

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Entrepreneurship*

Menurut Rufaidah dan Kodri (2020) dalam Fikri, Utami, dan Violinda (2023) mengatakan bahwa pengertian *Entrepreneurship* merupakan suatu usaha yang didirikan yang memiliki tujuan dalam menciptakan suatu *value* atau nilai melalui sebuah peluang bisnis, berbagai risiko, dan kemampuan yang komunikatif serta manajemen untuk mengarahkan berbagai sumber daya yang dimiliki (manusia, finansial, dan material) yang dibutuhkan terhadap berjalannya suatu proyek agar dapat tercapai keberhasilan yang sukses.

Menurut Anggraeni dan Ramadhan (2022) mengatakan bahwa *Entrepreneurship* atau kewirausahaan merupakan individu yang memiliki kemampuan untuk menggunakan serta menggabungkan sumber - sumber daya, seperti finansial, material, keterampilan, dan tenaga kerja dalam menciptakan proses produksi dan suatu bisnis, organisasi, atau usaha baru.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Nursito dan Nugroho (2013) dalam Perkasa dan Fedri (2020) mengatakan bahwa kewirausahaan dapat terbentuk jika seseorang berani dalam mengembangkan berbagai ide dan usaha baru, dimana seorang tersebut memiliki jiwa yang selalu aktif, berkarya, inovatif, dan kreatif dalam memunculkan berbagai ide untuk dapat meningkatkan pendapatan dalam usaha yang dimiliki.

Berdasarkan dari penjelasan teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Entrepreneurship* merupakan proses dalam melihat dan menciptakan adanya berbagai peluang yang ada dengan mengembangkan berbagai ide dan inovasi kreatif untuk meningkatkan sumber pendapatan terhadap suatu bisnis atau usaha baru dan organisasi.

2.1.2 *Social Entrepreneurship*

Purbo Jadmiko (2019) mengatakan bahwa kewirausahaan sosial merupakan perilaku kewirausahaan yang lebih mengarah pada pencapaian tujuan sosial dimana tidak mengacu terhadap keuntungan laba tetapi keuntungan laba yang didapatkan akan dimanfaatkan untuk kepentingan sosial. Wirausaha sosial memiliki tujuan terhadap bisnis yang didedikasikan untuk misi sosial, dimana merupakan istilah untuk menggambarkan pendekatan inovatif dalam mengatasi permasalahan sosial (Asma et al., 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Wiguna et al. (2015) mengatakan bahwa *social entrepreneurship* adalah proses dalam menciptakan value atau nilai melalui sudut pandang ekonomi sebagai salah satu faktor utama dan sudut pandang sosial sebagai faktor pendukung dimana melalui kewirausahaan sosial dapat memberikan suatu value terhadap individu ataupun suatu organisasi dalam hal berkemanusiaan untuk menciptakan dampak dan perubahan sosial yang positif, serta usaha yang berkelanjutan.

Wirausaha sosial adalah usaha yang dilakukan dengan memadukan unsur inovasi, misi sosial, dan kedisiplinan yang ada dalam dunia bisnis dimana dalam wirausaha sosial ini terdapat kegiatan yang meliputi yaitu usaha sosial tidak bertujuan untuk mencari keuntungan, usaha sosial dilakukan untuk tujuan misi sosial sehingga tujuan utama dalam usaha sosial yaitu tidak berfokus pada pendapatan atau keuntungan yang didapat melainkan memang untuk memberikan dampak positif terhadap permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat sosial (Utomo, 2015).

Menurut Palesangi (2013) dalam Sofia (2015) terdapat 4 elemen dalam *social entrepreneurship*, yaitu:

1. *Social Value*, memberikan dampak positif terhadap masyarakat ataupun lingkungan sosial disekitar.

2. *Civil Society*, masyarakat sipil turut berpartisipasi dalam membantu meningkatkan modal sosial yang dimiliki di masyarakat.
3. *Innovation*, pemikiran atau ide yang inovatif untuk memecahkan masalah sosial, yaitu kearifan lokal dan inovasi sosial.
4. *Economic Activity*, kesuksesan social entrepreneurial dapat dilihat melalui aktivitas sosial yang seimbang dengan aktivitas bisnis dimana hal tersebut merupakan faktor dalam menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial organisasi.

Berdasarkan penjelasan teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *social entrepreneurship* adalah penciptaan nilai sosial yang dibentuk untuk memecahkan permasalahan yang ada dilingkungan sosial melalui pendekatan bisnis atau entrepreneur dengan empat elemen utama, yaitu *social value, civil society, innovation, economic activity* yang dimana lebih mengarah pada pencapaian tujuan sosial dan tidak mengacu pada keuntungan laba.

2.1.3 *Empathy*

Menurut Wondra dan Ellsworth (2015) dalam Hamdani (2022) mengatakan bahwa empati merupakan bagaimana seseorang dapat merasakan emosi orang lain, dimana individu tersebut mengevaluasi kondisi disaat seseorang sedang marah, sedih, malu, dan lain - lain. *Empathy* adalah perasaan yang dirasakan seseorang secara alami dalam memahami emosi dan menempatkan dirinya dengan posisi orang lain (Asma et al., 2019).

Hockerts (2017) mengatakan bahwa ketika seseorang memiliki perasaan empati yang tinggi, maka semakin tinggi juga dorongan intensi seseorang tersebut untuk dapat menjadi seorang wirausahaan sosial. Menurut Goetz, Keltner, dan Thomas (2010) dalam Ghatak et al. (2020) mendefinisikan empati adalah kemampuan seseorang dalam memahami dan menerima perasaan dan kondisi mental orang lain serta merespon dengan cara yang emosional dan penuh kasih sayang.

Berdasarkan penjelasan teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa empati merupakan perasaan atau kondisi yang dirasakan seseorang terhadap orang lain dengan cara memposisikan diri dan merasakan emosi yang di rasakan orang lain secara alami.

2.1.4 Moral Obligation

Menurut Alexander & Tunjung Sari (2019) mengatakan bahwa *moral Obligation* adalah rasa tanggung jawab yang dimiliki seorang individu untuk bertindak sesuai dengan norma - norma yang berlaku untuk membantu seseorang yang membutuhkan dimana melalui tindakan tersebut dapat memicu intensi seorang individu dalam menciptakan wirausaha. Kewajiban moral merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong intensi berwirausaha sosial (Jatiningrum, 2021).

Menurut Asma et al. (2019) mengatakan bahwa kewajiban moral merupakan pendorong seseorang terhadap minat berwirausaha sosial karena dalam konteks kewajiban moral, prinsip - prinsip moral yang dimiliki seseorang dapat memainkan peran penting terhadap berwirausaha sosial. Selain itu, menurut Plaskof (2012) mengatakan bahwa jika ingin berhasil, seorang pengusaha sosial harus memiliki tanggung jawab moral yang tinggi.

Berdasarkan penjelasan teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *moral obligation* merupakan rasa tanggung jawab dan kesadaran yang dimiliki seseorang dalam bertindak yang sesuai dengan norma atau nilai moral yang berlaku di masyarakat sosial saat menghadapi suatu permasalahan.

2.1.5 Self Efficacy

Menurut Hastuti (2021) dalam Marlina, Gusteti, dan Putri (2023) mengatakan bahwa *self efficacy* merupakan keyakinan yang dimiliki seseorang dengan kemampuannya ketika dihadapi oleh berbagai jenis situasi yang dihadapi dalam hidupnya.

Menurut Maulidya & Patrikha (2022) mengatakan bahwa *self efficacy* dalam konteks wirausaha merupakan kepercayaan dan keyakinan terhadap dirinya sendiri untuk menciptakan usaha dengan memperhitungkan dan menghadapi berbagai risiko yang akan dihadapi sehingga dapat mencapai kesuksesan dalam berwirausaha.

Menurut Prihastomo et al. (2021) dalam Hariroh (2022) mengatakan bahwa jika *self efficacy* adalah bentuk kepercayaan terhadap diri sendiri terkait kemampuannya dalam mengambil, mengevaluasi, dan melakukan suatu tindakan yang efektif di lingkungan sekitar. Seseorang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi, akan memiliki rasa percaya diri yang tinggi juga dalam menghadapi resiko usaha yang dijalani (Hockerts, 2015).

Berdasarkan penjelasan teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *self efficacy* merupakan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri dalam mengambil, mengevaluasi, dan melakukan suatu pekerjaan atau tindakan dalam mencapai tujuan tertentu. Seseorang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi cenderung memiliki rasa percaya diri yang tinggi juga terhadap setiap tantangan yang dihadapinya.

2.1.6 Perceived Social Support

Untuk meningkatkan intensi seseorang terhadap minat berwirausaha sosial, dibutuhkan adanya dukungan yang diberikan oleh orang - orang disekitarnya dimana dengan adanya dukungan tersebut dapat mempengaruhi dan memberikan support untuk memulai usaha sosial (Wijaya & Handoyo, 2022). Menurut Drayton (2002) mengatakan bahwa dukungan sosial yang diberikan tersebut dapat berasal dari orang - orang terdekatnya, seperti keluarga, teman, dan rekan kerja atau dari suatu perkumpulan atau organisasi.

Darmawan (2023) mengatakan bahwa dukungan sosial merupakan salah satu faktor dalam menciptakan minat berwirausaha. Menurut Osorio et al. (2017) mengatakan bahwa dukungan sosial berpengaruh positif terhadap

intensi atau niat seseorang untuk menciptakan wirausaha sosial. Menurut Stam, Arzlanian, dan Elfring (2014) dalam Asma et al. (2019) mengatakan bahwa memiliki hubungan erat dengan orang - orang dari berbagai pihak, dapat membantu seseorang dalam mencapai sumber daya yang diinginkan sehingga mereka akan semakin meningkatkan kinerja mereka.

Berdasarkan penjelasan teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *perceived social support* merupakan cara untuk mendukung atau membantu seseorang dalam mengurangi tingkat stress yang dialami dengan memberikan ide atau saran dari orang terdekatnya, seperti teman, keluarga, rekan kerja atau organisasi sehingga mereka dapat meningkatkan kinerjanya kembali.

2.1.7 Experience

Menurut Hockerts (2017) dalam Hamdani (2022) mendefinisikan *experience* merupakan pengalaman yang pernah dilakukan sebelumnya yang diukur sebagai pengalaman bekerja yang pernah dilakukan seseorang dengan suatu organisasi di industri sosial yang dapat diasumsikan jika pengalaman bekerja sebelumnya tersebut dapat menghasilkan kedekatan dengan jenis permasalahan sosial yang akan dipecahkan selanjutnya.

Menurut Hockerts (2017), Mulyaningsih dan Veland (2017) dalam Lacap et al. (2018) berpendapat bahwa *experience* dengan masalah sosial didefinisikan sebagai pengalaman atau partisipasi seseorang dalam bekerja dengan organisasi atau organisasi sosial yang menghadapi berbagai masalah sosial.

Berdasarkan penjelasan teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *experience* merupakan pengalaman bekerja di suatu organisasi sosial yang pernah dilakukan sebelumnya dimana melalui pengalaman tersebut sudah memiliki pengetahuan dan pendekatan dengan jenis masalah yang akan dipecahkan kedepannya.

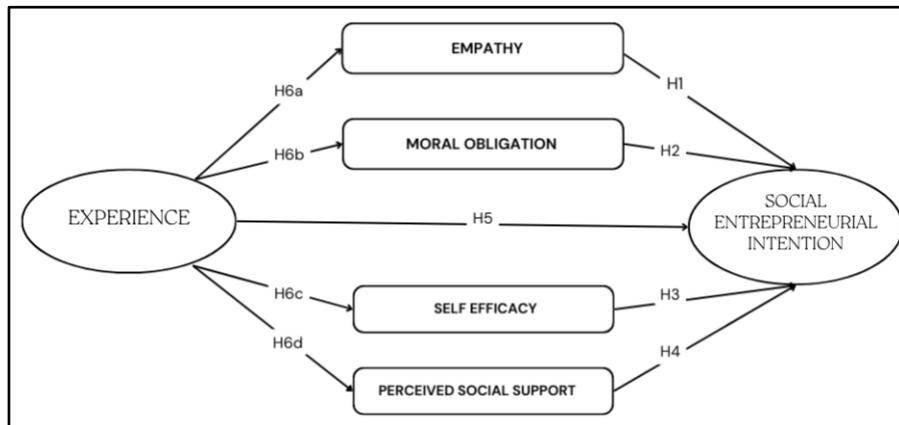
2.1.8 *Social Entrepreneurial Intention*

Niat berwirausaha Menurut Urban (2015) dalam Buana & Masjud (2020) merupakan pernyataan diri seseorang yang berkomitmen untuk menciptakan suatu usaha dimasa yang akan datang. Menurut Urban (2015), Wang et al. (2016) mengatakan bahwa hal ini dapat membantu individu dalam menyatakan keinginannya dalam mendirikan suatu usaha sebelum adanya peluang yang terjadi. Selain itu, menurut Lacap (2018) mengatakan bahwa *entrepreneurial intention* merupakan suatu minat yang mengarahkan seorang individu dalam mengimplementasikan konsep bisnis atau usaha yang unik. Keyakinan seseorang untuk dapat mendirikan dan melaksanakan suatu rencana usaha atau bisnis yang akan didirikan dimasa depan.

Niat kewirausahaan dalam konteks kewirausahaan sosial merupakan niat atau intensi seseorang untuk menciptakan usaha sosial dimasa depan. Dengan memiliki niat untuk menciptakan dan menjadi wirausahawan sosial, sangatlah penting karena dapat membantu dan memberikan nilai ekonomi dan sosial kepada masyarakat (Buana & Masjud, 2020). Tan et al. (2019) mengatakan bahwa *social entrepreneurial intention* merupakan perilaku psikologis yang mendorong minat individu dalam mendapatkan pengetahuan, inovasi atau ide baru, dan membuat suatu rencana wirausaha sosial yang pada akhirnya seseorang dapat menjadi wirausahaan sosial.

Berdasarkan penjelasan teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *social entrepreneurial intention* merupakan perilaku yang mendorong minat atau niat seseorang untuk menciptakan usaha sosial yang dapat memberikan nilai ekonomi dan sosial kepada lingkungan masyarakat.

2.2 Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelittian

Sumber: Sousa-Filho et al. (2020)

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsikan model penelitian terdahulu dari penelitian Sousa-Filho et al. (2020) untuk digunakan pada penelitian dengan judul “Pengaruh *Empathy*, *Moral Obligation*, *Self Efficacy*, *Perceived Social Support* dan *Experience* terhadap *Social Entrepreneurial Intention* pada Mahasiswa di Kota Tangerang Selatan” yang memiliki uji hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H1: Terdapat pengaruh positif antara *empathy* terhadap *social entrepreneuriaial intention*.
2. H2: Terdapat pengaruh positif antara *moral obligation* terhadap *social entrepreneurial intention*.
3. H3: Terdapat pengaruh positif antara *self efficacy* terhadap *social entrepreneurial intention*.
4. H4: Terdapat pengaruh positif antara *perceived social support* terhadap *social entrepreneurial intention*.
5. H5: Terdapat pengaruh positif antara *experience* terhadap *social entrepreneurial intention*.
6. H6a: *Empathy* memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.
7. H6b: *Moral obligation* memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.

8. H6c: *Self efficacy* memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.
9. H6d: *Perceived social support* memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.

2.3 Hipotesis

2.3.1 H1: Terdapat pengaruh positif antara *empathy* terhadap *social entrepreneurial intention*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fatoki (2019) menunjukkan bahwa *empathy* memiliki pengaruh positif terhadap *social entrepreneurial intention*. Penelitian ini menunjukkan bahwa empati adalah perasaan emosional yang dirasakan seseorang dalam memahami kebutuhan dan posisi yang dirasakan oleh orang lain dan hal ini menimbulkan niat berwirausaha sosial karena seseorang yang memiliki rasa empati yang tinggi cenderung akan membantu orang lain.

Dalam penelitian yang dilakukan Rambe dan Ndofirepi (2019) menunjukkan bahwa hasil penelitian bahwa empati memiliki pengaruh positif terhadap *social entrepreneurial intention*. Temuan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Wijaya et al. (2022) kepada 155 mahasiswa di universitas di Jakarta Barat menunjukkan bahwa *empathy* berpengaruh positif terhadap *social entrepreneurial intention* dimana *empathy* merupakan kemampuan seseorang dalam memahami dan menghargai perasaan yang dirasakan orang lain (Stein & Book, 2002). Ketika seseorang memiliki rasa empati yang tinggi maka dapat mendorong niat seseorang dalam membantu dan menyelesaikan masalah - masalah sosial yang dihadapi, sehingga semakin tinggi empati yang dimiliki maka dapat mendorong intensi atau minat untuk berwirausaha sosial.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Hamdani (2022) mengatakan bahwa *empathy* memiliki pengaruh positif terhadap *social entrepreneurial intention* dimana ketika seseorang merasakan dan memposisikan diri, memahami, dan peduli terhadap orang lain akan memunculkan intensi terhadap berwirausaha sosial.

Dari hasil uraian temuan terdahulu diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif antara *empathy* terhadap *social entrepreneurial intention*.

2.3.2 H2: Terdapat pengaruh positif antara *moral obligation* terhadap *social entrepreneurial intention*..

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Alexander & Tunjungsari (2019) menyatakan bahwa *moral obligation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *social entrepreneurial intention* dimana moral obligasi dalam konteks kewirausahaan terbentuk melalui perasaan empati dan pemikiran keputusan moral individu sehingga menciptakan rasa keinginan dan niat berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan yang dilakukan oleh Jatiningrum dkk (2021) terhadap 280 pengusaha muda di Indonesia menunjukkan jika *moral obligation* memiliki pengaruh positif terhadap *social entrepreneurial intention*. Peran *moral obligation* yang dimiliki setiap individu merupakan faktor dalam memprediksi intensi individu terhadap berwirausaha sosial melalui nilai moral yang dirasakan oleh individu tersebut (Haines et al. (2018).

Selain itu, Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Jadmiko, Utami, dan Putri (2022) terhadap 316 mahasiswa dari berbagai universitas swasta di Indonesia menunjukkan bahwa *moral obligation* memiliki pengaruh positif terhadap *social entrepreneurial intention*, melalui persepsi kewajiban mahasiswa untuk membantu kondisi masyarakat disekitar yang lebih membutuhkan dapat mendorong mahasiswa untuk menciptakan atau membantu terhadap situasi yang ada disekitar.

Dari hasil uraian temuan terdahulu diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh positif antara *moral obligation* terhadap *social entrepreneurial intention*.

2.3.3 H3: Terdapat pengaruh positif antara *self efficacy* terhadap *social entrepreneurial intention*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Younis et al. (2020) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *self efficacy* terhadap *social entrepreneurial intention* dimana pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi atas motivasi diri dalam konteks kewirausahaan sosial dan *self efficacy* yang tinggi, memiliki banyak peluang dalam membentuk niat kewirausahaan sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Tiwari et al. (2017) terhadap mahasiswa yang ada di negara India menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *self efficacy* dengan *social entrepreneurial intention*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkatan *self efficacy* diri seseorang yang tinggi dapat membentuk keyakinan seseorang untuk menciptakan usaha sosial sebagai hal yang mungkin dapat dilakukan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Khalid, Singh, dan Krishnan (2022) pada 110 kalangan lulusan mahasiswa di Kuala Lumpur menunjukkan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif terhadap *social entrepreneurial intention*. Seseorang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi, akan memiliki kepercayaan diri yang tinggi terhadap kemampuannya sendiri dalam membentuk karir kewirausahaan sosial dan mengelola suatu organisasi sosial yang lebih sukses (Karayel, 2021). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hamdani (2022) menunjukkan bahwa self mahasiswa yang mempunyai tingkat *self efficacy* yang tinggi terhadap kemampuannya ketika menghadapi suatu situasi atau tantangan dapat mendorong dan mempengaruhi intensi terhadap wirausaha sosial.

Dari hasil uraian temuan terdahulu diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3: Terdapat pengaruh positif antara self efficacy terhadap social entrepreneurial intention.

2.3.4 H4 : Terdapat pengaruh positif antara *perceived social support* terhadap *social entrepreneurial intention*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wijaya et al (2022) menunjukkan *perceived social support* memiliki pengaruh positif terhadap *social entrepreneurial intention*. Selain itu, menurut Akhter, Hossain, dan Asheq (2020) *perceived social support* memiliki pengaruh positif terhadap *social entrepreneurial intention*. Menurut Akhter, Hossain, dan Asheq (2020) bagi seorang wirausaha, dukungan dari keluarga, teman, rekan atau kerabat terdekat, infrastruktur yang dibutuhkan, dan para pengusaha memiliki peranan penting dalam membangun jaringan dan ikatan yang kuat dengan organisasi lokal yang memungkinkan seorang wirausaha melibatkan dirinya dengan kegiatan sosial.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nathanael dan Nuringsih (2020) menunjukkan bahwa *perceived social support* berpengaruh terhadap *social entrepreneurial intention*. Hasil penelitian lain yang diteliti oleh Lacap et al. (2018) juga menunjukkan bahwa dengan adanya dukungan sosial yang diberikan seseorang dapat memberikan pengaruh baik kepada orang tersebut, maka *perceived social support* secara positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap *social entrepreneurial intention*.

Dari hasil uraian temuan terdahulu diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4 : Terdapat pengaruh positif antara *perceived social support* terhadap *social entrepreneurial intention*.

2.3.5 H5: Terdapat pengaruh positif antara *experience* terhadap *social entrepreneurial intention*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hamdani (2022) menunjukkan hasil adanya hubungan positif antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*. Hal ini diukur sebagai pengalaman seseorang sebelumnya yang pernah bekerja dengan suatu organisasi disektor sosial (Hockert, 2017).

Menurut Barton, Schaefer, dan Canavati (2018) *experience* memiliki pengaruh positif terhadap *social entrepreneurial intention* dimana pengalaman seseorang menjadi sukarelawan dapat memotivasi dan membentuk sikap seseorang terhadap niat kewirausahaan sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Quan (2022) menjelaskan bahwa pengalaman sosial seseorang sebelumnya dengan masalah sosial mampu memicu kesadaran dan pengetahuan terhadap masalah sosial. Selain itu, melalui pengalaman organisasi sosial sebelumnya juga dapat memberikan *social network* menjadi lebih luas sehingga dapat membantu calon wirausaha mengidentifikasi sumber daya yang akan dibutuhkan.

Dari hasil uraian temuan terdahulu diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H5: Terdapat pengaruh positif antara *experience* terhadap *social entrepreneurial intention*.

2.3.6 H6a: Empathy memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Asma et al. (2019) menunjukkan bahwa *empathy* memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention* dimana empati dianggap sebagai salah satu faktor pendorong terhadap usaha sosial. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hockerts (2015) menunjukkan bahwa *empathy* memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.

Menurut Kraus dkk (2014) menjelaskan bahwa dalam menciptakan *social value* untuk organisasi, *empathy* dapat menjadi salah satu faktor penting dalam berwirausaha sosial. Melalui pengalaman organisasi sosial sebelumnya terhadap suatu keinginan untuk membantu orang yang membutuhkan, dapat meningkatkan empati yang dirasakan terhadap orang lain yang mengalami kebutuhan tersebut (Schlaegel & Koenig, 2014).

Dari hasil uraian temuan terdahulu diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H6a: Empathy memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.

2.3.7 H6b: Moral obligation memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.

Penelitian yang dilakukan oleh Asma et al. (2019) menunjukkan bahwa *moral obligation* memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*. Temuan lainnya yang dilakukan oleh Alexander & Tunjungsari (2019) menunjukkan bahwa terdapat hubungan mediasi *moral obligation* antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*. Melalui pengalaman sosial seseorang dan penilaian moral diri yang tinggi terhadap nilai - nilai moral dapat mempengaruhi pada pembentukan niat untuk melakukan usaha sosial (Kibler & Kautonen, 2016).

Dari hasil uraian temuan terdahulu diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H6b: *Moral obligation* memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.

2.3.8 H6c: Self efficacy memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Asma et al. (2019) menunjukkan bahwa *self efficacy* memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Filho et al. (2020) dimana *self efficacy* ditemukan memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.

Menurut Ip et al. (2020) menjelaskan bahwa dari pengalaman yang pernah diikuti sebelumnya, individu dapat mengamati dan belajar dari para mentor atau pengusaha yang telah diamati sebelumnya. Dalam penelitian yang dilakukan

oleh Hockerts (2015) mengatakan bahwa pengalaman sosial sebelumnya dapat memperkirakan tingkat *self efficacy* terhadap niat kewirausahaan sosial lebih tinggi dimana melalui pengalaman pribadi dapat menghasilkan informasi yang dapat dijadikan sebagai acuan terhadap penilaian individu atas pengetahuan dan kemampuannya sendiri.

Dari hasil uraian temuan terdahulu diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H6c: *Self efficacy* memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.

2.3.9 H6d: *Perceived social support* memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ip et al. (2020) menunjukkan bahwa *perceived social support* memediasi hubungan antar *experience* dan *social entrepreneurial intention*. Selain itu, temuan penelitian yang dilakukan oleh Alexander & Tunjungsari (2019) kepada 350 mahasiswa fakultas ekonomi di Universitas Tarumanegara menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara pengalaman sebelumnya dengan intensi kewirausahaan sosial yang di mediasi oleh dukungan sosial dimana dalam konteks kewirausahaan sosial, seseorang akan mengevaluasi dukungan yang diterima dari orang - orang disekitar mereka. Dukungan yang diterima dapat berasal dari keluarga, teman, rekan kerja atau suatu organisasi dari pengalaman bekerja sebelumnya (Drayton (2002).

Dari hasil uraian temuan terdahulu diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H6d: *Perceived social support* memediasi hubungan antara *experience* dan *social entrepreneurial intention*.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Manfaat Penelitian
1	Sousa-Filho et al	Science Direct Vol 14 (2020)	Determinants of Social Entrepreneurial Intentions in a Developing Country Context	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal utama dalam penelitian.
2	Fatoki, O. (2019)	Journal of Economics and Behavioral Studies, 10(6A(J), 72-80.	Determinants of Social Entrepreneurial Intentions of University Students in South Africa.	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana empathy berpengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention.
3	Jatiningrum, Utami, Norawati, & Silvany (2021)	Eco-Bus (Economic and Business) Vol. 4 No. 2 (2021)	Intensi Kewirausahaan Sosial Muda di Indonesia: Studi Masa Pandemi Covid19.	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana moral obligation memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention.
4	Younis et al (2020)	Journal of Public Affairs. 2020;e2124.	Impact Of Positivity and Empathy on Social Entrepreneurial Intention The Moderating Role of Perceived Social Support.	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana self efficacy memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention.
5	Wijaya et al (2022)	Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan. Vol. 04, No. 02, April 2022	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Empati, dan Dukungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Sosial Mahasiswa.	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana perceived social support memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention

6	Akhter, Hossain, & Asheq (2020)	Journal of Asian Finance, Economics and Business. Vol 7 No 8 (2020) 645-651	Influential Factors of Social Entrepreneurial Intention in Bangladesh	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana perceived social support memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention
7	Hamdani (2022)	Radiant; Journal of Applied, Social, and Education Studies. Vol 3 No. 2 (2022)	The Effect of Past Experience, Empathy, Efficacy and Social Support on Social Entrepreneurial Intentions	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana experience memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention
8	Asma et al (2019)	Wiley Library (2019)	Determinants of social entrepreneurial intentions for educational programs	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam meneliti hipotesis empathy memediasi hubungan antara experience dan social entrepreneurial intention.
				Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam meneliti hipotesis moral obligation memediasi hubungan antara experience dan social entrepreneurial intention.
				Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana self efficacy memediasi hubungan antara experience dan social entrepreneurial intention.

9	Alexander & Tunjungsari (2019)	Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan Vol. 1 No. 3 (2019)	Pengaruh Mediasi Terhadap Pengalaman Sebelumnya Dengan Intensi Berwirausaha Sosial	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana perceived social support memediasi hubungan antara experience dan social entrepreneurial intention.
10	Rambe & Ndofirepi (2019)	Journal of Social Entrepreneurship	Explaining Social Entrepreneurial Intentions among College Students in Zimbabwe	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana empathy memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention.
11	Wijaya et al (2022)	Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan. Vol. 04, No. 02, April 2022	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Empati, dan Dukungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Sosial Mahasiswa	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana empathy memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention.
12	Alexander & Tunjungsari (2019)	Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan Vol. 1 No. 3 (2019)	Pengaruh Mediasi Terhadap Pengalaman Sebelumnya Dengan Intensi Berwirausaha Sosial	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana moral obligation memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention
13	Tiwari et al. (2017)	<i>Journal of Social Entrepreneurship</i> , 8(2), 165–185.	The role of emotional intelligence and self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial intentions.	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana self efficacy memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention

14	Khalid, Singh, & Krishnan (2022)	International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB), 7(43), 437 - 453.	Effect of Self Efficacy, Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Attitudes on Social Entrepreneurship Intention Among Graduates	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana self efficacy memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention
15	Akhter, Hossain, & Asheq (2020)	Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 7 No 8 (2020) 645–651	Influential Factors of Social Entrepreneurial Intention in Bangladesh	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana Perceived social support memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention.
16	Nathanael & Nuringsih (2020)	Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan: Vol. 2 No. 1 (2020)	Social Support, Personality Traits, Social Innovation Mempengaruhi Intensi Kewirausahaan Sosial: Entrepreneurial Attitude Sebagai Mediasi	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana Perceived social support memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention.
17	Barton, Schaefer, & Canavati (2018)	Entrepreneurial Business and Economics Review, 6(1), 9-35	To Be or Not to Be a Social Entrepreneur: Motivational Drivers amongst American Business Students	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana Experience memiliki pengaruh positif terhadap social entrepreneurial intention.
18	Hockerts, K. (2015)	Sage Journal, Vol 41(1), 105-130.	Determinants of Social Entrepreneurial Intentions.	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana self efficacy memediasi hubungan antara experience dan social entrepreneurial intention.

19	Alexander & Tunjungsari (2019)	Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan Vol. 1 No. 3 (2019)	Pengaruh Mediasi Terhadap Pengalaman Sebelumnya Dengan Intensi Berwirausaha Sosial	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian hipotesis dimana perceived social support memediasi hubungan antara experience dan social entrepreneurial intention.
----	--------------------------------	---	--	--

Sumber : Data Olah Penulis (2024)

