

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

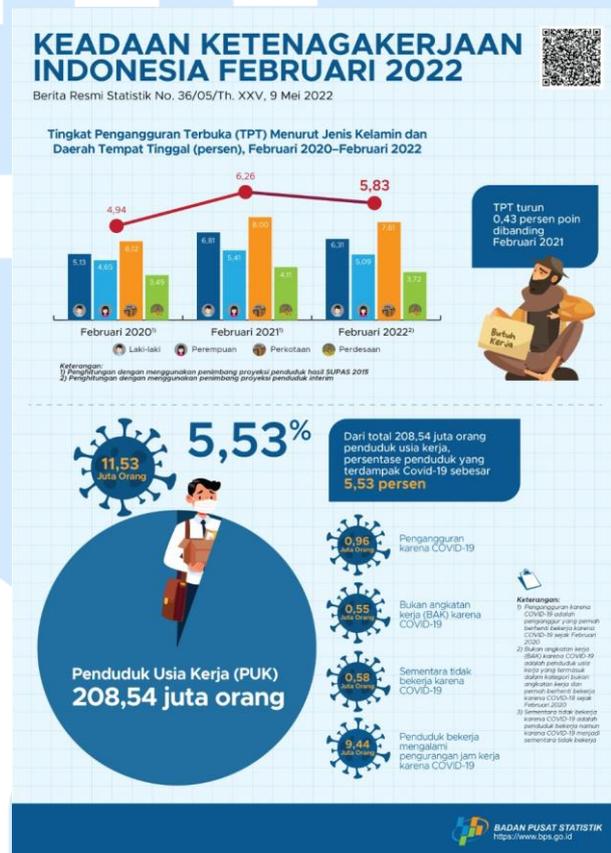
Sudah tidak asing lagi fakta bahwa Indonesia termasuk sebagai salah satu negara dengan jumlah populasi penduduk tertinggi di dunia. Data dari Worldometers menyatakan bahwa pada tahun 2022 Indonesia menempatkan posisi keempat sebagai negara dengan jumlah populasi tertinggi dengan angka mencapai 280,097,754 juta jiwa. Dari sekian banyaknya penduduk, menurut Badan Pusat Statistik (2022) 69,06% darinya merupakan penduduk angkatan kerja atau penduduk usia kerja.

Publikasi kondisi angkatan dan tenaga kerja Indonesia pada bulan Februari 2022 oleh BPS yang diliput oleh CNBC Indonesia memperlihatkan bahwa saat ini Indonesia memiliki sekitar 144,01 juta penduduk angkatan kerja yang meningkat sebanyak 4,55 juta orang dari Februari 2021. Jika dibandingkan jumlah dan tingkat pengangguran penduduk Indonesia memang membaik dari tahun 2021, tetapi jika dibandingkan dengan tahun 2019 dan 2020 di masa sebelum serta awal pandemi, kondisi ketenagakerjaan Indonesia belum kembali pulih.



Gambar 1. 1 Rilis BPS 9 Mei 2022
Sumber : Youtube BPS Statistics (Tangkapan Layar Youtube)

Pada masa pandemi, sulitnya roda ekonomi untuk berputar membuat berbagai perusahaan melakukan PHK atau merumahkan beberapa karyawannya agar dapat membantu perusahaan tetap bisa berdiri.



Gambar 1. 2 Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia 2022

Sumber : Bps.go.id

Data dari Kemenaker yang diliput oleh katadata menunjukkan bahwa dari awal tahun 2022 sampai September 2022 ada sekitar 10.765 orang yang terkena PHK. Jumlah penduduk yang terkena PHK sempat melonjak pada tahun 2020 dimana perusahaan-perusahaan mulai terpukul efek dari pandemi, jumlah PHK pada saat itu mencapai 386.877 kasus.

Tingginya tingkat pengangguran ini tentu mengkhawatirkan karena bisa berdampak secara jangka panjang, tidak hanya dari sisi ekonomi tetapi juga pendidikan dan kualitas SDM Indonesia kedepannya. Banyaknya penduduk

Analisis Pengaruh Dukungan dan Lingkungan Universitas Terhadap Faktor Motivasi *Social Entrepreneurship Intention* Pada Mahasiswa Angkatan 2018 - 2019, Eugenia Irmadella Rizaly, Universitas Multimedia Nusantara

angkatan kerja yang tersedia ini membutuhkan lapangan kerja yang bisa menyerapnya.

Menurut BKPM, UMKM di Indonesia memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap perekonomian Indonesia, seperti:

1. Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia di tahun 2020 adalah 61,97% dari total PDB nasional.
2. UMKM memiliki daya serap tenaga kerja sebesar 97% pada tahun 2020.

UMKM sering diyakini oleh pemerintah sendiri sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya membantu pergerakan ekonomi, tetapi juga menyediakan lapangan kerja yang lebih menyebar secara merata dan bisa menyerap SDM dari berbagai daerah. Menurut Eddy Cahyono Sugiarto sebagai Kepala Biro Humas Kementerian Sekretariat Negara, UMKM sebagai salah satu bentuk kewirausahaan dapat menjadi harapan terbesar dalam pembangunan pilar ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, inovasi bisnis, penciptaan lingkungan sosial yang layak untuk pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan inklusif. Tetapi sayangnya, seperti yang dilansir oleh Bisnis.com (2022) Ketua Umum BPP HIPMI Mardani H. Maming menyatakan bahwa jumlah pengusaha di Indonesia hanya mencapai 3,4% dari total populasi.

Menurut data dari Global Entrepreneurship Index (GEI) pada tahun 2019, negara yang memegang peringkat tertinggi dalam kewirausahaan adalah Amerika. Sedangkan Indonesia hanya mencapai peringkat ke 75, yang jauh jika dibandingkan dengan negara Asia lainnya seperti Hong Kong di peringkat ke 13, Taiwan di peringkat ke 18, Korea Selatan di peringkat ke 21, Singapura di peringkat ke 27, dan Malaysia di peringkat ke 43.

Dari peringkatnya ini, Indonesia dinilai masih memiliki pertumbuhan yang rendah untuk *entrepreneur* ataupun *social entrepreneur* sebagai pelaku dari kewirausahaan. Menurut penelitian UNESCAP-British Council, usaha sosial dapat berkontribusi sebesar 1.91% terhadap GDP nasional Indonesia. Tetapi sayangnya

dibanding dengan negara Asia Tenggara lainnya, jumlah *social entrepreneur* di Indonesia terbelang rendah pertumbuhannya (Kominfo, 2017).

Pada Forum Ekonomi Digital Kominfo V yang diselenggarakan di Desember 2022, Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G. Plate mengatakan bahwa sektor UMKM telah terbukti mampu menjadi tulang punggung yang bisa menyelamatkan perekonomian Indonesia pada masa pandemi. Ia juga menambahkan bagaimana berbagai negara sekarang sedang mengutamakan fokusnya pada produk-produk dalam negeri.

Seperti yang dilansir dari Detik.com (2022) beberapa peran yang dimiliki kewirausahaan terhadap pembangunan ekonomi Indonesia terdiri dari membuka jenis-jenis usaha baru, menyediakan lapangan kerja, mengecilkan kesenjangan ekonomi, meningkatkan produktivitas nasional, meningkatkan pendapatan masyarakat maupun negara dan beberapa hal lainnya.

Entrepreneurship tentunya bukan sesuatu yang asing di Indonesia. Perannya di Indonesia memberikan dampak yang cukup besar. Menurut Kementrian Investasi, pada tahun 2020 UMKM memberikan kontribusi sebesar 61,97% terhadap PDB nasional yang setara dengan Rp 8,500 triliun. BKPM juga menyatakan bahwa UMKM diukur telah menyerap tenaga kerja terbanyak jika dibandingkan dengan bidang usaha lainnya.

Banyak tokoh-tokoh ekonomi maupun pengusaha yang juga telah mengungkapkan bagaimana *entrepreneurship* atau kewirausahaan dapat menjadi salah satu pilar ekonomi, khususnya di Indonesia. Seperti yang dilansir oleh Investor.id bahwa Sandiaga Uno sebagai pengusaha nasional mengungkapkan bahwa kewirausahaan adalah suatu peluang bagi para pengusaha untuk hadir membawa solusi seperti menyediakan lapangan kerja. Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki dan Menteri BUMN Erick Thohir juga menyatakan keinginannya untuk menambah jumlah wirausahawan di Indonesia. Diliput oleh Liputan 6 bagaimana Teten menyatakan bahwa Indonesia harus meningkatkan jumlah

wirausahawannya untuk bisa disebut sebagai negara maju. Salah satu program yang ia luncurkan adalah menciptakan satu juta wirausahawan tangguh di Indonesia.

Antusias dan dorongan pada kewirausahaan membuat bidang ini selalu berkembang dan bersifat dinamis. Tetapi tentunya dengan meningkatkan minat dalam kewirausahaan juga akan meningkatkan pasar kompetisi para wirausahawan sendiri. Menghadapi banyaknya kompetitor serta menjalani usaha dengan kondisi perekonomian negara yang masih belum sepenuhnya pulih tentu memiliki banyak rintangan. Para wirausahawan / entrepreneur harus bisa menemukan kelebihan kompetitif yang dimiliki oleh usaha masing-masing untuk bisa menarik konsumen.

Usaha sosial atau *social entrepreneurship* menjadi salah satu sorotan dalam hal ini. Melalui *social entrepreneurship*, pengusaha tidak hanya menjual produk atau jasa kepada konsumen, tetapi juga menjual nilai dan memberikan mereka fasilitas dan rasa puas dalam berkontribusi terhadap suatu masalah sosial yang ditargetkan oleh usaha itu sendiri.

Mair dan Marti (2006) menjelaskan bahwa perbedaan *entrepreneurship* dan *social entrepreneurship* bisa dilihat dari prioritas yang diberikan pada penciptaan kekayaan sosial atau penciptaan kekayaan ekonomi. *Social entrepreneurship* memiliki tujuan usaha seperti pemberantasan kemiskinan, membantu mengatasi kekurangan pangan, meningkatkan pendidikan, dan juga mengatasi ketidakadilan sosial, maupun ekonomi, untuk memberikan lingkungan yang lebih baik bagi generasi-generasi selanjutnya.

Salah satu contoh *social entrepreneurship* di Indonesia adalah Du Anyam. Berawal dari keinginan para pendirinya, Azalea Ayuningtyas, Yohanna Keraf, dan Melia Winata untuk membantu menurunkan tingkat kematian ibu dan anak di NTT yang cukup tinggi. Du Anyam membantu menyalurkan hasil anyaman para ibu di NTT yang bekerja sama, ke para pembeli mulai dari individu maupun perusahaan secara lokal dan internasional. Liputan6 melansir bahwa Du Anyam ingin memberikan sumber penghasilan alternatif lain bagi para ibu di NTT yang terhitung memiliki resiko kesehatan lebih rendah dari pada berladang, seraya membantu

meningkatkan kesejahteraan hidup mereka dengan memasarkan dan menjual kerajinan tangan yang dihasilkan ke pasar yang lebih luas dan dengan harga yang lebih sepadan.

Selain itu ada juga *social entrepreneurship* lain di Indonesia dengan nama Sukkha Citta. Sukkha Citta merupakan suatu *social entrepreneurship* yang berawal dari menawarkan produk kerajinan tangan yang sekarang berfokus pada industri *fashion*. Sukkha Citta memiliki tiga standar yaitu produk yang dihasilkan harus dapat menghidupi para pengrajinnya, harus bisa menjaga lingkungan dan melestarikan kebudayaan Indonesia. Semua aspek proses pembuatan produk dari Sukkha Citta harus memenuhi tiga standar tersebut untuk bisa dijalankan. Pendirinya, Denica Riadini-Flesch vertekad untuk bisa memberikan dampak langsung bagi para pengrajin yang bekerja sama melalui Sukkha Citta.

Ada juga *social entrepreneurship* di Indonesia yang berfokus pada pengelolaan sampah yaitu Waste4Change. Diawali dengan rasa prihatin yang dimiliki Bijaksana Junerosano pada kondisi pengelolaan sampah di Jakarta, ia mendirikan sebuah perusahaan layanan untuk mengelola sampah. Tidak hanya menyediakan jasa pengangkutan dan pemilahan, Waste4Change juga memberikan layanan strategis terhadap perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Masih banyak contoh *social entrepreneurship* lain di Indonesia yang sudah berdiri dan memberikan dampak yang positif terhadap lingkungan dalam mencapai tujuan mereka. Beberapa *social entrepreneurship* lain ada KitaBisa.com sebagai media penggalangan dana, Landx sebagai media pemberian pinjaman, WeCare.id dengan tujuan utama pemerataan pelayanan kesehatan dan lain sebagainya.

Dilansir dari Universitas Medan Area, berikut adalah beberapa keuntungan dari menjalankan usaha sosial adalah:

1. Lebih mudah untuk mengumpulkan modal. Usaha sosial lebih mudah mendapatkan insentif dan skema besar dari pemerintah maupun pihak swasta lain, karena investasi pada industri ini merupakan tindakan yang etis.

2. Kegiatan promosi atau pemasaran bisa dilakukan dengan tujuan yang lebih jelas. Dengan menawarkan solusi atas masalah sosial yang ada bisa menarik perhatian orang dan media.
3. Bisa lebih mudah mengumpulkan dukungan dari individu maupun kelompok yang memiliki pandangan yang sama.

Social entrepreneurship bertujuan untuk membawa perubahan yang bersifat positif terhadap pada bidang sosial dan lingkungan, dengan dampak yang terukur lalu menginvestasikan kembali keuntungan yang didapat untuk melanjutkan usahanya (Mair & Marti, 2006).

Dikutip dari Institute of Data Marketing, usaha sosial memiliki keuntungan dari citra usaha yang terlihat terbuka, transparan, dapat diakses, dan responsif. Serta ditambah dengan reputasi merek yang ditingkatkan dengan membawa misi sosial, walaupun kita tetap tidak bisa lengah karena kesuksesan merek bergantung pada produk dan layanannya yang sesuai dengan klaim. Wirausaha sosial memiliki daya tarik sendiri dengan memiliki tujuan yang tidak hanya komersial dan mungkin bisa dilihat sebagai tujuan yang “mulia”.

Dampak positif *social entrepreneurship* yang dilansir dari Platform Usaha Sosial (PLUS) diantaranya ada dampak ekonomi, dampak sosial, dampak lingkungan, dampak kebijakan publik, dampak perubahan gaya hidup, dan dampak keterlibatan nasional. Singkatnya *social entrepreneurship* ditujukan pada masalah sosial seperti mengatasi kemiskinan, kesehatan, preservasi lingkungan, pendidikan, dan mempromosikan hak - hak dasar manusia (Nuringsih et al., 2020).

Dengan jelasnya dampak positif dan keuntungan yang bisa didapatkan melalui *social entrepreneurship*, kita perlu meningkatkan minat dan sifat berwirausaha sosial terutama pada generasi muda dan/atau angkatan kerja. Disini instansi pendidikan akan berperan penting dalam mewujudkan individu yang sadar akan kebutuhan sosial dan dapat beraksi untuk membantu memenuhi kebutuhan tersebut melalui *social entrepreneurship*.

Menurut GEM (Global Entrepreneurship Monitor), tingkat *Total early-stage of Entrepreneurial Activity* (TEA) dari populasi orang dewasa yang sudah memulai bisnis berusia 18 - 64 tahun. Usia 18 tahun adalah usia dimana kita memulai perkuliahan di suatu universitas. Dengan itu universitas memiliki peran untuk membangun para mahasiswanya menjadi *social entrepreneur* yang dapat memberikan solusi untuk masalah - masalah sosial yang sedang dihadapi negara.

Meningkatkan niat untuk menjadi wirausaha pada mahasiswa memiliki keuntungannya sendiri. Universitas Tanjungpura (Untan) meluncurkan program Untan Innovation and Entrepreneurship Center (UNEC) dengan pandangan jika mahasiswa telah dibiasakan dan dikembangkan dalam hal berwirausaha di lingkungan universitas dimana mereka masih mendapatkan berbagai bimbingan dan dukungan, maka nantinya di dunia nyata mereka sudah terbiasa untuk menghadapi berbagai rintangan dalam berwirausaha itu sendiri.

Mahasiswa sebagai seseorang yang berlatar belakang pendidikan dinilai memiliki kesadaran sosial yang lebih tinggi dan memiliki fasilitas serta lingkungan belajar yang mendukung. Pandangan mereka terhadap *social entrepreneurship* sering diasosiasikan sebagai representatif dari generasi Z. Tetapi tentunya untuk membuat suatu usaha sosial bukanlah suatu hal yang mudah dilakukan. Diperlukan adanya keinginan, minat, dan kepercayaan yang kuat untuk bisa mewujudkannya. Dengan banyaknya program dan dukungan dari pihak universitas maupun pemerintah untuk meningkatkan minat mahasiswa terhadap wirausaha,

Entrepreneurship intention atau minat kewirausahaan sendiri adalah tahap atau fase terdahulu dari *entrepreneurship* (Ajzen, 1991) dan dilihat sebagai pemikiran seorang individu untuk meningkatkan sifat - sifat kewirausahaan (Hattab, 2014). Sama halnya dengan *social entrepreneurship*, keinginan seseorang untuk membangun usaha sosial disebut sebagai *social entrepreneurship intention* (SEI).

Theory of Planned Behavior milik Ajzen (1991) sudah digunakan oleh berbagai peneliti sebagai dasar untuk mengukur *entrepreneurship intention* dan

juga *social entrepreneurship intention*. Menurut Ajzen dalam TPB, untuk mengerti sikap seseorang, penting untuk memahami niatnya (*intention*) terlebih dahulu. Dan sebaliknya, untuk mengetahui *intention*, penting untuk memahami faktor apa saja yang mempengaruhi *intention* tersebut.

Menurut TPB, kinerja atau aksi dari seorang individu dari perilaku tertentu diputuskan melalui niatnya untuk melakukan perbuatan itu (Bangun & Handra, 2021). Dengan kata lain, TPB menempatkan tujuan individu untuk melakukan suatu perilaku adalah inti dari prinsip *planned behavior* ini.

Mengacu pada teori Ajzen, beberapa faktor yang dianggap dapat mempengaruhi *entrepreneurship intention* seseorang adalah *attitude towards behavior* (ATB), *subjective social norms* (SSN), dan *perceived behavioural control* (PBC). Dalam TPB, telah diprediksi jika ATB dan SSN dari seorang individu tinggi, maka keinginan dia untuk melakukan hal tersebut akan semakin kuat.

Lalu tentunya faktor-faktor yang mempengaruhi *social entrepreneurship* akan berbeda dengan *entrepreneurship* komersial. Tetapi jika mengacu dari teori yang sudah ada dirumuskan beberapa faktor yang mempengaruhi *social entrepreneurship*. Pertama adalah empati terhadap orang-orang yang dipinggirkan atau *empathy towards others* (ETO) sebagai tolak ukur bagaimana seseorang dapat turut merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain (Bazan et al., 2019). Pada penelitian Mair dan Noboa (2006) menemukan bahwa empati terhadap orang-orang yang dipinggirkan mempengaruhi keinginan untuk melakukan *social entrepreneurship*.

Kedua, memiliki rasa kewajiban moral atau *social, cultural, and environmental responsibility* (SER) untuk membantu mereka yang terpinggirkan (Bazan et al., 2019). Seseorang yang memiliki rasa kewajiban moral yang tinggi tentunya ingin membantu menyelesaikan masalah-masalah sosial yang ada. Pada penelitiannya Hockerts (2015) menemukan bahwa rasa kewajiban moral yang tinggi memiliki hubungan yang positif terhadap efikasi diri dan keinginan untuk menjalankan *social entrepreneurship*.

Ketiga, kemampuan untuk mempengaruhi perubahan atau *perceived self efficacy* (PSE) dan keempat, ketersediaan dukungan sosial yang dirasakan atau *perceived community support* (PCS) (Bazan et al., 2019). Pada penelitian Hockerts (2015) yang mengacu dari Mair dan Noboa (2006), kemampuan untuk mempengaruhi perubahan dan ketersediaan dukungan sosial yang dirasakan memiliki hubungan positif dengan kelayakan atau kemampuan untuk memulai suatu usaha sosial.

Kelima, pengalaman terhadap masalah sosial yang pernah dialami atau *experience with social, cultural, and environmental issues* (ESI) (Bazan et al., 2019). Saat seseorang suatu kejadian secara personal, tentunya ia akan memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang kejadian tersebut. Ia mengetahui bantuan atau solusi seperti apa yang orang-orang di kejadian tersebut harapkan. Hockers (2017) juga menambahkan faktor pengalaman sebelumnya di penelitiannya yang ia perbaharui.

Terakhir, dukungan dan lingkungan kewirausahaan pada instansi pendidikan universitas atau *university's environment support system* (ESS), dalam hal ini universitas (Bazan et al., 2019). Dalam negara - negara berkembang seperti Indonesia *social entrepreneurship* dinilai sangat berperan dalam memenuhi kebutuhan sosial masyarakat yang belum tercapai, dan kurang ketersediaannya kesempatan bekerja (Naveed et al., 2021). Seperti yang kita ketahui untuk mendorong kesadaran akan *entrepreneurship* maupun *social entrepreneurship* berbagai instansi pendidikan telah mengikutsertakan pelajaran kewirausahaan sebagai salah satu pelajaran yang wajib maupun tidak, hal ini khususnya terjadi di berbagai universitas.

Pada penelitian Shahverdi et al. (2018) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan sosial memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan SEI pada mahasiswa. Penelitian oleh Akhter et al. (2020) juga menunjukkan bahwa program edukasi berpengaruh positif dalam meningkatkan pandangan, kesadaran, dan juga SEI.

Dikemukakan oleh Krueger et al. (1993) dan Boyd et al. (1994) dalam Bazan et al. (2019), dukungan serta lingkungan universitas mempengaruhi faktor-faktor SEI seperti ATB dan PBC. Trivedi (2016) juga menyatakan bahwa dukungan universitas secara kognitif maupun non-kognitif ditambah dengan lingkungan general yang mendukung memiliki hubungan positif dengan faktor-faktor EI maupun SEI.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah lingkungan pendidikan dapat mempengaruhi *social entrepreneurial intentions* (SEI) dikalangan mahasiswa UMN. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengukur faktor-faktor motivasional yang berhubungan dengan lingkungan *entrepreneurship* universitas yang dapat membentuk suatu keinginan dalam mahasiswa untuk melihat *social entrepreneurship* sebagai salah satu pilihan karir.

Dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Dukungan dan Lingkungan Universitas Terhadap Faktor Motivasional *Social Entrepreneurship Intention* Pada Mahasiswa Angkatan 2018 - 2019”, yang berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Bazan et al. (2019) yang berjudul “*Effect of The University on The Social Entrepreneurial Intention of Students*”.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Seperti yang telah diutarakan oleh berbagai peneliti dan ilmuwan, *social entrepreneurship* memegang peran yang cukup besar dalam ekonomi dan juga perkembangan keadaan sosial. Berbeda dengan *entrepreneurship* yang pendorong utamanya adalah untuk memaksimalkan kekayaan personal atau para pemangku kepentingan, *social entrepreneurship* mendorong penggunaan sumber daya yang terbatas dalam cara yang baru dan kreatif untuk menciptakan suatu nilai sosial.

Social entrepreneurship hadir untuk membantu masalah-masalah yang belum berhasil diatasi oleh masyarakat sendiri dan juga pemerintah. Terutama di negara berkembang seperti Indonesia, relevansi dari *social entrepreneurship* dalam masyarakat dibutuhkan. Maka dari itu berbagai institusi pendidikan seperti

Analisis Pengaruh Dukungan dan Lingkungan Universitas Terhadap Faktor Motivasional *Social Entrepreneurship Intention* Pada Mahasiswa Angkatan 2018 - 2019, Eugenia Irmadella Rizaly, Universitas Multimedia Nusantara

universitas berperan penting untuk mendukung pola pikir *social entrepreneurship* pada mahasiswanya untuk menciptakan generasi muda yang dapat membawa perubahan.

Dalam penelitian ini berapa dan apa saja yang membuat sistem pendidikan di universitas dapat mempengaruhi *social entrepreneurship intention* (SEI) dari para mahasiswanya akan diteliti. Penelitian ini mencoba untuk memahami bagaimana pengaruh lingkungan dan dukungan universitas (*environment and support system* (ESS)) dalam membentuk SEI dari para mahasiswanya.

Penelitian ini menggunakan model SEI milik Bazan et al. (2019) yang mengacu pada model SEI milik Hockerts (2017) yang dikemukakan Mair dan Noboa (2006) yang berbasis dari model *Theory of Planned Behavior* (TPB) milik Ajzen (1991). Dalam penelitiannya, Mair dan Noboa (2006) juga mengadopsi model *entrepreneurship intention* milik Krueger et al. (2000) dan mengadaptasikannya kedalam konteks *social entrepreneurship*.

Sama seperti yang terjadi pada kewirausahaan komersial, perasaan ingin membangun suatu bisnis sosial datang setelah merasakan suatu kemampuan untuk menjalankan hal tersebut (PBC), keinginan (ATB), dan kemampuan untuk mengambil aksi.

Mair dan Noboa (2006) mengganti 3 variabel munculnya intensi tersebut menjadi 4. Empat variabel tersebut adalah empati terhadap orang-orang yang dipinggirkan, rasa kewajiban moral, kemampuan untuk mempengaruhi perubahan, dan ketersediaan dukungan sosial yang dirasakan.

Hockerts mendefinisikan ulang variabel yang ditetapkan oleh Mair dan Noboa menjadi empati terhadap orang-orang yang dipinggirkan, rasa kewajiban moral untuk membantu orang-orang yang terpinggirkan, tingkat kemampuan diri tinggi yang berhubungan dengan mendorong perubahan sosial, dan ketersediaan dukungan sosial yang dirasakan. Pada tahun 2017 Hockerts menambahkan satu variabel baru yang dapat mempengaruhi SEI yaitu, pengalaman menghadapi masalah sosial.

Lalu Bazan et al. menambahkan satu variabel terakhir yaitu lingkungan dan dukungan dari instansi pendidikan, seperti universitas. Variabel ini ditambahkan karena universitas bisa memegang peran yang sangat penting untuk memberikan dukungan bagi para mahasiswanya untuk mewujudkan ide-idenya menjadi model bisnis yang dapat dikembangkan (Bazan et al., 2019).

Dari masalah dan model penelitian yang telah dijelaskan, berikut adalah pertanyaan penelitian yang telah disusun:

1. Apakah *empathy towards others* (ETO) berpengaruh positif terhadap SEI?
2. Apakah rasa *social, cultural, and environmental responsibility* (SER) berpengaruh positif terhadap SEI?
3. Apakah *perceived self efficacy* (PSE) berpengaruh positif terhadap SEI?
4. Apakah ketersediaan *perceived community support* (PCS) berpengaruh positif terhadap SEI?
5. Apakah *experience with social, cultural, and environmental issues* (ESI) berpengaruh positif terhadap SEI?
6. Apakah *university's environment support system* (ESS) berpengaruh positif terhadap SEI?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, berikut adalah beberapa tujuan peneliti dalam melakukan penelitian:

1. Mengetahui dan mengukur empati terhadap orang-orang yang dipinggirkan (ETO) berpengaruh positif terhadap SEI.
2. Mengetahui dan mengukur rasa kewajiban moral (SER) berpengaruh positif terhadap SEI.
3. Mengetahui dan mengukur kemampuan untuk mempengaruhi perubahan (PSE) berpengaruh positif terhadap SEI.

4. Mengetahui dan mengukur ketersediaan dukungan sosial yang dirasakan (PCS) berpengaruh positif terhadap SEI.
5. Mengetahui dan mengukur pengalaman terhadap masalah sosial yang pernah dialami (ESI) berpengaruh positif terhadap SEI.
6. Mengetahui dan mengukur dukungan dan lingkungan kewirausahaan pada instansi pendidikan (ESS) berpengaruh positif terhadap SEI.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat secara akademis maupun praktisi seperti:

1. Manfaat Akademis

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti berharap dapat membantu dan menambahkan sumber acuan penelitian lain dikedepannya dan menambahkan ilmu yang berkaitan dengan pengaruh lingkungan dan dukungan instansi pendidikan terhadap *social entrepreneurship intention*.

2. Manfaat Praktisi

- Penelitian ini diharapkan bisa membantu universitas atau pihak lain yang bersangkutan untuk mengetahui apa yang harus ditingkatkan untuk dapat mendorong minat para mahasiswa maupun siswanya dalam melakukan kegiatan *social entrepreneurship*.
- Penelitian ini diharapkan bisa membantu pemerintah untuk menambah jumlah wirausahawan sosial untuk memberikan berbagai solusi baru selain untuk peningkatan lapangan kerja tetapi juga untuk masalah sosial lain yang sedang terjadi.
- Penelitian ini diharapkan bisa membantu para mahasiswa dalam menentukan pilihan karir setelah lulus atau menyelesaikan masa perkuliahannya.

1.5 Batasan Penelitian

Ruang lingkup atau cakupan dari penelitian ini memiliki kriteria yang menjaga relevansi dari penelitian. Berikut merupakan batasan-batasan dari penelitian:

1. Penulis menggunakan fitur Google Form untuk menyebarkan kuesioner secara online.
2. Responden dari penelitian merupakan mahasiswa aktif maupun alumni dari universitas di daerah Jakarta dan Tangerang angkatan 2018 - 2019 yang telah mengambil mata kuliah yang berhubungan dengan *entrepreneurship* maupun *social entrepreneurship* (contoh: Technopreneurship, Small Business Management, Sociopreneurship, dan lainnya) dan tidak pernah memiliki bisnis.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Lingkungan dan Dukungan Universitas terhadap *Social Entrepreneurship Intention* pada Mahasiswa Angkatan 2018 - 2019” disusun dengan lima bab yang berkesinambungan. Berikut adalah sistematika penulisan penelitian;

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini merupakan alasan mengapa penulis melakukan penelitian. Disini dijelaskan fenomena-fenomena apa saja yang terjadi, dan dirumuskan menjadi suatu pertanyaan penelitian. Tujuan dan manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian juga tertera pada bagian ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bagian ini menjabarkan teori teori yang digunakan penulis untuk mendukung penelitian. teori teori teori tentunya berkorelasi dengan topik dari penelitian, seperti *entrepreneurship*, *social entrepreneurship*, serta faktor-faktor lainnya yang diteliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Analisis Pengaruh Dukungan dan Lingkungan Universitas Terhadap Faktor Motivasional *Social Entrepreneurship Intention* Pada Mahasiswa Angkatan 2018 - 2019, Eugenia Irmadella Rizaly, Universitas Multimedia Nusantara

Bagian ini membahas tentang objek penelitian yang telah ditentukan, metode penelitian, metode pengujian variabel, teknik atau prosedur pengumpulan untuk menganalisa data.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas data dan hasil analisa informasi yang telah didapatkan dari responden melalui kuesioner yang disebar. Hasil dari setiap indikator akan ditampilkan pada bab ini.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi kesimpulan atas hasil yang telah didapatkan dari data-data yang sudah dikelola. Bagian ini juga merupakan kesempatan untuk memberikan masukan kepada pihak terkait yang berkorelasi dengan hasil penelitian.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA