Vargas Bortolaso, I. (2021). Social Capital as a Driver of Social Entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, *0*(0), 1–24. https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1951819

Hockerts, K. (2015). The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS): a validation study. *Social Enterprise Journal*, *11*(3), 260–280. https://doi.org/10.1108/sej-05-2014-0026

Hockerts, K. (2017). Determinants of Social Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, *41*(1), 105–130. https://doi.org/10.1111/etap.12171

Hossain, M. U., Arefin, M. S., & Yukongdi, V. (2021). Personality Traits, Social Self-Efficacy, Social Support, and Social Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Gender. *Journal of Social Entrepreneurship*, *0*(0), 1–21. https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1936614

Iancu, A., Popescu, L., & Popescu, V. (2021). Factors influencing social entrepreneurship intentions in Romania. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* , *34*(1), 1190–1201. https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1820358

Idris, A., & Hati, R. H. (2013). Social Entrepreneurship in Indonesia: Lessons from the Past. *Journal of Social Entrepreneurship*, *4*(3), 277–301. https://doi.org/10.1080/19420676.2013.820778

Ika, D. A., Fitriana, S., & Setiawan, A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Kewirausahaan Siswa Kelas Xi Di Smk Texmaco Pemalang. *Empati-Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, *5*(1), 47–55.

Ip, C. Y., Wu, S.-C., Liu, H.-C., & Liang, C. (2017). Revisiting the Antecedents of Social Entrepreneurial Intentions in Hong

Kong. *International Journal of Educational Psychology*, *6*(3), 301. https://doi.org/10.17583/ijep.2017.2835

Irmawita, R. G., & Sadli, G. N. (2021). Digital Press Social Sciences and Humanities Student Development through Social Entrepreneurship Program. *Digital Press Social Sciences and Humanities*, *7*(7), 1–7. https://scholar.archive.org/work/pus52bsuefevbcfos4lknsrvji/access/wayback/https://digitalpress.ugm.ac.id/article/397/download?pdf

Irwan, & Adam, K. (2015). Metode Partial Least Square (PLS) dan terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal Teknosains*, *9*(1), 53–68.

Jilinskaya-Pandey, M., & Wade, J. (2019). Social Entrepreneur Quotient: An International Perspective on Social Entrepreneur Personalities. *Journal of Social Entrepreneurship*, *10*(3), 265–287. https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541013

Kamaludin, M. F., Xavier, J. A., & Amin, M. (2021). Social Entrepreneurship and Sustainability: A Conceptual Framework. *Journal of Social Entrepreneurship*, *0*(0), 1–24. https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1900339

Kempa, S., & Bilviary, A. (2022). Studi Entrepreneurial Intention Pada Mahasiswa Di Maluku. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, *10*(1), 5–18. https://doi.org/10.26740/jepk.v10n1.p5-18

Kimura, O. N., & Masykur, A. M. (2017). Hubungan Antara Dukungan Sosial Orangtua Dengan Kewirausahaan Pada Mahasiswa Ukm Research N Business Universitas Diponegoro. *Empati*, *6*(1), 322–326. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/15136

Kruse, P., Wach, D., & Wegge, J. (2021). What motivates social entrepreneurs? A meta-analysis on predictors of the intention to found a social enterprise. *Journal of Small Business Management*, *59*(3), 477–508. https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1844493

Ladd, T., Hind, P., & Lawrence, J. (2019). Entrepreneurial orientation, Waynesian self-efficacy for searching and marshaling, and intention across gender and region of origin. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, *31*(5), 391–411. https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1459016

Lorenzo-Afable, D., Lips-Wiersma, M., & Singh, S. (2020). 'Social' value creation as care: the perspective of beneficiaries in social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, *16*(3), 339–360. https://doi.org/10.1108/SEJ-11-2019-0082

Marco, B. C. (2022). Pengaruh Efikasi Diri Kewirausahaan, Dukungan Sosial, dan Dukungan Edukasi Terhadap Intensi Kewirausahaan Sosial pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *04*(02), 289–300.

Nasution, R. U. (2022). Strategi Memulai Bisnis Baru dalam Berwirausaha. *JSIM : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, *3*(3), 163–175.

Nazwirman, N., Zain, E., & Kholifah, N. (2019). Pengaruh Dukungan Sosial Dan Work Family Conflict Terhadap Subjective Well-Being (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Bekerja Dan Membuka Umkm Di Kampung Wisata Bisnis Bogor). *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *12*(2), 123–138. https://doi.org/10.33558/optimal.v12i2.1685

Noerhartati, E., Soesatyo, Y., Moedjito, Karwanto, Jatiningrum, C., & Muharlisiani, L. T. (2019). Exploring The Intentions of Social Entrepreneurship: An Empirical Study University Student in Indonesia Endang. *Opcion*, *Special Ed*(21), 2899–2921.

Nsereko, I., Balunywa, W. J., Ntamu, D. N., Munene, J., & Babirye, H. (2021). Personal initiative, entrepreneurial self-efficacy and social entrepreneurial venture creation. *Small Enterprise Research*, *0*(0), 1–21. https://doi.org/10.1080/13215906.2021.1946131

Pischetola, M., & Martins, L. de S. e. S. (2021). Teaching Social Entrepreneurship in Higher Education: Active Pedagogy in a Deweyan Perspective. *Journal of Social Entrepreneurship*, *0*(0), 1–22. https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1976816

Poirine, B., Dropsy, V., & Gay, J. F. (2017). Entrepreneurship and social norms about thrift versus sharing: the Chinese-Tahitian experience. *Asia Pacific Business Review*, *23*(5), 641–657. https://doi.org/10.1080/13602381.2017.1290188

Pounder, P. A. (2021). Social entrepreneurship and cultural contextualization: a review. *International Journal of Development Issues*, *20*(3), 344–357. https://doi.org/10.1108/IJDI-02-2021-0029

Pratana, N. K., & Margunani. (2019). Pengaruh Sikap Berwirausaha, Norma Subjektif dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, *8*(2), 537. https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31489

Putra, P. D., Duma, Y., & Zainal, A. (2021). The Effect of Self Efficacy and Social Support on Intention of Entrepreneurship in The Era of Industrial Revolution 4.0. *Journal of Economics Education and Entrepreneurship*, *2*(1), 11–18. https://doi.org/10.20527/jee.v2i1.3059

Rambe, P., & Ndofirepi, T. M. (2021). Explaining Social Entrepreneurial Intentions among College Students in Zimbabwe. *Journal of Social Entrepreneurship*, *12*(2), 175–196. https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1683878

Ratten, V. (2020). Cultural, lifestyle, and social entrepreneurship. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, *0*(0), 1–8. https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1789933

Rustya, D., & Zaini, A. (2020). Peranan Perguruan Tinggi Dalam Peningkatan Kepedulian Sosial Mahasiswa Melalui Pelatihan Kewirausahaan Sosial. *Tadris : Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Pendidikan Islam*, *14*(2), 44–54. https://doi.org/10.51675/jt.v14i2.100

Santy, N., Rahmawati, T., & Hamzah, A. (2017). Pengaruh Efikasi Diri, Norma Subjektif, Sikap Berperilaku Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, *1*(1), 63. https://doi.org/10.33603/jibm.v1i1.481

Sarifuddin, A. (2016). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Alumni Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar). *Jurnal Sosialisasi Pendidikan Sosiologi-FIS UNM*, *3*(2), 136–142. http://ojs.unm.ac.id/sosialisasi/article/view/2376

Stirzaker, R., Galloway, L., Muhonen, J., & Christopoulos, D. (2021). The drivers of social entrepreneurship: agency, context, compassion and opportunism. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, *27*(6), 1381–1402. https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2020-0461

Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, *4*(1), 74–79. https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1.15964

Thomsen, B., Muurlink, O., & Best, T. (2021). Backpack Bootstrapping: Social Entrepreneurship Education Through Experiential Learning. *Journal of Social Entrepreneurship*, *12*(2), 238–264. https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1689155

Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017). The role of emotional intelligence and self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial intentions. *Journal of Social Entrepreneurship*, *8*(2), 165–185. https://doi.org/10.1080/19420676.2017.1371628

Tohani, E., Sumarno, S., & Suryono, Y. (2015).

Pendayagunaan Modal Sosial Dalam Pendidikan Kewirausahaan Masyarakat: Studi Pada Program Pendidikan Desa Vokasi. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, *3*(2), 151–166. https://doi.org/10.21831/jppfa.v3i2.7534

Wedayanti, N. P. A. A., & Giantari, I. G. A. K. (2016). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Memediasi Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *5*(1), 533–560.

Westhuizen, T. van der, & Adelakun, Y. (2022). Social entrepreneurship in Nigeria through drivers of religion and work-desire. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, *1*(1), 1–19. https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2021-0166

Wijaya, W., & Handoyo, S. E. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Empati dan Dukungan Sosial terhadap Intensi Berwirausaha Sosial Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *4*(2), 546–555. https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18263

Zhang, D. Di, & Swanson, L. A. (2014). Linking Social Entrepreneurship and Sustainability. *Journal of Social Entrepreneurship*, *5*(2), 175–191. https://doi.org/10.1080/19420676.2014.880503