

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Entrepreneurship*

Entrepreneurship berasal dari bahasa Perancis yang berbunyi “*entreprendre*” dengan memiliki arti melakukan. Lalu kata ini berkembang menjadi *entrepreneur* yang dalam bahasa Indonesia berarti wirausaha, dan kemudian berkembang lagi menjadi *entrepreneurship* yang berarti kewirausahaan.

Jika dijabarkan dalam bahasa Indonesia, kewirausahaan berasal dari kata wirausaha yang dapat dibagi lagi menjadi wira dan usaha. Wira sendiri memiliki arti yang menggambarkan seseorang yang unggul, pejuang, berbudi luhur, berwatak agung, dan berani. Sedangkan usaha memiliki arti dimana seseorang mengeluarkan tenaga, pikiran dan hal lain yang dibutuhkan dalam upaya untuk mencapai sesuatu.

Kewirausahaan atau *entrepreneurship* sendiri memiliki pelaku usaha yang sering disebut *entrepreneur*. Menurut Terry (1995, hlm. 102), *entrepreneur* adalah seorang inovator yang dapat melihat kesempatan untuk menyediakan suatu produk baru atau menerapkan metode produksi baru dan menyusun kegiatan produksi yang dibutuhkan serta mengasumsikan risiko finansialnya.

Sedangkan menurut Burton Klein (1977, hlm. 9) seorang *entrepreneur* adalah sosok yang dapat mengkombinasikan apa yang diinginkan dari sudut pandang ekonomi dan apa yang mungkin dilakukan dari sudut pandang operasional. Burton melihat kewirausahaan sebagai suatu konsep yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan.

Entrepreneurship sendiri bisa didefinisikan sebagai suatu cara berpikir, bernalar dan beraksi yang berbasis kesempatan, dengan pendekatan menyeluruh serta memiliki kepemimpinan yang baik (Timmons & Spinelli, 2007). Hal ini menggambarkan *entrepreneurship* sebagai suatu kegiatan yang meliputi proses kognitif dan praktik secara langsung.

Dari berbagai definisi yang telah dicetuskan oleh para ahli, bisa diambil kesimpulan bahwa *entrepreneurship* adalah suatu kegiatan dimana pelakunya (*entrepreneur*) secara aktif mencari kesempatan untuk berinovasi dengan tujuan untuk menambahkan nilai dalam kehidupan pelanggannya. Kegiatan ini juga mempunyai strategi untuk berkembang demi memperluas jangkauan pasar dan keuntungan yang bisa didapatkan (Kickul & Lyons, 2020).

2.1.2 Social Entrepreneurship

A. Social

Social atau dalam bahasa Indonesia sosial berasal dari kata Latin *socialis*, yang memiliki arti rekan, sekutu, atau pendamping. Kata ini menggambarkan suatu organisasi orang, atau konfederasi, ke dalam suatu kelompok yang saling bergantung, yang hidup dan bekerja sama secara kooperatif.

Artinya meletakkan kata sosial sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan suatu komunitas atau masyarakat. Singkatnya sosial mengartikan kepentingan kelompok yang didahulukan dibanding kepentingan individu.

Menurut Kickul & Lyons (2020) ada pandangan dimana sosial dan ekonomi dibatasi suatu tembok yang membuat keduanya menjadi kegiatan atau hal yang tidak memiliki suatu korelasi. Pandangan ini menggambarkan bahwa praktik untuk mencapai keuntungan ekonomi dapat dan seharusnya dilakukan terpisah dari aspek sosial. Sebaliknya dalam pandangan ini, merupakan tanggung jawab masyarakat untuk melindungi diri dari usaha pencapaian keuntungan ekonomi yang tidak baik (Kickul & Lyons, 2020).

Tetapi pandangan ini mulai berubah, seperti observasi Bornstein (2007) yang dilansir Kickul & Lyons bahwa tembok khayalan antar sosial dan ekonomi mulai runtuh. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya ketertarikan terhadap *sustainable business* (bisnis berkelanjutan) dan program-program

CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang banyak dilakukan oleh perusahaan.

Seperti contohnya yang dilakukan PT Semen Gresik di tahun 2017 yaitu melakukan bedah rumah tak layak tinggal di Tuban. PT Semen Gresik berhasil membedah 40 rumah senilai 1,8 miliar, program ini dilaksanakan sebagai upaya untuk mendukung pemberantasan kemiskinan

Banyak juga muncul pengusaha-pengusaha sukses yang melakukan aksi-aksi filantropis yang sebagian besar bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dan pemberdayaan masyarakat. Seperti yang dilakukan Tanoto Foundation oleh Sukanto Tanoto dan Tinah Bingei Tanoto yang programnya berfokus pada tiga bidang yaitu pendidikan, pemberdayaan masyarakat, dan peningkatan kualitas hidup. Dan banyak lagi bentuk-bentuk usaha yang mendorong kesejahteraan sosial.

Ada juga usaha dukungan usaha sosial di Indonesia oleh DBS Foundation yang mengadakan berbagai kegiatan dan juga program dukungan dari mentoring sampai pemberian dana hibah. Bank DBS juga memberikan hibah pada usaha-usaha sosial melalui Social Enterprise Grant DBS Foundation setiap tahunnya dengan kisaran \$50.000 sampai \$250.000.

Kewirausahaan sosial tidak hanya berfokus dalam memaksimalkan keuntungan atau pendapatan, tetapi berusaha memaksimalkan manfaat dan dampak yang bisa diberikan untuk menjawab permasalahan sosial. Suatu usaha sosial akan memiliki model bisnis yang efektif dan menjunjung kemandirian, keberlanjutan, dan pengembangan terus-menerus akan dampak yang bisa diberikan untuk mengatasi masalah sosial.

Runtuhnya tembok partisi khayalan antara ekonomi dan sosial juga terjadi karena begitu eratnya kedua hal tersebut terhubung. Ekonomi adalah sesuatu yang diciptakan masyarakat (sosial) yang memang seharusnya dapat berubah menyesuaikan keadaan untuk memastikan keduanya hadir dalam suatu harmoni. Tanpa masyarakat, ekonomi tidak akan bisa berjalan, sedangkan

ekonomi telah menjadi suatu sistem dalam masyarakat yang tidak dapat dihindarkan. Realita inilah yang membuat penanganan masalah sosial melalui entrepreneurship sebagai salah satu kegiatan ekonomi pantas untuk dilakukan.

B. Social Entrepreneurship

Social entrepreneurship sendiri adalah bagaimana menerapkan praktik *entrepreneurship* untuk mencapai tujuan atau misi sosial (Dees, 1998). *Social entrepreneurship* juga dilihat sebagai suatu proses yang melibatkan penggunaan sumber daya dengan inovatif untuk mencapai peluang - peluang yang dapat mengatasi atau membantu kebutuhan sosial (Mair & Marti, 2006). Keuntungan dari *social entrepreneurship* sendiri adalah penyediaan lapangan kerja, dan meningkatkan kesadaran akan keahlian dalam kewirausahaan dalam masyarakat (Kusumasari, 2015).

Dibanding melihat *entrepreneurship* dan *social entrepreneurship* dari sisi membawa keuntungan atau tidak, perbedaan antara keduanya dapat dilihat dari prioritas yang diberikan pada penciptaan kekayaan sosial atau penciptaan kekayaan ekonomi (Mair & Marti, 2006).

Kickul dan Lyons (2020) menggunakan definisi *social entrepreneur* dari Boschee (1998, p. 2) menyimpulkan bahwa *social entrepreneur* adalah seseorang yang tidak berfokus pada profit (not-for-profit) tetapi tetap memperhatikan kekuatan pasar tanpa melupakan misi yang ia junjung. Dalam *social entrepreneurship* bukan berarti usaha mencari keuntungan tidak dilakukan, Perrini dan Vurro (2004) dalam Kickul dan Lyons (2020) menyatakan bahwa *social entrepreneurship* menggunakan pengejaran nilai ekonomi sebagai suatu alat untuk mencapai misi sosial yang dimiliki usaha.

Menurut Kickul dan Lyons (2020) *social entrepreneurs* memegang peran agen perubahan pada sektor sosial dengan:

1. Menjunjung misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai sosial (bukan hanya nilai pribadi);

2. Mengenali dan mengejar peluang-peluang baru untuk menjalankan misi tersebut;
3. Menjalani proses inovasi, adaptasi, dan pembelajaran yang berkelanjutan;
4. Mengambil aksi nyata tanpa terbatas oleh sumber daya yang ada di tangan;
5. Menunjukkan rasa akuntabilitas tinggi terhadap konsekuensi yang dapat muncul dari hal yang dilakukan.

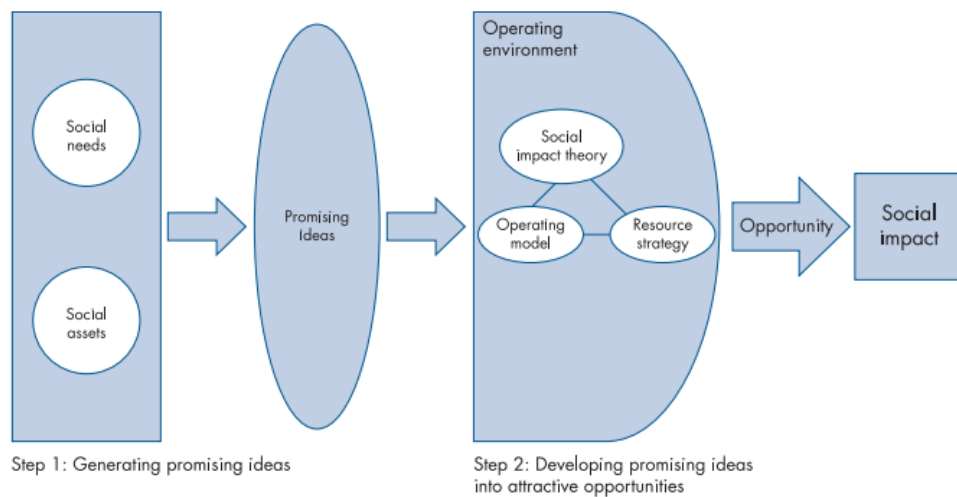
Motivasi utama dari *social entrepreneurship* bisa berupa seperti pemberantasan kemiskinan, membantu mengatasi kekurangan pangan, meningkatkan pendidikan, perkembangan manusia, dan turut serta dalam mengatasi ketidakadilan sosial, maupun ekonomi, untuk memberikan lingkungan yang lebih baik bagi generasi-generasi selanjutnya.

Kewirausahaan sosial dapat dilihat dari berbagai perspektif, seperti wirausahawan individu, perusahaan, dan lainnya. Tetapi pada akhirnya kewirausahaan sosial adalah suatu proses yang merupakan serangkaian aktivitas—hal-hal apa saja yang terjadi dan dalam urutan apa terjadinya (Kickul dan Lyons, 2020). Jika prosesnya sistematis, maka hal-hal yang benar dilakukan dan di tempat yang benar, menggunakan sistem yang efektif.

Salah satu proses dalam *social entrepreneurship* adalah proses mencari ataupun membuat kesempatan sosial (*social opportunity*) yang dapat dikembangkan menjadi sebuah ide bisnis yang baik. Kickul dan Lyons (2020) pada bukunya menjelaskan salah satu model untuk proses ini, yang disebut sebagai CASE model.

CASE model sendiri adalah model dua tahap yang terdiri dari pembuatan ide yang menjanjikan di tahap pertama dan pengembangan ide itu menjadi peluang yang layak di tahap kedua. Model ini berpendapat bahwa ide-ide dihasilkan dari kebutuhan sosial yang tidak terpenuhi dan dari pemanfaatan

aset sosial atau sumber daya yang ada, ditambah dengan pengaruh pengalaman pribadi pelaku usaha sosial terjadi.



Gambar 2. 1 CASE Model
Sumber: Kickul dan Lyons, 2020

Tidak semua ide yang dihasilkan bisa dijalankan, mereka harus terlebih dahulu dikembangkan menjadi peluang usaha yang menarik bagi berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*). Peluang usaha ini tidak akan menarik kecuali mampu menjaga kelangsungannya baik sebagai model bisnis yang layak dan sebagai strategi untuk melakukan transformasi sosial (yaitu, mencapai dampak sosial yang nyata) (Kickul dan Lyons, 2020). Maka dari itu peluang usaha harus mencakup hipotesis kerja yang meyakinkan mengenai dampak sosial dan hasil yang dapat dicapai ketika peluang dicapai.

Dampak yang diberikan *social entrepreneurship* merupakan dampak jangka panjang yang berkelanjutan. Diambil dari definisi oleh Alvord, Brown, and Letts (2004 , p. 4) bahwa *social entrepreneurship* menciptakan solusi inovatif untuk masalah sosial dan menggunakan ide, kapasitas, sumber daya, dan pengaturan sosial yang diperlukan untuk transformasi sosial yang berkelanjutan.

Dari definisi tersebut digambarkan adanya sikap-sikap inovasi, memanfaatkan sumber daya yang tersedia, dan pengaturan sosial yang dilakukan dalam *social entrepreneurship*. Definisi tersebut juga menggambarkan bagaimana produk atau kegiatan yang diciptakan dari *social entrepreneurship* berjangka panjang dan memicu perubahan sosial yang mendalam.

2.1.3 Social Entrepreneurship Intention

Sudah tidak dipertanyakan lagi bahwa *entrepreneurship* dan juga *social entrepreneurship* bukanlah suatu hal yang bisa semua orang lakukan. Besarnya tantangan, resiko, dan modal yang harus dikeluarkan bisa mengintimidasi berbagai orang untuk mengurungkan niatnya. Tetapi tentunya ada juga faktor-faktor yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan *social entrepreneurship*.

Faktor-faktor pendorong ini bisa dikategorikan kedalam 2 jenis, yaitu internal dan eksternal, yang disebut sebagai “latar belakang” atau “*background*” dan “konten” atau “*content*” oleh Mair dan Noboa (2006). *Background* menjelaskan bagaimana individu dibesarkan dan di lingkungan seperti apa ia tumbuh. *Background* juga bisa menggambarkan pengaruh keluarga, teman, tokoh-tokoh penting, dan juga guru yang telah ditemui oleh individu. Karakteristik dan kepribadian dari individu juga termasuk dalam *background*.

Content atau faktor eksternal menggambarkan bagaimana faktor *background* dari seorang individu berinteraksi dengan lingkungan atau *society*. Hal-hal tersebut yang dialami oleh individu dapat membangun suatu amarah terhadap ketidakadilan sosial. Hal ini dapat membantu individu untuk mengenali berbagai kesempatan untuk bisa menambahkan nilai sosial yang dapat membantu orang-orang yang berkekurangan dan juga menyusun misi untuk mencapai nilai sosial tersebut.

A. Background (Faktor Internal)

1. Empati terhadap orang-orang yang dipinggirkan (*Empathy Towards Others*)

Empati atau ETO sudah sering dibahas dan diteliti sebagai faktor yang sangat mempengaruhi sikap dari seorang individu. Empati sendiri juga merupakan bagian dari kecerdasan emosional atau *emotional intelligence*, bersama dengan kesadaran diri, cara menjaga hubungan, dan motivasi (Goleman, 2011). Kecerdasan emosional juga dimaksudkan untuk memahami kemampuan untuk mengkomprehensikan dan mengelola tindakan yang bijaksana dalam masyarakat (Permatasari et al., 2020).

Pada penelitiannya Tiwari et al. (2017) juga telah menemukan bahwa kecerdasan emosional akan selalu terkait dengan SEI yang dimiliki seseorang. Tiwari et al. juga menambahkan bahwa kecerdasan emosional dapat membantu para individu untuk memiliki tingkat kesadaran sosial yang tinggi. Dari kecerdasan emosional, empati dianggap sebagai elemen yang esensial dalam membangun usaha sosial (Permatasari et al. 2020). Banyak usaha sosial yang didirikan karena pengusahanya atau *social entrepreneur*-nya berempati dan bersedia membantu orang dengan tujuan memecahkan masalah sosial (Rozar et al., 2020).

Tingkat moralitas yang dimiliki seorang individu dapat dilihat dengan seberapa atau bagaimana individu berempati terhadap individu lain (Kickul & Lyons, 2020). Empati sendiri didefinisikan sebagai berbagi dan mengenali perasaan yang sama yang dialami oleh orang lain (Decety & Jackson, 2004). Empati sering digambarkan sebagai kunci *social entrepreneurship* untuk bisa memahami apa yang menjadi kebutuhan masyarakat (Nuringsih et al., 2020).

2. Kewajiban moral terhadap lingkungan dan masyarakat (*Social, Cultural, Environmental Responsibility*)

Kewajiban moral atau SER mengekspresikan rasa tanggung jawab terhadap masalah sosial yang dimiliki seorang individu. Memiliki kewajiban moral yang kuat dapat mempengaruhi kesadaran dan tanggung jawab sosial yang meningkatkan niat dan perilaku prososial (De Groot & Steg, 2009). Dengan memiliki kewajiban moral yang tinggi, individu akan merasa turut bertanggung jawab atas masalah-masalah sosial yang terjadi, dari situ ia akan melakukan apa yang ada dalam kemampuannya kedalam bentuk usaha-usaha sosial dengan niat untuk membantu (Nuringsih et al., 2020).

Kewajiban moral juga dapat menunjukkan keyakinan pribadi yang berhubungan dengan bagaimana para individu nantinya dipandang oleh masyarakat jika mereka menerapkan perilaku-perilaku tertentu (Al-Swidi et al., 2015). Kewajiban moral menunjukkan tekanan sosial yang dialami dalam memutuskan untuk melakukan tindakan ditambah dengan mempertimbangkan tekanan sosial dari keluarga, teman, ataupun pasangan (Permatasari et al., 2020).

3. Rasa kemampuan untuk mempengaruhi perubahan (*Perceived Self Efficacy*)

Salah satu faktor yang juga termasuk dalam *background* adalah pengalaman. Pengalaman yang telah dialami individu akan memberinya rasa kemampuan untuk melakukan apa yang dia inginkan. Rasa kemampuan ini yang memberikan kepercayaan diri kepada individu terhadap apa yang ia dapat lakukan, atau disebut sebagai *self-efficacy* atau PSE (Kickul & Lyons, 2020).

Self-efficacy mengarah ke keyakinan seseorang tentang kemampuan mereka untuk mengontrol kemampuan yang mereka yakini dimiliki (Ajzen, 2002). *Self-efficacy* mempengaruhi bagaimana

seseorang bertindak, berpikir, dan merasa (Permatasari et al., 2020). Jadi perasaan depresi, ketidakyakinan, ketakutan berkaitan dengan *self-efficacy* yang rendah. Berbanding dengan rasa bangga, percaya diri, dan yakin berkaitan dengan *self-efficacy* yang tinggi.

Self-efficacy yang menjadi pendorong seseorang untuk mau melewati halangan dan menghadapi rintangan dalam usaha untuk mencapai sesuatu, dalam hal ini membuat usaha sosial (Cardon & Kirk, 2013). Individu akan menghindari aksi-aksi dimana mereka memiliki *self-efficacy* yang rendah, sebaliknya mereka akan terdorong untuk melakukan yang terbaik dalam aksi-aksi dimana mereka memiliki *self-efficacy* yang tinggi (Forbes, 2005).

B. Content (Faktor Eksternal)

1. Pengalaman terhadap masalah sosial dan lingkungan (*Experience with Social, Environmental Issues*)

ESI adalah saat dimana individu terpapar dengan masalah-masalah sosial, seperti contohnya melihat pengemis dipinggir jalan, melihat berita orang-orang tidak mendapatkan pelayanan kesehatan yang memadai, menjadi relawan dalam suatu acara sosial, turut melakukan donasi untuk mereka yang membutuhkan, dan banyak hal lainnya (Kickul & Lyons, 2020).

Pengalaman terhadap masalah sosial dilihat sebagai uji praktikal yang didapatkan dalam bekerja di organisasi atau perusahaan sosial, yang juga tentunya dapat meningkatkan tingkat kesadaran seorang individu terhadap masalah sosial (Hockerts, 2017).

Selain itu, Yiu et al. (2014) menemukan bahwa pengusaha sosial lebih mungkin termotivasi untuk terlibat dalam program pengurangan kemiskinan atau pengembangan sosial, jika mereka memiliki pengalaman pribadi sebelumnya (seperti pengalaman mendapatkan

pendidikan yang terbatas, pengangguran, dan kemiskinan di daerah pedesaan).

2. Ketersediaan dukungan sosial yang dirasakan (*Perceived Community Support*)

Dukungan dan kondisi lingkungan dimana individu berada atau PCS juga tentunya menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *content*. Individu akan merasakan kemungkinan dan keyakinan akan bisanya melakukan sesuatu saat rasa kebisaaan tidak hanya didapat dari dalam diri tetapi juga dari dukungan yang didapat di lingkungannya (Kickul & Lyons, 2020).

Kontrol atau pengaruh eksternal terhadap seorang individu merupakan anteseden penting dari niat yang dimiliki (Mair dan Noboa, 2006). Hal ini mengacu pada keyakinan yang dimiliki seseorang tentang seberapa kuat konteks perilaku terhadap kehendak atau keinginan dari individu.

Community support tidak hanya berbentuk fisik tetapi juga bisa datang dalam bentuk motivasi ataupun antusias dari orang-orang maupun lingkungan sekitar individu (Nuringsih et al., 2020). Lingkungan yang paling bisa berpengaruh terhadap individu adalah keluarga, teman, maupun komunitas dimana individu selalu atau sering berinteraksi.

3. Dukungan dan lingkungan kewirausahaan pada instansi pendidikan yaitu universitas (*University's Environment & Support System*)

Salah satu faktor pendukung yang paling berperan dalam hal ini adalah instansi pendidikan atau ESS. Di dalam lingkungan pendidikan seperti sekolah, maupun universitas. Trivedi (2016) menyatakan bahwa dukungan yang diberikan oleh universitas terhadap mahasiswanya akan sangat membantu mereka untuk memiliki kepercayaan diri dalam apa yang ingin mereka lakukan.

Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Mendikbud Ristek), Nadiem Anwar Makarim, dalam keterangan tertulisnya pada 15 Juli 2022 juga menyatakan bahwa diadakannya program-program yang mendukung kewirausahaan di kampus seperti program wirausaha merdeka dilakukan dengan tujuan membangun pola pikir (mindset) dan semangat berwirausaha para mahasiswa. Agar mereka berani untuk mencoba merealisasikan ide bisnisnya, mampu mencari solusi yang terbaik untuk permasalahan yang dihadapi, dan tidak mudah menyerah saat menghadapi kegagalan.

Ács et al. (2019) dalam Kesumahati (2021) menambahkan bahwa ekosistem kewirausahaan adalah suatu struktur kompleks yang berasal dari sistem sosial-ekonomi dan dapat didefinisikan sebagai interaksi antara sikap kewirausahaan, kemampuan, dan aspirasi seorang individu, yang mendorong penciptaan dan pengoperasian suatu bisnis baru. Ekosistem kewirausahaan yang baik ini dapat dibangun pada lingkungan universitas.

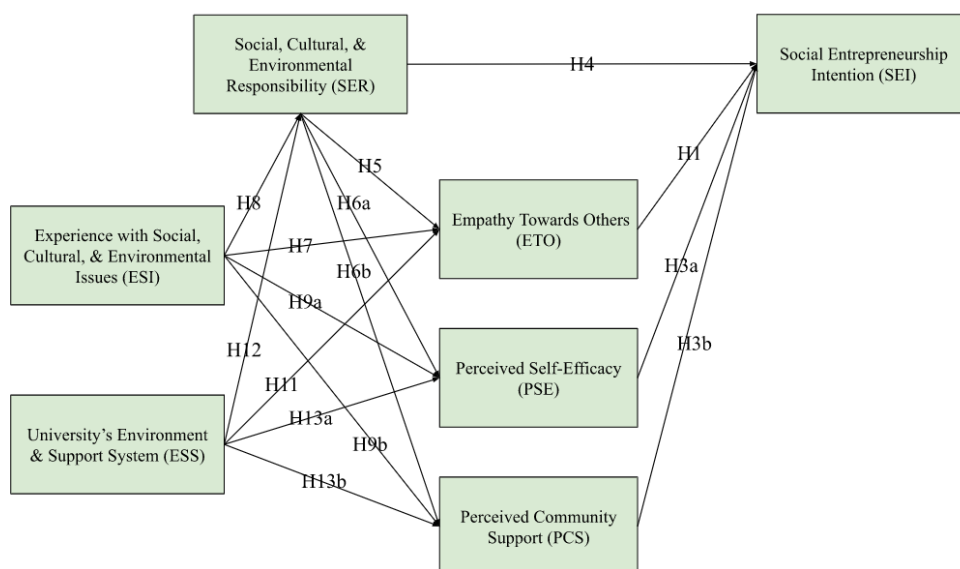
Bentuk-bentuk dukungan yang bisa diberikan universitas terhadap mahasiswanya dalam membuat *social entrepreneur* menjadi salah satu pilihan karir adalah dengan membuat program inkubasi bisnis, didukungnya proses berpikir yang bebas, adanya mata kuliah yang berkaitan dengan kewirausahaan sosial maupun komersial.

Pendidikan kewirausahaan sedang dijunjung oleh pemerintah dan negara kepada para mahasiswa. Seperti diluncurkannya program wirausaha merdeka oleh Kemendikbud Ristek, demi membangun minat berwirausaha para mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan adalah suatu pengajaran dan juga pengajaran yang meliputi pengembangan suatu ide atau pengetahuan, pengasahan keterampilan, pembangunan sikap serta karakter diri yang berkaitan dengan proses kewirausahaan (Isrososiawan, 2013).

Pendidikan kewirausahaan dianggap sebagai faktor yang penting dalam mengembangkan kemampuan berwirausaha dari sisi cara berpikir inovatif, pengambilan resiko, dan pro-aktivitas yang disebut sebagai orientasi kewirausahaan (Naveed et al. 2021). Niat berwirausaha yang dimiliki seseorang biasanya tidak cukup untuk mengambil langkah dalam menciptakan suatu usaha (Kesumahati, 2021). Niat ini perlu didukung oleh pendidikan yang baik dan benar, terutama yang berkaitan dengan kewirausahaan maupun kewirausahaan sosial.

2.2 Model Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan model penelitian yang digunakan oleh Bazan et al. (2019) pada jurnalnya yang memiliki judul “*Effect of the university on the social entrepreneurial intention of students*” atau dalam Bahasa Indonesia “Efek dari Universitas terhadap *Social Entrepreneurial Intention* dari Para Mahasiswa”. Penulis mengadopsi model penelitian tersebut dan menggunakannya pada penelitian ini:



Gambar 2. 2 Model Penelitian
Sumber : Data Penulis (2022)

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

Model penelitian Bazan et al. (2019) yang digunakan dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

1. H1 : ETO mempengaruhi SEI secara positif
2. H2 : PBC terdiri dari dua elemen dasar: PSE dan PCS
3. H3a & H3b : PBC mempengaruhi SEI secara positif
4. H4 : SER mempengaruhi SEI secara positif
5. H5 : SER mempengaruhi ETO secara positif
6. H6a & H6b : SER mempengaruhi PBC secara positif
7. H7 : ESI mempengaruhi ETO secara positif
8. H8 : ESI mempengaruhi SER secara positif
9. H9a & H9b : ESI mempengaruhi PBC secara positif
10. H9c : ESI mempengaruhi SEI secara positif melalui efek mediasi ETO, SER, dan PBC.
11. H10 : ESS terdiri dari tiga elemen dasar: ET, SS, dan EM
12. H11 : ESS universitas mempengaruhi ETO secara positif
13. H12 : ESS universitas mempengaruhi SER secara positif
14. H13a dan H13b : ESS universitas mempengaruhi PBC secara positif
15. H13c : ESS mempengaruhi SEI secara positif melalui efek mediasi ETO, SER, dan PBC.

2.3 Hipotesis

Penelitian ini mengembangkan hipotesis berdasarkan rumusan masalah yang telah dikembangkan. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Empathy Towards Others* (ETO), *Perceived Self-Efficacy* (PSE), *Perceived Community Support* (PCS), *Social, Cultural & Environmental Responsibility* (SER), *Experience with Social, Cultural & Environmental Issues* (SEI), *University's Environment & Support System* (ESS) berpengaruh positif terhadap *Social Entrepreneurship Intention* (SEI) para mahasiswa UMN.

2.3.1 ETO mempengaruhi SEI secara positif

Decety dan Jackson (2004) dalam Nuringsih et al. (2020) mendefinisikan empati sebagai berbagi dan mengenali rasa yang sama seperti yang dirasakan orang lain. Empati telah sering digunakan sebagai variabel di berbagai penelitian mengenai SEI. Empati dianggap dapat menumbuhkan keinginan untuk membantu setelah seseorang mampu membayangkan perasaan atau keadaan mental orang lain yang membutuhkan bantuan (Preston et al., 2007). Menurut penelitian yang dilakukan Bacq dan Alt (2018) menunjukkan bahwa mereka yang memiliki empati dengan tingkat tinggi cenderung lebih mungkin untuk memiliki keinginan membantu mereka yang membutuhkan melalui usaha sosial atau *social entrepreneurship*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu diatas, hipotesis penelitian yang terbentuk:

H1 : *Empathy Towards Others* mempengaruhi *Social Entrepreneurship Intention* secara positif

2.3.2 PSE dan PCS adalah elemen dari PBC

Perceived Behavioral Control (PBC) adalah salah satu dari tiga komponen *Theory of Planned Behavior* (TPB). PBC mengacu pada seberapa banyak seorang individu percaya bahwa mereka memiliki kendali atas apakah mereka menampilkan perilaku tertentu atau tidak (Sutisna & Handra, 2022). Menurut Fishbein & Ajzen (2011) PBC yang dirasakan seorang individu diasumsi juga memperhitungkan ketersediaan informasi, keterampilan, peluang, dan sumber daya lain yang diperlukan untuk melakukan perilaku serta kemungkinan adanya hambatan yang mungkin harus diatasi.

Fishbein & Ajzen juga menambahkan bahwa semakin besar PBC yang dirasakan, semakin kuat niat untuk menampilkan perilaku yang dimaksud, tetapi sebaliknya jika individu tidak memiliki kendali atas suatu perilaku, mungkin niat untuk menampilkan perilaku tersebut tidak terbentuk dengan kuat walaupun

mereka memiliki sikap positif dan merasakan dorongan sosial yang kuat untuk melakukannya.

PBC sendiri memiliki dua faktor, yaitu eksternal dan internal (Bazan et al., 2019). PSE sebagai faktor internal yang merujuk kepada bagaimana individu melihat kemampuan mereka dalam melakukan atau menunjukkan suatu perilaku. PCS sebagai faktor eksternal yang merupakan hubungan yang dibangun individu dengan orang-orang yang berpikiran sama (Bazan et al., 2019). *Community support* juga melambangkan dukungan dan pengaruh yang diterima individu dari lingkungan sekitar yang bisa mempengaruhi niat untuk menampilkan atau tidak menampilkan suatu perilaku (Kickul & Lyons, 2020).

Mair & Noboa (2006) dan Hockerts (2017) juga menggunakan PSE dan PCS sebagai elemen dasar dari PBC dalam penelitian yang telah mereka lakukan. Pada penelitiannya, Mair & Noboa, Hockerts, serta beberapa peneliti lainnya seperti Piperopoulos & Dimov (2015), melihat *self-efficacy* memungkinkan seseorang untuk melihat *social entrepreneurship* sebagai perilaku yang layak dan mampu untuk dilakukan. Chan (2016) juga menggunakan PCS sebagai salah satu elemen dari TPB yang menggambarkan hubungan yang dijalin oleh individu dengan orang-orang yang memiliki tujuan, visi, dan misi yang sama terhadap *social entrepreneurship*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu diatas, hipotesis penelitian yang terbentuk:

H2 : *Perceived Behavioral Control* terdiri dari dua elemen dasar: *Perceived Self Efficacy* dan *Perceived Community Support*.

2.3.2 PBC mempengaruhi SEI secara positif

a. PSE mempengaruhi SEI secara positif

Self-efficacy adalah bagaimana seseorang melihat kemampuannya dalam mengontrol kemampuan mereka ditingkat fungsionalitas (Ajzen, 2002). Mengikuti *Theory of Planned Behavior*, PSE adalah bagian dari

Perceived Behavioral Control (PBC) yang merupakan faktor penentu keinginan atau *intention* (Nuringsih et al., 2020). Dalam konteks kewirausahaan, Nuringsih et al. juga menambahkan bahwa *self-efficacy* juga berkaitan dengan kemampuan seorang individu untuk mendapatkan sumber daya dan mampu mengatur usaha.

Menurut Cardon dan Kirk (2013) *self-efficacy* adalah faktor yang mendorong seorang individu dalam melakukan hal-hal yang penuh rintangan dan halangan dengan tujuan untuk meraih sesuatu. Dengan keyakinan dan kepercayaan diri yang tinggi, maka individu akan yakin dengan kemampuannya untuk menjalankan apa yang ia inginkan.

Ajzen (2005) menambahkan bahwa *perceived self-efficacy* adalah sejauh mana orang percaya bahwa mereka mampu, atau memiliki kontrol atas, melakukan perilaku tertentu.

b. PCS mempengaruhi SEI secara positif

Community support atau dukungan dari lingkungan bisa berbentuk material, motivasi, maupun semangat yang diberikan dari lingkungan sekitar individu seperti teman, keluarga, ataupun komunitas (Nuringsih et al., 2020).

Mengikuti *Theory of Planned Behavior*, PCE juga merupakan bagian dari *Perceived Behavioral Control* (PBC) yang merupakan faktor penentu keinginan atau *intention* (Nuringsih et al., 2020). Seorang individu akan merasakan keyakinan untuk melakukan sesuatu saat mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitarnya. Rasa mampu yang dimiliki seorang individu juga sangat terpengaruh dengan jumlah dukungan yang didapatkan dari luar (Kickul & Lyons, 2020).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu diatas, hipotesis penelitian yang terbentuk:

H3a & H3b : *Perceived Behavioral Control* mempengaruhi *Social Entrepreneurship Intention* secara positif

2.3.3 SER mempengaruhi SEI secara positif

Social responsibility dinilai sebagai rasa kewajiban seseorang untuk turut bertanggung jawab akan kondisi sosial di lingkungan sekitarnya. Bazan et al. (2019) juga melihatnya sebagai suatu kewajiban atau tekanan dari masyarakat yang berpengaruh terhadap keputusan individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu aksi. Memiliki rasa kewajiban moral yang tinggi menggambarkan kesadaran individu terhadap tanggung jawabnya untuk membantu mereka yang lebih membutuhkan, dalam hal ini melalui usaha sosial (Nuringsih et al., 2020).

Tanggung jawab sosial yang dimiliki seorang individu akan mempengaruhi tingkat empati yang dimiliki. Semakin tinggi tanggung jawab sosial yang dimiliki, semakin tinggi kesadaran dan pengertian atas perasaan mereka yang membutuhkan bantuan (Bazan et al., 2019). Selain empati Bazan et al. juga menambahkan, dengan rasa tanggung jawab yang tinggi juga mempengaruhi pandangan seseorang terhadap kemampuannya sendiri. Adanya suatu rasa keharusan yang datang dari lingkungan sekitar.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu diatas, hipotesis penelitian yang terbentuk:

H4 : *Social, Cultural and Environmental Responsibility* mempengaruhi *Social Entrepreneurship Intention* secara positif.

H5 : *Social, Cultural and Environmental Responsibility* mempengaruhi *Empathy Towards Others* secara positif.

H6a & H6b : *Social, Cultural and Environmental Responsibility* mempengaruhi *Perceived Behavioral Control* secara positif.

2.3.4 ESI mempengaruhi SEI secara positif melalui efek mediasi ETO, SER, PSE, dan PCS

Seperti *entrepreneurship intention*, pengalaman dari keluarga maupun tempat bekerja dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk menjalankan usaha

(Hockerts, 2017). Dalam konteks *social entrepreneurship*, pengalaman seperti turut mengikuti suatu acara relawan, memberikan uang kepada pengemis, melewati suatu lingkungan yang kumuh dilihat sebagai salah satu pendorong aksi-aksi prososial (Ernst, 2011).

Bazan et al. (2019) menilai bahwa terpaparnya atau pernah terlibatnya seorang individu dalam kegiatan-kegiatan sosial menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi empati (ETO), keyakinan pada diri sendiri (PSE), dukungan dari lingkungan sekitar yang dirasakan (PCS), dan rasa tanggung jawab sosial yang dimiliki (SER). Hal tersebut yang bisa ditarik garis mempengaruhi intensi untuk melakukan usaha sosial (SEI).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu diatas, hipotesis penelitian yang terbentuk:

H7 : *Experience with Social Issues* mempengaruhi *Empathy Towards Others* secara positif

H8 : *Experience with Social Issues* mempengaruhi *Social, Cultural and Environmental Responsibility* secara positif

H9a & H9b : *Experience with Social Issues* mempengaruhi *Perceived Behavioral Control* secara positif

H9c : *Experience with Social Issues* mempengaruhi *Social Entrepreneurship Intention* secara positif melalui efek mediasi ETO, SER, dan PBC.

2.3.6 ESS mempengaruhi SEI secara positif melalui efek mediasi ETO, SER, PSE, dan PCS.

Institusi pendidikan atau dalam penelitian ini difokuskan pada universitas tentunya memegang peran yang besar dalam membangun pandangan mahasiswa yang dididik terhadap diri sendiri maupun lingkungan. Dukungan yang diberikan oleh universitas tentunya berpengaruh untuk mendorong kepercayaan diri mahasiswanya untuk melakukan apa yang mereka inginkan (Trivedi, 2016).

Dalam hal *social entrepreneurship*, banyak universitas yang memberikan dukungan seperti pemberian mata kuliah mengenai *entrepreneurship* maupun *social entrepreneurship*, inkubasi bisnis, dan program lainnya. Hal-hal ini tentunya berpengaruh terhadap mahasiswanya. Mahasiswa sendiri yang kebanyakan berasal dari Gen Z, dinilai sebagai generasi yang lebih sadar akan masalah yang ada di dalam lingkungan sosial.

Henderson dan Robertson (1999), serta Kraaijenbrink et al., (2010) dilansir dalam Bazan et al. (2019) juga menemukan bahwa universitas memegang andil dalam mengembangkan kompetensi dalam *social entrepreneurship* dan juga mendorong motivasi untuk mempertimbangkan *social entrepreneurship* menjadi suatu pilihan karir mahasiswanya.

Dengan pengembangan wawasan, pemberian ilmu, pemberian dukungan dan moralitas, Bazan et al. (2019) menyatakan bahwa dukungan dari universitas mempengaruhi empati (ETO), keyakinan pada diri sendiri (PSE), dukungan dari lingkungan sekitar yang dirasakan (PCS), dan rasa tanggung jawab sosial yang dimiliki (SER) mahasiswa yang mereka didik. Hal tersebut pada akhirnya juga mempengaruhi *Social Entrepreneurship Intention* (SEI).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu diatas, hipotesis penelitian yang terbentuk:

H10 : *Environment Support System* universitas memiliki tiga elemen dasar: ET, SS, dan EM

H11 : *Environment Support System* universitas mempengaruhi *Empathy Towards Others* secara positif

H12 : *Environment Support System* universitas mempengaruhi *Social, Cultural & Environment Responsibility* secara positif

H13a & H13b : *Environment Support System* universitas mempengaruhi *Perceived Behavioral Control* secara positif

H13c : *Environment Support System* mempengaruhi SEI secara positif melalui efek mediasi ETO, SER, dan PBC

2.4 Penelitian Terdahulu

Demi dapat mendukung penelitian yang dilakukan, penulis juga menggunakan berbagai referensi dan penelitian lain yang sehubungan dengan topik yang dipilih, *Social Entrepreneurship Intention* (SEI). Terdapat berbagai penelitian yang telah dilakukan para ahli yang dapat mendukung penggunaan variabel-variabel yang telah dibahas sebelumnya. Berdasarkan variabel dan hipotesis dari penelitian, berikut adalah daftar penelitian terdahulu yang digunakan:

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu
Sumber : Data Penulis (2022)

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Naveed et al., 2021	Relationship of individual social entrepreneurial orientations and intentions: role of social entrepreneurship education	ISEO (<i>Individual Social Entrepreneurship Orientation</i>) memainkan peran penting dalam merangsang SEI (<i>Social Entrepreneurship Intention</i>); selain itu, SEE (<i>Social Entrepreneurship Education</i>) memoderasi hubungan ISEO dan SEI di antara siswa.
2.	Permatasari et al., 2020	Factors Influencing Social Entrepreneurial Intention: A Case of a Private University in Bekasi	Penelitian ini menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara kecerdasan emosional, efikasi diri, sikap, dan norma subjektif terhadap niat berwirausaha sosial (secara simultan).
3.	Nuringsih et al., 2020	The Propensity for Social Entrepreneurship During the Coronavirus Outbreak	Penelitian menemukan pengaruh yang signifikan dari persepsi dukungan sosial terhadap PSE dan menemukan efek mediasi

			pada <i>self-efficacy</i> kewirausahaan sosial.
4.	Tiwari et al., 2017	Predictors of social entrepreneurial intention: an empirical study	Hasil penelitian mendukung bahwa siswa dengan sikap menjadi wirausahawan sosial, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan mempengaruhi SEI.
5.	Shahverdi et al., 2018	The Effect of Perceived Barriers on Social Entrepreneurship Intention in Malaysian Universities: The Moderating Role of Education	Ditemukan bahwa <i>lack of competency, lack of self-confidence</i> dan <i>lack of resources</i> berpengaruh negatif terhadap <i>social entrepreneurial intention</i> .
6.	Jadmiko, 2020	Linking Perceived Social Support to Social Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Attitude Becoming Social Entrepreneur	Penelitian menunjukkan bahwa sikap menjadi wirausahawan sosial menjadi mediasi antara dukungan sosial yang dirasakan dengan niat wirausaha sosial. Dukungan sosial yang dirasakan dan sikap untuk menjadi wirausahawan sosial juga menunjukkan hubungan positif dengan SEI.
7.	Kesumahati, 2021	Social Entrepreneurship Intention during Covid-19 Crisis among University Students : A Case Study from Indonesia	Penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa di Kota Batam memberikan hasil bahwa <i>attitude, perceived behavioral control</i> , dan empati memiliki hubungan signifikan positif terhadap <i>social entrepreneurship intention</i> .

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

8.	Hockerts, 2017	Determinants of Social Entrepreneurial Intentions	Penelitian menunjukkan bahwa <i>prior experience</i> memprediksi SEI. Efek ini dimediasi oleh anteseden yang dicetuskan oleh Mair dan Noboa. <i>Self-efficacy</i> memiliki dampak terbesar pada <i>intention</i> serta memiliki hubungan positif terhadap <i>prior experience</i> .

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA