

Article history:

Received: 02 November 2021;
Revised: 08 November 2021;
Accepted: 14 November 2021;
Available online: 15 Desember 2021

Intensi Kewirausahaan Sosial Wirausaha Muda di Indonesia: Studi Masa Pandemi Covid-19

Citrawati Jatiningrum¹, Bernaditha H. S. Utami², Suarni Norawati³, Silvany⁴

¹²STMIK Pringsewu

³⁴Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bangkinang

citrawati1980@gmail.com, ind.indri1245@gmail.com

Kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) menjadi solusi menghadapi perekonomian yang terpuruk pada saat pandemi Covid-19 di Indonesia. Penelitian ini bertujuan menginvestigasi determinan faktor intensi kewirausahaan sosial para wirausaha muda di Indonesia. Berbagai faktor diuji untuk membuktikan motivasi yang mendorong para pengusaha melakukan kewirausahaan sosial. Penelitian ini menggunakan survei sebanyak 280 para pengusaha muda. Analisis pada penelitian ini menggunakan metode statistik SEM. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa kewajiban moral, *self-efficacy* kewirausahaan dan dukungan sosial sebagai faktor penentu intensi kewirausahaan sosial. Hasil temuan ini memberikan bukti faktor penentu yang mempengaruhi kewirausahaan sosial yang perlu untuk pembinaan berkelanjutan sebagai salah satu solusi bisnis di masa pandemi dan akan meningkatkan perekonomian di Indonesia.

Keywords: Kewirausahaan Sosial, Pengalaman Kewirausahaan, Kewajiban Moral, Self-Efficacy, Dukungan Sosial

Introduction

Kondisi perekonomian Indonesia mengalami dekonstruksi akibat dampak pandemi Covid-19. Berdasarkan data *Institute for Development of Economics and Finance (Indef)*, perekonomian Indonesia menunjukkan perlambatan yang signifikan bahkan mengalami kontraksi pada kondisi awal pandemi. Hal ini terlihat dari pertumbuhan ekonomi yang melambat hingga di bawah 5% sepanjang tahun 2020 hingga akhir tahun 2020. Kondisi pandemi di Indonesia menambah berat perjalanan Indonesia untuk keluar dari *middle income trap*. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, ekonomi Indonesia pada tahun 2020 minus 2,07% yang diiringi dengan peningkatan jumlah angka pengangguran sebanyak 2,67 juta orang. Dengan demikian, jumlah angkatan kerja di Indonesia yang menganggur menjadi sebesar 9,77 juta orang. Peningkatan jumlah pengangguran pun turut membuat jumlah penduduk miskin mengalami peningkatan.

Sejak mulai masuknya pandemi Covid-19 di Indonesia yang berdampak pada hampir seluruh aspek kehidupan, terlihat melambatnya laju perekonomian, kondisi pasar yang lesu, produktivitas dan omzet yang menurun sebagai akibat dari melemahnya daya beli masyarakat. Diantaranya produksi yang menurun yang berdampak pada penurunan omzet yang diperkirakan mencapai 70% dan ditambah lagi dirumahnya sejumlah karyawan (Saragih & Elishabeth, 2020) Hal inilah yang mendorong para pengusaha untuk melakukan kewirausahaan sosial yang sejatinya

¹Correspondent: Citrawati Jatiningrum. STMIK Pringsewu. Jl. Wisma Rini No. 09 Pringsewu, Bandar Lampung- Indonesia. citrawati1980@gmail.com

adalah strategi alternatif yang tepat dan sangat dibutuhkan pada kondisi pandemi. Selain itu pula para wirausaha sosial bertahan di kondisi tersebut bukanlah suatu hal yang mudah.

Isu dan ketertarikan akademisi terhadap studi kewirausahaan sosial saat ini sedang berkembang didiskusikan. Kewirausahaan sosial sebagai salah satu media dalam peningkatan ekonomi rakyat terutama pada Kondisi Pandemi Covid-19 di Indonesia yang memberi dampak kepada semua lini terutama pada perekonomian Indonesia. Penelitian ini dilatarbelakangi konsep yang diusung oleh kewirausahaan sosial. Howorth (2006) memaparkan bahwa kewirausahaan sosial yang secara umum mengacu kepada aspek yang sangat penting yaitu manusia, keuntungan dan lingkungan, sehingga kehadirannya mampu menjawab berbagai persoalan sosial. Keberadaan kewirausahaan sosial mampu memberi dampak positif yang berkelanjutan. Wirausahawan sosial melihat peluang dan kemudian menciptakan nilai bagi masyarakat termasuk peningkatan pendapatan/kesejahteraan sehingga disebut juga sebagai agen perubahan. Peranan wirausaha sosial diharapkan mampu memberikan dampak menguntungkan bagi masyarakat dan lingkungan. Model teoritis intensi kewirausahaan sosial tumbuh dalam diskusi literatur dan menjadi isu yang dikembangkan oleh para peneliti. Littlewood & Holt, (2015) mengemukakan bahwa kewirausahaan dengan tujuan sosial terus meningkat. Kewirausahaan sosial telah menggabungkan tujuan sosial dan ekonomi sebagai kekuatan pendorong utama dalam transformasi bisnis. Sejumlah penelitian memiliki bukti empiris berkaitan dengan kewirausahaan sosial (Krueger et al., 2000; Ayob et al. 2013; Ip et al., 2017; Hockerts, 2017; Tran, 2018). Menurut Krings (2015), kewirausahaan sosial menawarkan potensi perubahan dengan berkreasi yang berfokus pada keberlanjutan, akuntabilitas, dan pembelajaran dalam bisnis, serta dengan keragaman dan kompleksitas nilai-nilai sosial, yang dapat menciptakan peluang untuk berubah. Berbagai penelitian mengidentifikasi dan memanfaatkan potensi pengusaha muda yang fokus pada kewirausahaan sosial menjadi penting di negara berkembang (Noerhartati et al, 2019) Penelitian sebelumnya telah menguji bahwa variabel demografi berpengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan sosial (Wilson et al, 2007; Matlay, 2008). Kewirausahaan sosial memiliki eksplorasi yang cepat, minat dalam isu ini di seluruh dunia. Kewirausahaan sosial dikembangkan dan dirangsang pada proses kewirausahaan yang menyediakan alat yang diperlukan untuk memulai usaha baru (Postigo & Tomborini, 2002). Studi tentang kewirausahaan sosial tumbuh dan berkembang cepat untuk mengkonfirmasi peran positif mengidentifikasi faktor intensi kewirausahaan sosial dan akan menghasilkan perilaku kewirausahaan pada pengusaha muda (Movahedi & Charkhtabian, 2013; Yu & Wang, 2019).

Kewirausahaan sosial sangat bermanfaat bagi masyarakat miskin, umumnya dengan menyediakan sarana mata pencaharian serta alternatif untuk bekerja berdasarkan misi sosial dan semangat melayani (Saragih & Elishabeth, 2020). Pengusaha sosial selain mendapatkan keuntungan dari bisnisnya, juga ingin memberikan solusi terhadap permasalahan yang sedang terjadi. Kewirausahaan sosial di Indonesia antara lain Pengelolaan Sampah Rumah Tangga / Bank sampah, Pabrik daur ulang limbah yang dikelola untuk memperoleh penghasilan bagi masyarakat. Bidang kesehatan, praktek layanan kesehatan murah bagi masyarakat pedesaan, jasa konsultasi kesehatan mental. Bidang antara lain pelatihan marketing online bagi masyarakat pedesaan, Usaha produksi padat karya. Bidang Pertanian antara lain penyewaan alat-alat pertanian bagi masyarakat miskin, pengelolaan pupuk kompos, pertanian bagi masyarakat urban/kota dan lainnya.

Saat ini para pengusaha muda telah banyak melakukan wirausaha yang berkontribusi kepada masyarakat luas dan lingkungan. Pengusaha muda meskipun pada usia muda dalam hal bisnis profesional mereka memiliki sumber kompetensi dan keterampilan lain yang dapat berkontribusi pada kemampuan kewirausahaan yang dirasakan. Perilaku kewirausahaan masa lalu juga merupakan faktor penting sebagai stimulus untuk mendorong keputusan kewirausahaan (Delmar & Davidsson, 2000; Ucbasaran et al., 2009). Juster (1975) menegaskan bahwa pengalaman

kewirausahaan merupakan penentu utama dalam upaya memperoleh pendapatan individu. Dalam konteks pengusaha muda pengaruh mereka terhadap intensi berwirausaha adalah pengalaman bisnis profesional (Teixera & Forte, 2017) dan berbagai factor lainnya dalam kewirausahaan (Krueger, 2003). Oleh karena itu, pengetahuan dan keterampilan yang berkaitan dengan pengalaman juga merupakan elemen kognitif yang mempengaruhi penciptaan usaha (Shane et al., 2012).

Berdasarkan pembahasan diatas penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengalaman berwirausaha dengan menggabungkan beberapa faktor determinan yang juga mempengaruhi intensi berwirausaha sosial, sehingga faktor-faktor tersebut berperan sebagai mediasi. Penelitian ini mengkaji pengalaman berwirausaha, kewajiban moral, efikasi diri berhubungan kepada intensi melakukan kewirausahaan sosial. Meskipun demikian, Ernst (2011) menyatakan bahwa penelitian di bidang kewirausahaan sosial yang berfokus pada intensi kewirausahaan sosial masih tahap awal. Ini menyimpulkan bahwa penelitian tentang intensi kewirausahaan sosial masih dalam tahap awal dan perlu untuk lebih dieksplor. Penelitian kewirausahaan sosial masih diperlukan, khususnya dalam karya kuantitatif.

Literature Review

Pengalaman Kewirausahaan dan Intensi Kewirausahaan Sosial

Secara khusus, pengalaman kewirausahaan dapat meningkatkan keterampilan dalam bisnis, negosiasi dan mengatasi masalah sosial. Oleh karena itu, pengalaman seseorang berwirausaha dapat meningkatkan kemampuannya pada saat melakukan usaha. Secara khusus, kewirausahaan adalah proses mengidentifikasi peluang, mengumpulkan sumber daya dan mengaturnya serta mengadaptasi strategi untuk memanfaatkan peluang yang ada. Selain itu, pengalaman adalah salah satu dari beberapa faktor yang mempengaruhi pengakuan peluang (Shane et al. 2012). Studi empiris mendokumentasikan bahwa pengalaman sebelumnya mempengaruhi *self-efficacy* kewirausahaan (Boyd & Vozikis, 1994). Keefektifan kewirausahaan yang dirasakan adalah ukuran kognitif dan mirip dengan persepsi kelayakan Shapero (1982) dan kontrol perilaku persepsian Ajzen (1991). Pengalaman perilaku kewirausahaan merupakan stimulus penting untuk keputusan aktual untuk terlibat dalam kewirausahaan (Delmar & Davidsson, 2000; Ucbasaran et al., 2010; Tran, 2018). Dell McStay (2008) menegaskan bahwa pengalaman berwirausaha sebelumnya akan meningkatkan keinginan seseorang untuk menjadi wirausaha dan ia akan lebih percaya diri untuk menjadi wirausaha. Noerhatati et al. (2020) membuktikan bahwa pengalaman kewirausahaan sangat berpengaruh kepada kelangsungan usaha dalam berwirausaha sosial seseorang. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Pengalaman kewirausahaan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha sosial

Kewajiban Moral dan Intensi Kewirausahaan Sosial

Mair dan Noboa (2006) menyatakan bahwa persepsi seseorang tentang kontrol eksternal merupakan anteseden penting dari intensi. Menekankan kewajiban moral melalui peningkatan kesadaran sosial dan peningkatan tanggung jawab intensi dan perilaku prososial (De Groot & Steg, 2009). Kewajiban moral adalah kontribusi untuk memecahkan masalah sosial karena norma moral yang dirasakan (Hockerts, 2015). Selain itu, Bornstain (1998) sangat menekankan bahwa kewirausahaan sosial memiliki serat moral yang tinggi (Bornstein, 1998) Dengan demikian, kewirausahaan sosial juga perlu menunjukkan kecerdasan moral dan nilai-nilai moral pribadi (Hemingway, 2005; Plaskoff, 2012). Yiu et al.. (2014) juga menyatakan bahwa nilai moral individu merupakan atribut penting bagi kewirausahaan sosial. Hockerts (2015) dengan mengacu pada Haines et al., (2008) mengidentifikasi intensi kewajiban moral untuk diposisikan sebagai proksi untuk memprediksi intensi kewirausahaan sosial. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Kewajiban moral berpengaruh positif terhadap Intensi berwirausaha sosial

Self Efficacy Kewirausahaan dan Intensi Kewirausahaan Sosial

Self-efficacy didefinisikan sebagai persepsi kemampuan individu untuk mencapai tindakan yang diinginkan (Bandura, 1977). Individu memiliki keyakinan dalam kemampuan mereka untuk memobilisasi sumber daya dan mengambil tindakan. Sedangkan, efikasi diri wirausaha adalah kemampuan yang dirasakan oleh pengusaha untuk melakukan pekerjaan yang relevan dengan kewirausahaan (Mair & Noboa, 2006). Hockerts (2017) menegaskan bahwa kepercayaan individu terhadap kemampuannya akan dapat memprediksi intensi kewirausahaan sosial. Temuan empiris masih belum konklusif tentang dampak efikasi diri kewirausahaan pada intensi kewirausahaan sosial. Hockerts (2017) menemukan bahwa efikasi diri kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha sosial. Namun, Ip et al. (2017) tidak menemukan hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Namun, tingkat efikasi diri yang tinggi membantu seseorang untuk memahami kelayakan usaha sosial baru (Mair & Noboa, 2016). Zhao et al. (2005), Oosterbeek et al. (2008), dan Lucas & Cooper (2004) memberikan bukti empiris bahwa efikasi diri kewirausahaan pengaruh pembelajaran kewirausahaan pada intensi. Oleh karena itu, hipotesisnya sebagai berikut:

H3: *Self Efficacy* berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha sosial

Dukungan Sosial dan Intensi Kewirausahaan Sosial

Dukungan sosial dapat dianggap sebagai bantuan dan dukungan yang diharapkan dari teman dan lingkungan terdekat untuk menjadi wirausaha sosial. Dukungan ini membuat orang percaya bahwa mereka memiliki kompetensi yang memadai dan lebih layak untuk mengejar karir mereka sebagai pengusaha Liñán & Santos (2007). Hockerts (2017), menunjukkan bahwa dukungan yang dirasakan (seperti akses permodalan, ketersediaan informasi bisnis) memungkinkan seseorang membuat keputusan untuk memulai bisnis baru. Dukungan yang dirasakan ini memiliki dampak yang signifikan terhadap kewirausahaan sebagai pilihan karir. Dalam kondisi kewirausahaan sosial mendapat dukungan sosial atau koneksi sosial dari orang lain yang memiliki latar belakang beragam, mungkin dapat meningkatkan kinerja perusahaan mereka (Stam et al. 2014). Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H4: Dukungan sosial berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha sosial

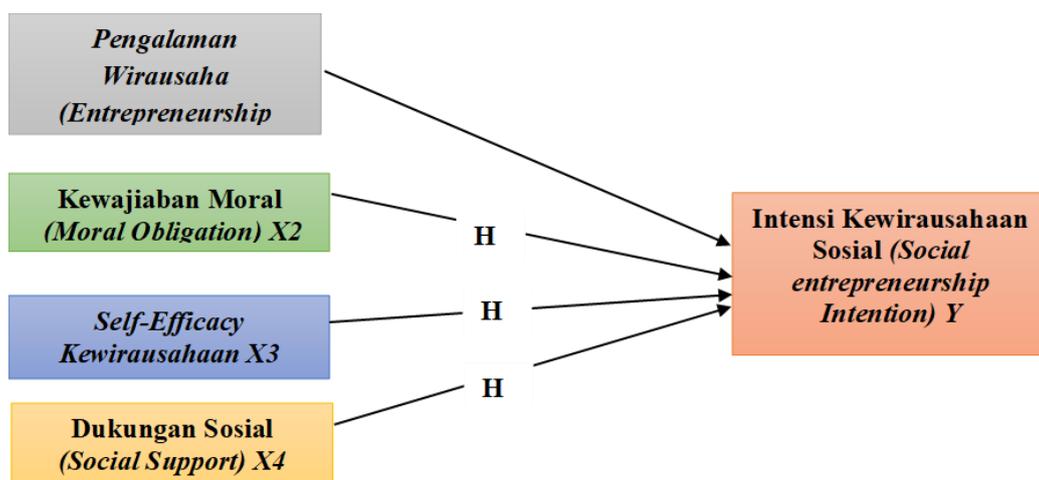


Figure 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Methods

Data dan Responden

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif melalui kuesioner yang diadopsi dari Hockerts (2017); Ip et al.. (2017) dan Trans (2018). Kuesioner disebar dan dikumpulkan melalui *email* dan media sosial. Kuesioner menggunakan skala Likert, dengan interval 1 (satu) sampai dengan 5 (lima). Kemudian data diolah dan dianalisis menggunakan metode statistik SEM. Populasi dalam penelitian ini adalah para wirausaha muda yang ada di Provinsi Lampung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan beberapa kriteria, 1) wirausaha muda yang memiliki kewirausahaan sosial 2) memiliki wirausaha lebih dari 2 tahun dan memiliki omset yang baik selama pandemi. Dalam penelitian ini para wirausaha muda lebih memilih menjadi wirausaha karena memiliki pengalaman kewirausahaan. Jumlah total responden dalam penelitian ini adalah 280 responden.

1. Definisi Variabel dan Operasionalisasi variabel

Table 1. Variabel, Definisi dan Literatur Pendukung

No	Variabel	Definisi	Literatur
1	Pengalaman Kewirausahaan (<i>Entrepreneur Experience</i>) X1	Pengalaman kewirausahaan didefinisikan sebagai batu loncatan pertama untuk kewirausahaan dalam konteks sosial karena dapat memperkuat usaha baru dengan kemampuan kognitif pada khususnya. Dengan kata lain bahwa pengalaman dan keterampilan merupakan dasar dari kewirausahaan sosial seperti halnya dalam kewirausahaan bisnis	Bill Drayton (2004); Murphy and Coombes (2009); Trinh (2018)
2	Kewajiban Moral (<i>Moral Obligation</i>) X2	Kewajiban moral didefinisikan sebagai rasa tanggung jawab individu untuk melakukan kegiatan yang selaras dengan norma-norma sosial ketika menghadapi tantangan moral. Perasaan ini dirasakan ketika seseorang secara moral berkewajiban untuk berkontribusi memecahkan masalah sosial karena norma moral yang dirasakan	Beck & Ajzen (1991); Hockerts, (2017).
3	<i>Self-efficacy</i> Kewirausahaan X3	<i>Self-efficacy</i> adalah keyakinan bahwa seseorang memegang kemampuan dan hasil yang akan diperoleh dari kerja keras mereka mempengaruhi cara mereka berperilaku. <i>Self-efficacy</i> pada kewirausahaan khususnya disarankan untuk memasukkan keterampilan yang dibutuhkan untuk menciptakan usaha baru	Bandura (1997); McGee et al., (2009)
4	Dukungan Sosial (<i>Social Support</i>) X4	Dukungan sosial sangat penting karena membantu individu untuk mencapai hasil dari kewirausahaan sosial tertentu. Dalam mengidentifikasi kelayakan kewirausahaan sosial juga mempertimbangkan dukungan orang lain termasuk keluarga dan teman-teman mereka	Bornstein, (1998); Hockerts, 2015)
5	Intensi Kewirausahaan Sosial (<i>Social entrepreneurship Intention</i>) Y	Intensi Kewirausahaan Sosial didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan tindakan tertentu yang dapat cenderung untuk memulai bisnis baru atau mengarah pada penciptaan nilai-nilai inti baru dalam organisasi yang sudah mapan. Selain itu dapat digambarkan sebagai niat individu untuk menciptakan usaha sosial baru	Thompson (2009); Khuong & An (2016); Tran & Von (2018) Ip et al. (2017). Liñán & Chen (2009)

Metode Analisis

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis statistik *Structural Equation Model* (SEM). SEM digunakan untuk menganalisis data dari jawaban responden yang memiliki indikator variabel yang kompleks (Hair, 2017), menguji variabel yang tidak dapat diamati atau variabel laten, dan memperkuat kesesuaian model secara keseluruhan (Gudono, 2012). SEM merupakan metode yang lebih tepat untuk analisis multivariat dengan banyak variabel. Aturan yang berlaku pada metode SEM adalah peneliti harus menggunakan minimal 200 variabel dengan jumlah data yang minimal (Kock & Hadaya, 2018). Model struktural mewakili hubungan antara variabel laten.

Results

1. Respondents Demographics

Table 2. Demografi Responden

Information		N	Total	%	
Gender	Laki-Laki	122	280	43.6	100
	Wanita	158		56.4	
Age	18-25 tahun	62	280	22.1	100
	26-35 tahun	116		41.2	
	36 -45	102		36.7	
Latar Belakang Pendidikan	SMU/D3/ D4	104	280	37.2	100
	S1	176		62.8	

Tabel demografi responden disajikan pada Table 2 yang melibatkan para wirausaha yang melakukan kewirausahaan sosial. Responden terpilih yang memiliki pengalaman wirausaha sosial berjumlah 280 orang.. Tabel 2 menunjukkan informasi demografi responden, dengan ringkasan bahwa persentase tertinggi responden laki-laki (43,6%) dibandingkan wanita (56,4%). Sedangkan mayoritas responden didominasi oleh pengusaha usia 26-35 tahun (41,2%), dengan tingkat pendidikan sarjana mendominasi para pengusaha muda (62,8%). Artinya usia produktif memiliki intensi berwirausaha sosial yang lebih tinggi.

2. Factor Loading and Reability

Table 3. Indikator, Factor Loading, AVE, CR dan Reability

Indikator	Faktor Loding	AVE	CR	Informasi
Pengalaman Kewirausahaan				
X1.1 Memulai usaha bisnis baru	0.745	0.785	0.774	Valid
X1.2 Pengembangan pasar baru	0.803			Valid
X1.3 Pengembangan produk baru	0.771			Valid
X1.4 Kewirausahaan sosial	0.765			Valid
Kewajiban Moral				
X2.1 Ini adalah tanggung jawab etis untuk membantu orang yang kurang beruntung daripada diri kita sendiri	0.835	0.824	0.781	Valid
X2.2 Kami secara moral berkewajiban untuk membantu orang-orang yang kurang beruntung secara sosial	0.793			Valid
X2.3 Keadilan sosial mengharuskan kita membantu mereka yang kurang beruntung dari diri kita sendiri	0.771			Valid
X2.4 Ini adalah salah satu prinsip masyarakat kita bahwa kita harus membantu orang-orang yang kurang beruntung secara sosial	0.738			Valid

eCo-Buss

Self Efficacy Kewirausahaan				
X3.1 Saya yakin bahwa saya secara pribadi dapat memberikan kontribusi untuk mengatasi tantangan masyarakat jika saya menaruh pikiran saya untuk itu.	0.752			Valid
X3.2 Saya bisa mencari cara untuk membantu memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat	0.766	0.795	0.732	Valid
X3.3 Memecahkan masalah sosial adalah sesuatu yang kita masing-masing dapat berkontribusi.	0.857			Valid
Dukungan Sosial				
X4.1 Orang-orang akan mendukung saya jika saya ingin memulai sebuah organisasi untuk membantu orang-orang yang terpinggirkan secara sosial.	0.795			Valid
X4.2 Jika saya berencana untuk mengatasi masalah sosial yang signifikan, orang akan mendukung saya	0.773	0.825	0.710	Valid
X4.3 Dimungkinkan untuk menarik investor bagi organisasi yang ingin memecahkan masalah sosial.	0.838			
Intensi Kewirausahaan Sosial				
Y1.1 Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi wirausaha sosial	0.825			Valid
Y1.2 Tujuan profesional saya adalah menjadi wirausaha sosial	0.763			Valid
Y1.3 Saya akan melakukan segala upaya untuk memulai dan menjalankan usaha sosial saya sendiri	0.741	0.845	0.775	Valid
Y1.4 Saya bertekad untuk membuat perusahaan sosial di masa depan	0.765			Valid
Y1.5 Saya memiliki niat yang kuat untuk memulai usaha sosial suatu hari nanti	0.838			Valid

Table 3 menunjukkan bahwa hasil model pengukuran. Langkah ini untuk menilai kembali keandalan indikator individu dengan memeriksa langkah-langkah pemuatan pada konstruk laten yang sesuai. Semua indikator pemuatan melebihi 0,7, menunjukkan hubungan yang memadai antara indikator dan konstruksi. Selanjutnya nilai rasio CR untuk masing-masing variabel berada di atas 0,7. Konstruk laten juga membuktikan validitas konvergen karena AVE diekstraksi melalui konstruk di atas 0,7.

Table 4 Kontruk dan Cronbach's Alpha

<i>Construct Former</i>	<i>Cronbach's alpha (a)</i>
Pengalaman Kewirausahaan	0.843
Kewajiban Moral	0.762
Self Efficacy kewirausahaan	0.781
Dukungan Sosial	0.854
Intensi Kewirausahaan sosial	0.827

Table 4 hasil dari pengujian *Cronbach's Alpha* untuk mengukur konsistensi data. Berdasarkan hasil diatas nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap konstruk lebih besar dari 0,7, hal ini menunjukkan konsistensi internal yang lebih besar menegaskan kembali bahwa konsistensi renspons.

3. Hasil Uji Hipotesis

Analisis Data diolah dan menggunakan pendekatan statistik. Pengujian hipotesis menggunakan uji statistik persamaan struktural model (SEM) dari perhitungan bobot regresi melalui nilai rasio kritis kausalitas (CR), dan perhitungan pengaruh tidak langsung standar.

Pengujian menggunakan model persamaan struktural (SEM) dengan teknik statistik AMOS dapat dilihat pada Table 4. Berikut adalah hasil pengujiannya:

Table 4. Hasil Pengujian Hubungan Kausal

Hubungan Kausal	Estimasi	C.R.	P-value	Keterangan
H1 : Pengalaman _Kewirausahaan → Intensi_Kewirausahaan Sosial	0.518	6.748	***	Supported
H2 : Kewajiban_Moral → Intensi_Kewirausahaan Sosial Social _ Entrepreneurship Intention	0.392	4.380	**	Supported
H3: <i>Self_Efficacy</i> → Intensi_Kewirausahaan Sosial	0.657	7.512	***	Supported
H4: Dukungan Sosial → Intensi_Kewirausahaan Sosial	0.441	5.473	***	Supported

*, **, ***, *significansi* 0,1, 0,05, 0,001

Berdasarkan Table 4 menunjukkan hasil pengujian hubungan langsung antara pengalaman berwirausaha dengan kewirausahaan sosial (H1) pada signifikansi dengan *p-value* 0,001. Bukti ini sesuai dengan Boyd dan Vozikiz (1994) yang menyatakan bahwa pengalaman berwirausaha mempengaruhi perilaku wirausaha masa lalu merupakan stimulus penting bagi keputusan aktual untuk terlibat dalam wirausaha (Delmar & Davidsson, 2000; Ucbasaran et al., 2009; Tan, 2018). Dalam penelitian ini hasilnya menunjukkan adanya pengaruh positif kewajiban moral terhadap intensi berwirausaha sosial. Berdasarkan tabel 4 hipotesis (H2) didukung pada signifikansi dengan *p-value* 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa pengusaha yang memiliki rasa tanggung jawab sosial yang tinggi akan semakin berintensitas untuk menjadi wirausaha sosial di bisnis start-up. Penelitian ini mendukung Hockerts (2017) dan Yiu et al. (2014) yang menyatakan bahwa nilai moral individu merupakan faktor penting bagi kewirausahaan sosial. Haines et al.. (2008) juga menunjukkan bahwa intensi kewajiban moral merupakan anteseden untuk memprediksi intensi kewirausahaan sosial.

Hasil hipotesis (H3) menunjukkan bahwa efikasi diri (*self-efficacy*) kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha sosial pada *p-value* 0,001 atau hipotesis didukung. Artinya mahasiswa yang menunjukkan kompetensi kewirausahaan sejak dini akan mengembangkan intensi berwirausaha di masa dewasa karena mereka lebih percaya diri menjadi pengusaha sukses. Hockerts (2017) menemukan bahwa *self-efficacy* kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha sosial. Selanjutnya, untuk hasil hipotesis (H4) menunjukkan bahwa hubungan antara dukungan sosial dengan intensi berwirausaha sosial berpengaruh positif pada *p-value* 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan sosial akan membantu orang-orang yang terpinggirkan secara sosial dan investor untuk sebuah organisasi atau usaha yang ingin memecahkan masalah sosial. Hasil ini mendukung Liñán & Santos (2007); Hockerts (2017), yang menyatakan bahwa dukungan yang dirasakan memungkinkan seseorang untuk membuat keputusan untuk memulai bisnis sosial baru dan berdampak pada pilihan karir kewirausahaan mereka.

Pengusaha yang memiliki pengalaman dalam kegiatan sosial akan memikirkan kelompok yang kurang beruntung secara sosial, dan berusaha menempatkan diri, serta menumbuhkan rasa kasih sayang terhadap kelompok yang kurang beruntung dan terpinggirkan secara sosial (Noerhartati et al, 2019). Pengusaha yang memiliki pengalaman dalam kegiatan sosial sebelumnya, memiliki tanggung jawab etis untuk membantu orang yang kurang beruntung dan secara moral berkewajiban untuk membantu mereka. Hasil penelitian ini mendukung (Hockerts, 2017); Shumate et al. (2014) dan Mair dan Noboa (2006) yang menyatakan bahwa pengalaman sebelumnya berdampak positif terhadap empati dan kewajiban moral wirausahawan yang pada akhirnya akan menumbuhkan intensi untuk berwirausaha sosial.

Pada kondisi pandemi dan pasca pandemi Covid-19, kewirausahaan sosial merupakan salah satu alternatif solusi dalam memperbaiki perekonomian di Indonesia. Kewirausahaan sosial sangat bermanfaat bagi masyarakat miskin, umumnya dengan menyediakan sarana mata pencaharian serta menawarkan alternatif untuk bekerja berdasarkan misi sosial dan semangat melayani. Kewirausahaan sosial yang telah dilakukan oleh para pengusaha muda di Indonesia cenderung beroperasi dengan tujuan menciptakan nilai bagi masyarakat dan juga menghasilkan pendapatan. (Dewanto, 2013; Saragih & Eisabeth, 2020)

Conclusion

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha sosial pada para pengusaha muda di Indonesia. Temuan utama pada hubungan langsung menunjukkan bahwa pengalaman berwirausaha, kewajiban moral, efikasi diri, dan dukungan sosial memiliki pengaruh yang signifikan atau berperan sangat penting dalam pembentukan kewirausahaan sosial di Indonesia. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap literatur terkait dengan niat kewirausahaan sosial bahwa pada kondisi Pandemi Covid19 di Indonesia bukti menemukan pengetahuan dan pengalaman kewirausahaan yang dimiliki oleh para wirausaha muda adalah dasar untuk kewirausahaan sosial seperti yang berlaku dalam kewirausahaan bisnis. Studi ini juga memberikan kontribusi kepada pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui kewirausahaan. Selain itu, pembinaan dan pemberdayaan para wirausaha muda dalam meneruskan kewirausahaan sosial akan meningkatkan kewirausahaan sosial secara berkelanjutan sebagai salah satu pemulihan ekonomi pasca Pandemi dan pada akhirnya akan meningkatkan perekonomian negara. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan beberapa variabel yang mampu menumbuhkan niat berwirausaha untuk memulai wirausaha yang berorientasi sosial.

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211
- Ayob, N., Yap, C. S., Sapuan, D. A. & Rashid, M. Z. A. (2013). Social entrepreneurial intention among business undergraduates: An emerging economy perspective. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 15(3), 249-267.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman
- Bandura. (1999). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Asian Journal of Social Psychology*. (2), 21-41
- Beck, L., & Ajzen, I. (1991). Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *Journal of Research in Personality*, 25(3), 285-301. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(91\)90021-H](https://doi.org/10.1016/0092-6566(91)90021-H)
- Bornstein, D. (1998). Changing the world on a shoestring. *The Atlantic Monthly*, 281(1).
- Boyd, N. & Vozikis, G.S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 63-77.
- Corner, P.D., & Ho, M. (2010). How opportunities develop in social entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 635-659. doi: 10.1111/j.1540-6520.2010.00382.x
- Davidsson, Honig, Benson. (2003). The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331. Retrieved from <http://eprints.qut.edu.au>

- De Groot, J., & Steg, L. (2006). Impact of transport pricing policies on quality of life, acceptability, and intentions to reduce car use: An exploratory study in five European countries. *Journal of Transport Geography*, 14, 463–470
- Dell McStay. (2008). An investigation of undergraduate student self-employment intention and the impact of entrepreneurship education and previous entrepreneurial experience. PhD Thesis, Faculty of Business, Technology and Sustainable Development.
- Delmar, F., & Davidsson, P. (2000). Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 12(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/089856200283063>
- Delmar, F., & Davidsson, P. (2000). Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 12(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/089856200283063>
- Ernst. (2011). Heart over mind – An empirical analysis of Social Entrepreneurial Intention formation on the basis of the theory of planned behaviour. Doctoral dissertation, Universität Wuppertal, Fakultät für Wirtschaftswissenschaft/Schumpeter School of Business and Economics» Dissertationen
- Fatoki, Olawale. (2018). Determinants of Social Entrepreneurial Intentions of University Students in South Africa. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 10(6A), 72-80.
- Friedrich C, & Visser K (2005). *South African Entrepreneurship Education and Training*. De Doorns, Leap Publishing
- Gudono. (2012). *Multivariate Analysis Data*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.
- Haines, R., Street, M. D., & Haines, D. (2008). The influence of perceive importance of an ethical issue on moral judgment, moral obligation, and moral intent. *Journal of Business Ethics*, 81(2), 387-399.
- Hair, Joseph F. et al. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) // A primer on partial least squares structural equations modeling (PLS-SEM) (Second edition)*. Los Angeles: SAGE
- Hemingway, C.A. (2005), Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship”, *Journal of Business Ethics*, 60(3), 233-249, doi.org/10.1007/s10551-005-0132-5
- Hockerts, K. (2015). Antecedents of social entrepreneurial intentions: A validation study. *Social Enterprise Journal*, 11(3), 260-280.
- Hockerts, K. (2015). The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS): A validation study. *Social Enterprise Journal*, 11(3), 260–280. <https://doi.org/10.1108/SEJ-05-2014-0026>
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130.
- Ip, C. Y., Wu, S-C., Liu, H-C & Liang, C (2017). Revisiting the Antecedents of Social Entrepreneurial Intentions in Hong Kong. *International Journal of Educational Psychology*, 6(3), 301-323.
- Ip, C.Y., C. Liang, S.-C. Wu, K.M.Y. Law and H.-C. Liu. (2018). Enhancing social entrepreneurial intentions through entrepreneurial creativity: a comparative study between Taiwan and Hong Kong. *Creativity Research Journal* 30(2): 132-142.
- Isaacs E, Visser K, Friedrich C, Brijal P 2007. Entrepreneurship education and training at the Further Education and Training (FET) level in South Africa. *South African Journal of Education*, 27(4): 613– 629
- Juster, F. T. (1975). *Education, Income, and human behavior*: Procs. S.I.: McGraw-Hill.
- Khuong, M. N. & An, N. H. (2016). The factors affecting entrepreneurial intention of the students of Vietnam National University: A mediation analysis of perception toward entrepreneurship. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(2), 104-111

- Kock, N., & Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*, 28(1), 227–261
- Kringe, K. (2015). Why social entrepreneurship in South Africa. <http://pressoffice.mg.co.za/gibs/PressRelease.php?StoryID=261102>
- Krueger, N. F. (2003). The Cognitive Psychology of Entrepreneurship, 1, 105–140. https://doi.org/10.1007/0-387-24519-7_6
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315–330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Kuckertz, A., & Wagner, M. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions — Investigating the role of business experience. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 524–539. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.001>
- Liñán, F & Santos, F. J. (2007). Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions? *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443–453
- Lucas, W. A., & Cooper, S. Y. (2004). Theories of Entrepreneurial Intention and the Role of Necessity
- Mair, Johanna & Noboa, Ernesto. (2003). Social Entrepreneurship: How Intentions to create a social enterprise get formed: Working paper No 521
- Matlay, H. (2008), The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 382-396
- Movahedi, R. and T. Charkhtabian. 2013. Identifying entrepreneurship abilities in agricultural extension and education specialized credits. *International Journal of Agriculture and Crop Sciences*, 5(23), 2845-2851.
- Murphy, K. R., & Davidshofer, C. O. (2005). *Psychological testing: Principles and applications* (6th ed.). Upper Saddle River N.J.: Pearson/Prentice Hall.
- Noerhartati E., Soesatyo Y., Moedjito, Hariyati H., Jatiningrum C., (2021). Exploring the Intentions of Social Entrepreneurship. *Opcion*, 21, 2899-2921.
- Palalic, R., Ramadani, V., Dilovic, A., Dizdarevic, A., & Ratten, V. (2017). Entrepreneurial intentions of university students: a case-based study. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11(3), 393-413. <https://doi.org/10.1108/JEC-12-2016-0046>
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education: a systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479–510. <https://doi.org/10.1177/0266242607080656>
- Plaskoff, J. (2012), Building the heart and the mind: an interview with leading social entrepreneur Sarah Harris, *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 432-441, <doi.org/10.5465/amle.2011.0010>
- Postigo, S., & Tamborini, M. F. Entrepreneurship education in Argentina: The Case of the San Andres University, 267–282. https://doi.org/10.1007/1-4020-8072-9_17
- Saragih & Elishabeth. (2020). Kewirausahaan sosial dibalik pandemi covid-19: penelusuran profil dan strategi bertahan jurnal manajemen 6 (1) 47-56.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2012). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257–279. Retrieved from <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/articles/830>
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2012). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257–279. Retrieved from <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/articles/830>

- Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of Entrepreneurship, in Kent, C., Sexton, D. and Vesper, K. (Eds), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 72-90
- Stam, W., Arzlanian, S. and Elfring, T. (2014), Social capital of entrepreneurs and small firm performance: a meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 152-173, doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.01.002
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(3), 669-694.
- Tran, Anh T.P., & Von Korfflesch, H. (2018): Social Entrepreneurial Intention: the case of National Economics University's students. *Advance Research Journal of Multidisciplinary Discoveries*, 3(1), 27-34.
- Tran, Thi Phuong Anh. (2018). *Social Entrepreneurial Intention: An Empirical Study in Vietnam*. Unpublish Dissertation University of Koblenz-Landau.1-232
- Tran, Thi Phuong Anh. (2018). *Social Entrepreneurial Intention: An Empirical Study in Vietnam*. Unpublish Dissertation University of Koblenz-Landau.1-232
- Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M., & Flores, M. (2010). The nature of entrepreneurial experience, business failure and comparative optimism. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 541–555. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.04.001>
- Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M., & Flores, M. (2010). The nature of entrepreneurial experience, business failure and comparative optimism. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 541–555. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.04.001>
- Varghese, T & Hassan, A. (2012). Youth's Entrepreneurial Attitudes in Oman. *World Journal of Social Sciences*, 2(7), 302 – 325
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406.
- Yiu, D.W., Wan, W.P., Ng, F.W., Chen, X. & Su, J. (2014). Sentimental drivers of social entrepreneurship: A study of China's Guangcai (Glorious) program. *Management and Organization Review*, 10(1), 55-80.
- Yu, T-L., & Wang, J-H. (2019) Factors affecting social entrepreneurship intentions among agricultural university students in Taiwan. *International Food and Agribusiness Management Review*. 22(1), DOI: 10.22434/IFAMR2018.0032.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *The Journal of applied psychology*, 90(6), 1265– 1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>