

PENGARUH EMPATI DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA SOSIAL DIMODERASI OLEH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN

Wahya Ardhaneswari¹, Muhammad Sabandi², Dini Octoria³

¹Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia, ardhaneswariwahya11@gmail.com

²Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia, muhsabandi@staff.uns.ac.id

³Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia, diniocoria@gmail.com

DOI

<https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p228-237>

Article history

Received

23 January 2024

Revised

5 March 2024

Accepted

21 March 2024

How to cite

Ardhaneswari, W., Sabandi, M., & Octoria, D. (2024). Pengaruh Empati dan Dukungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Sosial Dimoderasi Oleh Pendidikan Kewirausahaan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 12(2), 228-237,

<https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p228-237>

Kata Kunci: Empati; Dukungan Sosial; Intensi Berwirausaha Sosial; Pendidikan Kewirausahaan

Keywords: *Empathy; Entrepreneurship Education; Social Entrepreneurial Intention*

Corresponding author

Wahya Ardhaneswari
ardhaneswariwahya11@gmail.com

Abstrak

Kewirausahaan sosial menjadi suatu hal yang penting dan menarik untuk dibahas karena masih sedikit penelitian pada bidang kewirausahaan yang membahas mengenai kewirausahaan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh empati dan dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial yang dimoderasi oleh variabel pendidikan kewirausahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan metode survey dengan populasi penelitian adalah mahasiswa Diploma dan Strata-1 Universitas Sebelas Maret. Sampel yang ditetapkan sebanyak 271 sampel dan diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* skala likert 1-5 poin yang disebarakan melalui *google forms*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis* dengan *software* SmartPLS. Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh empati dan terdapat pengaruh dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial. Selain itu, pendidikan kewirausahaan memperkuat hubungan antara empati dan hubungan antara dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial.

Abstract

Social entrepreneurship is an important and interesting thing to discuss because there are still few studies in the field of entrepreneurship that discuss social entrepreneurship. This study aims to determine how the influence of empathy and social support on social entrepreneurial intentions moderated by entrepreneurship education variables. This research is a quantitative study using survey method with the research population is Diploma and Strata-1 students of Sebelas Maret University. The sample set as many as 271 samples and taken using purposive sampling technique. Data were collected through a 1-5 point Likert scale online questionnaire distributed through google forms. Data analysis was carried out using Moderated Regression Analysis with SmartPLS software. The results prove that there is an influence of empathy and there is an influence of social support on the intention of social entrepreneurship. In addition, entrepreneurship education strengthens the relationship between empathy and the relationship between social support to social entrepreneurship intention.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



PENDAHULUAN

Saat ini, beberapa negara di dunia lebih rentan dalam menghadapi tantangan sosial seperti permasalahan kemiskinan, kesehatan dan pendidikan yang masih kurang serta permasalahan lingkungan (Sofia, 2015). Hal tersebut menjadikan sekitar dua pertiga dari jumlah negara yang ada di dunia sedang menghadapi ketimpangan (Marginson, 2018). Tantangan ini harus dilalui oleh negara yang berjuang melawan ketimpangan ini sebab apabila tidak ditangani dengan tepat waktu akan mengakibatkan ketidakefisienan sosial (Hurst et al., 2017). Ketidakefisienan sosial terjadi ketika kondisi sosial tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Sebagai upaya untuk menanggapi ketidakefisienan sosial ini, beberapa negara termasuk Indonesia harus mencari cara yang kreatif, hemat biaya, dan berkelanjutan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menciptakan dan mengembangkan ide-ide inovatif dalam bidang kewirausahaan sosial. Kewirausahaan sosial didefinisikan sebagai pengejaran peluang yang bertujuan untuk menciptakan organisasi atau praktik usaha yang menghasilkan dan mempertahankan manfaat sosial dengan menggunakan kombinasi sumber daya yang inovatif (Mair & Noboa, 2006). Kewirausahaan sosial pada umumnya dianggap sebagai bisnis alternatif atau sistem ekonomi yang menerapkan strategi inovatif untuk mencapai tujuan sosial (Thompson, 2008). Menurut Dees (2007), wirausaha sosial memiliki tujuan untuk mengatasi ketidakefisienan sosial yang besar seperti ketidaksetaraan, kelangkaan sumber daya, dan perubahan iklim melalui ide-ide inovatif.

Kewirausahaan sosial dipandang semakin penting, dan minat untuk memulai kewirausahaan sosial semakin meningkat di beberapa negara (Defourmy & Nyssens, 2010), terutama di antara negara-negara berkembang dengan masalah sosial ekonomi (Chell, 2007). Hal ini dikarenakan, khususnya di negara-negara berkembang, kewirausahaan sosial dapat membawa perubahan yang konsisten, berkelanjutan, dan inovatif dalam mengatasi permasalahan sosial yang mendesak seperti kesenjangan sosial, kemiskinan, dan permasalahan (Tiwari et al., 2017). Wirausahawan sosial dijadikan sebagai agen sosial terkait dengan inovasi, adaptasi, dan proses pembelajaran berkelanjutan dengan menunjukkan akuntabilitas yang tinggi kepada pemangku kepentingan atas hasil yang mereka capai (Dees, 2001).

Di Indonesia, konsep terbaru mengenai kewirausahaan sosial telah dikenalkan oleh Ashoka Foundation di tahun 1983 pada saat merilis program-program awalnya guna mengidentifikasi, melatih, dan mendanai wirausahawan lokal (Ashoka, 2015). Sektor kewirausahaan sosial di Indonesia sangat dinamis dan terus berkembang yang mencakup berbagai bidang diantaranya kesehatan, lingkungan dan pendidikan yang bahkan dalam lima tahun terakhir ini kewirausahaan sosial juga merambah bidang

industri kreatif dan pertanian (British Council & UNESCAP, 2018). Berdasarkan riset yang dilakukan oleh British Council & UNESCAP (2018) diperkirakan jumlah wirausaha sosial yang ada di Indonesia adalah 342.000 wirausaha sosial, akan tetapi hanya ada 2.000 usaha sosial yang berhasil teridentifikasi. Di Indonesia, usaha sosial ini sebagian besar dijalankan oleh orang-orang dengan rata-rata berusia muda (18-34 tahun) yang merupakan bagian terbesar dari total populasi penduduk yakni sebesar 67%. Oleh karena itu, jika peluang populasi muda ini benar-benar diperhatikan, dinamisme individu muda akan menemukan solusi inovatif dan berkelanjutan untuk mempercepat masalah sosial ekonomi yang telah lama tertunda. Bahkan keberhasilan wirausaha sosial akan berpotensi menyumbang sekitar 1,91% atau sekitar 19,4 miliar dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Dalam hal ini mahasiswa memiliki peluang yang besar untuk dapat terjun dalam wirausaha sosial.

Mengutip dari Badan Pusat Statistik (BPS), (2022), pada periode Agustus 2022 Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) menurut jenjang pendidikan diketahui bahwa jenjang pendidikan tinggi mencakup Diploma I/II/III dan Universitas menjadi penyumbang pengangguran tertinggi kedua setelah SMK yakni sebesar 9,39%. Meskipun demikian persentase pengangguran pada jenjang pendidikan tinggi telah mengalami penurunan daripada tahun sebelumnya yaitu sebesar 11,85%. Pengangguran terjadi disebabkan tidak sebandingnya jumlah lapangan pekerjaan dan angkatan kerja. Kewirausahaan sosial dalam hal ini dapat dijadikan sebagai solusi untuk menambah lapangan pekerjaan. Intensi berwirausaha sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan jumlah wirausaha sosial, yang mana jumlah tersebut salah satunya dapat diciptakan oleh generasi muda seperti mahasiswa. Mahasiswa sebagai bonus demografi sekaligus pribadi yang penuh semangat, kreatif dan inovatif diharapkan dapat menjadi wirausaha muda yang dapat menurunkan jumlah pengangguran yang ada di Indonesia (Slamet et al., 2014).

Kemenkop UKM RI (2020), menyatakan perlunya peran Perguruan Tinggi untuk membantu mengarahkan mahasiswa untuk menjadi wirausaha muda. Dalam menanggapi hal tersebut Perguruan Tinggi perlu untuk melakukan peningkatan intensi berwirausaha pada mahasiswa agar dapat memunculkan banyak lulusan yang wirausaha salah satunya dengan pembentukan sikap kewirausahaan pada mahasiswa melalui pendidikan kewirausahaan. Pemberian pendidikan kewirausahaan dapat memberikan manfaat dalam menciptakan pola pikir kewirausahaan menuju pada tanggung jawab untuk mendirikan usaha sehingga akan mengembangkan sikap kewirausahaan yang ada dalam diri mereka (Agarwal et al., 2020).

Secara teoritis niat dapat memprediksi perilaku, maka penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang mendorong niat untuk berwirausaha sosial (Tan et al., 2021; Tiwari et al., 2017). Para peneliti sebelumnya telah mengeksplorasi faktor-faktor yang memprediksi niat wirausaha sosial, seperti empati (Asma et al., 2019; Bacq & Alt, 2018), dukungan sosial (Hockerts, 2017; Yu & Wang, 2019) dan pendidikan kewirausahaan (Hockerts, 2018; Misoska et al., 2016). Namun, masih ada perdebatan mengenai faktor-faktor penentu niat kewirausahaan sosial. Empati diusulkan sebagai faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha sosial. Empati didefinisikan sebagai kemampuan secara intelektual untuk mengidentifikasi dan berbagi emosi atau perasaan terhadap orang lain secara emosional (Mair & Noboa, 2006). Empati yang dimiliki oleh seseorang dapat menjadikannya mampu dalam mengidentifikasi dan berbagi perasaan terhadap orang lain serta mampu menempatkan diri pada posisi orang lain yang merasakan kesulitan atau penderitaan yang mana hal tersebut dapat memunculkan keinginan individu untuk membantu dan melakukan segala hal yang diperlukan untuk menghindari penderitaan orang lain salah satunya menjadi wirausaha sosial. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bacq & Alt (2018) dengan menggunakan variabel pengambilan perspektif, empati, *self efficacy*, dan nilai sosial untuk menguji dampaknya terhadap pembentukan intensi berwirausaha sosial, menghasilkan penemuan bahwa empati tidak memengaruhi pembentukan niat wirausaha sosial. Hal ini disebabkan tidak semua individu yang memiliki empati tertarik untuk memulai suatu usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Asma et al. (2019) yang melakukan penelitian tentang intensi kewirausahaan sosial dengan subyek Pelajar China menghasilkan temuan bahwa empati, *self-efficacy* dan kewajiban moral yang berdampak positif dan signifikan terhadap niat wirausaha sosial sedangkan dukungan sosial berdampak negatif terhadap niat wirausaha sosial.

Dukungan sosial juga telah diusulkan oleh peneliti sebelumnya sebagai faktor yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha sosial. Dukungan sosial merupakan harapan atau keinginan seseorang mengenai dukungan dalam bentuk bantuan keuangan maupun yang lainnya dari orang-orang disekitarnya yang tersedia bagi mereka (Hockerts, 2017). Dukungan sosial yang diperoleh seseorang dari lingkungannya dapat menjadi faktor pendukung individu tersebut dalam proses kewirausahaan sosial sebab seorang wirausaha sosial membutuhkan dukungan sosial dari jaringan mereka dan tidak dapat berhasil sendirian. Seseorang menggunakan jaringan untuk menghasilkan ide, mencapai tujuan, dan mengumpulkan sumber daya. Ketika wirausahawan memiliki dukungan sosial yang baik dari lingkungannya, memungkinkan untuk seseorang dalam meningkatkan intensi berwirausaha sosial dan selanjutnya

akan mengarah pada tindakan kewirausahaan sosial sebab mereka akan percaya bahwa bantuan akan datang ketika mereka membutuhkannya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hockerts (2017) mengenai determinan yang mempengaruhi intensi berwirausaha sosial, bahwa dalam penelitiannya ditemukan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara dukungan sosial dengan intensi berwirausaha sosial. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yu & Wang (2019) yang mengemukakan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat kewirausahaan sosial dikalangan mahasiswa pertanian di Taiwan menghasilkan temuan yang berbanding terbalik yaitu modal sosial dan dukungan sosial ditemukan tidak memiliki hubungan dengan niat kewirausahaan sosial.

Peneliti terdahulu juga telah mengusulkan pendidikan kewirausahaan sebagai faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha sosial. Pendidikan kewirausahaan merupakan program pendidikan yang penting untuk pembentukan mental wirausaha yang bertujuan memberikan berbagai kompetensi dan pengetahuan tentang kewirausahaan (Ramdhani et al., 2021). Mahasiswa cenderung lebih mungkin untuk menjadi seorang wirausaha apabila mereka sudah menempuh pendidikan kewirausahaan dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak menempuh pendidikan kewirausahaan (Misoska et al., 2016). Penelitian yang dilakukan oleh (Hockerts, 2018) mengenai pengaruh pendidikan kewirausahaan sosial terhadap niat kewirausahaan sosial menghasilkan temuan bahwa partisipasi dalam kursus kewirausahaan sosial dapat meningkatkan intensi kewirausahaan sosial. Namun, peneliti dalam penelitian ini menggunakan variabel pendidikan kewirausahaan sebagai variabel moderasi untuk melihat pengaruhnya dalam memperkuat hubungan empati dan dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial. Hal tersebut sekaligus menjadi *novelty* dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* yang dijelaskan oleh Ajzen (1991) untuk memecahkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas mengenai perdebatan faktor penentu intensi berwirausaha sosial sebab teori tersebut telah di uji secara luas dalam kewirausahaan untuk menganalisis niat seseorang. Intensi memiliki peran yang penting, sebab intensi dianggap sebagai faktor yang dapat mengatur perilaku yang direncanakan seseorang (Souitaris et al., 2007) yang kemudian akan berpengaruh terhadap tindakan yang akan dilakukan oleh seseorang dalam kehidupannya. Dalam *Theory of Planned Behavior*, intensi didefinisikan sebagai kesiapan untuk terlibat dalam perilaku tertentu dan semakin kuat intensi untuk melakukan suatu kegiatan, maka semakin besar peluang individu untuk melakukannya. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh tiga

determinan yang menjadi penentu munculnya intensi tersebut. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, empati merupakan cadangan teoritikal dari determinan sikap terhadap perilaku, pendidikan kewirausahaan menjadi cadangan teoritikal dari determinan norma subjektif, dan dukungan sosial adalah cadangan teoritikal dari determinan persepsi kontrol perilaku. Variabel-variabel tersebut diprediksi dapat meningkatkan intensi berwirausaha sosial seseorang.

Kesimpulan dari beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya *inkonsistensi* pada pengaruh intensi berwirausaha sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Asma et al. (2019) menghasilkan temuan bahwa empati berpengaruh terhadap intensi berwirausaha sosial. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Bacq & Alt (2018) menghasilkan temuan yang berbanding terbalik, bahwa empati tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha sosial. Kemudian, penelitian Hockerts (2017) menunjukkan bahwa dukungan sosial berpengaruh terhadap intensi berwirausaha sosial, sedangkan penelitian Yu & Wang (2019) menghasilkan temuan yang berbanding terbalik yakni dukungan sosial tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha sosial. Dengan demikian, melalui *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) peneliti akan mencoba membuktikan kesenjangan hasil penelitian yang terjadi untuk mengetahui pengaruh empati dan dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial. Selain itu, peneliti menggunakan variabel pendidikan kewirausahaan sebagai variabel moderasi untuk melihat pengaruhnya dalam memperkuat hubungan empati dan dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial. Hal tersebut sekaligus menjadi *novelty* dalam penelitian ini.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah *infinite population* yaitu Mahasiswa Strata-1 dan Diploma Universitas Sebelas Maret yang jumlahnya tidak terbatas atau tidak diketahui jumlahnya secara pasti (Jaya, 2019). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 271 responden yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dan dihitung menggunakan rumus perhitungan sampel Lemeshow dengan derajat kebebasan 5%. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Universitas Sebelas Maret program Strata-1 dan Diploma yang sedang atau sudah pernah mendapatkan mata kuliah Pendidikan Kewirausahaan.

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan kuisioner/angket. Pengumpulan data dilakukan secara *online* menggunakan media *google form* dan disebar secara online kepada responden *Whatsapp*

atau sosial media yang lainnya. Pengukuran jawaban dalam penelitian ini menggunakan skala likert 5 poin dengan bentuk *Ceklist* meliputi (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Kurang Setuju, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju. Kuisioner/angket yang digunakan merupakan angket tertutup yang mengadaptasi dari penelitian-penelitian sebelumnya. Pengukuran empati menggunakan item pertanyaan yang dikemukakan oleh (Davis, 1983) dan (Hockerts, 2017). Pengukuran dukungan sosial menggunakan item pertanyaan yang dikemukakan oleh (Hockerts, 2015) dan (Hockerts, 2022). Kemudian, pengukuran pendidikan kewirausahaan menggunakan item pertanyaan yang diadaptasi dari (Chang & Wannamakok, 2019) dan (Walter & Block, 2016). Terakhir, pengukuran intensi berwirausaha sosial menggunakan item pertanyaan yang diadaptasi dari (Liñán & Chen, 2009).

Analisis data terdiri dari uji *multikolinearitas* untuk uji prasyarat, uji *goodness of fit* yang terdiri dari *R-Square (R²)*, *Q-Square (Q²)*, *Normed Fit Index (NFI)*, *Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)* dan uji signifikansi untuk uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji multikolinearitas dilakukan dengan menganalisis nilai Collinearity Statistics (VIF) pada Tabel 1a dan Tabel 1b. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel pada penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas sebab pada masing – masing model, nilai $VIF < 5$ atau < 10 (Ghozali & Latan, 2012).

Untuk menguji hipotesis, model harus memenuhi uji *goodness of fit* sehingga selanjutnya dapat dilakukan analisis uji signifikansi. Pengujian *goodness of fit* dapat dianalisis melalui nilai R^2 , Q^2 , NFI dan SRMR. Nilai R^2 untuk melihat pengaruh dari variabel dalam penelitian dan diluar penelitian terhadap intensi berwirausaha sosial. Nilai R^2 0,75 berarti model kuat, 0,50 berarti model moderat dan 0,25 berarti model lemah (Hair et al., 2011). Nilai Q^2 harus > 0 agar model mempunyai *predictive relevance* yang baik (Hair et al., 2011). Kemudian, nilai NFI harus mendekati 1 agar model memiliki kriteria yang baik (Hair et al., 2007). Selanjutnya, nilai SRMR harus $< 0,10$ agar model memenuhi kecocokan yang baik (Hu & Bentler, 1999). Setelah memenuhi uji *goodness of fit*, kemudian pengaruh variabel independen secara parsial atau individu terhadap variabel dependen dapat diketahui melalui uji signifikansi parsial yang dilihat melalui nilai p-value dan nilai t-statistik. Syarat variabel dependen dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen apabila taraf signifikansi $< 0,1$; $< 0,05$ dan $< 0,01$ karena tingkat signifikansi yang digunakan pada penelitian ini adalah 1%, 5% dan 10%. Pertimbangan lain dalam analisis

uji t adalah dengan membandingkan nilai t-statistik dengan t-tabel. Nilai t-tabel penelitian ini pada tingkat signifikansi 1% adalah 2,58, 5% adalah 1,96 dan 10% adalah 1,65. Variabel independen dapat dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai t-statistik \geq t-tabel.

Tabel 1a. Hasil Pengujian Regresi Moderasi-Intensi Berwirausaha Sosial

Variabel	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Keterangan
Controls					
Gender	0,015 (0,292)	-0,018 (0,418)	-0,024 (0,540)	-0,008 (0,194)	
Usia	-0,037 (0,654)	-0,019 (0,459)	-0,016 (0,364)	-0,001 (0,032)	
Pekerjaan Orang Tua	-0,540**** (13,990)	-0,238**** (5,539)	-0,222**** (4,597)	-0,191**** (3,578)	
Pengalaman Organisasi Sosial	0,035 (0,589)	0,062 (1,430)	0,061 (1,528)	0,058 (1,400)	
Pengalaman Sukarelawan	0,032 (0,570)	0,014 (0,320)	0,019 (0,428)	0,029 (0,689)	
Direct Effect					
Empati		0,578**** (12,947)	0,504**** (7,242)	0,581**** (9,241)	H1- Supported
Dukungan Sosial					
Moderating Effect					
Pendidikan Kewirausahaan			0,111 (1,412)	0,082 (1,168)	
Empati x Pendidikan Kewirausahaan				0,206*** (3,055)	H3a- Supported
Dukungan Sosial x Pendidikan Kewirausahaan					
Collinearity Statistics (VIF)					
Empati		1,379	2,441	2,817	
Dukungan Sosial					
Pendidikan Kewirausahaan			2,372	2,424	
Empati x Pendidikan Kewirausahaan				1,215	
Dukungan Sosial x Pendidikan Kewirausahaan					
Goodness of Fit					
N	271	271	271	271	
R ²	0,294	0,536	0,560	0,557	
Q ²	0,194	0,356	0,358	0,355	
NFI	0,929	0,894	0,899	0,898	
SRMR	0,043	0,049	0,046	0,047	

Hasil pengujian empati terhadap intensi berwirausaha sosial dapat dilihat pada Model 2 Tabel 1a. Hasil semua uji goodness of fit yang meliputi R², Q², NFI dan SRMR dinyatakan telah memenuhi model yang baik. Pertama nilai R² sebesar 0,534 (53,4%) artinya sebesar 53,4% intensi berwirausaha sosial dipengaruhi oleh gender, usia, pekerjaan orang tua dan pengalaman dan empati terhadap sedangkan sebesar 46,6% (100%-53,4%) intensi berwirausaha sosial dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Kedua, dapat dilihat dari nilai Q² sebesar 0,353. Ketiga, dapat dilihat dari nilai NFI sebesar 0,909. Keempat, dapat dilihat dari nilai SRMR sebesar 0,042. Setelah memenuhi uji goodness of fit, kemudian

menganalisis nilai t-statistik dan p-value nya. Empati memiliki nilai koefisien original sample sebesar 0,578 dan nilai t-statistik sebesar 12,947 dengan nilai p-value 0,000. Dikarenakan nilai t-statistik \geq t-tabel (12,947 \geq 2,58) dan p-value (0,000 < 0,01) maka variabel empati berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha sosial dengan arah pengaruhnya adalah positif karena nilai koefisien original sample bernilai positif.

Tabel 1b. Hasil Pengujian Regresi Moderasi-Intensi Berwirausaha Sosial

Variabel	Model 5	Model 6	Model 7	Model 8	Keterangan
Controls					
Gender	-0,054 (1,255)	-0,056 (1,406)	-0,050 (1,176)	-0,029 (0,673)	
Usia	-0,019 (0,468)	-0,016 (0,337)	0,009 (0,235)	0,008 (0,195)	
Pekerjaan Orang Tua	-0,265**** (6,052)	-0,242**** (5,133)	-0,218**** (4,650)	-0,176**** (4,220)	
Pengalaman Organisasi Sosial	0,044 (0,966)	0,046 (1,040)	0,041 (0,933)	0,051 (1,137)	
Pengalaman Sukarelawan	0,049 (1,110)	0,049 (1,074)	0,050 (1,256)	0,038 (0,859)	
Direct Effect					
Empati				0,373**** (5,028)	
Dukungan Sosial					
Dukungan Sosial	0,559**** (11,900)	0,437**** (6,553)	0,563**** (8,509)	0,331**** (4,266)	H2- Supported
Moderating Effect					
Pendidikan Kewirausahaan		0,132 (1,523)	0,092 (1,390)	0,006 (0,086)	
Empati x Pendidikan Kewirausahaan				0,127** (1,976)	
Dukungan Sosial x Pendidikan Kewirausahaan			0,216**** (3,209)	0,131** (2,002)	H3b- Supported
Collinearity Statistics (VIF)					
Empati				4,635	
Dukungan Sosial	1,341	2,316	2,785	4,584	
Pendidikan Kewirausahaan		2,314	2,406	2,666	
Empati x Pendidikan Kewirausahaan				2,027	
Dukungan Sosial x Pendidikan Kewirausahaan			1,262	2,105	
Goodness of Fit					
N	271	271	271	271	
R ²	0,526	0,534	0,551	0,581	
Q ²	0,349	0,353	0,350	0,363	
NFI	0,905	0,909	0,908	0,884	
SRMR	0,044	0,042	0,043	0,044	

Hasil pengujian dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial dapat dilihat pada Model 5 Tabel 1b. Hasil semua uji goodness of fit yang meliputi R², Q², NFI dan SRMR dinyatakan telah memenuhi model yang baik. Uji goodness of fit dapat dilihat dari yang pertama nilai R² sebesar 0,526 (52,6%) artinya sebesar 52,6% intensi berwirausaha sosial dipengaruhi oleh gender, usia, pekerjaan orang tua dan pengalaman dan dukungan sosial sedangkan sebesar 47,4% (100%-52,6%) intensi berwirausaha sosial dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Kedua, dapat dilihat dari nilai Q² sebesar

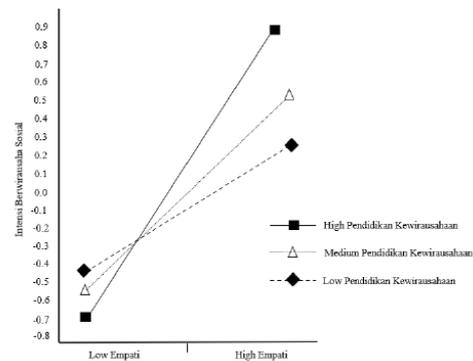
0,349. Ketiga, dapat dilihat dari nilai NFI sebesar 0,905. Keempat, dapat dilihat dari nilai SRMR sebesar 0,044. Setelah memenuhi *uji goodness of fit*, kemudian menganalisis nilai t-statistik dan p-value nya. Diperoleh nilai koefisien original sample sebesar 0,559 dan nilai t-statistik sebesar 11,900 dengan nilai p-value 0,000. Dikarenakan nilai t-statistik \geq t-tabel ($11,900 \geq 2,58$) dan p-value ($0,000 < 0,01$) serta nilai koefisien yang positif, maka dapat disimpulkan bahwa variabel dukungan sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha sosial.

Pendidikan Kewirausahaan dianalisis menjadi variabel moderasi melalui variabel interaksi antara empati dengan pendidikan kewirausahaan untuk melihat pengaruhnya terhadap intensi berwirausaha sosial yang dapat dilihat pada Model 4 Tabel 1a. Hasil semua uji *goodness of fit* yang meliputi R², Q², NFI dan SRMR dinyatakan telah memenuhi model yang baik. Uji *goodness of fit* dapat dilihat dari yang pertama nilai R² sebesar 0,557 (55,7%) artinya sebesar 55,7% intensi berwirausaha sosial dipengaruhi oleh gender, usia, pekerjaan orang tua dan pengalaman, empati, pendidikan kewirausahaan serta interaksi antara empati dengan pendidikan kewirausahaan sedangkan sebesar 44,3% (100%-55,7%) intensi berwirausaha sosial dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Kedua, dapat dilihat dari nilai Q² sebesar 0,355. Ketiga, dapat dilihat dari nilai NFI sebesar 0,898. Keempat, dapat dilihat dari nilai SRMR sebesar 0,047. Setelah memenuhi *uji goodness of fit*, kemudian menganalisis nilai t-statistik dan p-value nya. Diperoleh nilai koefisien original sample sebesar 0,206 dan nilai t-statistik sebesar 3,055 dengan nilai p-value 0,002. Dikarenakan nilai t-statistik $>$ t-tabel ($3,864 > 2,58$) dan p-value ($0,002 < 0,01$) serta nilai koefisien yang positif. Maka, dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan memperkuat hubungan empati dan intensi berwirausaha sosial.

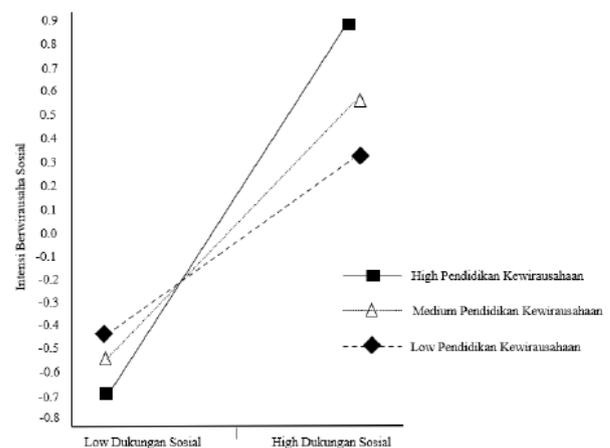
Pendidikan Kewirausahaan juga dianalisis menjadi variabel moderasi melalui variabel interaksi antara dukungan sosial dengan pendidikan kewirausahaan untuk melihat pengaruhnya terhadap intensi berwirausaha sosial yang dapat dilihat pada Model 7 Tabel 1b. Hasil semua uji *goodness of fit* yang meliputi R², Q², NFI dan SRMR dinyatakan telah memenuhi model yang baik. Uji *goodness of fit* dapat dilihat dari yang pertama nilai R² sebesar 0,551 (55,1%) artinya sebesar 55,1% intensi berwirausaha sosial dipengaruhi oleh gender, usia, pekerjaan orang tua dan pengalaman, dukungan sosial, pendidikan kewirausahaan serta interaksi antara dukungan sosial dengan pendidikan kewirausahaan sedangkan sebesar 44,9% (100%-55,1%) intensi berwirausaha sosial dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Kedua, dapat dilihat dari nilai Q² sebesar 0,350. Ketiga, dapat

dilihat dari nilai NFI sebesar 0,908. Keempat, dapat dilihat dari nilai SRMR sebesar 0,043. Setelah memenuhi *uji goodness of fit*, kemudian menganalisis nilai t-statistik dan p-value nya. Diperoleh nilai koefisien original sample sebesar 0,216 dan nilai t-statistik sebesar 3,209 dengan nilai p-value 0,001. Dikarenakan nilai t-statistik $>$ t-tabel ($3,209 > 2,58$) dan p-value ($0,001 < 0,01$) serta nilai koefisien yang positif. Maka, dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan memperkuat hubungan antara dukungan sosial dan intensi berwirausaha sosial.

Interaksi antara pendidikan kewirausahaan dan empati maupun dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial juga dapat dilihat melalui simple slope.



Gambar 1. Hasil Simple Slope Moderating Effect 1



Gambar 2. Hasil Simple Slope Moderating Effect 2

Gambar 1. menunjukkan bagaimana interaksi antar variabel empati dan pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha sosial. Sedangkan Gambar 2. menunjukkan bagaimana interaksi antar variabel dukungan sosial dan pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha sosial. Garis kontinyu menggambarkan pengaruh dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha dengan pendidikan kewirausahaan tinggi. Sedangkan garis putus-putus menggambarkan pengaruh dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha dengan pendidikan kewirausahaan rendah. Gradien atau kemiringan dari kedua garis tersebut relatif berbeda yang menunjukkan pengaruh

empati maupun dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial akan lebih kuat pada mahasiswa dengan pendidikan kewirausahaan yang tinggi dibandingkan mahasiswa dengan pendidikan kewirausahaan yang rendah.

PEMBAHASAN

Empati Terhadap Intensi Berwirausaha Sosial

Uji hipotesis pertama pada penelitian ini menyatakan hasil bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha sosial mahasiswa. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi pada salah satu determinan pada *Theory of Planned Behavior* yaitu sikap terhadap perilaku yang mana empati merupakan cadangan teoritisnya. Menurut *Theory of Planned Behavior* oleh Ajzen (1991), niat seseorang untuk berwirausaha sosial didasarkan pada keinginan yang dirasakan (niat individu untuk bertindak dengan cara tertentu) dan kelayakan yang dirasakan (kecenderungan untuk bertindak). Seseorang yang berempati akan mampu mengidentifikasi dan berbagi perasaan terhadap orang lain, sehingga dengan kemampuan tersebut seseorang yang berempati akan mengembangkan keinginannya untuk membantu dan melakukan segala hal yang diperlukan untuk menghindari penderitaan orang lain (Mair & Noboa, 2006). Empati yang dimiliki oleh seseorang dapat menjadikannya mampu dalam mengidentifikasi dan berbagi perasaan terhadap orang lain serta mampu menempatkan diri pada posisi orang lain yang merasakan kesulitan atau penderitaan yang mana hal tersebut dapat memunculkan keinginan individu untuk membantu dan melakukan segala hal yang diperlukan untuk menghindari penderitaan orang lain salah satunya menjadi wirausaha sosial. Hal tersebut sejalan dengan indikator empati yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengambilan perspektif dan perhatian empatik. Sehingga jika melihat dari hasil penelitian ini, ternyata benar bahwa empati dapat memengaruhi intensi seseorang untuk berwirausaha sosial. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asma et al., 2019; Hockerts, 2017; Usman et al., 2022).

Dukungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Sosial

Uji hipotesis pertama pada penelitian ini menyatakan hasil bahwa dukungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha sosial mahasiswa. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi pada salah satu determinan pada *Theory of Planned Behavior* yaitu kontrol perilaku eksternal yang mana dukungan sosial merupakan cadangan teoritisnya. Kontrol perilaku eksternal yaitu mengarah pada keyakinan seseorang mengenai dukungan atau penolakan yang akan diterima seseorang dari lingkungannya. Niat untuk melakukan meningkat seiring

dengan kontrol perilaku yang dirasakan (seperti dukungan sosial dalam bentuk sosial (seperti bentuk kerja sama/umpan balik dari keluarga dan teman) yang meningkat (Seyoum et al., 2021). Oleh karena itu, ketika seseorang mendapatkan dukungan dari lingkungannya untuk mengatasi permasalahan-permasalahan sosial maka intensi berwirausaha sosial seseorang akan meningkat. Dukungan ini bisa datang dari teman, keluarga, dan kolega. Peneliti memandang dukungan yang diterima seseorang baik berupa dorongan untuk mengatasi masalah sosial dilingkungannya, ide-ide untuk pengembangan usahanya maupun investor dalam membantu pendanaan usaha dapat menjadi faktor pendukung dalam proses kewirausahaan sosial. Seorang wirausaha sosial akan selalu membutuhkan dukungan sosial dari jaringan mereka dan tidak dapat berhasil sendirian. Hal tersebut sejalan dengan indikator dukungan sosial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu modal sosial dan pengakuan sosial. Sehingga peneliti berpendapat bahwa responden dalam penelitian ini cenderung mendapatkan dukungan sosial dari jaringannya sehingga intensi mereka untuk berwirausaha sosial muncul yang terbukti dari hasil penelitian ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hockerts, 2017; Lacap et al., 2018; Mair & Noboa, 2006).

Moderasi Pendidikan Kewirausahaan Dalam Hubungan Empati dan Dukungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Sosial

Hasil pengujian hipotesis yang ketiga menunjukkan nilai yang signifikan dan positif pada variabel interaksi antara empati dengan pendidikan kewirausahaan maupun dukungan sosial dengan pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha sosial, sehingga hipotesis ketiga diterima. Dengan hasil yang positif dan signifikan maka dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan memperkuat hubungan antara empati maupun dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial mahasiswa. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi pada salah satu determinan pada *Theory of Planned Behavior* yaitu norma subjektif yang mana pendidikan kewirausahaan merupakan cadangan teoritisnya. Norma subjektif merupakan motivasi yang dimiliki seseorang yang berasal dari orang lain untuk mempengaruhi perilaku yang akan dilakukannya. Motivasi yang diperoleh seseorang akan memberikan kekuatan yang kemudian akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk berperilaku. Dalam hal ini, pendidikan kewirausahaan yang telah ditempuh mahasiswa akan menjadi sebuah kekuatan yang dimiliki mahasiswa dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan sehingga dengan kekuatan tersebut akan menumbuhkan intensi berwirausaha sosial mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan memberikan pengetahuan, keterampilan dan kompetensi yang disesuaikan dengan kebutuhan nyata wirausaha

dimasa depan dimana hal itu dibutuhkan untuk kewirausahaan sosial. Bekal pengetahuan, keterampilan dan kompetensi yang dimiliki mahasiswa akan menumbuhkan jiwa berwirausaha sosial sehingga mahasiswa dapat mengubah pemikiran menjadi kenyataan dan memiliki efek positif pada intensi berwirausaha sosial mahasiswa. Hal tersebut sejalan dengan indikator pendidikan kewirausahaan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu peningkatan konsep kewirausahaan, peningkatan pengetahuan peluang bisnis dan menumbuhkan atau menstimulasi jiwa kewirausahaan. Oleh sebab itu, peneliti dapat memberikan alasan bahwa bekal pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari mata kuliah kewirausahaan di Universitas Sebelas Maret telah mampu mengenalkan serta mengarahkan mahasiswa pada kegiatan berwirausaha yang berbasis sosial sehingga memunculkan ketertarikan mahasiswa dalam usaha sosial yang secara tidak langsung nantinya akan merangsang jiwa kewirausahaan mahasiswa dan memacu intensi mahasiswa untuk mendirikan wirausaha sosial sendiri. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan efek positif dari empati sehingga memunculkan intensi mahasiswa untuk berwirausaha sosial. Hal ini dikarenakan, dengan bekal yang dimiliki oleh mahasiswa akan membuat mahasiswa lebih merasa mampu dan yakin ketika nantinya mereka akan mendirikan sebuah wirausaha sosial. Selain itu, kegiatan pembelajaran yang sudah diperoleh dari mata kuliah kewirausahaan juga mampu memberikan bekal terkait pengetahuan dan keterampilan tentang kewirausahaan sosial sehingga pendidikan kewirausahaan yang didapatkan mahasiswa mampu untuk membantu calon wirausahawan sosial untuk mengevaluasi dengan benar dukungan sosial yang mereka terima dalam bentuk nasihat atau sumber daya lainnya.

SIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa empati yang dimiliki mahasiswa Universitas Sebelas Maret berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap intensi berwirausaha sosial. Hal ini menjelaskan bahwa empati yang dimiliki mahasiswa tersebut dapat menumbuhkan intensi dalam berwirausaha sosial. Artinya ketika empati yang dimiliki seorang mahasiswa meningkat maka intensi berwirausaha sosial yang dimilikinya juga akan meningkat. Kemudian, hasil penelitian juga membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif antara dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha sosial. Hasil ini menjelaskan bahwa ketika mahasiswa Universitas Sebelas Maret mendapatkan dukungan sosial maka akan mempengaruhi intensi berwirausaha sosialnya, semakin tinggi dukungan sosial yang diterimanya maka akan meningkatkan intensi mahasiswa dalam berwirausaha

sosial. Selain itu, pendidikan kewirausahaan sebagai variabel moderasi melalui interaksi dengan variabel empati dan interaksi dengan variabel dukungan sosial memiliki efek moderasi pada pengaruh empati dan dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Sebelas Maret. Artinya mata kuliah kewirausahaan yang sedang atau telah ditempuh mahasiswa Universitas Sebelas Maret dapat memperkuat pengaruh empati maupun pengaruh dukungan sosial mahasiswa terhadap intensi berwirausaha sosial.

Perguruan Tinggi dapat menyusun kebijakan mengenai pengembangan kurikulum, pendidikan dan bantuan profesional untuk meningkatkan intensi kewirausahaan sosial yang sesuai pada individu yang berkomitmen untuk mengejar kewirausahaan sosial sebagai karir mereka. Perguruan Tinggi dapat menawarkan kegiatan sosial seperti Kuliah Kerja Nyata (KKN) agar mahasiswa memahami peran mereka yang sesungguhnya dalam bersosial dan bermasyarakat. Selain itu, Perguruan Tinggi juga dapat menawarkan kursus kewirausahaan sosial berupa pendampingan dan bimbingan profesional kepada wirausahawan sosial muda maupun menyediakan platform bagi mahasiswa selama studi akademis mereka seperti Pusat Inkubasi guna memberikan dukungan kepada mahasiswa dalam mengejar karir kewirausahaan sosial.

Penelitian ini hanya terbatas pada variabel empati, dukungan sosial, pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha sosial serta populasi penelitian yang hanya terbatas pada mahasiswa Universitas Sebelas Maret saja. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat melakukan pembaharuan dengan menggunakan variabel independen dan variabel moderasi lainnya terkait pengaruhnya terhadap intensi berwirausaha sosial diluar penelitian ini serta dapat menggunakan populasi penelitian yang lebih luas, skala pengukuran serta teknik pengambilan sampel bisa dibuat berbeda agar penyajian data lebih detail.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, S., Ramadani, V., Gerguri-Rashiti, S., Agrawal, V., & Dixit, J. K. (2020). Inclusivity of entrepreneurship education on entrepreneurial attitude among young community: evidence from India. *Journal of Enterprising Communities*, 14(2), 299–319. <https://doi.org/10.1108/JEC-03-2020-0024>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ashoka, F. (2015). What is a Social Entrepreneur. Ashoka Websites. <https://www.ashoka.org/en-id/country/indonesia>
- Asma, Peng, X., Hassan, S., Akhtar, S., Sarwar, A., Khan, M. A., & Khan, B. U. (2019). Determinants of social

- entrepreneurial intentions for educational programs. *Journal of Public Affairs*, 19(2). <https://doi.org/10.1002/pa.1925>
- Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 333–350. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.01.004>
- British Council, & UNESCAP. (2018). *Developing an Inclusive and Creative Economy. The State of Social Enterprise in Indonesia*. Platform Usaha Sosial. https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/the_state_of_social_enterprise_in_indonesia_british_council_web_final_0.pdf
- Chang, Y., & Wannamakok, W. (2019). Understanding Social Entrepreneurial Intentions: Entrepreneurship Education, Academic Major, and Planned Behaviors. *Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET)*, 1–11. <https://doi.org/10.23919/PICMET.2019.8893704>
- Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship: Towards a convergent theory of the entrepreneurial process. *International Small Business Journal*, 25(1), 5–26. <https://doi.org/10.1177/0266242607071779>
- Davis, M. H. (1983). Measuring Individual Differences in Empathy: Evidence for a Multidimensional Approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 113–126. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.44.1.113>
- Dees, J. (2001). *The Meaning of "Social Entrepreneurship."*
- Dees, J. G. (2007). Taking social entrepreneurship seriously. *Society*, 44(3), 24–31. <https://doi.org/10.1007/BF02819936>
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32–53. <https://doi.org/10.1080/19420670903442053>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19, 139–151. <https://doi.org/10.2753/mtp1069-6679190202>
- 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>
- Hockerts, K. (2018). The Effect of Experiential Social Entrepreneurship Education on Intention Formation in Students. *Journal of Social Entrepreneurship*, 9(3), 234–256. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1498377>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1998). Fit Indices in Covariance Structure Modeling: Sensitivity to Underparameterized Model Misspecification. *Psychological Methods*, 3(4): 424–453. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.3.4.424>
- Hurst, C. E., Gibbon, H. M. F., & Nurse, A. M. (2017). *Social Inequality: Forms, Causes, and Consequences*. (Edisi 9). Routledge.
- Jaya, I. (2019). *Penerapan Statistik Penelitian Pendidikan* (Edisi 1). Kencana.
- 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*, 9(3), 329–346. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2018-0028>
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). *Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions*.
- Mair, J., & Noboa, E. (2006). *Social Entrepreneurship: How Intente a Social Venture are Formed*.
- Marginson, S. (2018). Higher education, economic inequality and social mobility: Implications for emerging East Asia. *International Journal of Educational Development*, 63, 4–11. <https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2017.03.002>
- Misoska, A. T., Dimitrova, M., & Mrsik, J. (2016). Drivers of entrepreneurial intentions among business students in Macedonia. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 29(1), 1062–1074. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2016.1211956>
- Ramdhani, R. F., Simarmata, N. I. P., Prihatmojo, A., Kholifah, N., Hasan, M., Subakti, H., Badawi, Nurtanto, M., & Fawaid, M. (2021). *Pendidikan Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Seyoum, B., Chinta, R., & Mujtaba, B. G. (2021). Social support as a driver of social entrepreneurial intentions: the moderating roles of entrepreneurial education and proximity to the US small business administration. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(3), 337–359. <https://doi.org/10.1108/JSBED-08-2020-0306>
- Slamet, F., Tanjungsari, H. K., & Ie, M. (2014). *Dasardasar Kewirausahaan. Teori dan Praktik*. PT. Indeks.
- Sofia, I. P. (2015). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian. *Jurnal Universitas Pembangunan Jaya*, 2(2), 2–23. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v2i1.7>
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
- Tan, L. P., Pham, L. X., & Bui, T. T. (2021). Personality Traits and Social Entrepreneurial Intention: The Mediating Effect of Perceived Desirability and

Perceived Feasibility. *The Journal of Entrepreneurship*, 30(1), 56–80.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0971355720974811>

Thompson, J. L. (2008). Social enterprise and social entrepreneurship: where have we reached? *Social Enterprise Journal*, 4(2), 149–161.
<https://doi.org/10.1108/17508610810902039>

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>

Usman, S., Masood, F., Khan, M. A., & Khan, N. ur R. (2022). Impact of empathy, perceived social impact, social worth and social network on the social entrepreneurial intention in socio-economic projects. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(1), 65–92.
<https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2020-0355>

Walter, S., & Block, J. (2016). Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business Venturing*, 31(2), 216–233.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.10.00>

Yu, T. L., & Wang, J. H. (2019). Factors affecting social entrepreneurship intentions among agricultural university students in Taiwan. *International Food and Agribusiness Management Review*, 22(1), 107–118. <https://doi.org/10.22434/IFAMR2018.0032>