

Monograf



Purbo Jadmiko merupakan dosen tetap Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Ia mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada tahun 2012 di Universitas Andalas. Kemudian pada tahun 2015 berhasil memperoleh gelar Master of Science (M.Sc) di Universitas Gadjah Mada. Beberapa mata kuliah yang diampu diantaranya adalah Perilaku Organisasi, Statistik Multivariate, Manajemen Sistem Informasi, dan Bisnis Internasional. Selain aktivitas mengajar, publikasi dan membuat konten di channel Youtube, beliau juga aktif mengelola sebuah jurnal sebagai Editor-in-Chief Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta. Jika ingin menjalin komunikasi dapat dilakukan melalui email beliau purbojadmiko@bunghatta.ac.id.

ISBN 978-623-5797-37-3



Menumbuhkan Minat Berwirausaha Sosial dikalangan Mahasiswa

Purbo Jadmiko



LPPM Universitas Bung Hatta

Monograf
Menumbuhkan Minat Berwirausaha Sosial
Dikalangan Mahasiswa



LPPM Universitas Bung Hatta

Sanksi pelanggaran pasal 44: Undang-undang No. 7 Tahun 1987 tentang Perubahan atas Undang-undang No. 6 Tahun 1982 tentang hak cipta.

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan atau memberi izin untuk itu dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah)
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 (satu), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah)

Monograf
Menumbuhkan Minat Berwirausaha Sosial
Dikalangan Mahasiswa

Purbo Jadmiko, S.E.,M.Sc

Penerbit

LPPM Universitas Bung Hatta 2023

Judul : **Monograf Menumbuhkan Minat Berwirausaha Sosial Dikalangan Mahasiswa**

Penulis : **Purbo Jadmiko, S.E.,M.Sc**

Sampul: **Purbo Jadmiko, S.E.,M.Sc**

Perwajahan: LPPM Universitas Bung Hatta

Diterbitkan oleh LPPM Universitas Bung Hatta September 2023

Alamat Penerbit:

Badan Penerbit Universitas Bung Hatta

LPPM Universitas Bung Hatta Gedung Rektorat Lt.III

(LPPM) Universitas Bung Hatta

Jl. Sumatra Ulak Karang Padang, Sumbar, Indonesia

Telp.(0751) 7051678 Ext.323, Fax. (0751) 7055475

e-mail: lppm_bunghatta@yahoo.co.id

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruhnya

isi buku ini tanpa izin tertulis penerbit

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Cetakan Pertama : September 2023

Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Purbo Jadmiko

Monograf Menumbuhkan Minat Berwirausaha Sosial
Dikalangan Mahasiswa Oleh : **Purbo Jadmiko, S.E.,M.Sc,**
LPPM Universitas Bung Hatta, September 2023

1 2 4 Hlm + XIV; 18,2 cm x 25,7 cm

ISBN 978-623-5797-3-73

SAMBUTAN REKTOR UNIVERSITAS BUNG HATTA

Sesuai Renstra Universitas Bung Hatta periode 2022 – 2027; untuk menjadi Excellent Teaching University – yaitu perguruan tinggi yang mengutamakan pendidikan dengan pemanfaatan teknologi informasi serta sumber-sumber digital secara maksimal untuk mendukung proses belajar mengajar - segenap sivitas akademika Universitas Bung Hatta didorong untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya, yaitu kemampuan akademis, kemampuan pengajaran, termasuk penyempurnaan kualitas bahan ajar yang akan disampaikan kepada mahasiswa. Perkembangan teknologi yang sangat cepat perlu diantisipasi dengan penyesuaian buku ajar agar mahasiswa tetap memperoleh ilmu pengetahuan terbaru sehingga menjadi seorang lulusan yang siap kerja pada era VUCA ini (*volatility, uncertainty, complexity, ambiguity*).

Universitas Bung Hatta memiliki komitmen tinggi dalam mewujudkan peningkatan pendidikan Nasional, sesuai dengan cita-cita proklamator Republik Indonesia, Dr. Mohammad Hatta. Berbagai kemajuan telah banyak dicapai oleh Universitas Bung Hatta di usia ke 42 ini, namun demikian tantangan besar di depan masih banyak yang harus diselesaikan, melalui pilar-pilar pembenahan sistem di lingkungan internal.

Di kesempatan ini saya ingin menyampaikan penghargaan kepada saudara **Purbo Jadmiko, S.E.,M.Sc** yang telah menulis buku ajar “Monograf Menumbuhkan Minat Berwirausaha Sosial Dikalangan Mahasiswa” sebagai bahan referensi perkuliahan maupun penelitian bagi mahasiswa. Semoga buku ini dapat menjadi acuan bagi mahasiswa dalam perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu “Ekonomi dan Bisnis”.

Padang, September 2023

Rektor

Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, berkat karunia Allah SWT buku Monograf ini dapat diselesaikan. Buku Monograf ini ditulis dengan 2 (dua) semangat. Pertama, buku Monograf ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para akademisi untuk terus melanjutkan penelitian mengenai kewirausahaan sosial. Buku ini diharapkan dapat memberikan pandangan tentang hal-hal yang relevan dengan *antecedent* dari minat menjadi wirausahaan sosial. Selain itu, melalui tulisan ini juga diharapkan tumbuh semangat-semangat baru bagi para akademisi lain untuk terlibat aktif mengkampanyekan khususnya pendidikan kewirausahaan sosial di berbagai perguruan tinggi. Peningkatan jumlah wirausaha sosial dikalangan mahasiswa merupakan salah satu peluang mewujudkan kesejahteraan bersama.

Kedua, buku Monograf ini ditulis dengan semangat mengembangkan mindset kewirausahaan sosial khususnya dikalangan perguruan tinggi. Selain itu, kumpulan hasil penelitian ini agar dapat berkontribusi/menjadi salah satu *policy brief* bagi berbagai pemangku kebijakan, baik bagi perguruan tinggi maupun pemerintah. Diharapkan melalui buku ini, desain kurikulum pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi dapat melibatkan unsur kewirausahaan sosial. Oleh karena itu, perlu dorongan bersama/kolaborasi agar mindset mahasiswa dapat berkembang melalui pelatihan dan program-program yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran sosial dan empati terhadap kondisi lingkungan sekitar. Aktivitas pembelajaran dapat didesain ulang untuk meningkatkan kepekaan sosial mahasiswa dalam merespon berbagai permasalahan sosial dan ekonomi saat ini. Dorongan dan semangat ini harus terus dilakukan secara kolektif dan kolaboratif. Mengapa? Karena kewirausahaan sosial tidak hanya menekankan pada unsur *profit*, namun juga pada aspek pemberdayaan *people* dan *planet* yang berkelanjutan.

Terimakasih dukungan keluarga, istri tercinta Ria Anggraini beserta anak-anak tercinta Muhammad Zikri Alfatih dan Muhammad Fadhil yang telah memberikan berbagai bentuk dukungan dan kasih sayang.

Selanjutnya, terimakasih kepada Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis ibuk Linda Wati, S.E., M.Si yang telah mensupport agar buku Monograf ini dapat diselesaikan. Selain itu, terimakasih kepada Ketua LPPM Universitas Bung Hatta yang memfasilitasi buku monograf ini dapat diterbitkan. Terakhir untuk rekan-rekan kerja yang juga mungkin terlibat langsung maupun tidak mulai dari prapenelitian hingga proses publikasi setiap luaran penelitian. Semoga buku Monograf ini memberi manfaat bagi kita semua. Aamiin..

Padang, 12 September 2023

Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc

DAFTAR ISI

KATA SAMBUTAN REKTOR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB 1 PENGANTAR KEWIRAUSAHAAN SOSIAL	1
1. 1 Definisi Kewirausahaan Sosial.....	1
1. 2 Kewirausahaan Sosial Sebagai Pendekatan Pengentasan Kemiskinan	14
1. 3 Studi Mengenai Kewirausahaan Sosial	20
BAB 2 TELAAH KEWIRAUSAHAAN SOSIAL LEBIH MENDALAM	27
2. 1 Unsur dan Konsep Kewirausahaan Sosial.....	27
2. 2 Jenis Wirausaha Sosial	33
BAB 3 LANDASAN TEORI: KONSEP INTENSI BERWIRAUSAHA SOSIAL	41
3. 1 Pendekatan <i>Planned Behaviour Theory</i>	41
3. 2 Pendekatan <i>Social Cognitive Career Theory (SCCT)</i>	45
3. 3 Model Pembentukan Minat Berwirausaha Sosial	47
3. 4 Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi ..	49
3. 5 Institusi Pendidikan yang Mendukung Kewirausahaan Sosial di Indonesia	52
BAB 4	
FAKTOR PEMBENTUK MINAT BERWIRAUSAHA SOSIAL	
MAHASISWA	61
4. 1 Faktor Dampak Sosial yang Dirasakan	61
4. 2 Faktor Nilai Pribadi dan Altruisme	63
4. 3 Faktor Efikasi Diri terkait Wirausaha	65

4. 4 Dukungan dan Jaringan Sosial.....	68
4. 5 Faktor Pendidikan	70
4. 6 Faktor Imbalan Finansial yang Dirasakan	73
4. 7 Sikap terhadap Kewirausahaan.....	75
4. 8 Persepsi Tanggung Jawab Sosial	77
4. 9 Dukungan Kelembagaan	79
4. 10 Faktor Budaya dan Lingkungan.....	81
4. 11 Faktor Internal Individu	84
4. 12 Faktor Lingkungan/Eksternal.....	88
BAB 5 STRATEGI PENINGKATAN MINAT BERWIRAUSAHA SOSIAL	95
5. 1 Strategi Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Sosial	99
BAB 6 AGENDA RISET KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DIMASA DEPAN.....	113
6. 1 Kemajuan Teoritis	113
6. 2 Faktor Kognitif	114
6. 3 Kemajuan Kontekstual	115
6. 4 Teknologi dan Inovasi	116
6. 5 Arah dan Implikasinya Penelitian di Masa Depan	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Unsur <i>Social Enterprises</i>	9
Gambar 1.2. Penduduk Miskin di Indonesia Berdasarkan Pulau	15
Gambar 2.1. Unsur Kewirausahaan Sosial	27
Gambar 2.2. Kewirausahaan Sosial Dalam Kaitannya Dengan Sektor Tradisional	31
Gambar 2.3. Kewirausahaan Sosial Dalam Kaitannya Perubahan Sosial, Inovasi Sosial, dan Dampak Sosial	32
Gambar 2.4. Jenis Kewirausahaan Sosial Menurut Zahra et al. (2009)	33
Gambar 3.1. Model <i>Planned Behaviour Theory</i>	42
Gambar 2.6. Model Pembentukan Minat Berwirausaha Sosial	48

BAB 1

PENGANTAR KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

1.1. Definisi Kewirausahaan Sosial

Dalam beberapa dekade terakhir, konsep kewirausahaan sosial telah mendapatkan banyak perhatian sebagai pendekatan yang ampuh untuk mengatasi tantangan sosial dan lingkungan sambil mempertahankan pola pikir yang berorientasi pada bisnis. Kewirausahaan sosial melampaui model bisnis tradisional dengan menggabungkan fokus yang kuat untuk menciptakan dampak sosial yang positif. Esai ini bertujuan untuk mengeksplorasi sifat kewirausahaan sosial yang beragam, menggali berbagai definisi dan perspektif yang diajukan oleh para sarjana dan praktisi.

Kewirausahaan sosial dapat dipahami sebagai proses penerapan pendekatan inovatif dan berkelanjutan untuk mengatasi permasalahan sosial dan lingkungan yang mendesak. Dees (1998) mendefinisikannya sebagai "proses menciptakan solusi inovatif terhadap permasalahan sosial yang mendesak dan memobilisasi ide, kapasitas, sumber daya, dan pengaturan sosial yang diperlukan untuk transformasi sosial yang bertahan lama." Definisi ini menyoroti tujuan ganda untuk mencapai perubahan sosial sekaligus memastikan keberlanjutan finansial.

Beberapa elemen kunci menjadi ciri kewirausahaan sosial. Pertama, hal ini melibatkan identifikasi tantangan sosial atau lingkungan yang sering diabaikan oleh model bisnis tradisional. Kedua, wirausaha sosial dikenal dengan pendekatan inovatif mereka, yang menciptakan cara-cara baru untuk mengatasi tantangan-tantangan ini. Inovasi ini mungkin melibatkan produk, layanan, atau model bisnis baru yang memberikan hasil sosial yang positif. Ketiga, kewirausahaan sosial melibatkan komitmen yang kuat terhadap

dampak sosial, dengan fokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat atau mengatasi permasalahan sistemik.

Kewirausahaan sosial memiliki beragam bentuk dan interpretasi berdasarkan konteks budaya, geografis, dan organisasi. Beberapa ahli menekankan sifat hibrid dari kewirausahaan sosial, dimana organisasi memadukan strategi pencarian keuntungan dengan dampak sosial (Mair & Marti, 2006). Pihak lain memandang kewirausahaan sosial sebagai proses yang menjembatani kesenjangan antara sektor publik, swasta, dan nirlaba (Phills et al., 2008). Selain itu, Austin dkk. (2006) menyoroti pentingnya tujuan yang berhubungan dengan misi dan solusi inovatif dalam mendefinisikan kewirausahaan sosial.

Isu tanggungjawab sosial dalam dunia usaha perlu menjadi perhatian khusus oleh berbagai pihak. Masih terdapat berbagai bentuk pelanggaran dan ketidaktaatan pelaku usaha masih sering terjadi dalam berbagai bentuk. Pelanggaran tersebut dapat berdampak pada berbagai permasalahan sosial. Karenanya, *businessman* bukan lagi menjadi alternatif solusi untuk kehidupan yang berkelanjutan (Bocken et al., 2014). Konsep *Triple Bottom Line* yang fokus pada *economic*, *people* dan *environmental* dapat menjadi solusi model dari pembangunan dan bisnis berkelanjutan. Pendekatan inovatif berupa pengosepan kembali tujuan bisnis dan *creating social value* adalah ciri model bisnis yang berkelanjutan (Boons & Lüdeke-freund, 2013). Seorang *bussinesman* tidak lagi fokus pada *economic* (profit), namun aspek sosial (*people*) juga harus menjadi perhatian serius. Aspek sosial seyogyanya menjadi aspek penting dalam pengelolaan setiap unit usaha.

Definisi kewirausahaan sosial menurut Collavo (2022) adalah aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi, yang memiliki misi utama mengejar tujuan sosial atau lingkungan yang mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan, dan menghadirkan karakteristik kewirausahaan. Senada dengan para ahli lainnya, menurut Chahine (2016)

kewirausahaan sosial adalah proses dimana solusi yang efektif, inovatif, dan berkelanjutan dipelopori untuk memenuhi tantangan sosial dan lingkungan. Sedangkan menurut Cochran (2007) kewirausahaan sosial adalah proses menerapkan prinsip bisnis dan kewirausahaan pada masalah sosial. Beberapa definisi kewirausahaan tersebut, dapat kita simpulkan bahwa misi dan tujuan sosial menjadi pelopor dalam motivasi mereka melakukan kegiatan usaha. Hal ini dapat terjadi bukan alamiah semata, namun terjadi karena adanya serangkaian proses dalam mengamati dan konteks kepedulian lingkungan sekitar.

Salah satu definisi klasik tentang kewirausahaan sosial dikemukakan oleh Dees (1998), yang mengatakan bahwa *social entrepreneur* berperan sebagai agen perubahan di bidang sosial dengan cara:

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

Salah satu ciri wirausaha sosial ialah memiliki visi dan misi sosial. Apa yang mereka lakukan didasari oleh motivasi untuk berbuat dan berkontribusi riil sesuai kompetensi.

2. Mengenali dan mengejar peluang baru untuk mencapai misi tersebut,
Seorang wirausaha sosial juga dituntut untuk dapat merubah masalah menjadi sebuah peluang. Karena disetiap masalah selalu ada ruang solusi, solusi adalah peluang yang harus digali dan dipelajari dengan proses.
3. Terlibat dalam proses inovasi, adaptasi, dan pembelajaran yang berkelanjutan.

Inovasi, adaptasi dan pembelajaran yang berkelanjutan ialah karakteristik yang harus melekat pada seorang wirausaha sosial. Membuka diri untuk menggali informasi dan belajar menyelesaikan setiap permasalahan.

4. Bertindak dengan berani tanpa dibatasi oleh sumber daya yang dimiliki.

Keterbatasan bukanlah sebuah hambatan. Seorang wirausaha sosial juga harus mampu dan berani memutuskan tindakan meskipun sumber daya yang dimiliki terbatas.

5. Menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi kepada konstititusi yang dilayani dan untuk hasil yang dicapai.

Sebagai makhluk sosial, tentu setiap individu memiliki tanggung jawab moral terhadap lingkungan sekitar. Wujud dari tanggungjawab yang dimaksud berupa empati dan terlibat aktif dalam masalah sosial.

Dari kelima cara bagaimana seorang wirausaha sosial berperan sebagai agen perubahan sosial, kita dapat mempelajari hal-hal yang relatif dapat diterapkan dalam lingkungan sekitar. Dees (1998) mengungkapkan bahwa seorang wirausaha sosial tidak lagi memikirkan tujuan individual, melainkan mentransformasi diri mencari inovasi dalam menyelesaikan permasalahan sosial dengan ketersediaan sumber daya yang dimiliki. Lebih lanjut, pembelajaran berkelanjutan sangat dibutuhkan bagi seorang wirausaha sosial dalam melakukan pengembangan ide dan gagasan dalam menjalankan usaha. Kewirausahaan sosial bertujuan untuk mengembangkan nilai sosial dan ekonomi secara bersamaan (Portales, 2019).

Menurut Desa (2010), pendekatan inovatif untuk mengatasi masalah sosial merupakan istilah yang menggambarkan tentang kewirausahaan sosial itu sendiri. Sedangkan pelaku wirausaha sosial tersebut berfokus untuk memenuhi misi sosial mereka (Abu-saifan, 2012). Terdapat perbedaan konsep antara kewirausahaan sosial dengan *business entrepreneur*. Menurut Mair *et al.* (2006) *businessman* hanya fokus pada keuntungan dan kepuasan pelanggan, sedangkan wirausaha sosial berfokus pada tujuan atau nilai sosial. Fokus wirausaha sosial ialah memandang masalah yang terjadi sebagai sebuah peluang yang kemudian diwujudkan melalui misi sosial/aktif berpartisipasi

pada aktivitas sosial merupakan model bisnis baru (Utomo, 2014). Model bisnis yang mengedepankan inovasi nilai sosial tampak lebih menarik dan menjanjikan.

Beberapa ulasan definisi tersebut mengarahkan kepada kita bahwa konsep kewirausahaan merupakan konsep yang dapat diadopsi untuk mewujudkan ekonomi yang berkelanjutan. Meskipun, seorang wirausaha juga akan memberi dampak bagi sosial, namun perlu kita garis bawahi bersama dimana konsep kewirausahaan sosial justru memiliki misi utama yang mampu hadir mengurai berbagai permasalahan sosial.

Social enterprises yang memiliki model bisnis yang berfokus pada misi, meningkatkan pendapatan mereka sekaligus meningkatkan dampak yang diberikan. Integrasi ini memunculkan kemungkinan untuk mencapai perubahan sistemik dan mencapai transformasi lingkungan, karena solusi yang diusulkan tercermin dalam produk atau layanan, menjadi aturan bagi pasar yang ingin dilayani. Model bisnis sosial misi terpusat mengurangi ketegangan antara menghasilkan pendapatan dan pencapaian misi sosial, memfasilitasi wirausahawan dan kolaboratornya untuk fokus pada pengembangan inovasi dalam produk atau layanan yang menjamin keabadiannya di pasar dan perhatian pada masalah sosial dengan cara yang harmonis.

Model bisnis sosial juga dapat diklasifikasikan berdasarkan artikulasi antara target atau penerima manfaat dan klien atau konsumen dalam model bisnis. Menurut Alter (2006), ada enam model bisnis sosial, masing-masing dengan bentuk artikulasi yang berbeda: dukungan kepada pengusaha, perantara atau keterkaitan dengan pasar, pekerjaan, populasi penerima manfaat sebagai klien (pendapatan rendah atau pengumpulan per layanan), koperasi, dan bantuan atau subsidi jasa.

Lebih lanjut, istilah kewirausahaan sosial hingga saat ini masih memiliki beragam definisi. Menurut Hibbert *et al.* (2005) kewirausahaan sosial lebih berorientasi pada tujuan sosial dan nonprofit (profit dioptimalkan untuk tujuan

aktivitas sosial). Mair *et al.*, (2006) memaparkan bahwa kewirausahaan didefinisikan sebagai usaha/bisnis yang didedikasikan untuk misi sosial/nirlaba. Penciptaan nilai dan misi sosial menjadi elemen kunci memahami kewirausahaan sosial itu sendiri. *Social value* tercipta dari kolaborasi bersama orang lain serta organisasi yang terlibat dalam aktivitas inovasi sosial (Hulgard, 2010). Hulgard menambahkan bahwa kewirausahaan sosial setidaknya terdapat 4 elemen pokok inti; *social value*, *civil society*, *innovation*, dan *economic activity*. Secara jelas dapat disimak penjelasan dibawah ini:

1. *Social value* yakni elemen kunci yang menciptakan manfaat sosial bagi lingkungan sekitar. Elemen ini memberikan pembeda dengan bisnis konvensional. Nilai sosial terwujud karena misi yang bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat atau *social orientation*.
2. *Civil society* yakni kolaborasi dan inisiatif dari partisipasi masyarakat sipil melalui pemanfaatan modal sosial masyarakat. Masyarakat menjadi subjek kegiatan, mereka dilibatkan aktif sebagai modal sosial. Masyarakat tidak hanya menjadi target, namun juga menjadi pelaku dari kegiatan usaha sosial.
3. *Innovation* yakni kontribusi sosial dalam pemecahan permasalahan sosial dengan melakukan inovasi (perpaduan kearifan lokal dengan inovasi bisnis). Inovasi yang dimaksud tidak hanya untuk mencapai profit semata. Inovasi lebih didasari karena permasalahan sosial. Pemecahan masalah sosial dengan pendekatan model bisnis baru.
4. *Economic activity* yakni keseimbangan misi sosial dengan aktivitas bisnis. Inovasi yang membawa perubahan sosial tampaknya menjadi model bisnis yang berkelanjutan dan tepat untuk diterapkan. Keberlanjutan suatu usaha juga didasarkan adanya keseimbangan. Aktivitas ekonomi yang dimaksud bertujuan untuk menyeimbangkan

antara aktivitas bisnis itu sendiri dengan perubahan sosial yang terjadi disekitar.

Kewirausahaan sosial memiliki ciri khas tersendiri, meskipun kewirausahaan merupakan bagian dari kewirausahaan. Salah satu aspek dari uraian berbagai definisi kewirausahaan menurut ahli ialah pada penekanan tujuan. Kewirausahaan sosial memiliki tujuan yang sangat mulia. Tujuan untuk ikut serta mensejahterakan masyarakat dari kemiskinan. Kewirausahaan sosial memberi harapan bagi kemakmuran suatu negara, termasuk negara Indonesia. Kewirausahaan juga menawarkan serta menjanjikan keberlanjutan ekonomi. Keberlanjutan ekonomi yang dimaksud tidak hanya untuk suatu negara tertentu, namun juga demi keberlangsungan hidup dunia.

Menurut Chahine (2016) yang membedakan antara bentuk kewirausahaan sosial dan lainnya adalah kewirausahaan sosial mengacu pada usaha dan intervensi yang menargetkan populasi yang kurang terlayani, mengurangi kesenjangan antara mereka yang memiliki akses ke layanan sosial dan mereka yang tidak. Sementara kewirausahaan komersial sering menanggapi peluang pasar, Kewirausahaan sosial sering mengatasi kegagalan pasar. Tujuan utama perusahaan komersial adalah keuntungan finansial, sementara tujuan utama perusahaan sosial adalah dampak sosial yang diciptakannya.

Lalu bagaimana dengan keterampilan yang dibutuhkan oleh seorang wirausaha sosial?. Keterampilan yang dibutuhkan oleh wirausahawan sosial mencakup keterampilan dari dunia bisnis dan layanan sosial, selain keterampilan bisnis dasar, wirausahawan sosial harus mampu mengkarakterisasi masalah yang mereka coba selesaikan dengan mengumpulkan informasi tentang karakteristik populasi yang terkena dampak, hambatan dan infrastruktur yang ada, dan upaya sebelumnya untuk memecahkan masalah dan mengapa mereka gagal. Sebuah proses untuk menciptakan solusi bersama dengan masyarakat kemudian dilakukan untuk

memastikan solusi tersebut dapat diakses, terjangkau, dan dapat diterima oleh masyarakat (Chahine, 2016).

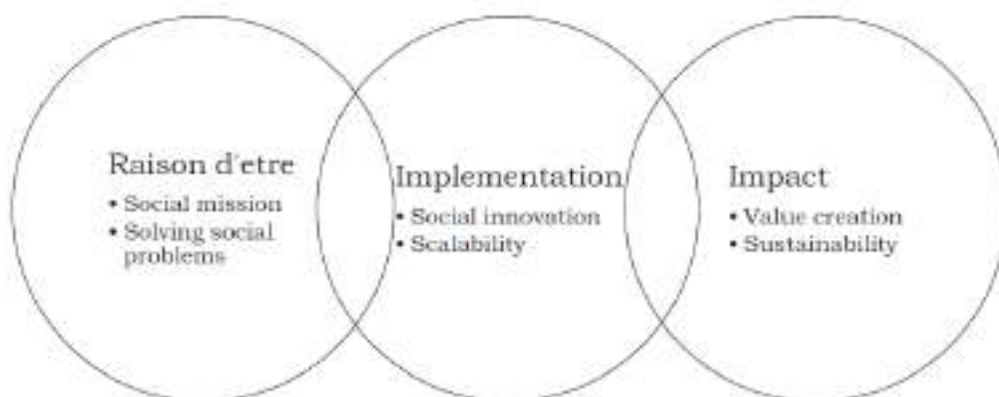
Penjelasan Chahine (2016) menyoroti akan pentingnya solusi yang dapat diberikan kepada masyarakat. Penciptaan inovasi sosial yang mampu memberikan dampak multiefek memang patut kita dukung bersama. Sehingga, para calon pelaku usaha sosial juga merasa bahwa lingkungan disekitarnya memiliki cara pandang dan motivasi yang sama untuk berpartisipasi aktif mengurai berbagai masalah di masyarakat. Isu ketimpangan dan kemiskinan juga terus menjadi perhatian bagi pemerintah.

Setiap pelaku *social entrepreneur* mengusung tema ekonomi yang berkelanjutan. Menurut Portales (2019) dalam bukunya *Social Innovation and Social Entrepreneurship Fundamentals, Concepts, and Tools* terdapat 3 unsur penting pada *social enterprises* (Gambar 1.1). Unsur pertama adalah unsur alasan utama berupa misi sosial dan penyelesaian masalah sosial. Unsur ini merupakan unsur utama yang membedakan dengan wirausaha konvensional. Misi sosial menjadi pilar utama. Selain itu, juga andil dalam memberikan solusi dari berbagai permasalahan sosial. Unsur kedua adalah implementasi berupa menghasilkan inovasi sosial dan skalabilitas. Unsur inovasi sosial tampak pada bagaimana cara “memproduksi” solusi atas permasalahan sosial. Masalah selalu memberi ruang untuk menciptakan inovasi terbaru. Terlebih solusi yang mengedepankan aspek saling menguntungkan bagi berbagai pihak. Terakhir ialah unsur dampak berupa nilai yang diciptakan dan keberlanjutan. Ekonomi keberlanjutan menjanjikan banyak manfaat dan menciptakan kesejahteraan sosial yang berkeadilan. Bukan hanya kesejahteraan sekelompok tertentu. Beberapa unsur *social enterprises* tersebut memberikan warna baru pada model bisnis era saat ini. Era *sharing economy* dan kolaborasi.

Era dimana ada perpindahan dari red ocean ke blue ocean yang mengusung konsep sinergitas/kolaborasi. Sinergitas berarti terdapat dua

atau lebih sisi yang saling memberikan manfaat satu sama lain. Manfaat yang dimaksud dapat berupa efek langsung maupun secara tidak langsung.

Gambar 1.1. Unsur *Social Enterprises*



Sumber: Portales (2019: 57)

Di sisi lain, pelanggaran etika bisnis para praktisi bisnis menjadi resiko besar dalam tantangan ekonomi. Perlu upaya bersama untuk menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Kewirausahaan sosial telah memberi harapan kepada kita tentang konsep ekonomi yang memberi dampak riil bagi sosial. Karenanya, upaya untuk menumbuhkembangkan masyarakat untuk andil dalam dunia kegiatan kewirausahaan sosial menjadi tantangan bersama. Namun demikian, perkembangan teknologi yang pesat menjadikan ruang aktivitas sosial menjadi lebih banyak untuk dilakukan.

Literatur menunjukkan bahwa istilah kewirausahaan sosial terdengar sejak tahun 1972. Istilah kewirausahaan sosial dikenalkan oleh Bill Drayton (pendiri *Ashoka Foundation*) pada tahun 1972. Isu tentang kewirausahaan sosial menjadi topik dunia ketika Muhammad Yunus dinobatkan atas pencapaiannya Nobel Perdamaian pada tahun 2006 karena berhasil mendirikan Garmen Bank yang fokus pada pengembangan kredit mikro serta bisnis sosial

di Bangladesh. Bank bagi rakyat miskin Bangladesh menjadi salah satu gerakan dunia dalam merubah mindset para pelaku usaha untuk tidak hanya memikirkan profit semata. Kredit mikro yang diusung oleh Muhammad Yunus menjadi cerminan bagi negara berkembang untuk terlibat aktif dalam pemberdayaan masyarakat prasejahtera. Menurut Utomo (2014), wirausaha sosial fokus melihat masalah menjadi sebuah peluang (pemberdayaan masyarakat menjadi model bisnis baru). Inilah yang dilakukan oleh Muhammad Yunus ketika melihat banyak masyarakat di Bangladesh yang terbelenggu kemiskinan. Melalui skema kredit mikro tersebut, masyarakat Bangladesh dapat bertahap keluar dari kemiskinan.

Pada konteks negara Indonesia, salah satu tema riset pada Prioritas Riset Nasional (PRN) tahun 2020 – 2024 dalam bidang sosial humaniora dan budaya adalah pembangunan sosial ekonomi inklusif. Adapun target tema tersebut ialah agar tercapainya pengembangan budaya *entrepreneurship* dan penguatan proteksi sosial ekonomi keluarga dan masyarakat di Indonesia. Hal ini selaras dengan Permendikbud No. 22 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Tahun 2020-2024 telah dituangkan bahwa strategi dalam pelaksanaan misi Nawacita Presiden tentang pembangunan SDM: “*Membangun SDM pekerja keras yang dinamis, produktif, terampil, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi didukung dengan kerja sama industri dan talenta global*”. Hal ini sejalan dengan Nawacita kedua Presiden: “*struktur ekonomi yang produktif, mandiri, dan berdaya saing*”.

Lebih lanjut, Potensi wirausaha di Indonesia juga sangat besar untuk dikembangkan. Oleh karenanya perlu ada upaya-upaya yang terstruktur dan berkesinambungan untuk menggali, mendorong, dan menumbuhkan kegiatan-kegiatan yang berkaitan kewirausahaan di Indonesia. Kegiatan kewirausahaan yang dimaksud tidak hanya fokus pada profit semata. Namun, juga dapat berkontribusi mengatasi perbagai masalah ekonomi sosial. Perlu upaya yang konkrit untuk mewujudkan kepedulian sosial melalui people (pemberdayaan)

dan planet (kelestarian alam) yang merupakan aspek penting dalam *Triple Button Line* (*profit, people, planet*). Salah satu konsep kewirausahaan yang menawarkan misi sosial ialah kewirausahaan sosial.

Berdasarkan laporan *Global Entrepreneurship Monitor* pada tahun 2017 dunia dengan kegiatan wirausaha sosial tertinggi baik di level awal dan yang beroperasi adalah Amerika Serikat dan China (30%), diikuti oleh sub-Sahara Afrika (10%). Asia Tenggara termasuk Indonesia di dalamnya adalah wilayah dengan pengusaha sosial paling sedikit (5%). Kondisi tersebut menjadi tantangan sekaligus peluang bagi Indonesia. Berdasarkan sensus penduduk Indonesia tahun 2020 dimana usia penduduk produktif (15-64) mencapai 70,72% dari total penduduk 270,20 juta jiwa. Peran perguruan tinggi untuk aktif mempromosikan kewirausahaan sosial menjadi penting untuk dilakukan (termasuk riset kewirausahaan sosial menjadi penting).

Lebih lanjut, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Ditjen Diktiristek) Kemendikbudristek telah menetapkan *green economy* (kewirausahaan sosial termasuk unsur didalamnya) menjadi salah satu 5 bidang fokus utama penelitian tahun 2022. Fokus riset kewirausahaan sosial juga mendapat perhatian khusus pada *Indonesia Green Growth Program* oleh Bappenas, program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), dan Riset Keilmuan oleh Kemdikbud. Peran pemerintah juga tampak pada program yang dilakukan oleh Kementerian Sosial melalui Program Kewirausahaan Sosial (ProKUS) sejak tahun 2021 dengan sasaran penerima manfaat Program Keluarga Harapan (PKH) dalam upaya percepatan penumbuhan kewirausahaan sosial serta pengentasan kemiskinan di Indonesia. Oleh karena itu, riset kewirausahaan menjadi sangat penting untuk dilakukan khususnya di Perguruan Tinggi. Kewirausahaan sosial dianggap dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan kesejahteraan dan kesetaraan sosial masyarakat, sekaligus mengurangi resiko kerusakan lingkungan (upaya mewujudkan *Green Economy*).

Di Indonesia konsep kewirausahaan sosial telah cukup berkembang. Gagasan kewirausahaan sosial di Indonesia di promosikan oleh Prof. Renald Khasali Guru Besar Ilmu Manajemen Universitas Indonesia melalui Rumah Perubahan. Setelah itu, mulai tumbuh beberapa *startup* yang digagas kaum millennial muda dari berbagai latarbelakang bidang dan keilmuan. Misalnya *E-fishery* yang didirikan oleh Gibran seorang alumnus Institut Teknologi Bandung. Gagasan *e-fishery* terwujud karena fenomena para pembudidaya ikan tidak mengetahui secara pasti penyebab kematian ikan dan pola pemberian pakan ikan yang efektif (berdasarkan metode ilmiah). *E-fishery* bertujuan untuk membantu para pembudidaya ikan agar dapat mengurangi dampak pencemaran air yang disebabkan karena pola pemberian pakan ikan yang kurang tepat dan efektif. Selain itu, *e-fishery* membantu para pembudidaya ikan untuk mengatur jadwal pemberian pakan ikan dan menekan kematian ikan karena keracunan. Dessy Aliandrina menginisiasi gerakan wirausaha sosial melalui serangkaian kegiatan sosial untuk memberdayakan masyarakat menjadi *agent of change* melalui www.sociopreneur.id. Dessy Aliandrina lebih aktif menyasar kalangan muda untuk berkreasi menyelesaikan berbagai persoalan sosial.

Berdasarkan beberapa para penggagas *start up* social diatas. Catatan penting yang harus mendapatkan perhatian ialah peran pendidikan tinggi dalam hal ini sangatlah penting. Mengapa demikian? Karena mahasiswa (dengan berbagai bidang keilmuan) dapat terlibat aktif dalam pemberdayaan masyarakat. Menyikapi hal tersebut, buku Monograf ini ditulis dengan 2 (dua) tujuan. Pertama, buku Monograf ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para akademisi untuk terus melanjutkan penelitian mengenai kewirausahaan sosial. Buku ini diharapkan dapat memberikan pandangan tentang hal-hal yang relevan dengan *antecedent* dari minat menjadi wirausahaan sosial khususnya pada konteks kalangan mahasiswa di perguruan tinggi. Selain itu, melalui tulisan ini juga diharapkan tumbuh semangat-semangat baru bagi para akademisi lain untuk terlibat aktif mengkampanyekan khususnya pendidikan

kewirausahaan sosial di berbagai perguruan tinggi. Peningkatan jumlah wirausaha sosial dikalangan mahasiswa merupakan salah satu peluang mewujudkan kesejahteraan bersama. Melalui berbagai hasil riset yang berkembang, kita berharap para alumni di berbagai perguruan tinggi dapat fokus dan meningkatkan intention terhadap kewirausahaan sosial dengan berbagai bidang keilmuan.

Membuka iklim dan kesempatan yang luas bagi mahasiswa merupakan wujud dukungan institusi pendidikan tinggi. Publikasi hasil-hasil riset yang mendukung terwujudkannya penumbuhkembangkan wirausaha muda sosial menjadi amunisi dalam merumuskan kebijakan strategis (terutama pada kurikulum). Muatan pembelajaran aktivitas pembelajaran langsung dilapangan juga diharapkan mampu mentransfer pengalaman praktis dan belajar memahami berbagai masalah sosial. Karena itu, Monograf ini juga ditulis dengan semangat memberikan energi positif bagi akademisi untuk berperan aktif mengambil bagian dalam proses tersebut.

Kedua, buku Monograf ini ditulis dengan semangat mengembangkan mindset kewirausahaan sosial khususnya dikalangan perguruan tinggi. Selain itu, kumpulan hasil penelitian ini agar dapat berkontribusi/menjadi salah satu *policy brief* bagi berbagai pemangku kebijakan, baik bagi perguruan tinggi maupun pemerintah. Diharapkan melalui buku ini, desain kurikulum pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi dapat melibatkan unsur kewirausahaan sosial dan mengaplikasikan pada konteks pemberdayaan masyarakat disekitar. Oleh karena itu, perlu dorongan bersama/kolaborasi agar mindset mahasiswa dapat berkembang melalui pelatihan dan program-program yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran sosial dan empati terhadap kondisi lingkungan sekitar. Aktivitas pembelajaran dapat didesain ulang untuk meningkatkan kepekaan sosial mahasiswa dalam merespon berbagai permasalahan sosial dan ekonomi saat ini. Dorongan dan semangat ini harus terus dilakukan secara kolektif dan kolaboratif. Mengapa? Karena kewirausahaan sosial tidak hanya menekankan pada unsur *profit*, namun juga

pada aspek pemberdayaan *people* dan *planet* yang berkelanjutan. Lebih lanjut, melalui pembelajaran sosial yang dimaksud dapat mengasah skill sosial mereka bahwa mahasiswa adalah agen perubahan sosial. Permasalahan sosial merupakan tugas setiap individu, apalagi individu yang telah menyelesaikan pendidikan tinggi.

Terakhir, buku Monograf ini juga disusun penulis dengan berharap besar dapat merumuskan desain pelatihan/workshop yang mampu meningkatkan motivasi dan niatan mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha sosial. Desain pelatihan singkat dan pembelajaran melalui aktivitas sosial diharapkan dapat meningkatkan kepekaan dan kepedulian sosial. Masukan dan saran dari para pembaca yang aktif mempromosikan pendidikan kewirausahaan sosial di perguruan tinggi sangat membantu penulis dalam melanjutkan pengembangan penelitian maupun pengabdian kepada masyarakat.

1.2. Kewirausahaan Sosial Sebagai Pendekatan Pengentasan Kemiskinan

Indonesia dengan seluruh sumber daya yang dimiliki saat ini masih menyisakan berbagai permasalahan. Kemiskinan adalah masalah yang hampir terjadi di seluruh negara. Begitu juga dengan Indonesia. Berdasarkan data yang dihimpun dari Badan Statistik Indonesia persentase penduduk miskin pada bulan September 2020 sebesar 10,19% hal ini meningkat 0,97 persen poin terhadap September 2019. Sebaran penduduk miskin juga tidak hanya di daerah pedesaan, namun juga daerah perkotaan menyumbang angka kemiskinan (Gambar 1.2).

Angka penduduk miskin merupakan fenomena sosial yang patut menjadi perhatian serius bagi kita. Tak luput dari kalangan para pelaku usaha. Seyogyanya pelaku usaha tidak hanya berfokus pada profit semata, namun juga ikut serta berkontribusi terhadap permasalahan sosial (kemiskinan). Sementara itu, visi bagi pelaku usaha sosial ialah mengambil peran tersebut

untuk memberi dampak sosial yang berkelanjutan. Bukan justru memanfaatkan berbagai kondisi untuk keuntungan semata dan keberpihakan.

Gambar 1.2 Penduduk Miskin di Indonesia Berdasarkan Pulau



Sumber: BPS (2020)

Hal ini sudah seharusnya menjadi catatan penting bagi kita bersama. Kemiskinan merupakan jurang suatu negara yang dapat membawa berbagai masalah sosial lain. Kemiskinan juga seolah-olah menjadi permasalahan klasik disetiap negara yang tak pernah usai. Pemerintah dalam hal ini tidak dapat melakukan sendiri. Perlu upaya bersama untuk andil berkontribusi mengetaskan permasalahan tersebut. Mulai dari kalangan pemerintah, pendidikan dan lapisan masyarakat. Karena, kewirausahaan sosial bertujuan untuk mengembangkan nilai sosial dan ekonomi secara bersamaan (Portales, 2019). Kewirausahaan sosial adalah proses dimana solusi yang efektif, inovatif, dan berkelanjutan dipelopori untuk memenuhi tantangan sosial dan lingkungan (Chahine, 2016).

Lebih lanjut, konsep kewirausahaan sosial dapat berkontribusi riil pada pemerataan pendapatan dengan menjunjung tinggi nilai keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Kemiskinan identik dengan perekonomian suatu bangsa. Konsep kewirausahaan sosial justru membawa perubahan menuju ekonomi berkelanjutan. Wirausaha sosial telah muncul sebagai aktor dinamis yang berada di persimpangan antara dampak bisnis dan sosial. Artikel ini mengeksplorasi kontribusi signifikan dan transformatif dari wirausaha sosial dalam mengatasi tantangan sosial yang kompleks. Melalui tinjauan komprehensif terhadap bidang-bidang utama, seperti pengentasan kemiskinan, kelestarian lingkungan, dan pengembangan masyarakat, artikel ini menggarisbawahi peran penting yang dimainkan oleh wirausaha sosial dalam membentuk kembali lanskap global menuju masa depan yang lebih adil dan berkelanjutan.

Di dunia yang ditandai dengan tantangan sosial dan lingkungan yang rumit, kemunculan wirausaha sosial telah melahirkan paradigma baru yang memadukan kewirausahaan dengan dampak sosial. Entitas-entitas ini memanfaatkan prinsip-prinsip bisnis untuk mengatasi permasalahan mendesak, menawarkan solusi inovatif yang mendorong kemajuan ekonomi dan masyarakat. Berbagai solusi yang diciptakan antara lain:

1. Mengatasi Kemiskinan dan Pemberdayaan Masyarakat

Wirausaha sosial memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengentasan kemiskinan dengan menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat yang terpinggirkan. Lembaga keuangan mikro, seperti Grameen Bank, memberikan contoh bagaimana wirausaha sosial memberdayakan individu dengan akses terbatas terhadap layanan keuangan tradisional, memungkinkan mereka untuk memulai usaha kecil dan meningkatkan kondisi kehidupan mereka (Yunus, 2003).

2. **Membina Kelestarian Lingkungan Hidup**

Komitmen wirausaha sosial terhadap kelestarian lingkungan terlihat melalui usaha seperti TOMS Shoes, yang menerapkan model "Satu untuk Satu", yang menyediakan sepasang sepatu untuk setiap pasang sepatu yang terjual. Perusahaan-perusahaan ini menganjurkan konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, serta mengintegrasikan pertimbangan sosial dan lingkungan ke dalam model bisnis mereka (Mycoskie, 2011).

3. **Inovasi Pendidikan dan Kesehatan**

Wirausaha sosial mendorong inovasi di bidang pendidikan dan layanan kesehatan, khususnya di daerah-daerah yang kurang terlayani. Bridge International Academies, misalnya, memanfaatkan teknologi untuk memberikan pendidikan terjangkau bagi anak-anak di negara-negara berkembang, menunjukkan bagaimana kewirausahaan dapat merevolusi akses terhadap layanan penting (Bridge International, nd).

4. **Membangun Ekonomi Inklusif**

Wirausaha sosial mendorong inklusivitas ekonomi dengan menciptakan peluang kerja bagi kelompok marginal. Greyston Bakery, yang dikenal dengan kebijakan "Perekrutan Terbuka", mempekerjakan individu tanpa memandang latar belakang mereka, dengan menekankan martabat dan pemberdayaan (Greyston Bakery, nd).

5. **Mendorong Solusi Kolaboratif**

Wirausaha sosial mendorong kolaborasi dan kemitraan lintas sektoral, membina ekosistem di mana pemerintah, LSM, dan perusahaan bekerja sama untuk mengatasi tantangan yang kompleks. Aliansi Global untuk Tungku Bersih menyatukan berbagai pemangku kepentingan untuk mengatasi masalah kesehatan dan lingkungan yang berasal dari metode memasak tradisional.

6. **Pertumbuhan Ekonomi dan Penciptaan Lapangan Kerja**

Wirausaha sosial merangsang pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong kewirausahaan, dan menghasilkan pendapatan. Menurut studi yang dilakukan oleh British Council, wirausaha sosial di Inggris menyumbang £60 miliar terhadap perekonomian dan mempekerjakan lebih dari 2 juta orang (British Council, 2020). Dengan berfokus pada pasar yang kurang terlayani dan komunitas yang terpinggirkan, perusahaan-perusahaan ini menawarkan peluang kerja bagi individu yang mungkin menghadapi hambatan untuk memasuki pasar tenaga kerja.

7. **Pengentasan Kemiskinan dan Pembangunan Inklusif**

Wirausaha sosial memainkan peran penting dalam pengentasan kemiskinan dan pembangunan inklusif. Sebuah studi yang dilakukan oleh World Economic Forum (WEF) menyoroti bahwa wirausaha sosial mengatasi kesenjangan sosial dengan menyediakan barang dan jasa kepada kelompok masyarakat yang kurang terlayani (WEF, 2020). Mereka memberdayakan komunitas marginal dengan menyediakan akses terhadap pendidikan, layanan kesehatan, energi bersih, dan layanan penting lainnya.

8. **Inovasi dan Dampak Sosial**

Wirausaha sosial seringkali berada di garis depan dalam inovasi, memelopori solusi kreatif terhadap permasalahan yang kompleks. Mereka menjembatani kesenjangan antara solusi berbasis pasar dan kebutuhan sosial. Laporan Global Impact Investing Network (GIIN) menekankan bahwa wirausaha sosial mendorong inovasi di berbagai sektor, termasuk pertanian, kesehatan, dan teknologi (GIIN, 2021). Komitmen mereka terhadap dampak sosial mendorong pengembangan produk, layanan, dan model bisnis yang inovatif.

9. Keberlanjutan dan Konservasi Lingkungan

Kelestarian lingkungan merupakan perhatian utama bagi wirausaha sosial. Banyak dari organisasi-organisasi ini mengadopsi praktik berkelanjutan dan secara aktif berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan. Sebuah artikel penelitian yang diterbitkan dalam *Journal of Cleaner Production* berpendapat bahwa wirausaha sosial mengadopsi praktik ramah lingkungan, berkontribusi terhadap pengurangan jejak karbon dan konservasi sumber daya (Shahir & Lerner, 2006).

10. Pemberdayaan Masyarakat dan Kohesi Sosial

Wirausaha sosial memperkuat ikatan masyarakat dan kohesi sosial dengan melibatkan masyarakat lokal dalam kegiatan mereka. Sebuah studi yang diterbitkan dalam *Harvard Business Review* mengungkapkan bahwa wirausaha sosial sering kali melibatkan anggota masyarakat sebagai pemangku kepentingan, sehingga menimbulkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama (Mair & Marti, 2006). Keterlibatan ini menumbuhkan rasa memiliki dan pemberdayaan di kalangan warga.

Kontribusi transformatif dari wirausaha sosial tidak hanya sekedar upaya mencari keuntungan. Entitas-entitas ini menunjukkan potensi kewirausahaan untuk mendorong perubahan yang berarti dalam masyarakat, mengatasi masalah-masalah lama dengan pendekatan inovatif. Dengan mendorong pembangunan ekonomi, pengelolaan lingkungan hidup, akses terhadap layanan penting, dan pertumbuhan inklusif, wirausaha sosial membentuk kembali lanskap global menuju masa depan yang lebih adil dan berkelanjutan.

Kontribusi wirausaha sosial terhadap kesejahteraan nasional tidak dapat disangkal. Organisasi-organisasi ini mendorong pertumbuhan ekonomi, mengatasi kesenjangan sosial, mendorong inovasi, dan memperjuangkan kelestarian lingkungan. Ketika mereka terus memperluas pengaruhnya, wirausaha sosial mempunyai potensi untuk mengubah cara masyarakat

menghadapi tantangan sosial dan ekonomi. Pemerintah, investor, dan masyarakat sipil harus menyadari dan mendukung peran penting wirausaha sosial dalam memajukan kesejahteraan nasional.

1.3. Studi Mengenai Kewirausahaan Sosial

Studi mengenai kewirausahaan sosial telah banyak didiskusikan oleh para peneliti, diantaranya studi (Tiwari, *et al.*, 2017b); (Hockerts, 2017); Lacap *et al.*, (2018); Mohammed, *et al.*, (2017); dan (Jadmiko, 2019b, 2020b, 2020a). Namun demikian, menurut Saebi *et al.*, (2019), salah satu rekomendasi penelitian *social entrepreneurial* pada level analisis individu (level analisis riset *social entrepreneurial* terdiri atas; individu, organisasi, dan institusional) lebih menekankan pada niatan, padahal variabel pengalaman individu dimasa lalu dapat menjadi pemoderasi. Pengalaman seseorang menjadi salah satu alasan mengapa seseorang memutuskan suatu pilihan. Begitupun dengan niat menjadi wirausaha sosial.

Dilain sisi, *perceived social support* telah menunjukkan sebagai *antecedent* dalam pembentukan minat *social entrepreneurial intention* (Mair & Naboia, 2006). Pada studi Younis *et al.* (2020), peran *perceived social support* ditemukan mampu memperkuat hubungan individu terhadap minatnya menjadi wirausahawan sosial. Lebih lanjut, dalam studinya dipaparkan bahwa dukungan yang diterima oleh seseorang memperkuat minat mereka untuk menjalankan usaha sosial. Selanjutnya, riset *social entrepreneurial intention* menjadi isu penting dalam mewujudkan lulusan yang mampu melakukan perubahan sosial melalui inovasi misi sosial di masyarakat. Ditambah, era digitalisasi mendorong para generasi millennial untuk menciptakan inovasi dalam mewujudkan nilai dan misi sosial melalui inovasi bisnis sosial.

Melalui buku Monograf ini, beberapa rumusan masalah yang perlu dijawab ialah terkait faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha sosial; aspek apa saja yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa menjadi seorang wirausaha sosial; dan

gender manakah yang lebih memiliki intensi terhadap minat menjadi seorang wirausaha sosial. Alur buku ini disajikan agar pembaca dapat mengetahui faktor-faktor pembentuk minat wirausaha sosial dikalangan mahasiswa.

Daftar Pustaka

- Abu-saifan. (2012). Social Entrepreneurship : Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 2(2), 22–27.
- Alter, S. K. (2006). Social enterprise models and their mission and money relationships. In A. Nicholls (Ed.), *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change* (pp. 205–232). New York: Oxford University Press.
- Austin, J. E., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Bocken, at al. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes A literature and practice review to develop sustainable business model. *Journal of Cleaner Production*, 65(February), 42–56. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>
- Boons, F., & Lüdeke-freund, F. (2013). Business models for sustainable innovation: state-of-the-art and steps towards a research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 45, 9–19. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.07.007>
- Chahine, Teresa. (2016). *Introduction to Social Entrepreneurship*, Boca Raton, CRC Press.
- Cochran, P.L. (2007), ‘The evolution of corporate social responsibility’, *Business Horizons*, 50(6), 449–54.
- Collavo, Tanja. (2022). *Foundations of Social Entrepreneurship*. London : Routledge.

- Dees, J. G. (1998). The meaning of "social entrepreneurship" (Working paper). Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Fuqua School of Business, Duke University.
- Dees, J. G. (1998, October 31). The meaning of social entrepreneurship. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Retrieved November 11, 2010, from <http://www.fntc.info/>
- Desa, G. (2010). of a Research Field in Emergence. In *Values and Opportunities in Social Entrepreneurship* (pp. 6–28). Palgrave Macmillan, a division of Macmillan Publishers Limited.
- Hibbert, S. A., Hogg, G., & Quinn, T. (2005). Social entrepreneurship: Understanding consumer motives for buying The Big Issue. *Journal of Consumer Behavior*, 4(3), 159–172.
- Hockerts, K. (2017). *Determinants of Social entrepreneurial intentions*. 105–130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>
- Hulgård, L. (2010). *Discourses of social entrepreneurship – variations of the same theme?* 10, 1–21.
- Jadmiko, P. (2019b). Peran Pemediasi Attitude Becoming Social Entrepreneur (ATB) Pada Pengaruh Antara Empati Terhadap Minat Berwirausaha Sosial. *Jurnal Benefita*, 4(3), 422. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4617>
- Jadmiko, P. (2020a). *Linking Perceived social support To Social entrepreneurial intention: the Mediating Role of Attitude Becoming Social Entrepreneur*. 6(2), 52–60.
- Jadmiko, P. (2020b). Minat Berwirausaha Sosial Dikalangan Mahasiswa. *Manajemen Bisnis*, 17(2), 189–206. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2532>

- Mair, J., & Marti, I. (2006). Penelitian Kewirausahaan Sosial: Sumber Penjelasan, Prediksi, dan Kegembiraan. *Jurnal Bisnis Dunia*, 41(1), 36-44.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (2006). *Social Entrepreneurship*.
- Mohammed, B. S., Fethi, A., & Djaoued, O. B. (2017). *The Influence of Attitude , Subjective Norms and Perceived Behavior Control on Entrepreneurial Intentions : Case of Algerian Students*. 7(6), 274–282. <https://doi.org/10.5923/j.economics.20170706.02>
- Mycoskie, B. (2011). Mulailah Sesuatu yang Penting. Spiegel & Grau.
- Phills Jr, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43.
- Sharir, M., & Lerner, M. (2006). Mengukur Keberhasilan Usaha Sosial yang Diprakarsai oleh Pengusaha Sosial Perorangan. *Jurnal Bisnis Dunia*, 41(1), 6-20.
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017b). *The role of emotional intelligence and Self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial intentions*. 0676(September). <https://doi.org/10.1080/19420676.2017.1371628>
- Utomo, H. (2014). Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Sosial. *Among Makarti*, 7(14), 1–16.
- Yunus, M. (2003). Bankir bagi Masyarakat Miskin: Pinjaman Mikro dan Perjuangan Melawan Kemiskinan Dunia. *Urusan publik*.
- Dewan Inggris. (2020). Kewirausahaan Sosial di Inggris: Menciptakan dan Menangkap Nilai. Diterima dari <https://>

[//www.britishcouncil.org/research-policy-insight/insight-articles/social-enterprise-uk-creating-capturing-value](https://www.britishcouncil.org/research-policy-insight/insight-articles/social-enterprise-uk-creating-capturing-value)

Jaringan Investasi Dampak Global (GIIN). (2021). Survei Impact Investor Tahunan 2020. Diperoleh dari <https://thegiin.org/research/publication/annualsurvey2020>

Forum Ekonomi Dunia (WEF). (2020). Peran Wirausahawan Sosial dalam Membangun Masyarakat Inklusif. Diterima dari <https://www.weforum.org/whitepapers/the-role-of-social-entrepreneurs-in-building-inclusive-societies>

Jembatan Internasional. (nd). Model kami. Diterima dari <https://www.bridgeinternationalacademies.com/our-model/>

Aliansi Global untuk Tungku Bersih. (nd). Tentang kami. Diterima dari <https://www.cleancookstoves.org/about-us/index.html>

Toko Roti Greyston. (nd). Buka Perekrutan. Diterima dari <https://greyston.com/open-hiring/>

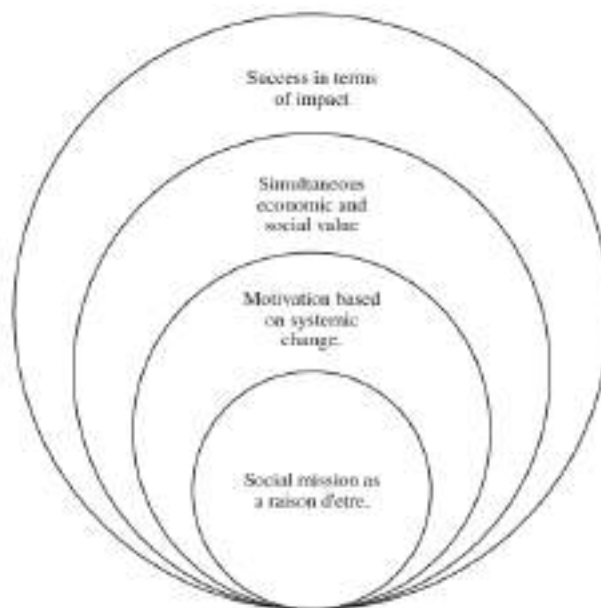
BAB 2

TELAAH KEWIRAUSAHAAN SOSIAL LEBIH DALAM

2.1. Unsur dan Konsep Kewirausahaan Sosial

Menurut Portales (2019) dalam bukunya *Social Innovation and Social Entrepreneurship Fundamentals, Concepts, and Tools* terdapat 4 (empat) unsur yang menentukan sifat dari kewirausahaan sosial. Unsur-unsur tersebut diantaranya: (1) Misi sosial dan penciptaan nilai sosial sebagai elemen utama; (2) Motivasi berfokus pada perubahan dari kondisi struktural yang menghasilkan solusi atas permasalahan yang diatasi - divisualisasikan oleh pengusaha sebagai peluang untuk melakukan perubahan sosial; (3) Model untuk generasi sosial dan nilai ekonomi, (4) Keberhasilan berdasarkan indikator dampak sosial dan bukan kinerja keuangan (Gambar 2.1).

Gambar 2.1. Unsur Kewirausahaan Sosial



Sumber: Portales (2019: 56)

Berdasarkan unsur kewirausahaan yang dipaparkan dalam Porales (2019) tampak bahwa misi sosial dan penciptaan nilai sosial menjadi elemen kunci/utama dalam kewirausahaan sosial. Misi sosial yang dicanangkan dalam konsep kewirausahaan dapat memberikan kontribusi berbeda (model bisnis baru) yang dapat menjawab berbagai permasalahan sosial saat ini. Unsur berikutnya yang tidak kalah penting ialah unsur motivasi. Unsur motivasi tersebut juga berdasarkan motivasi untuk melakukan transformasi perubahan yakni dari masalah menciptakan ide/gagasan solusi. Selanjutnya, solusi sosial yang diimplementasikan tersebut membawa pada nilai ekonomi tinggi bagi ekonomi berkeadilan. Terakhir, unsur kewirausahaan sosial juga diukur bukan dari kinerja keuangan semata namun dengan mempertimbangkan aspek dampak sosial. Pengukuran dampak sosial yang dihasilkan dari kegiatan usaha sosial tersebut menjadi salah satu indikator kesuksesan seorang wirausaha sosial.

Beberapa unsur yang telah dikemukakan oleh Porales (2019) menekankan pentingnya aspek individu dalam memotivasi diri sendiri untuk terlibat menjadi bagian dari solusi di masyarakat. Motivasi yang muncul pada diri seseorang tidak serta merta muncul dengan sendirinya. Namun, lebih dipicu karena faktor lingkungan. Sementara itu, pihak pemerintah dan juga unsur pendidikan sudah seharusnya berkontribusi terhadap berbagai permasalahan sosial. Perlu keterlibatan pendidikan tinggi dalam mentransfer unsur-unsur kewirausahaan sosial kepada mahasiswa melalui berbagai aktivitas pembelajaran langsung (*social project*).

Social enterprises tidak hanya menguntungkan anggota organisasi atau kliennya, tetapi juga komunitas yang lebih besar. Oleh karena itu, model bisnis mereka menyertakan elemen tambahan untuk mengatasi masalah sosial dan menghasilkan nilai sosial (Hyup, 2016). Point penting bagi pelaku wirausaha sosial ialah bagaimana mereka mewujudkan gagasan dengan melibatkan unsur pemberdayaan. Konsep saling berdaya, dan maju bersama menjadi energi positif. Selain itu, penggerak perusahaan-perusahaan ini adalah misi sosialnya

dan bukan hanya menghasilkan kekayaan, memperluas definisi ke model bisnis sosial (Grassl, 2012). Jenis model ini lebih kompleks daripada model tradisional karena memaksa untuk memperluas definisi proposisi nilai dan juga mekanisme atau struktur yang diikuti wirausahawan untuk menyampaikan dan menerima nilai yang dihasilkan olehnya.

Lebih lanjut, konsep kewirausahaan sosial juga memiliki multidimensi. Dimensi tersebut menjadi komponen yang penting dalam konsep kewirausahaan sosial. Berikut ini adalah lima dimensi penting yang membentuk konsep kewirausahaan sosial menurut menurut Praszkie (2012) yaitu sebagai berikut :

1. Misi Sosial

Misi sosial adalah topik yang semakin menjadi perhatian di berbagai bidang, termasuk bisnis dan pemerintahan, karena mereka semakin memahami bahwa sukses dalam bisnis dan kepemimpinan memerlukan pertimbangan yang lebih luas sebagai tanggung jawab sosial dan pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, semakin banyak organisasi yang mengadopsi misi sosial sebagai prinsip panduan mereka.

2. Inovasi sosial

Inovasi sosial ialah sejauh mana seseorang mampu membaca peluang dilingkungan sekitar dengan berbagai permasalahan yang kemudian menghasilkan sebuah inovasi. Inovasi yang dimaksud bertujuan menjadi solusi yang memiliki dampak positif terhadap orang lain.

3. Perubahan sosial

Perubahan sosial dalam hal ini berupa adanya gagasan yang tercipta dari kondisi lingkungan. Perubahan sosial ialah perubahan yang terjadi pada sebuah lembaga maupun organisasi kemasyarakatan di dalam suatu kelompok masyarakat, yang mempengaruhi suatu sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap, budaya, dan pola

perilaku di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat.

4. Semangat wirausaha

Semangat wirausaha merupakan bentuk aktualisasi diri seseorang untuk mengembangkan sesuatu menjadi lebih bernilai. Semangat yang dimaksud dapat berupa mencurahkan segala kemampuan yang dimiliki sehingga hasil yang diharapkan dapat tercapai sesuai (optimal).

5. Kepribadian

Kepribadian merupakan karakter seseorang dalam menghadapi sesuatu, atau bisa disebut dengan respon terhadap sesuatu. Pada konteks kewirausahaan sosial, kepribadian adalah dimensi penting dalam menjaga daya usaha guna mewujudkan harapan yang telah ditetapkan.

Selain lima (5) dimensi penting yang membentuk konsep kewirausahaan sosial yang telah diutarakan Praskier (2012), dibutuhkan kepribadian yang mendukung untuk menjadi seorang wirausaha sosial. Menurut Collavo (2022) untuk menjadi seorang wirausahawan sosial dibutuhkan kepribadian sebagai berikut :

1. Tekad. Tekad adalah komitmen untuk bertindak dalam mengatasi permasalahan sosial. Kekuatan dan dorongan individu mampu mempertahankan komitmen untuk melakukan sesuatu.
2. Semangat dan dedikasi. Semangat dan dedikasi muncul dari diri seseorang untuk tampil dan berkontribusi dalam berbagai permasalahan sosial.
3. Keyakinan dan kepercayaan diri. Keyakinan dan kepercayaan diri meliputi bahwa apa yang akan dilakukan adalah sesuatu yang baik dan akan diterima oleh masyarakat.
4. Nyaman dengan ketidakpastian dan risiko. Risiko adalah sesuatu yang harus dihadapi, bukan untuk dihindari. Karena itu, seseorang yang berkomitmen menjadi seorang wirausaha sosial harus berani dalam

menghadapi resiko.

5. Kemandirian. Kemandirian tercermin pada bagaimana seseorang melakukan dengan penuh harapan bahwa tidak ada yang mudah dan instan. Butuh komitmen yang kuat dan berdikari.
6. Sikap proaktif/pelaku. Sikap proaktif berarti terus bergerak aktif dalam melakukan trobosan.

Selanjutnya, kewirausahaan sosial juga dapat dikaitkan dengan berbagai sektor. Namun, pada penjelasan gambar dibawah ini kewirausahaan dikaitkan dengan sektor tradisional.

Gambar 2.2. Kewirausahaan Sosial Dalam Kaitannya Dengan Sektor Tradisional



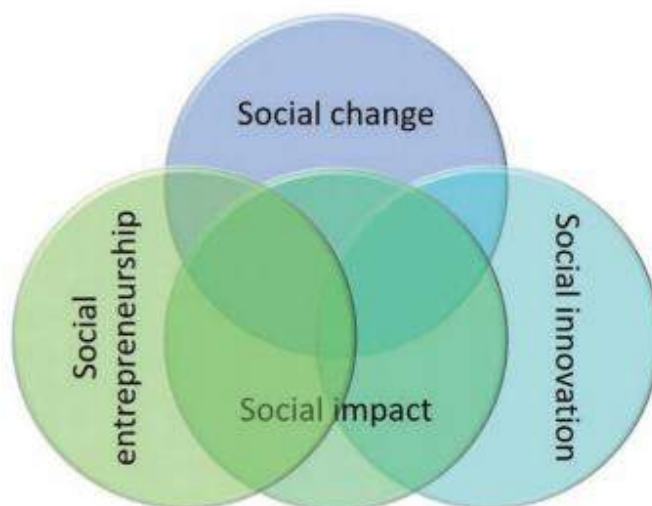
Sumber: Collavo (2022: 9)

Kewirausahaan sosial berada di antara sektor swasta, publik, dan sektor ketiga. Ini menggabungkan keterampilan, pola pikir, dan alat bisnis, dengan pemahaman tentang masalah sosial dan kedekatan dengan penerima manfaat yang khas dari sektor ketiga, dan keinginan untuk memajukan kepentingan

publik, kesejahteraan, dan kesetaraan sosial yang khas dari sektor publik. Selain itu, ia bekerja sama dengan ketiga sektor ini, dan mencoba mengkompensasi kegagalan mereka.

Kewirausahaan sosial sering dikaitkan dengan konsep perubahan sosial, inovasi sosial, dan dampak sosial. Sementara kewirausahaan sosial sebagian tumpang tindih dengan inovasi sosial dan merupakan salah satu dari banyak cara untuk menghasilkan dampak sosial dan perubahan sosial, ini semua adalah konsep berbeda yang tidak boleh digunakan secara bergantian. Selanjutnya, salah satu penjelasan yang dapat kita simpulkan bahwa kewirausahaan sosial beririsan dengan perubahan sosial, inovasi sosial dan dampak sosial. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan satu sama lain yang tidak dapat dipisahkan.

Gambar 2.3. Kewirausahaan Sosial Dalam Kaitannya dengan Perubahan Sosial, Inovasi Sosial, dan Dampak Sosial

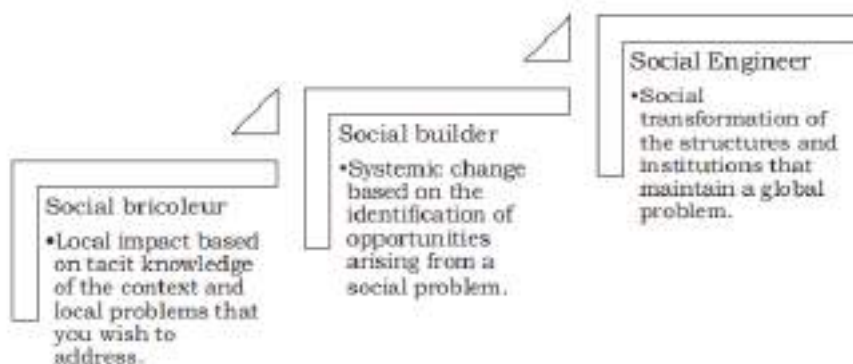


Sumber: Collavo (2022: 32)

2.2. Jenis Wirausaha Sosial

Zahra et al. (2009) mempertimbangkan tiga jenis wirausaha sosial: *social bricoleur*, *social builder*, and *social engineer*. Jenis wirausaha sosial ini dapat diklasifikasikan dari rendah ke tinggi, tergantung pada jenis dampak atau transformasi sosial yang dapat mereka capai.

Gambar 2.4. Jenis Wirausaha Sosial Menurut Zahra et al. (2009)



Sumber: Dalam Portales (2019: 87)

Zahra et al. (2009) mempertimbangkan tiga jenis wirausaha sosial: *social bricoleur*, *social builder*, dan *social engineer*. Jenis wirausaha sosial ini dapat diklasifikasikan dari rendah ke tinggi, tergantung pada jenis dampak atau transformasi sosial yang dapat mereka capai.

1. **Social Bricoleur**, jenis wirausaha sosial ini memiliki pengetahuan mendalam tentang kondisi lingkungan setempat dan sumber daya yang tersedia secara lokal. Ini hadir untuk peluang yang ditemukan secara lokal dengan sumber daya yang tersedia secara lokal (Di Domenico et al. 2010). Jenis wirausaha sosial ini mengidentifikasi kebutuhan sosial yang tidak dapat dibedakan atau dikenali oleh pelaku lain. Solusi yang mereka rancang terkadang berskala kecil dan cakupannya terbatas. Namun, solusi ini membantu mengurangi masalah sosial setempat. *social bricoleur* berkontribusi pada generasi

keseimbangan sosial di mana perdamaian dan ketertiban sosial ada. Sebagai konsekuensi dari pengetahuan lokal dan seringkali implisit, brikoleur sosial berada dalam posisi unik untuk menemukan kebutuhan sosial lokal di mana mereka dapat memanfaatkan motivasi, pengalaman, dan sumber daya pribadi mereka.

2. ***Social Builder*** merupakan Jenis wirausaha sosial, yang dicirikan oleh kemampuannya untuk mengidentifikasi peluang dalam pasar atau masyarakat untuk membangun dan memperkenalkan perubahan sistemik, baik pada tingkat tujuan maupun sarana. Dengan memperkenalkan inovasi, pengusaha berhasil dan menguntungkan memanfaatkan peluang untuk mengatasi kebutuhan pelanggan yang tidak terpenuhi (Waddock & Post, 1991).
3. ***Social Engineer***, merupakan jenis wirausahawan yang memperkenalkan perubahan dramatis di bidang sosial, yang menyerupai wirausahawan hebat di dunia perusahaan komersial (misalnya, Steve Jobs, UBER, dan lain-lain). Mereka adalah mesin inovasi dan perubahan, menghancurkan sistem, struktur, dan proses usang menggantikannya dengan yang lebih baru dan lebih tepat (Martin & Osberg, 2007). Dengan menghancurkan institusi yang ada dan seringkali dominan dan menggantinya dengan institusi yang lebih efisien secara sosial, para Social engineer dapat memberikan pengaruh besar pada masyarakat. wirausahawan ini dapat memiliki kekuatan tinggi untuk perubahan sosial.

Prasyarat terpenting dari kewirausahaan sosial tidak diragukan lagi adalah motivasi. Ada konsensus seputar tiga faktor utama yang mungkin mendorong seseorang untuk menjadi wirausahawan sosial dibandingkan tradisional (Collavo, 2022):

1. Mereka telah menyaksikan atau mengalami masalah sosial secara langsung.

2. Mereka memiliki latar belakang (misalnya panutan dari keluarga, kegiatan sukarela, guru, kelompok sebaya) yang membantu mereka mengembangkan rasa keadilan yang kuat, dan keinginan untuk memperjuangkan apa yang mereka yakini sebagai “hal yang benar”.
3. Mereka ingin membuat pernyataan politik dan menunjukkan bahwa masalah sosial dan lingkungan dapat ditangani melalui pendekatan yang berbeda/baru/lebih kuat dari yang sudah ada.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1975). Belief , attitude , intention and behaviour : An introduction to theory and research. In *Reading, MA: Addison-Wesley*. (Issue July). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211
- Alter, S. K. (2006). Social enterprise models and their mission and money relationships. In A. Nicholls (Ed.), *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change* (pp. 205–232). New York: Oxford University Press.
- Au, W. C., Drencheva, A., & Yew, J. L. (2021). Narrating Career in Social Entrepreneurship: Experiences of Social Entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 0(0), 1–27. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1890188>
- Benneworth, P., & Cunha, J.(2015). Universities’ contributions to social innovation: Reflections in theory & practice. *European Journal of Innovation Management*, 18(4), 508–527.
- Buend ia-Mart inez, I., Alvarez-Herranz, A. and Menendez, M.M. (2020a), “Business cycle, SSE policy, and cooperatives: the case of Ecuador”, MDPI AG, *Sustainability*, Vol. 12 No. 13, doi: 10.3390/ su12135485.
- Byun, C.-G., Sung, C., Park, J. and Choi, D. (2018), “A study on the effectiveness of entrepreneurship education programs in higher education institutions: a case study of Korean graduate programs”, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, Vol. 4 No. 6, p. 26.
- Choi, J., Kim, K., Marjerison, R., Jeong, B. G., Lee, S., & Vaccaro, V. (2021). The Effects of Morality and Positivity on Social Entrepreneurial

- Intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, 0(0), 1–21. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1942960>
- Collavo, Tanja. (2022). *Foundations of Social Entrepreneurship*. London : Routledge.
- Di Domenico, M., Haugh, H., & Tracey, P. (2010). Social bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 681–703.
- Grassl, W. (2012). Business models of social enterprise: A design approach to hybridity. *ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives*, 1(1), 37–60.
- Hamizan-Roslan, M.H., Hamid, S., Taha Ijab, M. and Bukhari, S. (2019), “Social entrepreneurship learning model in higher education using social network analysis”, *Journal of Physics: Conference Series, Institute of Physics Publishing, Padang, Indonesia*, Vol. 1339, doi: 10.1088/1742-6596/1339/1/012029.
- Hockerts, K. (2017). *Determinants of Social entrepreneurial intentions*. 105–130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>
- Hyup, T. (2016). The sharing economy: Business cases of social enterprises using collaborative networks. *Procedia—Procedia Computer Science*, 91, 502–511.
- Joos, K. and Leaman, M. (2014), “Teaching social entrepreneurship”, *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy*, Edward Elgar Publishing, South Bend, pp. 152-176.
- Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (2006). *Social Entrepreneurship*.
- Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 28–39.
- Mohammed, B. S., Fethi, A., & Djaoued, O. B. (2017). *The Influence of Attitude , Subjective Norms and Perceived Behavior Control on*

Entrepreneurial Intentions : Case of Algerian Students. 7(6), 274–282.
<https://doi.org/10.5923/j.economics.20170706.02>

Othman, N., Mohammad, R., Siti, R., Radin, A. and Rahman, A. (2017), “Entrepreneurial competency and tendencies among pre-university students”, *International Journal of Economic Research*, Vol. 14 No. 15, pp. 51-67.

Pache, A.C. and Chowdhury, I. (2012), “Social entrepreneurs as institutionally embedded entrepreneurs: toward a new model of social entrepreneurship education”, *The Academy of Management Learning and Education*, George Washington University, Vol. 11, No. 3, pp. 494-510.

Pischetola, M., & Martins, L. de S. e. S. (2021). Teaching Social Entrepreneurship in Higher Education: Active Pedagogy in a Deweyan Perspective. *Journal of Social Entrepreneurship*, 0(0), 1–22. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1976816>

Praszquier, Ryszard dan Andrzej Nowak. (2012). *Social Entrepreneurship: Theory and Practice*. New York: Cambridge University Press.

Purnomo, Dwi. 2020a. *Jangan Lelah Berproses*. Bandung. Serambi Publishing

Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017b). *The role of emotional intelligence and Self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial* 0676(September). <https://doi.org/10.1080/19420676.2017.1371628>

Voronkova, O., Nikishkin, V., Frolova, I., Matveeva, E., Murzagalina, G. and Kalykova, E. (2019), “Importance of the process of teaching the basics of social entrepreneurship for the sustainable development of society”, *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, *Entrepreneurship and Sustainability Center*, Vol. 7 No. 2, pp. 1048-1058.

- Waddock, S. A., & Post, J. E. (1991). Social entrepreneurs and catalytic change. *Public Administration Review*, 51(5), 393.
- Wagner, T. (2012), “A primer on innovation”, *Creating Innovators. The Making of Young People Who will Change the World*, Scribner, New York, NY, pp. 26-50.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.

BAB 3
LANDASARAN TEORI:
KONSEP INTENSI BERWIRAUSAHA SOSIAL

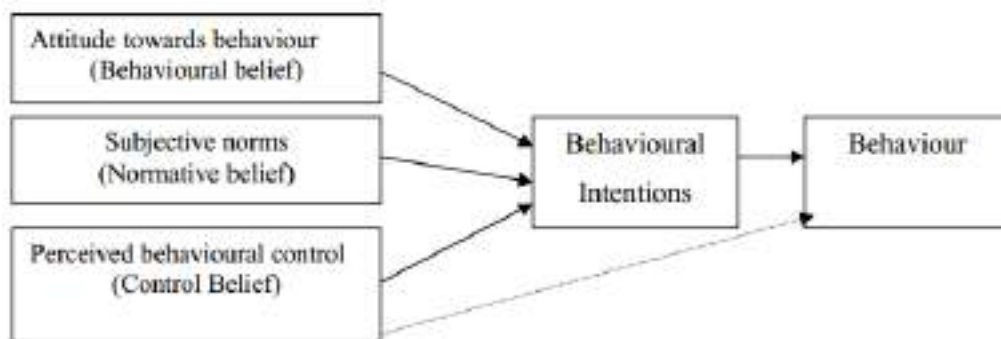
3.1. Pendekatan *Planned Behaviour Theory*

Sejauh ini telah banyak ahli yang fokus memandang bahwa niat berwirausaha dapat dijelaskan melalui teori. Salah satu pendekatan yang digunakan oleh kalangan ahli dan peneliti pada topik minat kewirausahaan ialah dengan menggunakan model *Planned Behaviour Theory* (Ajzen, 1991) sebagai perumusan kerangka konseptual. Model ini memiliki perspektif bahwa *Planned Behaviour Theory* merupakan serangkaian proses perencanaan perilaku seseorang sebelum bertindak. Namun disisi yang lain, perspektif *Planned Behaviour Theory* juga menunjukkan bahwa perilaku niatan seseorang tidak langsung dipengaruhi oleh variabel *antecedent*, namun dimediasi (*mediators*) oleh niatan sikap seseorang (Tiwari, *et al.*, 2017b).

Pengaruh langsung maupun tidak langsung telah menjadi perdebatan pada hasil-hasil penelitian. Namun, jika kita menilik dari teori tersebut bahwa niatan seseorang dipengaruhi oleh niatan sikap seseorang. Dengan demikian, studi mengenai minat berwirausaha sosial terdapat inkonsistensi dalam merumuskan model penelitian. Meskipun demikian, terdapat studi dimana empati, efikasi diri dan persepsi dukungan sosial mempengaruhi secara langsung (*direct effect*) terhadap minat berwirausaha sosial (Hockerts, 2017). Inkonsistensi tersebut menjadi *gap* pada beberapa penelitian. Apakah pengaruh variabel *antecedent* bersifat *indirect effect* terhadap minat berwirausaha sosial. Selanjutnya, pada konteks penelitian yang tidak langsung, peneliti menggunakan pondasi model *Planned Behaviour Theory* (Ajzen, 1991) untuk merumuskan kerangka konseptual. Menurut (Krueger, 1993), peneliti menekankan bahwa anteseden yang mempengaruhi minat berwirausaha sosial bersifat tidak langsung, tetapi pengaruh tersebut

mempengaruhi sikap terlebih dahulu dan kemudian mempengaruhi minat berwirausaha sosial.

Gambar 3.1. Model *Planned Behaviour Theory*



Sumber: Ajzen (1991)

Model *Planned Behaviour Theory* oleh Ajzen (1991) mengatakan bahwa tindakan seseorang diikuti oleh penilaian kesadaran untuk bertindak dengan cara tertentu. Model *Planned Behaviour Theory* merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dimana dijelaskan bahwa niat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh dua faktor utama yakni *attitude toward the behavior* dan *subjective norm* (Ajzen, 1975). Menurut Ajzen, terdapat tiga penentu niat untuk bertindak yaitu sikap terhadap perilaku; norma subyektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Sikap merupakan faktor yang terdapat dalam diri seseorang yang dipelajari untuk memberikan sebuah respon positif maupun negatif terhadap penilaian sesuatu yang diberikan. Norma subjektif merupakan persepsi yang timbul dari seseorang mengenai pemikiran orang lain yang akan mendukung atau tidak mendukungnya dalam melakukan tindakan atau sesuatu. Sedangkan kontrol perilaku merupakan persepsi seseorang terhadap kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku.

Teori Perilaku Terencana yang dikembangkan oleh Icek Ajzen merupakan kerangka psikologis yang digunakan untuk memprediksi dan memahami perilaku manusia. Teori ini berpendapat bahwa perilaku manusia

didorong oleh tiga faktor utama: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

1. Sikap: Sikap mengacu pada evaluasi pribadi individu terhadap perilaku tertentu. Dalam konteks kewirausahaan sosial, sikap mencerminkan persepsi siswa mengenai hasil positif atau negatif yang terkait dengan keterlibatan dalam kegiatan kewirausahaan sosial. Sikap positif mungkin berasal dari keyakinan bahwa kewirausahaan sosial dapat memberikan dampak positif pada masyarakat dan memenuhi nilai-nilai pribadi.
2. Norma Subjektif: Norma subyektif mencakup pengaruh tekanan sosial dan pendapat orang lain terhadap perilaku individu. Siswa lebih mungkin untuk terlibat dalam kewirausahaan sosial jika mereka merasa bahwa teman, keluarga, mentor, atau masyarakat secara keseluruhan mendorong kegiatan tersebut. Jika seorang siswa merasa bahwa orang-orang di sekitar mereka menghargai dan mendukung kewirausahaan sosial, niat mereka untuk terlibat di dalamnya mungkin akan semakin kuat.
3. Kontrol Perilaku yang Dirasakan: Faktor ini berkaitan dengan persepsi individu mengenai kemampuan mereka untuk berhasil melakukan perilaku yang diinginkan. Dalam konteks niat berwirausaha sosial, kontrol perilaku yang dirasakan melibatkan penilaian siswa terhadap keterampilan, sumber daya, dan faktor eksternal yang mungkin menghambat atau memfasilitasi keterlibatan mereka dalam kewirausahaan sosial.

Teori Perilaku Terencana dapat diterapkan secara efektif untuk menjelaskan niat kewirausahaan sosial siswa dengan memeriksa bagaimana masing-masing komponen berinteraksi dengan konteks spesifik ini.

1. Sikap: Mahasiswa yang memiliki sikap positif terhadap kewirausahaan sosial cenderung menganggapnya sebagai usaha yang

menarik dan berdampak. Hal ini dapat dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi mereka, keyakinan akan potensi perubahan positif, dan pengakuan atas manfaat yang didapat dengan mengatasi masalah sosial melalui cara-cara kewirausahaan.

2. Norma Subjektif: Pengaruh panutan, mentor, dan teman sebaya memainkan peran penting dalam membentuk niat kewirausahaan sosial mahasiswa. Jika siswa dikelilingi oleh individu-individu yang telah berhasil terlibat dalam kewirausahaan sosial atau mereka yang sangat menghargai dampak sosial, niat mereka untuk melakukan hal yang sama kemungkinan besar akan meningkat.
3. Kontrol Perilaku yang Dirasakan: Mahasiswa yang yakin bahwa mereka memiliki keterampilan, pengetahuan, dan sumber daya yang diperlukan untuk terjun dalam kewirausahaan sosial lebih cenderung mempunyai niat untuk melakukannya. Akses terhadap pendidikan, pelatihan, dan jaringan dukungan yang relevan dapat meningkatkan persepsi mereka mengenai kendali perilaku, sehingga membuat jalan menuju kewirausahaan sosial tampak lebih memungkinkan.

Memahami niat kewirausahaan sosial siswa sangat penting untuk menumbuhkan budaya inovasi dan dampak sosial. Teori Perilaku Terencana memberikan kerangka kerja yang kuat untuk menguji berbagai faktor psikologis yang mempengaruhi niat tersebut. Dengan mengevaluasi sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, pendidik, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan dapat merancang intervensi untuk mendorong dan mendukung siswa dalam mengejar kewirausahaan sosial.

Kesimpulannya, Teori Perilaku Terencana menawarkan lensa berharga untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat kewirausahaan sosial siswa. Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan secara kolektif membentuk niat siswa untuk terlibat dalam kewirausahaan sosial. Dengan mengenali keterkaitan antara faktor-faktor ini, masyarakat dapat

memberdayakan dan menginspirasi generasi baru wirausaha yang sadar sosial yang mendorong perubahan positif di dunia.

3.2. Pendekatan *Social Cognitive Career Theory (SCCT)*

Menurut Tran dan Korflesch (2016) teori ini menekankan bahwa pengembangan karir dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berhubungan dengan kognitif-individu (misalnya efikasi diri, ekspektasi hasil dan tujuan/niat). Di sini, tujuan ditentukan dalam hal tekad seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu. *Self-efficacy* adalah "penilaian orang dari kemampuan mereka untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai jenis kinerja yang ditunjuk" ("Saya tahu saya bisa melakukannya") (Bandura, 1986 dalam Tran dan Korflesch, 2016). Serta harapan hasil adalah keyakinan seseorang tentang konsekuensi atau efek dari melakukan perilaku tertentu ("Jika saya melakukannya, apa yang akan terjadi"). *Social Cognitive Career Theory* berpendapat bahwa tekad atau niat individu untuk mengambil tindakan dalam domain tertentu didasarkan pada penilaian kemampuan mereka sendiri untuk mengatur dan melaksanakan program tindakan ini (efikasi diri) serta kemungkinan dan konsekuensi yang dibayangkan dari tindakan tersebut. melakukan perilaku tertentu (harapan hasil). Lebih lanjut, Tran dan Korflesch (2016) menambahkan bahwa teori tersebut juga menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan yang terkait dengan karier dipengaruhi oleh orang dan lingkungan/kontekstual.

Seperti yang telah diulas diatas, teori *Social Cognitive Career* dapat menjelaskan dibalik adanya minat seseorang untuk menjadi wirausaha sosial. Dimana, keputusan karir seseorang dipengaruhi oleh orang dan lingkungan/kontekstual. Berbagai permasalahan sosial yang tampak oleh seseorang dapat menjadi pemicu seseorang mendedikasikan berkarir dibidang sosial, termasuk berminat menjadi wirausahawan sosial. Pengalaman dan hasil evaluatif terhadap kondisi lingkungan sosial dapat mendorong seseorang untuk berniat bertindak dan melakukan sesuatu.

Munculnya kewirausahaan sosial sebagai cara yang ampuh untuk mengatasi masalah-masalah sosial dan lingkungan yang mendesak telah memicu minat ilmiah dalam memahami proses kognitif yang membentuk niat individu untuk terlibat dalam upaya tersebut. Teori kognitif, yang menekankan peran proses mental dalam membimbing perilaku manusia, memberikan kerangka teoritis untuk mengeksplorasi seluk-beluk niat kewirausahaan sosial. Makalah ini berfokus pada dua teori kognitif penting – Teori Kognitif Sosial Bandura dan Teori Perilaku Terencana Ajzen – dan relevansinya dalam menjelaskan dimensi kognitif yang mendasari pembentukan niat kewirausahaan sosial.

Teori Kognitif Sosial Bandura: Teori Kognitif Sosial Albert Bandura berpendapat bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh interaksi timbal balik antara faktor kognitif, isyarat lingkungan, dan pengalaman individu. Konstruksi utama dalam teori ini adalah efikasi diri dan ekspektasi hasil.

1. **Efikasi Diri:** Efikasi diri mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk berhasil melakukan perilaku tertentu dalam konteks tertentu. Dalam bidang niat berwirausaha sosial, individu dengan efikasi diri yang tinggi menganggap dirinya kompeten dalam mengidentifikasi dan menerapkan solusi terhadap tantangan sosial. Efikasi diri yang tinggi menumbuhkan kepercayaan diri yang dibutuhkan untuk menavigasi kompleksitas kewirausahaan sosial, mempengaruhi individu untuk membentuk niat untuk terlibat dalam upaya tersebut.
2. **Harapan Hasil:** Ekspektasi hasil adalah konsekuensi yang diantisipasi dari keterlibatan dalam suatu perilaku. Dalam konteks kewirausahaan sosial, individu mengevaluasi hasil potensial, baik positif maupun negatif, terkait dengan tindakan mereka. Harapan hasil yang positif, seperti menciptakan dampak sosial yang berarti, dapat

memotivasi individu untuk menumbuhkan niat yang selaras dengan kewirausahaan sosial.

Teori kognitif memberikan kerangka yang kuat untuk memahami proses kognitif yang mendasari niat kewirausahaan sosial. Teori Kognitif Sosial Bandura menjelaskan peran efikasi diri dan ekspektasi hasil, sedangkan Teori Perilaku Terencana Ajzen menyelidiki pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Mengintegrasikan teori-teori ini meningkatkan pemahaman kita tentang motivasi dan mekanisme kognitif yang mendorong individu untuk terlibat dalam kewirausahaan sosial. Wawasan tersebut mempunyai implikasi yang signifikan bagi para pendidik, pembuat kebijakan, dan praktisi yang berupaya menumbuhkan budaya inovasi dan dampak sosial.

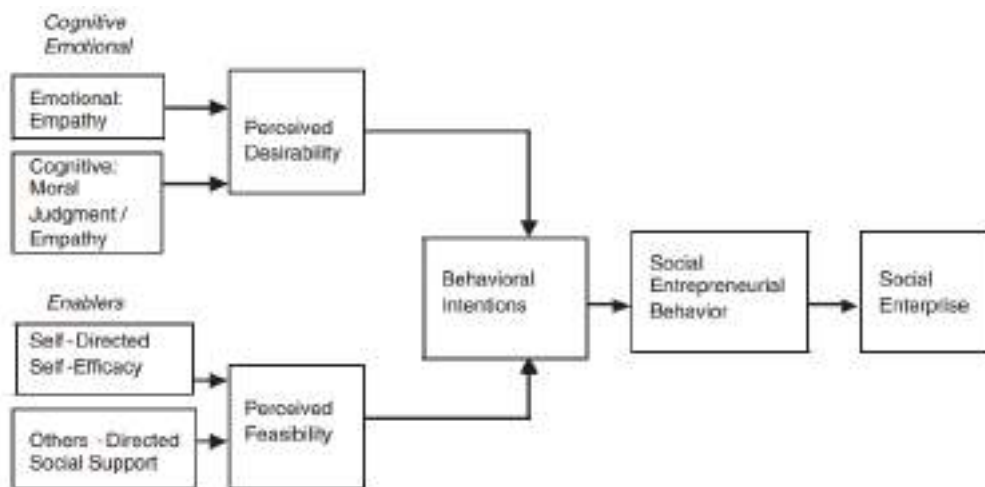
3.3. Model Pembentukan Minat Berwirausaha Sosial

Beberapa peneliti telah melakukan upaya mengidentifikasi model dan proses pembentukan minat berwirausaha sosial pada seseorang. Saat ini telah banyak hasil-hasil penelitian yang telah dipublikasi dengan luaran yang praktis. Namun demikian, salah satu keterbatasan pada temuan-temuan hasil penelitian ialah generalisasi hasil penelitian yang mungkin terbatas pada objek dan konteks yang berbeda-beda. Meskipun, kita dapat mengadopsi beberapa model dan konsep tersebut untuk diimplementasikan pada berbagai konteks tertentu.

Selanjutnya, upaya pertama untuk mengembangkan model yang dapat menangkap pembentukan model minat berwirausaha sosial dilakukan oleh (Mair & Naboia, 2006). Model tersebut menggunakan variabel individu untuk mengukur niat. Pada model Mair dan Naboia (2006) juga menyarankan bahwa niat untuk memulai usaha sosial berkembang dari persepsi menjadi (ke) keinginan, yang dipengaruhi oleh konstruk emosional kognitif yang terdiri dari empati sebagai faktor emosional dan penilaian moral sebagai faktor kognitif dan persepsi kemungkinan akan dilakukan (*perceived feasibility*) dipengaruhi

oleh penilaian moral sebagai faktor kognitif; dan kelayakan yang dirasakan dipengaruhi oleh seseorang atau sesuatu yang memungkinkan sesuatu terjadi (*enablers*) yang terdiri dari efikasi diri dan dukungan sosial.

Gambar 3.2 Model Pembentukan Minat Berwirausaha Sosial



Sumber: Mair dan Noboa (2006)

Penelitian yang dilakukan oleh Mohammed, *et al.*, (2017) menemukan bahwa *Attitude toward behavior* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha sosial pada mahasiswa Universitas Tlemcen Algeria. Menurutnya, hasil tersebut dilandasi adanya Model *Planned Behaviour Theory* yang telah berhasil memahami niat berwirausaha kalangan mahasiswa. Mohammed juga menambahkan bahwa sikap positif dan norma subyektif pada mahasiswa meningkatkan niat positif untuk mendirikan perusahaan baru dalam bidang sosial.

Social enterprises yang memiliki model bisnis yang berfokus pada misi, meningkatkan pendapatan mereka sekaligus meningkatkan dampak yang diberikan. Integrasi ini memunculkan kemungkinan untuk mencapai perubahan sistemik dan mencapai transformasi lingkungan, karena solusi yang diusulkan tercermin dalam produk atau layanan, menjadi aturan bagi pasar

yang ingin dilayani. Model bisnis sosial misi terpusat mengurangi ketegangan antara menghasilkan pendapatan dan pencapaian misi sosial, memfasilitasi wirausahawan dan kolaboratornya untuk fokus pada pengembangan inovasi dalam produk atau layanan yang menjamin keabadiannya di pasar dan perhatian pada masalah sosial dengan cara yang harmonis.

Model bisnis sosial juga dapat diklasifikasikan berdasarkan artikulasi antara target atau penerima manfaat dan klien atau konsumen dalam model bisnis. Menurut Alter (2006), ada enam model bisnis sosial, masing-masing dengan bentuk artikulasi yang berbeda: dukungan kepada pengusaha, perantara atau keterkaitan dengan pasar, pekerjaan, populasi penerima manfaat sebagai klien (pendapatan rendah atau pengumpulan per layanan), koperasi, dan bantuan atau subsidi jasa.

3.4. Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi

Salah satu upaya untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) mengenai pentingnya kewirausahaan sosial bagi kesejahteraan ekonomi dan sosial ialah menjadikan kewirausahaan sosial sebagai salah satu matakuliah di perguruan tinggi (Pischetola & Martins, 2021). Lebih jauh, Thomsen et al. (2021) menunjukkan bahwa pendekatan eksperimental dalam transfer pengetahuan kewirausahaan sosial kepada peserta didik menjadi salah satu metode pembelajaran yang efektif dalam meningkatkan kesadaran kewirausahaan sosial.

Adapun, Au et al. (2021) menunjukkan bahwa pendekatan eksperimental dalam mempelajari kewirausahaan sosial dapat memberikan gambaran yang jelas tentang tahapan dalam meniti karir sebagai wirausaha sosial berdasarkan empat dimensi sebagai berikut : *material concern*, relasi sosial, pembelajaran, dan *pursuing one's own projects*. Disisi lain, Choi et al. (2021) menekankan bahwa intensi terhadap kewirausahaan sosial ialah persoalan moral dan pikiran positif yang sinkron dengan tujuan pendidikan tinggi. Dengan demikian, kewirausahaan sosial sebagai konsep yang diajarkan

di lembaga pendidikan tinggi mampu mendorong minat dan motivasi peserta didik untuk menjadi wirausaha sosial.

Di sisi lain, Institusi pendidikan tinggi (PT) semakin terlibat dalam mempromosikan pendidikan untuk kewirausahaan sosial. Dalam beberapa tahun terakhir, beberapa tren dan praktik pedagogis untuk pelatihan wirausaha sosial telah muncul, membawa tantangan baru ke sektor akademik (Joos dan Leaman, 2014). Perguruan Tinggi ditantang untuk memberikan pelatihan keterampilan untuk ekonomi pengetahuan, mengembangkan pemikiran kreatif, mempromosikan kewirausahaan dan memberikan dampak sosial (Hamizan-Roslan et al., 2019; Saxena, 2019; Wagner, 2012).

Pendidikan universitas saat ini harus membekali mahasiswa untuk memahami ekonomi baru dan bereaksi cepat terhadap krisis sosial ekonomi. Bisnis dan organisasi lain harus siap mengatasi masalah sosial dan lingkungan (Voronkova et al., 2019). Oleh karena itu, program pelatihan harus fokus pada kesadaran siswa tentang kesejahteraan sosial sambil mengembangkan logika sektor bisnis dan publik untuk mengimplementasikan tindakan pemecahan masalah (Pache dan Chowdhury, 2012).

Pendidikan dalam kewirausahaan (sosial) berfokus pada pengembangan atribut individu untuk melaksanakan tugas dengan sukses, mengingat pembentukan wirausaha sosial difasilitasi oleh keterampilan dan nilai-nilai pribadi yang sesuai (Othman et al., 2017). Pendidikan kewirausahaan baru-baru ini mendapatkan daya tarik di Indonesia sebagai solusi potensial untuk memacu pertumbuhan ekonomi dan memperbaiki tingkat pengangguran. Pendidikan kewirausahaan dipandang sebagai cara untuk mempromosikan inovasi, kreativitas, dan kemandirian di kalangan penduduk muda. Selain itu, pendidikan kewirausahaan membekali siswa dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memulai bisnis mereka sendiri atau menjadi karyawan yang sukses di perusahaan yang sudah mapan.

Pelatihan interdisipliner wirausaha sosial universitas sebagai pemangku kepentingan relevan dalam agenda pembangunan berkelanjutan, mengarahkan mahasiswa untuk menemukan peluang untuk mengembangkan kapasitas kreatif, inovatif, dan kewirausahaan mereka (Byun et al., 2018). Secara tradisional, pengajaran kewirausahaan dilakukan di sekolah bisnis (Smith dan Woodworth, 2012); namun, pengalaman wirausaha bersifat multidisiplin dan melibatkan pengembangan kompetensi transversal. Banyak kurikulum mendekati kewirausahaan dari perspektif bisnis kapitalis konvensional (Buend ia-Mart inez et al., 2020a). Oleh karena itu, penting untuk memasukkan unsur ekonomi dan inovasi sosial di semua bidang pelatihan kejuruan untuk menciptakan perubahan sosial (Worsham, 2012).

Social enterprises tidak hanya menguntungkan anggota organisasi atau kliennya, tetapi juga komunitas yang lebih besar; oleh karena itu, model bisnis mereka menyertakan elemen tambahan untuk mengatasi masalah sosial dan menghasilkan nilai sosial (Hyup, 2016). Penggerak perusahaan-perusahaan ini adalah misi sosialnya dan bukan hanya menghasilkan kekayaan, memperluas definisi ke model bisnis sosial (Grassl, 2012). Jenis model ini lebih kompleks daripada model tradisional karena memaksa untuk memperluas definisi proposisi nilai dan juga mekanisme atau struktur yang diikuti wirausahawan untuk menyampaikan dan menerima nilai yang dihasilkan olehnya.

Menurut Benneworth dan Cunha (2015), perguruan tinggi berkontribusi pada proses kewirausahaan sosial dengan cara berikut:

1. Memberikan pengetahuan yang membantu perkembangan antar tahapan dalam membantu memajukan proses, baik sebagai bagian dari pengetahuan yang ada atau sesuatu yang diciptakan bersama dengan masyarakat yang terkena dampak.
2. Menyediakan sumber daya, apakah memberikan dukungan keuangan langsung atau menyediakan akses ke infrastruktur dan aset universitas dalam proses inovasi.

3. Mendukung kewirausahaan sosial, baik melalui menasihati wirausahawan sosial bagaimana mengakses sumber pengetahuan eksternal, atau membujuk orang lain untuk mendukung kewirausahaan sosial.

Niat kewirausahaan sosial sangat penting bagi pembuat kebijakan dan pendidik yang ingin memotivasi banyak orang untuk terlibat dalam kewirausahaan sosial (Hockerts, 2017). Faktor pendukung pengembangan kewirausahaan dalam lingkungan mahasiswa adalah sebagai berikut (Purnomo,2020: 20).

1. Pemberian pengarahan yang logis, realistis, dan sistematis dari dosen kepada mahasiswa.
2. Sebagian besar dosen menjadi pengusaha.
3. Pengemasan materi yang menarik dalam bidang kewirausahaan yang diberikan kepada mahasiswa di kelas atau pun saat praktek.
4. Pemberian penghargaan kepada mahasiswa wirausaha, sehingga dapat menjaga semangat wirausaha mahasiswa.
5. Selalu memberikan materi terbaru mengenai kewirausahaan dan isu-isunasional bahkan internasional mengenai kewirausahaan.

3.5. Institusi Pendidikan yang Mendukung Kewirausahaan Sosial di Indonesia

Institusi pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pendidikan kewirausahaan sosial. Pada era yang terus berkembang ini, kebutuhan akan solusi inovatif terhadap masalah sosial semakin mendesak. Oleh karena itu, lembaga-lembaga pendidikan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, semakin memahami pentingnya mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan sosial ke dalam kurikulum mereka. Hal ini tidak hanya membantu para mahasiswa memahami konsep dasar kewirausahaan sosial,

tetapi juga memberikan mereka alat dan pengetahuan yang diperlukan untuk berkontribusi pada perubahan positif dalam masyarakat.

Salah satu bentuk dukungan institusi pendidikan adalah melalui pengembangan program khusus. Banyak universitas dan perguruan tinggi di Indonesia telah memperkenalkan mata kuliah dan program studi kewirausahaan sosial yang dirancang untuk memperluas wawasan mahasiswa tentang bagaimana bisnis dapat digunakan sebagai sarana untuk mencapai tujuan sosial. Program ini juga sering kali menyediakan pelatihan praktis, studi kasus, dan proyek-proyek lapangan yang memungkinkan mahasiswa untuk menerapkan konsep yang mereka pelajari dalam konteks dunia nyata.

Selain itu, institusi pendidikan juga berperan sebagai jembatan antara mahasiswa dan jaringan kewirausahaan sosial yang luas. Mereka dapat menghubungkan mahasiswa dengan pengusaha sosial yang berpengalaman, organisasi nirlaba, dan perusahaan-perusahaan yang mendorong inovasi sosial. Ini memberikan mahasiswa peluang untuk belajar dari praktisi yang telah berhasil dalam menerapkan kewirausahaan sosial dan untuk membangun koneksi yang akan berguna dalam karier mereka di masa depan.

Secara keseluruhan, dukungan dari institusi pendidikan dalam mendukung pendidikan kewirausahaan sosial adalah langkah yang sangat positif. Ini membantu menciptakan generasi yang lebih sadar sosial dan bersemangat untuk mencari solusi berkelanjutan terhadap masalah sosial yang kompleks. Dengan bekal pengetahuan, keterampilan, dan jaringan yang diperoleh dari pendidikan ini, para lulusan memiliki potensi besar untuk menjadi pemimpin dalam perubahan sosial positif di Indonesia dan di seluruh dunia.

Saat ini, salah satu terobosan yang telah dilakukan Perguruan Tinggi di Indonesia agar jumlah wirausaha muda dari kalangan mahasiswa bertambah, pemerintah telah mencanangkan pendidikan kewirausahaan di program studi. Pendidikan kewirausahaan tersebut bertujuan agar mahasiswa dapat

menumbuhkan minat menjadi job creator dengan aktivitas usaha maupun jasa. Namun demikian, pendidikan kewirausahaan (konvensional/businessman) semata tidaklah sepenuhnya cukup. Mengapa demikian, hal ini didasarkan oleh berbagai oknum pelaku usaha yang masih abai dengan aturan dan tanggungjawab sosial.

Menyikapi hal tersebut, kurikulum pendidikan tinggi seyogyanya dapat mendesain kurikulum pendidikan kewirausahaan yang fokus pada misi dan dampak sosial berkelanjutan. Meskipun beberapa perguruan tinggi saat ini telah mulai mengembangkan pendidikan kewirausahaan sosial dengan berbagai program dan kegiatan, perlu upaya bersama untuk mempromosikan hal tersebut ke berbagai perguruan tinggi di seluruh Indonesia. Perguruan tinggi harus mampu mengambil peran dalam perubahan sosial melalui pendidikan kewirausahaan sosial.

Berdasarkan laporan organisasi Britishcouncil dengan judul *The State of Social Enterprise in Indonesia*, perkiraan jumlah sosial perusahaan di Indonesia sekitar 340.000 orang. Namun demikian, dari ribuan jumlah institusi pendidikan tinggi yang tersebar di Indonesia masih sangat terbatas yang mempromosikan. Menurut laporan Britishcouncil (2018), institusi pendidikan tinggi di Indonesia mendukung wirausaha sosial dengan melakukan penelitian dan penyediaan pelatihan kepada pengusaha. Banyak juga yang memiliki program penjangkauan masyarakat untuk mendorong siswa bekerja daerah pedesaan. Beberapa institusi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. **Universitas Sanata Dharma** mengadakan *Green Entrepreneurship Training* (GET) yang diselenggarakan oleh Bisnis Sosial dan Pengembangan Kewirausahaan di Pusat Studi Manajemen Fakultas Ekonomi.
2. **School of Business IPB University** memiliki Kewirausahaan Sosial sebagai salah satunya mata kuliah pilihan, meliputi bidang usaha

sosial, aktor dan struktur bisnis kewirausahaan sosial, mekanisme kerja dan bagaimana memulai dan mengelola usaha sosial.

3. **Binus Business School** menawarkan kursus *Design Thinking* untuk Inovasi Sosial sebagai bagiannya dari program kursus singkat. Selain itu, melalui Pusat Inovasi dan Kewirausahaan, Binus University memiliki mata kuliah Project Hatchery di mana mahasiswa berada diharapkan untuk menerapkan pemikiran desain untuk memecahkan masalah.
4. **Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMB Yogyakarta)** menggunakan kursus online peningkatan kapasitas koperasi, Sekolah Koperasi Indonesia (Sekopia), dan meningkatkan kerjasama antara dosen, mahasiswa dan masyarakat.
5. **Universitas Padjadjaran** melakukan program pemberdayaan masyarakat. Meskipun kewirausahaan sosial belum masuk dalam kurikulum Universitas Padjadjaran memberikan dukungan lain berupa konsultasi dan inkubasi program oleh dosen dan pakar lainnya. Universitas Padjadjaran mengembangkan komunitas pendukung perusahaan sosial yang disebut The Local Enabler.
6. **Universitas Atma Jaya** mendukung kewirausahaan sosial melalui beberapa program seperti Program Bina Lingkungan, UKM, Desa Binaan dan kegiatan lainnya.
7. **Universitas Ciputra** telah menjadikan kewirausahaan sebagai area fokus utama, namun tetap saja bekerja untuk mengintegrasikan kewirausahaan sosial.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1975). Belief , attitude , intention and behaviour : An introduction to theory and research. In *Reading, MA: Addison-Wesley*. (Issue July). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211
- Alter, S. K. (2006). Social enterprise models and their mission and money relationships. In A. Nicholls (Ed.), *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change* (pp. 205–232). New York: Oxford University Press.
- Au, W. C., Drencheva, A., & Yew, J. L. (2021). Narrating Career in Social Entrepreneurship: Experiences of Social Entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 0(0), 1–27. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1890188>
- Benneworth, P., & Cunha, J.(2015). Universities’ contributions to social innovation: Reflections in theory & practice. *European Journal of Innovation Management*, 18(4), 508–527.
- Buend ia-Mart inez, I., Alvarez-Herranz, A. and Menendez, M.M. (2020a), “Business cycle, SSE policy, and cooperatives: the case of Ecuador”, MDPI AG, *Sustainability*, Vol. 12 No. 13, doi: 10.3390/ su12135485.
- Byun, C.-G., Sung, C., Park, J. and Choi, D. (2018), “A study on the effectiveness of entrepreneurship education programs in higher education institutions: a case study of Korean graduate programs”, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, Vol. 4 No. 6, p. 26.
- Choi, J., Kim, K., Marjerison, R., Jeong, B. G., Lee, S., & Vaccaro, V. (2021). The Effects of Morality and Positivity on Social Entrepreneurial

- Intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, 0(0), 1–21. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1942960>
- Collavo, Tanja. (2022). *Foundations of Social Entrepreneurship*. London : Routledge.
- Di Domenico, M., Haugh, H., & Tracey, P. (2010). Social bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 681–703.
- Grassl, W. (2012). Business models of social enterprise: A design approach to hybridity. *ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives*, 1(1), 37–60.
- Hamizan-Roslan, M.H., Hamid, S., Taha Ijab, M. and Bukhari, S. (2019), “Social entrepreneurship learning model in higher education using social network analysis”, *Journal of Physics: Conference Series, Institute of Physics Publishing, Padang, Indonesia*, Vol. 1339, doi: 10.1088/1742-6596/1339/1/012029.
- Hockerts, K. (2017). *Determinants of Social entrepreneurial intentions*. 105–130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>
- Hyup, T. (2016). The sharing economy: Business cases of social enterprises using collaborative networks. *Procedia—Procedia Computer Science*, 91, 502–511.
- Joos, K. and Leaman, M. (2014), “Teaching social entrepreneurship”, *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy*, Edward Elgar Publishing, South Bend, pp. 152-176.
- Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (2006). *Social Entrepreneurship*.
- Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 28–39.
- Mohammed, B. S., Fethi, A., & Djaoued, O. B. (2017). *The Influence of Attitude , Subjective Norms and Perceived Behavior Control on*

Entrepreneurial Intentions : Case of Algerian Students. 7(6), 274–282.
<https://doi.org/10.5923/j.economics.20170706.02>

Othman, N., Mohammad, R., Siti, R., Radin, A. and Rahman, A. (2017), “Entrepreneurial competency and tendencies among pre-university students”, *International Journal of Economic Research*, Vol. 14 No. 15, pp. 51-67.

Pache, A.C. and Chowdhury, I. (2012), “Social entrepreneurs as institutionally embedded entrepreneurs: toward a new model of social entrepreneurship education”, *The Academy of Management Learning and Education*, George Washington University, Vol. 11, No. 3, pp. 494-510.

Pischetola, M., & Martins, L. de S. e. S. (2021). Teaching Social Entrepreneurship in Higher Education: Active Pedagogy in a Deweyan Perspective. *Journal of Social Entrepreneurship*, 0(0), 1–22. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1976816>

Praszquier, Ryszard dan Andrzej Nowak. (2012). *Social Entrepreneurship: Theory and Practice*. New York: Cambridge University Press.

Purnomo, Dwi. 2020a. *Jangan Lelah Berproses*. Bandung. Serambi Publishing

Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017b). *The role of emotional intelligence and Self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial* 0676(September). <https://doi.org/10.1080/19420676.2017.1371628>

Voronkova, O., Nikishkin, V., Frolova, I., Matveeva, E., Murzagalina, G. and Kalykova, E. (2019), “Importance of the process of teaching the basics of social entrepreneurship for the sustainable development of society”, *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, *Entrepreneurship and Sustainability Center*, Vol. 7 No. 2, pp. 1048-1058.

- Waddock, S. A., & Post, J. E. (1991). Social entrepreneurs and catalytic change. *Public Administration Review*, 51(5), 393.
- Wagner, T. (2012), “A primer on innovation”, *Creating Innovators. The Making of Young People Who will Change the World*, Scribner, New York, NY, pp. 26-50.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.

BAB 4

FAKTOR PEMBENTUK

MINAT BERWIRAUSAHA SOSIAL MAHASISWA

Munculnya kewirausahaan sosial telah menarik perhatian pelajar di seluruh dunia, karena mereka berupaya menciptakan dampak sosial sambil mengejar aspirasi kewirausahaan mereka. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat kewirausahaan sosial mahasiswa sangat penting bagi para pendidik, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan dalam mempromosikan dan mendukung tren yang sedang berkembang ini.

Menurut Chahine (2016) yang membedakan antara bentuk kewirausahaan sosial dan lainnya adalah kewirausahaan sosial mengacu pada usaha dan intervensi yang menargetkan populasi yang kurang terlayani, mengurangi kesenjangan antara mereka yang memiliki akses ke layanan sosial dan mereka yang tidak. Sementara kewirausahaan komersial sering menanggapi peluang pasar, Kewirausahaan sosial sering mengatasi kegagalan pasar. Tujuan utama perusahaan komersial adalah keuntungan finansial, sementara tujuan utama perusahaan sosial adalah dampak sosial yang diciptakannya.

4.1. Faktor Dampak Sosial yang Dirasakan

Mahasiswa termotivasi oleh potensi dampak positif usaha mereka terhadap masyarakat. Penelitian Krueger dan Brazeal (1994) menunjukkan bahwa keyakinan yang kuat terhadap kemampuan mereka untuk menciptakan perubahan sosial yang bermakna dapat secara signifikan mempengaruhi niat mahasiswa untuk menjadi wirausaha sosial.

Salah satu pendorong niat mahasiswa untuk terjun dalam kewirausahaan sosial adalah motivasi mereka untuk menciptakan dampak

positif bagi masyarakat. Keinginan intrinsik untuk membuat perbedaan ini berasal dari kesadaran akan tantangan sosial mendesak yang dihadapi masyarakat secara global. Menurut Krueger dan Brazeal (1994), mahasiswa yang percaya pada kapasitas mereka untuk melakukan perubahan sosial yang berarti lebih cenderung melakukan usaha kewirausahaan sosial.

Penelitian Krueger dan Brazeal menggarisbawahi pentingnya kepercayaan diri dan persepsi hak pilihan pribadi dalam mempengaruhi niat mahasiswa. Ketika mahasiswa memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan mereka untuk mengatasi permasalahan sosial melalui inisiatif kewirausahaan, maka motivasi mereka untuk menjadi wirausaha sosial menjadi lebih besar. Motivasi ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor:

1. **Pemenuhan Pribadi:** Mahasiswa sering kali menemukan kepuasan pribadi dalam berkontribusi terhadap kemajuan masyarakat. Komitmen mereka untuk memberikan dampak positif sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan hidup mereka, sehingga memberikan kepuasan mendalam yang mungkin tidak diberikan oleh jalur karier konvensional.
2. **Keterlibatan yang Berarti:** Terlibat dalam kewirausahaan sosial memungkinkan mahasiswa untuk berpartisipasi aktif dalam mencari solusi terhadap permasalahan dunia nyata. Keterlibatan langsung ini memberikan rasa keterlibatan yang terarah dan keagenan aktif dalam mengatasi tantangan-tantangan sosial yang mendesak.
3. **Relevansi Masyarakat:** Ketika mahasiswa menjadi lebih sadar akan isu-isu sosial seperti kemiskinan, degradasi lingkungan, dan kurangnya akses terhadap layanan dasar, mereka menyadari adanya kebutuhan mendesak akan solusi inovatif. Kewirausahaan sosial menyediakan platform bagi mereka untuk memberikan kontribusi yang berarti terhadap isu-isu ini.
4. **Pemberdayaan:** Gagasan menjadi pembuat perubahan dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi perubahan positif memberdayakan

mahasiswa. Pemberdayaan ini dapat menjadi faktor motivasi yang signifikan, mendorong mereka untuk mengatasi tantangan dan ketidakpastian yang terkait dengan upaya kewirausahaan.

Temuan Krueger dan Brazeal menyoroti keterkaitan antara keyakinan individu terhadap kemampuan mereka mendorong perubahan dan motivasi mereka untuk menjadi wirausaha sosial. Hubungan ini menggarisbawahi pentingnya memupuk kepercayaan diri, ketahanan, dan rasa keagenan di kalangan mahasiswa. Institusi dan program pendidikan yang menumbuhkan rasa percaya diri dan memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan praktis dalam kewirausahaan sosial dapat berkontribusi dalam meningkatkan niat mereka untuk memulai usaha dengan dampak sosial yang positif.

Kesimpulannya, penelitian Krueger dan Brazeal (1994) menyoroti bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan mereka untuk melakukan perubahan sosial yang positif secara signifikan mempengaruhi niat mereka untuk menjadi wirausaha sosial. Motivasi ini berakar pada keinginan mereka untuk mencapai kepuasan pribadi, keterlibatan yang bermakna, relevansi dengan masyarakat, dan pemberdayaan. Dengan mengenali dan memupuk motivasi intrinsik ini, lembaga pendidikan dan pembuat kebijakan dapat mendorong generasi baru wirausaha yang sadar sosial dan berdedikasi untuk menciptakan transformasi masyarakat yang positif.

4.2. Faktor Nilai Pribadi dan Altruisme

Individu dengan nilai-nilai pribadi yang kuat terkait tanggung jawab sosial dan altruisme lebih mungkin mengembangkan niat kewirausahaan sosial (Kautonen et al., 2015). Mahasiswa yang mengutamakan kesejahteraan sosial dan kesejahteraan masyarakat cenderung menjajaki peluang wirausaha yang selaras dengan nilai-nilai tersebut. Pengaruh nilai-nilai pribadi dan altruisme terhadap niat kewirausahaan sosial mahasiswa merupakan faktor penting yang mendorong keterlibatan mereka dalam usaha yang berdampak

sosial. Seperti yang disorot oleh Kautonen dkk. (2015), individu yang memiliki nilai-nilai pribadi yang kuat terkait tanggung jawab sosial dan altruisme lebih mungkin mengembangkan niat untuk menjadi wirausaha sosial. Keselarasan antara nilai-nilai pribadi dan upaya kewirausahaan mencerminkan komitmen mendalam untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat.

- 1. Keselarasan dengan Tanggung Jawab Sosial:** Mahasiswa yang menjunjung tinggi tanggung jawab sosial memprioritaskan kesejahteraan komunitas dan masyarakat secara keseluruhan. Nilai-nilai pribadi membimbing mereka dalam mengatasi tantangan sosial yang sejalan dengan keyakinan mereka. Keselarasan ini menciptakan sinergi alami antara nilai-nilai dan aspirasi kewirausahaan mereka, sehingga memotivasi mereka untuk memulai usaha yang sejalan dengan rasa tanggung jawab mereka.
- 2. Altruisme Intrinsik:** Kecenderungan altruistik, yang ditandai dengan kepedulian yang tulus terhadap kesejahteraan orang lain, sering kali mendorong individu untuk mencari cara agar mereka dapat memberikan dampak positif. Mahasiswa dengan rasa altruisme yang kuat secara alami tertarik pada kewirausahaan sosial karena kewirausahaan sosial menawarkan mereka sebuah platform untuk menyalurkan naluri altruistik mereka ke dalam solusi praktis yang memenuhi kebutuhan masyarakat.
- 3. Komitmen Jangka Panjang:** Landasan nilai-nilai pribadi dan altruisme memberi mahasiswa perspektif jangka panjang mengenai upaya kewirausahaan mereka. Meskipun keuntungan finansial mungkin menjadi pertimbangan kedua, penyelarasan tindakan mereka dengan nilai-nilai mereka akan menopang komitmen mereka terhadap usaha mereka, bahkan ketika menghadapi tantangan.

- 4. Inovasi Berbasis Sosial:** Nilai-nilai pribadi terkait tanggung jawab sosial dan altruisme dapat mendorong pemikiran inovatif. Mahasiswa yang sangat berkomitmen untuk menciptakan perubahan sosial lebih cenderung melakukan pendekatan pemecahan masalah secara kreatif, mencari solusi baru yang memiliki dampak positif jangka panjang.
- 5. Pendekatan Berpusat pada Komunitas:** Pengusaha yang berpedoman pada nilai-nilai pribadi dan altruisme cenderung mengutamakan keterlibatan dan kolaborasi masyarakat. Mereka menyadari pentingnya melibatkan pemangku kepentingan dan penerima manfaat dalam perancangan dan implementasi solusi mereka, sehingga mengarah pada pendekatan kewirausahaan yang lebih holistik dan berkelanjutan.

Memasukkan nilai-nilai pribadi dan altruisme ke dalam niat kewirausahaan sosial tidak hanya mendorong individu untuk memulai usaha tetapi juga mempengaruhi sifat usaha mereka. Usaha-usaha ini sering kali mencerminkan kepedulian tulus para wirausaha terhadap kesejahteraan sosial dan mewujudkan tujuan yang melampaui keuntungan. Kautonen et al. (2015) menggarisbawahi pentingnya nilai-nilai pribadi dan altruisme dalam membentuk niat kewirausahaan sosial mahasiswa. Individu yang mengutamakan tanggung jawab sosial dan menganut nilai-nilai altruistik pada dasarnya terdorong untuk menciptakan dampak sosial yang positif. Ketika para pendidik dan pembuat kebijakan berupaya menumbuhkan budaya kewirausahaan sosial, pengakuan dan pemeliharaan nilai-nilai ini dapat memainkan peran penting dalam menginspirasi dan mendukung generasi wirausahawan yang sadar sosial.

4.3. Faktor Efikasi Diri terkait Wirausaha

Kepercayaan diri terhadap kemampuan wirausaha dapat mendorong mahasiswa menuju kewirausahaan sosial. Studi oleh Fayolle dkk. (2014)

menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat efikasi diri kewirausahaan yang tinggi lebih cenderung menganggap dirinya mampu memulai dan mengelola usaha sosial. Konsep efikasi diri kewirausahaan memainkan peran penting dalam mempengaruhi niat mahasiswa untuk menjadi wirausaha sosial. Seperti yang disarankan oleh penelitian yang dilakukan oleh Fayolle et al. (2014), mahasiswa yang memiliki tingkat efikasi diri kewirausahaan yang tinggi cenderung menganggap dirinya mampu memulai dan mengelola usaha sosial. Kepercayaan diri ini tidak hanya menumbuhkan kepercayaan diri mereka tetapi juga mendorong mereka menuju kewirausahaan sosial.

- 1. Kepercayaan Diri dan Keyakinan:** Efikasi diri wirausaha didasarkan pada keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk berhasil melakukan tugas kewirausahaan. Mahasiswa dengan tingkat efikasi diri yang tinggi dalam berwirausaha cenderung memiliki rasa percaya diri yang diperlukan untuk mencapai tujuan mereka, terlepas dari tantangan atau ketidakpastian yang mungkin mereka hadapi.
- 2. Kompetensi yang Dirasakan:** Rasa efikasi diri kewirausahaan yang kuat mengarahkan mahasiswa untuk memandang dirinya sebagai wirausaha yang kompeten. Kompetensi yang dirasakan ini merupakan motivator yang kuat, karena mahasiswa yang percaya pada kemampuan mereka untuk mengelola usaha sosial secara efektif lebih cenderung mengambil langkah proaktif untuk memulai dan mempertahankan upaya tersebut.
- 3. Mengatasi Tantangan:** Kewirausahaan, terutama dalam konteks dampak sosial, sering kali melibatkan penjelajahan wilayah yang belum dipetakan dan menghadapi kesulitan. Mahasiswa dengan efikasi diri kewirausahaan yang tinggi cenderung melihat tantangan sebagai peluang untuk berkembang dibandingkan sebagai hambatan, dan mereka lebih siap untuk bertahan dalam menghadapi kemunduran.

- 4. Penetapan Tujuan dan Perencanaan:** Individu dengan tingkat efikasi diri kewirausahaan yang tinggi lebih cenderung menetapkan tujuan yang ambisius dan membuat rencana strategis untuk mencapainya. Keyakinan mereka terhadap kemampuan mereka untuk melaksanakan rencana ini mendorong komitmen mereka terhadap perjalanan kewirausahaan mereka.
- 5. Ketahanan dan Kemampuan Beradaptasi:** Efikasi diri wirausaha terkait erat dengan ketahanan dan kemampuan beradaptasi individu. Mahasiswa yang memiliki rasa efikasi diri yang kuat lebih mungkin untuk bangkit kembali dari kegagalan, belajar dari pengalaman, dan menyesuaikan strategi mereka dengan perubahan keadaan.
- 6. Peran Pendidikan:** Program pendidikan yang menekankan pengembangan keterampilan, pembelajaran berdasarkan pengalaman, dan paparan praktis terhadap kewirausahaan dapat berkontribusi untuk meningkatkan efikasi diri kewirausahaan mahasiswa. Pengalaman langsung memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan dan menyempurnakan keterampilan mereka, memperkuat kepercayaan diri mereka terhadap kemampuan mereka untuk secara efektif menavigasi tantangan kewirausahaan.
- 7. Dampak terhadap Niat:** Mahasiswa dengan efikasi diri kewirausahaan yang tinggi lebih cenderung menganggap kewirausahaan sosial sebagai jalur karir yang layak dan dapat dicapai. Persepsi ini secara positif mempengaruhi niat mereka untuk memulai dan mengelola usaha sosial, karena mereka yakin akan kemampuan mereka untuk memberikan dampak yang berarti.

Fayolle et al. (2014) menyoroti pentingnya efikasi diri kewirausahaan dalam mempengaruhi niat mahasiswa untuk menjadi wirausaha sosial. Kepercayaan diri ini menumbuhkan rasa percaya diri mereka, mempengaruhi persepsi mereka tentang kompetensi, dan membentuk kemampuan mereka

untuk menavigasi lanskap kewirausahaan sosial yang kompleks. Menyadari peran efikasi diri kewirausahaan dapat memandu para pendidik dan pembuat kebijakan dalam merancang intervensi yang memberdayakan mahasiswa untuk merangkul kewirausahaan sosial dan memberikan dampak positif pada masyarakat.

4.4. Dukungan dan Jaringan Sosial

Jejaring sosial memainkan peran penting dalam membentuk niat. Penelitian Hockerts dan Wüstenhagen (2010) menyoroti pengaruh mentor, teman sebaya, dan sistem dukungan sosial terhadap keputusan mahasiswa untuk menekuni kewirausahaan sosial. Peran jaringan sosial dan sistem pendukung dalam membentuk niat mahasiswa untuk mengejar kewirausahaan sosial merupakan faktor penting yang disoroti oleh penelitian. Hockerts dan Wüstenhagen (2010) menekankan bahwa mentor, teman sebaya, dan sistem dukungan sosial memiliki pengaruh penting terhadap keputusan mahasiswa untuk terlibat dalam kewirausahaan sosial. Hubungan ini berkontribusi pada persepsi, motivasi, dan kesiapan mereka untuk melakukan upaya kewirausahaan sosial.

- 1. Bimbingan dan Teladan:** Bimbingan dari wirausaha sosial berpengalaman memberikan mahasiswa bimbingan, wawasan, dan pengalaman langsung. Paparan terhadap panutan yang sukses akan menanamkan kepercayaan diri dan menginspirasi mahasiswa untuk mengejar kewirausahaan sosial sebagai pilihan karir yang layak dan berdampak.
- 2. Pengaruh teman sebaya:** Rekan-rekan dalam komunitas wirausaha menciptakan lingkungan kolaborasi, pembelajaran, dan saling mendukung. Interaksi dengan teman-teman yang berpikiran sama memaparkan mahasiswa pada perspektif yang beragam, mendorong berbagi pengetahuan, dan membantu mereka mengatasi tantangan secara kolektif.

3. **Peluang Jaringan:** Jejaring sosial menawarkan mahasiswa akses ke peluang jaringan yang berharga, yang dapat mengarah pada potensi kemitraan, kolaborasi, dan berbagi sumber daya. Jaringan-jaringan ini memperluas jangkauan mereka, memungkinkan mereka memanfaatkan ekosistem dukungan yang lebih luas.
4. **Validasi dan Kepemilikan:** Sistem dukungan sosial memvalidasi minat mahasiswa dalam kewirausahaan sosial dan memberi mereka rasa memiliki terhadap komunitas yang memiliki nilai dan aspirasi yang sama. Validasi ini memperkuat niat mereka dan mendorong mereka untuk mengejar tujuan kewirausahaan mereka.
5. **Akses Sumber Daya:** Jaringan sosial sering kali berfungsi sebagai penyalur sumber daya, termasuk pendanaan, keahlian, dan fasilitas. Koneksi yang terjalin melalui jaringan ini dapat memberikan mahasiswa alat yang diperlukan untuk mewujudkan visi kewirausahaan sosial mereka menjadi kenyataan.
6. **Pembelajaran dan Pengembangan Keterampilan:** Interaksi dalam jejaring sosial mendorong pembelajaran berkelanjutan. Mahasiswa dapat bertukar wawasan, belajar dari pengalaman satu sama lain, dan memperoleh keterampilan penting untuk kewirausahaan sosial. Pembelajaran berkelanjutan ini berkontribusi pada kesiapan dan kepercayaan diri mereka.
7. **Kolaborasi Lintas Sektor:** Jejaring sosial memungkinkan kolaborasi lintas sektor, menghubungkan mahasiswa dengan profesional, organisasi, dan pakar dari berbagai bidang. Interkonektivitas ini memperkenalkan perspektif multidisiplin dan peluang kolaborasi potensial untuk mengatasi permasalahan sosial yang kompleks.
8. **Sudut pandang umum:** Jejaring sosial sering kali melampaui batas-batas lokal, memberikan mahasiswa perspektif global mengenai tantangan sosial dan solusi inovatif. Paparan terhadap rekan-rekan dan

mentor internasional memperluas pemahaman mereka dan memperluas potensi dampaknya.

- 9. Ekosistem Pendukung:** Ekosistem pendukung yang dipupuk melalui jaringan sosial mengurangi risiko yang dirasakan terkait dengan kewirausahaan sosial. Ekosistem ini memberikan mahasiswa jaring pengaman berupa nasihat, bimbingan, dan dorongan, sehingga memungkinkan mereka mengambil risiko yang diperhitungkan.

Hockerts dan Wüstenhagen (2010) menyoroti peran penting jaringan sosial dan sistem pendukung dalam membentuk niat mahasiswa untuk mengejar kewirausahaan sosial. Mentor, teman sebaya, dan jaringan sosial secara kolektif menciptakan lingkungan yang memvalidasi, mendukung, dan memperkaya perjalanan kewirausahaan mahasiswa. Mengenali dan membina jaringan-jaringan ini dapat berkontribusi secara signifikan dalam membina generasi wirausaha yang sadar sosial.

4.5. Faktor Pendidikan

Program pendidikan dan paparan konsep kewirausahaan sosial dapat meningkatkan niat mahasiswa. Penelitian Guzmán dan Trimi (2012) menunjukkan bahwa pengalaman pendidikan formal dan informal meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang kewirausahaan sosial dan potensi dampaknya. Peran pendidikan dan paparan dalam membentuk niat mahasiswa terhadap kewirausahaan sosial merupakan aspek penting yang ditekankan oleh penelitian. Guzmán dan Trimi (2012) menyoroti bahwa pengalaman pendidikan formal dan informal berkontribusi untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang kewirausahaan sosial dan potensi dampaknya. Pemaparan ini membekali mahasiswa dengan pengetahuan, keterampilan, dan pola pikir yang diperlukan untuk terlibat dalam usaha yang berdampak sosial.

- 1. Kesadaran dan Pemahaman:** Program pendidikan memperkenalkan mahasiswa pada konsep, prinsip, dan praktik kewirausahaan sosial.

Pemaparan terhadap studi kasus, kisah sukses, dan contoh dunia nyata membantu mahasiswa memahami pentingnya mengatasi masalah sosial melalui cara kewirausahaan.

2. **Pengembangan Keterampilan:** Pendidikan membekali mahasiswa dengan keterampilan praktis seperti manajemen proyek, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang etis. Keterampilan ini penting untuk menavigasi kompleksitas kewirausahaan sosial secara efektif dan mewujudkan dampak yang diinginkan.
3. **Pergeseran Pola Pikir:** Paparan terhadap kewirausahaan sosial menantang gagasan tradisional tentang bisnis yang berorientasi pada keuntungan. Mahasiswa yang dihadapkan pada model bisnis alternatif yang memprioritaskan dampak sosial cenderung mengembangkan pola pikir yang selaras dengan upaya mengatasi tantangan sosial.
4. **Peluang Jaringan:** Program pendidikan sering kali memfasilitasi peluang jaringan dengan wirausaha sosial, mentor, dan pakar industri. Interaksi ini memberikan mahasiswa wawasan, koneksi, dan teladan berharga yang meningkatkan pemahaman mereka tentang lanskap kewirausahaan sosial.
5. **Pemikiran Inovatif:** Pendidikan menumbuhkan pemikiran inovatif dengan mendorong mahasiswa untuk mengeksplorasi solusi kreatif terhadap masalah-masalah sosial. Paparan terhadap beragam pendekatan mendorong mereka untuk berpikir di luar kebiasaan dan merancang strategi baru untuk mencapai dampak sosial.
6. **Pertimbangan Etis:** Pemaparan terhadap konsep kewirausahaan sosial mendorong mahasiswa untuk merefleksikan dimensi etika dari usaha bisnis mereka. Mereka belajar untuk menyeimbangkan keberlanjutan finansial dengan tanggung jawab sosial dan mempertimbangkan implikasi yang lebih luas dari tindakan mereka.

7. **Akses ke Sumber Daya:** Institusi pendidikan dapat memberikan mahasiswa sumber daya seperti inkubator, akselerator, dan peluang pendanaan yang disesuaikan dengan inisiatif kewirausahaan sosial. Sistem pendukung ini memberdayakan mahasiswa untuk menerjemahkan niat mereka ke dalam rencana yang dapat ditindaklanjuti.
8. **Pertunangan Komunitas:** Paparan kewirausahaan sosial mendorong mahasiswa untuk terlibat dengan komunitas lokal dan memahami kebutuhan mereka. Keterlibatan langsung ini memastikan bahwa solusi kewirausahaan mereka relevan dan berdampak secara kontekstual.
9. **Pemberdayaan:** Pendidikan dan paparan memberdayakan mahasiswa dengan pengetahuan bahwa mereka memiliki potensi untuk melakukan perubahan. Pemberdayaan ini meningkatkan kepercayaan diri mereka dan memotivasi mereka untuk mengambil langkah pertama menuju kewirausahaan sosial.
10. **Komitmen Jangka Panjang:** Pendidikan tidak hanya mempengaruhi niat jangka pendek namun juga memupuk komitmen jangka panjang terhadap kewirausahaan sosial. Mahasiswa yang memahami kedalaman isu-isu sosial lebih cenderung memandang usaha mereka sebagai upaya berkelanjutan daripada upaya jangka pendek.

Guzmán dan Trimi (2012) menggarisbawahi pentingnya pendidikan dan paparan dalam meningkatkan niat mahasiswa terhadap kewirausahaan sosial. Pengalaman-pengalaman ini memperluas perspektif mereka, membekali mereka dengan keterampilan praktis, dan menumbuhkan pola pikir yang diarahkan untuk mengatasi tantangan-tantangan sosial. Mendorong institusi pendidikan untuk memasukkan kewirausahaan sosial ke dalam kurikulum mereka dapat memainkan peran penting dalam membina generasi wirausaha yang sadar sosial.

4.6. Faktor Imbalan Finansial yang Dirasakan

Meskipun dampak sosial merupakan faktor pendorong utama, persepsi imbalan finansial juga penting. Penelitian Kautonen dkk. (2015) menggarisbawahi bahwa persepsi mahasiswa terhadap kelayakan finansial mempengaruhi niat mereka untuk terlibat dalam kewirausahaan sosial. Dinamika antara dampak sosial dan keberlanjutan finansial secara signifikan membentuk niat mahasiswa untuk terlibat dalam kewirausahaan sosial. Meskipun aspirasi untuk mendorong perubahan positif masih menjadi kekuatan pendorong, manfaat finansial juga memegang peranan penting dalam hal ini. Penelitian Kautonen et al. (2015) menekankan bahwa persepsi mahasiswa tentang kelayakan finansial mempunyai pengaruh besar terhadap niat mereka untuk mengambil bagian dalam kewirausahaan sosial. Mencapai perpaduan yang harmonis antara dampak sosial dan keberlanjutan finansial merupakan pertimbangan penting bagi keberhasilan usaha mereka.

Mahasiswa yang mempertimbangkan kewirausahaan sosial sering kali mencari pencapaian ganda: membuat perbedaan nyata dalam masyarakat sekaligus memastikan kelangsungan usaha mereka. Imbalan finansial yang dirasakan memvalidasi potensi model bisnis mereka dalam mengatasi permasalahan sosial secara efektif dan menghasilkan pendapatan.

Kelangsungan finansial yang dirasakan dari suatu usaha sosial secara langsung mempengaruhi kemampuan mahasiswa untuk mendapatkan sumber daya yang diperlukan. Pandangan positif terhadap imbalan finansial memperkuat kapasitas mereka untuk mengakses pendanaan, sumber daya manusia, dan elemen penting lainnya yang diperlukan untuk keberhasilan operasional. Keberlanjutan finansial memungkinkan mahasiswa untuk meningkatkan usaha mereka secara strategis. Kemampuan untuk menghasilkan pendapatan menunjukkan pendekatan swasembada, mengurangi ketergantungan pada sumber-sumber eksternal dan memfasilitasi pertumbuhan dan ekspansi organik.

Menyadari hubungan antara imbalan finansial dan dampak sosial mendorong mahasiswa untuk mempertimbangkan perubahan sosial jangka panjang. Kesuksesan finansial memungkinkan mereka mengarahkan sumber daya ke pendekatan holistik yang mengatasi akar permasalahan dan menciptakan transformasi yang bertahan lama. Persepsi kelayakan finansial menarik calon investor dan mitra. Mahasiswa yang memiliki strategi menghasilkan pendapatan yang jelas akan lebih mungkin untuk menarik minat dan mendapatkan dukungan finansial, sehingga memungkinkan mereka untuk mewujudkan misi sosial mereka dalam skala yang lebih luas.

Mahasiswa menganggap imbalan finansial sebagai sarana untuk mengurangi risiko yang terkait dengan kewirausahaan sosial. Prospek keuangan yang positif memberikan jaring pengaman, memungkinkan mereka menghadapi ketidakpastian dan tantangan dengan lebih percaya diri. Mengejar imbalan finansial mendorong inovasi dan kemampuan beradaptasi. Mahasiswa diberi insentif untuk melakukan inovasi model bisnis, mengeksplorasi aliran pendapatan, dan mengubah strategi agar selaras dengan permintaan pasar, sehingga meningkatkan ketahanan usaha mereka dalam jangka panjang.

Kelayakan finansial berfungsi sebagai validasi pasar untuk produk atau layanan mereka. Tanggapan positif dari pelanggan dan perolehan pendapatan menegaskan kelayakan ide-ide mereka dan memotivasi mereka untuk melanjutkan upaya mereka. Imbalan finansial yang dirasakan memberdayakan mahasiswa dengan menyediakan sarana untuk melakukan perubahan secara berkelanjutan. Stabilitas keuangan memberdayakan mereka untuk tetap berdedikasi pada misi sosial mereka, bahkan di masa-masa sulit.

Imbalan finansial berkontribusi pada kapasitas usaha untuk melakukan perubahan masyarakat. Pendapatan yang dihasilkan dapat diinvestasikan kembali untuk menciptakan dampak yang lebih signifikan, berkontribusi terhadap umpan balik positif terhadap pertumbuhan dan transformasi. Kautonen et al. (2015) menggarisbawahi bahwa persepsi mahasiswa terhadap

imbalan finansial berpengaruh signifikan terhadap niat mereka untuk terlibat dalam kewirausahaan sosial. Pengakuan atas keterkaitan antara keberlanjutan finansial dan dampak sosial menggarisbawahi pragmatisme yang digunakan mahasiswa dalam melakukan pendekatan terhadap usaha mereka. Menyeimbangkan kedua tujuan ini akan berkontribusi dalam menumbuhkan generasi baru wirausaha yang sadar sosial dan siap menciptakan perubahan yang bermakna dan berkelanjutan.

4.7. Sikap terhadap Kewirausahaan

Sikap terhadap kewirausahaan dapat membentuk niat. Studi yang dilakukan oleh Liñán dan Fayolle (2015) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan sikap positif terhadap kewirausahaan lebih cenderung mempertimbangkan kewirausahaan sosial sebagai jalur yang layak. Sikap individu terhadap kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niatnya untuk melakukan kewirausahaan sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Liñán dan Fayolle (2015) menggarisbawahi bahwa mahasiswa dengan sikap positif terhadap kewirausahaan lebih cenderung mempertimbangkan kewirausahaan sosial sebagai jalur karir yang layak dan menarik. Perspektif sikap ini memainkan peran penting dalam membentuk persepsi mahasiswa tentang kewirausahaan sosial dan kemauan mereka untuk menekuninya.

- 1. Keinginan yang Dirasakan:** Sikap positif terhadap kewirausahaan mencerminkan persepsi individu tentang kewirausahaan sebagai suatu usaha yang diinginkan dan memuaskan. Ketika mahasiswa memandang kewirausahaan dengan baik, mereka lebih cenderung untuk mengeksplorasi jalur kewirausahaan yang berbeda, termasuk kewirausahaan sosial, yang didorong oleh rasa kegembiraan dan aspirasi.
- 2. Keterbukaan terhadap Risiko:** Sikap positif terhadap kewirausahaan sering dikaitkan dengan kesediaan untuk mengambil risiko yang

diperhitungkan. Mahasiswa yang memiliki pandangan positif terhadap kewirausahaan lebih cenderung menerima ketidakpastian dan tantangan yang muncul dalam memulai dan mengelola suatu usaha, termasuk usaha yang memiliki tujuan berdampak sosial.

- 3. Pola Pikir Pemecahan Masalah:** Sikap positif terhadap kewirausahaan menunjukkan pola pikir pemecahan masalah. Mahasiswa dengan pendekatan proaktif dalam mengatasi tantangan lebih cenderung mempertimbangkan kewirausahaan sosial sebagai sarana untuk menciptakan solusi inovatif terhadap masalah-masalah sosial yang mendesak.
- 4. Inovasi dan Kreativitas:** Kewirausahaan, khususnya di bidang dampak sosial, memerlukan pemikiran inovatif dan kreatif. Sikap positif terhadap kewirausahaan menunjukkan bahwa mahasiswa terbuka untuk mengeksplorasi pendekatan-pendekatan baru, membuat mereka lebih mudah menerima sifat inovatif dari kewirausahaan sosial.
- 5. Efikasi Diri yang Dirasakan:** Sikap terhadap kewirausahaan mempengaruhi keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya. Sikap positif meningkatkan efikasi diri mereka, menumbuhkan kepercayaan diri yang diperlukan untuk memulai dan mengelola usaha sosial secara efektif.
- 6. Keselarasan dengan Nilai:** Sikap positif terhadap kewirausahaan selaras dengan nilai-nilai dan keyakinan pribadi mahasiswa. Ketika mahasiswa memandang kewirausahaan sebagai sarana untuk hidup selaras dengan nilai-nilai mereka, mereka cenderung menganggap kewirausahaan sosial sebagai jalur yang sejalan dengan keyakinan etis mereka.
- 7. Kontribusi Ekonomi dan Sosial:** Sikap positif terhadap kewirausahaan menunjukkan pengakuan atas kontribusi ekonomi dan sosial. Mahasiswa dengan sikap ini memahami potensi kewirausahaan

sosial untuk menciptakan nilai bagi dirinya, komunitasnya, dan masyarakat secara luas.

- 8. Pola Pikir Wirausaha:** Sikap positif terhadap kewirausahaan mencerminkan pola pikir kewirausahaan yang ditandai dengan ketahanan, kemampuan beradaptasi, dan kemauan untuk belajar. Pola pikir ini kondusif untuk mengatasi tantangan kompleks yang terkait dengan kewirausahaan sosial.
- 9. Keterlibatan Jangka Panjang:** Mahasiswa yang memiliki sikap positif terhadap kewirausahaan lebih cenderung memandangnya sebagai upaya jangka panjang dibandingkan upaya jangka pendek. Perspektif ini menumbuhkan komitmen terhadap kewirausahaan sosial, karena mereka melihatnya sebagai jalur karier yang layak dan memuaskan.

Kesimpulannya, penelitian Liñán dan Fayolle (2015) menekankan bahwa sikap mahasiswa terhadap kewirausahaan secara signifikan mempengaruhi niat mereka untuk mempertimbangkan kewirausahaan sosial sebagai jalur yang layak. Sikap positif menumbuhkan pola pikir proaktif, keinginan untuk berinovasi, dan keselarasan yang kuat dengan nilai-nilai pribadi, yang secara kolektif berkontribusi pada landasan yang kuat untuk menjalankan usaha kewirausahaan sosial.

4.8. Persepsi Tanggung Jawab Sosial

Persepsi tanggung jawab sosial dapat mendorong niat. Penelitian Thompson dkk. (2009) menyoroti bahwa mahasiswa yang merasakan rasa tanggung jawab yang tinggi terhadap penyelesaian tantangan sosial lebih cenderung ke arah kewirausahaan sosial. Cara individu memandang tanggung jawab mereka terhadap tantangan sosial memainkan peran penting dalam membentuk niat mereka terhadap kewirausahaan sosial. Penelitian Thompson dkk. (2009) menggarisbawahi bahwa mahasiswa yang memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi untuk mengatasi masalah-masalah sosial lebih cenderung ke

arah kewirausahaan sosial. Persepsi mengenai tanggung jawab sosial ini berfungsi sebagai motivator yang kuat, menyelaraskan niat mereka dengan menciptakan dampak sosial yang positif.

- 1. Keselarasan dengan Tujuan:** Persepsi mengenai tanggung jawab sosial menunjukkan adanya keselarasan dalam mengatasi tantangan-tantangan sosial yang mendesak. Mahasiswa yang memandang dirinya sebagai pelayan perubahan lebih cenderung mempertimbangkan kewirausahaan sosial sebagai cara untuk berkontribusi langsung terhadap perbaikan masyarakat.
- 2. Empati dan Kepedulian:** Mahasiswa yang menyadari pentingnya tanggung jawab sosial cenderung menunjukkan tingkat empati dan kepedulian yang lebih tinggi terhadap komunitas yang terpinggirkan atau rentan. Empati ini memicu semangat mereka untuk menciptakan solusi yang mengangkat dan memberdayakan komunitas ini.
- 3. Pemecahan Masalah yang Inovatif:** Memahami tanggung jawab sosial mendorong mahasiswa untuk menghadapi tantangan dengan solusi inovatif dan adaptif. Mereka menyadari bahwa pendekatan tradisional mungkin gagal, dan kewirausahaan sosial menyediakan platform untuk pemecahan masalah secara kreatif.
- 4. Komitmen Jangka Panjang:** Persepsi tanggung jawab sosial sering kali menanamkan komitmen terhadap keterlibatan jangka panjang. Mahasiswa melihat perjalanan kewirausahaan sosial mereka sebagai komitmen berkelanjutan untuk menghasilkan perubahan positif, bahkan ketika tantangan muncul.
- 5. Upaya Kolektif:** Persepsi tanggung jawab sosial menekankan keterkaitan tantangan-tantangan sosial. Mahasiswa menyadari perlunya kolaborasi dan upaya kolektif, sehingga mengarahkan mereka untuk menjajaki kemitraan dan aliansi untuk memaksimalkan dampaknya.

Thompson et al. (2009) menyoroti bahwa persepsi mahasiswa tentang tanggung jawab sosial secara signifikan mempengaruhi niat mereka terhadap kewirausahaan sosial. Persepsi ini menyelaraskan niat mereka dengan komitmen untuk menciptakan dampak sosial yang berarti dan menjadi kekuatan pendorong upaya kewirausahaan mereka. Memupuk dan mendorong rasa tanggung jawab sosial yang kuat di kalangan mahasiswa dapat menumbuhkan generasi wirausaha yang sadar sosial dan berdedikasi untuk mengatasi tantangan global yang kompleks.

4.9. Dukungan Kelembagaan

Inisiatif universitas dan sistem pendukung dapat mendorong niat kewirausahaan sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Bacq dan Alt (2018) menunjukkan bahwa program dan sumber daya kelembagaan berdampak positif terhadap persepsi mahasiswa mengenai kemampuan mereka untuk menjadi wirausaha sosial. Dukungan yang diberikan oleh universitas melalui berbagai inisiatif dan program memainkan peran penting dalam membentuk niat mahasiswa terhadap kewirausahaan sosial. Penelitian Bacq dan Alt (2018) menyoroti bahwa program dan sumber daya kelembagaan mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa terhadap kemampuan mereka untuk menjadi wirausaha sosial. Dukungan kelembagaan ini menumbuhkan lingkungan yang kondusif bagi penanaman niat kewirausahaan sosial.

1. **Peningkatan Keterampilan:** Dukungan kelembagaan sering kali mencakup program pendidikan, lokakarya, dan sesi pelatihan yang membekali mahasiswa dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk kewirausahaan sosial. Inisiatif-inisiatif ini meningkatkan kesiapan dan kepercayaan diri mereka untuk memulai dan mengelola usaha yang menciptakan dampak sosial yang berarti.
2. **Peluang Jaringan:** Universitas menyediakan platform bagi mahasiswa untuk terhubung dengan mentor, sesama calon wirausaha, dan pakar industri. Koneksi ini memperluas jaringan

mahasiswa, memungkinkan mereka mengakses wawasan, sumber daya, dan panduan berharga yang penting bagi perjalanan kewirausahaan mereka.

3. **Inkubasi dan Akselerasi:** Inkubator dan akselerator berbasis universitas menawarkan mahamahasiswa lingkungan yang mendukung untuk menyempurnakan ide kewirausahaan sosial mereka. Program-program ini memberikan bimbingan, peluang pendanaan, dan ruang kerja, yang memungkinkan mahasiswa mengubah niat mereka menjadi usaha nyata.
4. **Akses Sumber Daya:** Dukungan institusional memberi mahamahasiswa akses terhadap sumber daya penting seperti pendanaan, fasilitas penelitian, dan bimbingan hukum. Sumber daya ini meringankan beberapa tantangan yang terkait dengan memulai dan meningkatkan usaha sosial.
5. **Validasi dan Keyakinan:** Dukungan dari universitas meningkatkan rasa percaya diri mahamahasiswa. Dukungan kelembagaan memvalidasi niat dan kemampuan mereka, menanamkan keyakinan bahwa mereka memiliki alat dan sumber daya yang diperlukan untuk sukses sebagai wirausaha sosial.
6. **Pengalaman Praktis:** Pengalaman langsung yang diperoleh melalui inisiatif kelembagaan memungkinkan mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan teoretis ke dalam skenario dunia nyata. Pemaparan praktis ini memupuk pemahaman mendalam tentang tantangan dan manfaat yang terkait dengan kewirausahaan sosial.
7. **Budaya:** Universitas yang memprioritaskan dan mempromosikan kewirausahaan sosial berkontribusi terhadap perubahan budaya di mana dampak sosial lebih dihargai daripada keuntungan finansial. Pergeseran ini mempengaruhi niat mahasiswa, mendorong mereka untuk memprioritaskan kesejahteraan masyarakat.

8. **Kolaborasi Interdisipliner:** Dukungan kelembagaan memupuk kolaborasi antara mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu, meningkatkan kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan sosial dari berbagai perspektif dan menciptakan solusi holistik.
9. **Keterlibatan Jangka Panjang:** Pengaruh dukungan kelembagaan melampaui niat awal. Mahasiswa yang mempunyai lingkungan universitas yang mendukung cenderung tetap terlibat dalam kewirausahaan sosial sebagai alumni, sehingga berkontribusi terhadap dampak yang berkelanjutan.

Bacq dan Alt (2018) menekankan bahwa dukungan kelembagaan berdampak signifikan terhadap persepsi mahasiswa terhadap kemampuan mereka untuk menjadi wirausaha sosial. Dukungan universitas melalui program, sumber daya, dan lingkungan yang mendukung menumbuhkan pola pikir kewirausahaan, memberdayakan mahasiswa untuk memandang kewirausahaan sosial sebagai pilihan karir yang layak dan berdampak. Mengakui dan memperluas inisiatif kelembagaan tersebut dapat memainkan peran penting dalam membina generasi baru wirausaha yang sadar sosial.

4.10. Faktor Budaya dan Lingkungan

Faktor budaya dan lingkungan dapat mempengaruhi niat berwirausaha sosial mahasiswa. Faktor kontekstual seperti norma budaya, kondisi ekonomi, dan kebijakan pemerintah dapat membentuk daya tarik kewirausahaan sosial (Liñán & Fayolle, 2015). Faktor budaya dan lingkungan mempunyai pengaruh besar terhadap niat mahasiswa terhadap kewirausahaan sosial. Elemen kontekstual, termasuk norma budaya, kondisi ekonomi, dan kebijakan pemerintah, memainkan peran penting dalam membentuk daya tarik kewirausahaan sosial. Penelitian Liñán dan Fayolle (2015) menggarisbawahi dampak faktor-faktor ini terhadap persepsi dan niat mahasiswa mengenai kewirausahaan sosial.

- 1. Norma dan Nilai Budaya:** Norma dan nilai budaya mempengaruhi cara mahasiswa memandang kewirausahaan dan kaitannya dengan dampak sosial. Dalam budaya yang mengutamakan kesejahteraan masyarakat, mahasiswa mungkin lebih cenderung memandang kewirausahaan sosial sebagai sarana untuk menyelaraskan aspirasi mereka dengan nilai-nilai budaya.
- 2. Prestise yang Dirasakan:** Persepsi budaya tentang prestise yang terkait dengan kewirausahaan dapat mempengaruhi niat mahasiswa. Dalam masyarakat yang menghargai kewirausahaan, mahasiswa mungkin lebih termotivasi untuk mengejar kewirausahaan sosial sebagai pilihan karir yang dihormati dan dikagumi.
- 3. Orientasi Kolektif vs. Individualistis:** Orientasi budaya, baik kolektivis atau individualis, membentuk cara mahasiswa memandang peran mereka dalam masyarakat. Dalam budaya kolektivis, keinginan untuk berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dapat mendorong mahasiswa untuk mempertimbangkan kewirausahaan sosial sebagai jalan untuk memberikan dampak positif.
- 4. Kondisi perekonomian:** Kondisi ekonomi berdampak pada kelayakan usaha sosial. Di wilayah dengan kesenjangan ekonomi, mahasiswa mungkin memandang kewirausahaan sosial sebagai jalan untuk mengatasi tantangan ekonomi yang mendesak sekaligus menciptakan nilai sosial.
- 5. Kebijakan dan Dukungan Pemerintah:** Kebijakan pemerintah dan mekanisme dukungan dapat mendorong atau menghambat kewirausahaan sosial. Kebijakan yang mendukung, seperti insentif dan pendanaan, dapat meningkatkan daya tarik kewirausahaan sosial sebagai pilihan karir yang layak bagi mahasiswa.
- 6. Ketersediaan sumberdaya:** Faktor lingkungan, termasuk ketersediaan sumber daya, mempengaruhi persepsi mahasiswa tentang kelayakan

usaha sosial. Akses terhadap pendanaan, bimbingan, dan infrastruktur dapat mempengaruhi niat mereka untuk mengejar kewirausahaan sosial.

- 7. Permintaan Pasar untuk Solusi Sosial:** Besarnya permintaan pasar terhadap produk dan layanan yang memiliki kesadaran sosial mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kelangsungan kewirausahaan sosial. Lanskap pasar yang menguntungkan mendorong mereka untuk menjajaki peluang yang selaras dengan kebutuhan masyarakat.
- 8. Mobilitas Sosial:** Potensi mobilitas sosial melalui kewirausahaan dapat menjadi faktor motivasi bagi mahasiswa. Kewirausahaan sosial dapat dianggap sebagai cara untuk menciptakan peluang ekonomi sekaligus mengatasi tantangan sosial.
- 9. Keterlibatan Komunitas Lokal:** Faktor lingkungan seperti keterlibatan komunitas lokal dan organisasi masyarakat sipil dapat membentuk pemahaman mahasiswa terhadap permasalahan sosial yang memerlukan perhatian. Keterlibatan dapat menginspirasi mereka untuk mengatasi permasalahan ini melalui cara-cara kewirausahaan.
- 10. Inovasi Budaya:** Faktor budaya dan lingkungan dapat menginspirasi inovasi budaya, dimana mahasiswa memadukan praktik tradisional dengan pendekatan kewirausahaan modern untuk mengatasi permasalahan sosial yang unik dalam konteks mereka.

Faktor budaya dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha sosial mahasiswa. Faktor-faktor ini membentuk persepsi mahasiswa tentang kelayakan, keinginan, dan potensi dampak kewirausahaan sosial dalam konteks budaya dan ekonomi mereka. Memahami pengaruh-pengaruh ini dapat memandu para pendidik, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan dalam menciptakan lingkungan yang mendorong dan mendukung pengembangan wirausaha yang sadar sosial. Faktor-faktor yang

mempengaruhi niat berwirausaha sosial mahasiswa mempunyai banyak segi dan saling berhubungan. Kombinasi keyakinan pribadi, nilai-nilai, pengalaman pendidikan, jaringan sosial, dan sistem dukungan eksternal memainkan peran penting dalam membentuk keputusan mahasiswa untuk terlibat dalam kewirausahaan sosial. Memahami faktor-faktor ini dapat memberikan masukan bagi pengembangan program dan kebijakan pendidikan yang membina dan mendorong generasi wirausaha sosial berikutnya.

Prasyarat terpenting dari kewirausahaan sosial tidak diragukan lagi adalah motivasi. Ada konsensus seputar tiga faktor utama yang mungkin mendorong seseorang untuk menjadi wirausahawan sosial daripada tradisional (Collavo, 2022):

4. Mereka telah menyaksikan atau mengalami masalah sosial secara langsung.
5. Mereka memiliki latar belakang (misalnya panutan dari keluarga, kegiatan sukarela, guru, kelompok sebaya) yang membantu mereka mengembangkan rasa keadilan yang kuat, dan keinginan untuk memperjuangkan apa yang mereka yakini sebagai “hal yang benar”.
6. Mereka ingin membuat pernyataan politik dan menunjukkan bahwa masalah sosial dan lingkungan dapat ditangani melalui pendekatan yang berbeda/baru/lebih kuat dari yang sudah ada

4.11. Faktor Internal Individu

Keterampilan yang dibutuhkan oleh wirausahawan sosial mencakup keterampilan dari dunia bisnis dan layanan sosial, selain keterampilan bisnis dasar, wirausahawan sosial harus mampu mengkarakterisasi masalah yang mereka coba selesaikan dengan mengumpulkan informasi tentang karakteristik populasi yang terkena dampak, hambatan dan infrastruktur yang ada, dan upaya sebelumnya untuk memecahkan masalah dan mengapa mereka gagal. Sebuah proses untuk menciptakan solusi bersama dengan masyarakat

kemudian dilakukan untuk memastikan solusi tersebut dapat diakses, terjangkau, dan dapat diterima oleh masyarakat (Chahine, 2016).

Konsep kewirausahaan sosial tidak dapat terwujud secara alamiah pada diri seseorang. Berbagai penelitian telah memberikan banyak perspektif mengenai hal tersebut. Termasuk yang masih dikaji pada saat ini ialah aspek personality atau aspek faktor individu. Faktor internal individu itu sendiri juga beragam, mulai dari empati, motivasi dan *self-efficacy*. Salah satu faktor dari aspek individu adalah empati. Minat berwirausaha sosial yakni perilaku psikologis manusia dalam mempengaruhi orang lain untuk mengumpulkan pengetahuan, memahami ide-ide dan melaksanakan rencana bisnis sosial untuk menjadi seorang wirausahawan sosial (Mair et al., 2006).

Selanjutnya, beberapa penelitian tentang minat berwirausaha sosial telah banyak diteliti. Beberapa penelitian masih fokus mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha sosial baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung. Penelitian yang dilakukan oleh (Ayob *et al.*, 2013) menemukan bahwa empati yang dipersepsikan oleh pembisnis dan mahamasiswa ekonomi dari beberapa perguruan tinggi negeri maupun swasta di Malaysia ditemukan bahwa empati berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha sosial. Semakin tinggi tingkatan empati yang dipersepsikan oleh mahamasiswa, semakin tinggi kecenderungan untuk berniat menjadi wirausahawan sosial.

Menurut Rashid et al. (2018) empati diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk memahami dan berbagi perasaan orang lain. Empati dapat muncul sebagai respon terhadap apa yang dirasakan orang lain. Senada dengan hal ini, menurut Stueber (2013) empati diakui sebagai bagian dari sifat kepribadian dan dapat menjadi faktor kunci ketika seseorang memutuskan untuk menjadi wirausaha sosial. Apapun yang dirasakan pada diri seseorang melihat kondisi lingkungan yang prasejahtera, memicu seseorang untuk terlibat mencari solusi. Hal ini selaras dengan pandangan Mair & Naboia

(2006) bahwa empati juga bertindak sebagai sikap individu terhadap perilaku wirausahawan sosial.

Jika kita tilik lebih dalam, empati merepresentasikan kepedulian seseorang terhadap apa yang terjadi dilingkungan sekitar. Tentu proses ini bukan terjadi secara alamiah. Berbagai faktor muncul mengapa tingkatan empati seseorang berbeda-beda. Faktor pendidikan keluarga, kebiasaan, lingkungan tempat tinggal, dan dukunga orang lain juga diduga mampu mempengaruhi hal tersebut. Pada konteks ini, empati merupakan faktor internal individual yang mampu mempengaruhi niat seseorang untuk memutuskan menjadi seorang wirausaha sosial.

Lebih lanjut, Ajzen (2001) seperti yang dikutip oleh Ayob *et al.* (2013) menyatakan bahwa pengendalian perilaku yang dirasakan oleh individu, meskipun serupa dapat dilihat sebagai persepsi yang berbeda dari efikasi diri dan merupakan antaceden yang lebih penting dari niat dan tindakan. Penjelasan tersebut menguatkan argumen bahwa niat dan tindakan tidak muncul secara tiba-tiba, namun berasal dari pengendalian perilaku yang dirasakan individu tersebut. Sebagaimana bahwa pengendalian perilaku merupakan faktor internal yang terjadi karena ada faktor pembentuk.

Disisi lain, ada berbagai hal yang perlu diperhatikan oleh seseorang yang ingin menjadi wirausaha sosial. Merujuk buku berjudul “Berani Menjadi Wirausaha Sosial” yang diterbitkan DBS foundation setidaknya terdapat 7 hal yang setiap (calon) wirausaha sosial perlu ketahui:

1. Memanfaatkan prinsip bisnis atau kewirausahaan untuk mengatasi masalah sosial adalah suatu konsep yang realistis. Hal ini dimaksudkan bahwa prinsip seorang calon wirausaha sosial harus mampu membaca peluang dalam setiap permasalahan sosial disekitar. Membangun ide dan gagasan yang mampu memberdayakan masyarakat untuk keluar dari permasalahan tersebut. Konsep mengatasi sosial merupakan prinsip yang tidak boleh ditawar. Mengapa?

2. Bagi wirausaha sosial, masalah sosial adalah peluang. Jadi jangan ragu memulai hanya karena ekosistem di Indonesia belum mendukung. Peluang dalam masalah adalah kunci dari gagasan yang cemerlang. Membaca peluang juga tidak mudah, seorang calon wirausaha sosial harus banyak menggali sumber-sumber yang dapat menjadi modal dalam mewujudkan peluang tersebut. Pengayaan pengalaman dan jam terbang dalam bidang dimaksud akan sangat berkorelasi dengan skill dalam meubah masalah menjadi sebuah peluang. Semua yang kita lakukan akan mudah ketika kita telah memiliki pengalaman yang memadai.
3. *Social enterprise* adalah sebuah organisasi yang memiliki orientasi berkelanjutan, jadi bukan sekedar proyek. Namun sebuah proyek sosial bisa saja menjadi cikal bakal sebuah *social enterprise*. Hal ini dapat dimaknai bahwa modal seorang calon wirausaha sosial harus diawali dengan visi sosial. Nilai-nilai yang melekat pada karakter wirausaha sosial membuat aktivitas seorang social entrepreneur tidak lagi bermentak berbasis project. Namun lebih pada bagaimana aktivitas sosial ini mampu berdampak lebih luas dan berkelanjutan.
4. *Social enterprise* di Indonesia memiliki corak yang beragam, pahami sumber daya yang ada dan misi sosial yang ingin dicapai, dan pilihlah tipe yang paling sesuai. Salah satu caranya ialah dimulai dari latarbelakang kompetensi dan passion. Latarbelakang ini mampu menjadi energi/stragle dalam menghadapi berbagai permasalahan dilapangan.
5. Jangan tergesa-gesa menyusun perencanaan bisnis. Pastikan dulu masalah sosial yang ingin diselesaikan sudah diidentifikasi secara spesifik, dan solusi yang ditawarkan sudah tepat. Fokuslah membuat perencanaan yang matang, gunakan pola SMART yang memudahkan kita melakukan segala sesuatu dengan tepat dan terukur.

6. Gagasan solusi yang tepat belum dapat menjamin keberhasilan dalam menggalang dukungan. Kunci yang menentukan ada pada cara penyampaiannya. Seni komunikasi juga dibutuhkan bagi seorang calon wirausaha. Mengapa demikian? Karena seni ini mampu meningkatkan tingkat kepercayaan orang lain, sekaligus menyakinkan bahwa apa yang akan dilakukan merupakan suatu gagasan yang dapat memberi manfaat luas bagi masyarakat.

4.12. Faktor Lingkungan/Eksternal

Selain faktor internal, terdapat juga faktor lingkungan yang berperan dalam pembentukan niat berwirausaha. Misalnya dukungan sosial yang dirasakan oleh individu juga terkonfirmasi memiliki dampak pada niatan. Menurut Mair & Naboia (2006), *antecedent* penting yang dapat mendorong pembentukan niat menjadi social entrepreneurial ialah *perceived social support*. Perceived social support dapat diartikan sebagai persepsi individu bahwa dukungan sosial akan diterima saat diperlukan, dan membuat individu merasa orang lain cinta, sayang, peduli, dan menghargai individu tersebut.

Dukungan sosial ini diperlukan seseorang untuk memahami lingkungan sekitar. Kepekaan dan kepekaan seseorang terhadap orang lain mampu menggerakkan individu untuk melakukan sesuatu. Kepedulian yang dimaksud juga dapat diterima dari orang-orang terdekat, seperti keluarga, rekan sejawat, dan tetangga. Meskipun, tidak ada jaminan bahwa ketika dukungan sosial yang dirasakan seseorang akan mampu merubah pola pikirnya untuk peduli dengan sesama. Namun, makna dari dukungan sosial itu sendiri telah memberikan makna kepada orang lain bahwa mereka akan peduli dengan orang lain tersebut.

Mair dan Naboia (2006) serta Hockerts (2017) juga menemukan bahwa dukungan sosial yang dirasakan seseorang memprediksi niat kewirausahaan sosial. Dukungan sosial yang diterima oleh seseorang membantu mereka berhasil menjalankan usaha sosial. Individu yang merasakan dukungan dari

orang-orang sekitar akan merasa bahwa apa yang dilakukan (usaha/kegiatan sosial) didukung oleh orang sekitar. Dukungan tersebut menjadi pemicu seseorang untuk melakukan sesuatu. Hal ini dapat bermakna ketika seseorang memiliki dukungan sosial tinggi, maka mereka akan merasa bahwa mereka dapat berperan dalam mengatasi permasalahan sosial. Salah satu upaya yang akan mereka lakukan dapat berupa mendirikan usaha sosial.

Studi lain juga mengkonfirmasi bahwa *perceived social support* serta efikasi diri mempengaruhi langsung terhadap *social entrepreneurial intention* (Hockerts, 2017). Dukungan sosial yang dipersepsikan seseorang mampu meningkatkan kepekaan seseorang untuk andil terlibat dalam permasalahan sosial. Hal ini diperkuat temuan Lacap et al., (2018) dengan melibatkan mahasiswa Filipina dan Indonesia menemukan bahwa semakin tinggi dukungan sosial yang dipersepsikan mahasiswa, maka semakin tinggi niat mahasiswa untuk menjadi wirausaha sosial. Dukungan tersebut dapat juga berupa dukungan moral untuk menjadi bagian dalam mengatasi persoalan sosial disekitar. Dukungan tersebut dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang bahwa apa yang mereka lakukan didukung oleh orang-orang disekitar mereka. Beberapa studi empiris diatas menunjukkan dimana dukungan sosial yang dipersepsikan oleh mahasiswa yang terlibat dalam segala bentuk kegiatan dan aktivitas memicu minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha sosial. Semakin tinggi dukungan sosial yang mereka rasakan, mereka akan semakin berminat untuk menjadi seorang wirausaha sosial.

Selanjutnya, model Mair & Naboia (2006) digunakan oleh Rambe & Ndofirepi (2019) untuk menguji pengaruh *perceived social support* terhadap *social entrepreneurial intention* pada mahasiswa di Zimbabe. *Perceived social support*, empati, dan *self-efficacy* merupakan faktor utama pembentuk *social entrepreneurial intention* (Rambe & Ndofirepi, 2019). Pada studi Rambe & Ndofirepi (2019) menegaskan pentingnya dukungan sosial bagi mahasiswa untuk yakin menempuh dan berniat menjadi wirausaha

dibidang sosial. Disisi lain, faktor eksternal (dukungan sekitar) tidak dapat kita pisahkan dari komponen niatan seseorang untuk bersikap dan berperilaku. Dukungan tersebut juga merepresentasikan bahwa apa yang mereka lakukan adalah benar dan disupport oleh lingkungan dimana mereka tinggal.

Selanjutnya, terdapat isu menarik dimana, terdapat studi *social support* mampu menjadi variabel pemoderasi yang memperkuat hubungan antar variabel antecedent dari entrepreneurial intention. Seperti halnya dari studi oleh Younis et al. (2020) menyimpulkan bahwa *perceived social support* mampu memberikan dorongan yang lebih kuat terhadap individu ketika apa yang mereka lakukan mendapatkan dukungan sehingga mempengaruhi minat berwirausaha sosial semakin tinggi. Semakin tinggi dukungan yang mereka rasakan, semakin meningkatkan sikap mereka menjadi wirausaha sosial yang kemudian mempengaruhi mereka (memperkuat) untuk berniat menjadi seorang wirausahawan sosial.

Daftar Pustaka

- Ayob, N., Yap, S., Sapuan, A., & Rashid, A. (2013). *Social Entrepreneurial Intention among Business Undergraduates: An Emerging Economy Perspective 1*. 15(3), 249–267.
- Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurship. *Journal of Business Venturing Insights*, 9, 43-49.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programs: A New Methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Menilai Dampak Program Pendidikan Kewirausahaan: Sebuah Metodologi Baru. *Jurnal Pelatihan Industri Eropa*, 30(9), 701-720.
- Guzmán, F., & Trimi, S. (2012). Perilaku kewirausahaan dalam konteks Amerika Latin: Pendekatan multidimensi. *Jurnal Riset Bisnis*, 65(12), 1960-1967
- Guzmán, J., & Trimi, S. (2012). Entrepreneurial behavior in the Latin American context: A multidimensional approach. *Journal of Business Research*, 65(12), 1960-1967.
- Hockerts, K., & Wüstenhagen, R. (2010). Greening Goliaths versus emerging Davids – Berteori tentang peran petahana dan pendatang baru dalam kewirausahaan berkelanjutan. *Jurnal Usaha Mengawali*, 25(5), 481-492.
- Hockerts, K., & Wüstenhagen, R. (2010). Greening Goliaths versus emerging Davids – Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 481-492.

- Hockerts, K. (2017). *Determinants of Social Entrepreneurial Intentions*. 105–130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>
- Kautonen, T., Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Kekokohan teori perilaku terencana dalam memprediksi niat dan tindakan wirausaha. *Teori dan Praktek Kewirausahaan*, 39(3), 655-674.
- Kautonen, T., Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.
- Krueger Jr, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Krueger Jr, NF, & Brazeal, DV (1994). Potensi wirausaha dan calon wirausaha. *Teori dan Praktek Kewirausahaan*, 18(3), 91-104.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Lacap, J. P. G., Mulyaningsih, H. D., & Ramadani, V. (2018). The mediating effects of social entrepreneurial antecedents on the relationship between prior experience and social entrepreneurial intent: The case of Filipino and Indonesian university students. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 9(3), 329–346. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2018-0028>
- Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (2006). *Social Entrepreneurship*.
- Rambe, P., & Ndofirepi, T. M. (2019). Explaining Social Entrepreneurial Intentions among College Students in Zimbabwe. *Journal of Social Entrepreneurship*, 0(0), 1–22. <https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1683878>

- Rashid, N. S., Sarkam, S. F., Junaini, N., Yaacob, A., Mustapha, M., Hussain, N. J., & Azis, R. A. (2018). *Factors Influencing Student ' s Social Entrepreneurship Intention : A Case of Duta Jauhar Program Factors Influencing Student ' s Social Entrepreneurship Intention : A Case of Duta Jauhar Program*. 8(8), 1307–1321. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v8-i4/4538>
- Stueber, K. R. (2013). *Empathy*. In *encyclopedia of science and religion*. Springer Netherlandas.
- Thompson, J. L., Alvy, G., & Lees, A. (2000). Social entrepreneurship – a new look at the people and the potential. *Management Decision*, 38(5), 328-338
- Younis, A., Xiaobao, P., Nadeem, M. A., Kanwal, S., Pitafi, A. H., Qiong, G., & Yuzhen, D. (2020). Impact of positivity and empathy on social entrepreneurial intention: The moderating role of perceived social support. *Journal of Public Affairs*, May 2019. <https://doi.org/10.1002/pa.2124>

BAB 5

STRATEGI PENINGKATAN MINAT BERWIRAUSAHA SOSIAL

Buku Monograf ini diharapkan dapat memperkaya penelitian yang berfokus pada *antecedent social entrepreneurial intention* terutama dikalangan mahamahasiswa. Meskipun telah banyak penelitian yang melibatkan objek mahamahasiswa, namun implikasi hasil penelitian memberi dampak pada pengembangan penelitian kewirausahaan sosial. Penelitian yang melibatkan objek mahamahasiswa sangat relevan untuk terus dikembangkan secara luas. Pengembangan yang dimaksud dapat ditinjau dari aspek metodologi, teori-teori yang relevan, serta level analisis yang digunakan oleh peneliti. Sementara itu, dukungan dari berbagai pihak sangat diperlukan untuk mengembangkan kewirausahaan sosial secara lebih luas. Pemerintah dalam hal ini harus terlibat aktif untuk mendukung kemajuan kewirausahaan sosial melalui berbagai program yang berkelanjutan. Sekali lagi, aspek yang menonjol dari kegiatan seorang wirausaha sosial ialah mereka memiliki misi dan menciptakan nilai sosial yang berdampak pada tumbuhnya perekonomian yang berkelanjutan. Beberapa kesimpulan dari Monograf sebagai berikut.

Pertama, faktor sikap pada individu dapat mempengaruhi minat seseorang menjadi wirausahawan sosial. Sikap yang ditunjukkan dengan ketertarikan menjadi seorang *social entrepreneur* mendorong mereka untuk berminat menjadi seorang *social entrepreneurial intention*. Semakin tinggi sikap yang ditunjukkan seseorang, semakin besar minat mereka untuk terlibat dan menjadi seorang *social entrepreneur*. Kedua, sikap terhadap minat seseorang menjadi wirausahawan sosial dapat mendorong mereka untuk berminat menjadi wirausahawan sosial dengan diperkuat faktor dukungan sosial orang-orang disekeliling mereka. Dukungan yang diterima seseorang berupa sumbangan moril mampu meningkatkan minat seseorang menjadi wirausahawan sosial. Dorongan yang mereka terima mampu mendorong

optimisme bahwa apa yang mereka lakukan mendapat dukungan penuh dari orang disekitar. Mengapa orang-orang mendukung, menurut Muhamad & Adham (2013) bisnis yang inovatif memiliki kekuatan untuk merubah lanskap industri, yang secara teoritis tidak hanya menguntungkan bagi para pembisnis, dan memberikan nilai bagi pelanggan, namun juga menambah nilai bagi masyarakat.

Motivasi prososial adalah kecenderungan individu untuk mengambil tindakan yang bermanfaat untuk kesejahteraan orang lain atau masyarakat secara keseluruhan. Motivasi prososial tersebut dapat memberikan dampak positif pada minat berwirausaha sosial. Individu yang memiliki motivasi prososial yang tinggi cenderung lebih tertarik untuk terlibat dalam aktivitas kewirausaha sosial, terutama ketika mereka melihat potensi untuk membantu mengatasi masalah sosial yang ada di masyarakat. Hal ini bisa terjadi karena wirausaha sosial seringkali memperbaiki kualitas hidup orang lain dengan memberikan solusi untuk masalah sosial yang mereka hadapi. Selain itu, motivasi prososial juga dapat membantu meningkatkan kemampuan individu dalam mengatasi tantangan dan rintangan yang ada dalam proses berwirausaha sosial. Motivasi prososial juga dapat memotivasi individu untuk bekerja sama dengan orang lain, mengembangkan keterampilan sosial yang penting dalam hal membangun jaringan pelanggan atau mitra kerja. Dengan demikian, motivasi prososial dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat individu untuk berwirausaha sosial. Oleh karena itu, perlu ada upaya untuk meningkatkan motivasi prososial pada individu agar mereka lebih tertarik dan termotivasi dalam berwirausaha sosial dan mampu mengatasi tantangan yang ada di tengah-tengah kegiatan mereka.

Niat wirausaha mengacu pada kecenderungan atau kecenderungan individu untuk memulai dan menjalankan usaha bisnis baru. Niat Wirausaha merupakan faktor penting dalam memprediksi keberhasilan usaha bisnis baru. Penelitian telah menunjukkan bahwa tingkat niat kewirausahaan yang lebih tinggi berkorelasi positif dengan kemungkinan seseorang memulai bisnis dan

kesuksesan selanjutnya. Ini karena individu dengan tingkat niat berwirausaha yang tinggi lebih cenderung memiliki karakteristik dan keterampilan yang diperlukan untuk berwirausaha yang sukses, seperti kreativitas, pengambilan risiko, inovasi, dan rasa efikasi diri yang kuat. Selain itu, niat kewirausahaan telah ditemukan sebagai penentu utama tingkat upaya dan komitmen yang dilakukan seseorang untuk memulai dan menjalankan usaha bisnis mereka sendiri. Oleh karena itu, penting bagi individu dan pembuat kebijakan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha agar tercipta lingkungan yang lebih kondusif untuk berwirausaha. Esai ini akan mengkaji faktor penentu utama niat kewirausahaan dan bagaimana pembuat kebijakan dapat menumbuhkan lingkungan yang kondusif untuk kewirausahaan.

Penentu niat wirausaha. Beberapa faktor mempengaruhi niat kewirausahaan individu, termasuk karakteristik pribadi, norma sosial dan budaya, latar belakang pendidikan, dan faktor lingkungan seperti akses ke pendanaan, ketersediaan sumber daya dan infrastruktur, dan kerangka peraturan. Karakteristik pribadi memainkan peran penting dalam menentukan niat kewirausahaan individu, karena individu dengan tingkat efikasi diri yang tinggi, kecenderungan mengambil risiko, kreativitas, dan inovasi lebih mungkin untuk mengembangkan sikap positif terhadap kewirausahaan dan mengambil langkah yang diperlukan untuk memulai dan menjalankannya. usaha bisnis mereka sendiri. Selain itu, penelitian telah menunjukkan bahwa pengalaman kewirausahaan sebelumnya dan paparan kewirausahaan juga secara positif memengaruhi niat kewirausahaan individu. Misalnya, individu yang sebelumnya pernah bekerja di startup atau memiliki anggota keluarga/teman yang berwirausaha lebih cenderung mengembangkan sikap positif terhadap kewirausahaan dan menganggapnya sebagai pilihan karir yang layak. Selain itu, norma sosial dan budaya juga memainkan peran penting dalam membentuk kewirausahaan individu dengan sungguh-sungguh membentuk sikap mereka terhadap kewirausahaan dan kelayakan yang dirasakan untuk memulai usaha bisnis.

Menurut Yamini et al., (2020) bahwa motivasi prososial dan motivasi intrinsik pada individu berpengaruh terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Semakin tinggi motivasi prososial yang dipersepsikan seseorang maka semakin tinggi minat mereka untuk menjadi seorang wirausaha sosial. Menurut Abu-Saifan (2012) terdapat empat faktor yang membuat social entrepreneurship berbeda dengan bentuk entrepreneurship lainnya, diantaranya:

1. Mission-driven, yaitu Mereka berorientasi pada misi dalam memberikan nilai sosial kepada masyarakat.
2. Mereka bertindak melalui kombinasi karakteristik berbeda yang dibandingkan wirausaha konvensional
3. Mereka bertindak dalam organisasi yang memiliki budaya inovasi dan keterbukaan yang kuat.

Selanjutnya, temuan riset ini telah menunjukkan konsistensi bahwa semakin tinggi dukungan sosial yang dipersepsikan oleh mahasiswa, maka akan semakin tinggi pengaruh antara ATB terhadap minat menjadi pengusaha sosial. Sikap terhadap minat menjadi wirausahawan sosial dapat mempengaruhi minat seseorang menjadi wirausahawan sosial. Karena itu, hasil riset ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagaimana meningkatkan minat berwirausaha bidang sosial dikalangan mahasiswa khususnya. Dimana, peran agen perubahan yang dimiliki oleh mahasiswa sangat dinanti masyarakat dalam memberikan solusi atas permasalahan sosial yang terjadi. Selain itu, hasil riset ini juga menguatkan bahwa unsur dukungan sosial merupakan aspek penting dalam penumbuhan minat wirausaha sosial. Jika ditilik dari aspek perguruan tinggi, maka peran tenaga pendidik juga menjadi esensi/penting dalam menciptakan dukungan moral maupun riil terhadap berbagai aktivitas kemahasiswaan.

Temuan studi lain juga telah mengkonfirmasi bahwa minat berwirausaha sosial dikalangan mahasiswa dapat dipengaruhi oleh faktor

motivasi prososial, motivasi intrinsik dan moral obligation. Semakin tinggi persepsi antecedent tersebut, maka semakin mempengaruhi minat mahamahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha sosial. Keinginan menjadi wirausaha tidak terbentuk secara instan. Namun, faktor internal dan eksternal juga mempengaruhi.

Meskipun dalam studi ini tidak menguji efek perbedaan moderasi berdasarkan gender. Namun mungkin saja menjadi menarik jika terdapat studi yang fokus meneliti *social entrepreneurial intention* pada aspek gender perempuan. Seperti halnya yang telah dilakukan oleh Rosca et al. (2020). Pada studinya Rosca et al. (2020) menjelaskan bahwa penelitian-penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa perempuan lebih cocok memimpin usaha sosial. Oleh karena itu, agenda riset dimasa depan tidak hanya melihat aspek gender saja. Namun akan lebih menarik ketika isu gender dan budaya juga diteliti untuk menciptakan novelty pada topik social entrepreneurship.

5.1. Strategi Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Sosial

Desain kurikulum bermuatan kewirausahaan semestinya tidak lagi bermuatan utuh pada bisnis semata, namun juga dapat mengadopsi capaian pembelajaran dari *social entrepreneur*. Kegiatan pembelajaran yang menekankan pada aktivitas sosial juga perlu mendapat perhatian bagi perguruan tinggi. Pembelajaran sosial juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan kepekaan sosial seorang mahamahasiswa guna andil berkontribusi terhadap berbagai permasalahan di sosial masyarakat. Selain itu, bagi para investor juga seyogyanya memberikan kebijakan yang berkelanjutan untuk mendukung tumbuhnya wirausaha sosial khususnya di Indonesia.

Dalam beberapa tahun terakhir, bidang kewirausahaan telah berkembang tidak hanya mencakup usaha bisnis tradisional namun juga inisiatif dampak sosial. Universitas memainkan peran penting dalam menumbuhkan niat kewirausahaan mahamahasiswa, membina generasi individu yang inovatif dan

sadar sosial. Esai ini mengeksplorasi strategi yang digunakan oleh universitas untuk mendukung dan meningkatkan niat kewirausahaan mahamahasiswa, menyoroti pentingnya upaya ini dalam membentuk masa depan kewirausahaan.

- 1. Inkubator dan Akselerator:** Inkubator dan akselerator berbasis universitas menyediakan lingkungan yang membina bagi wirausahawan pemula untuk mengembangkan ide-ide mereka menjadi usaha yang layak. Program-program ini menawarkan bimbingan, sumber daya, ruang kerja, dan akses ke jaringan, memberdayakan mahasiswa untuk menyempurnakan niat kewirausahaan mereka dan mengubahnya menjadi inisiatif nyata (O'Connor et al., 2019). Inkubator dan akselerator universitas adalah lingkungan penting bagi mahamahasiswa yang tertarik untuk menjalankan usaha. Mereka tidak hanya memberikan tempat fisik untuk bekerja tetapi juga bimbingan dan sumber daya yang kritis. Dalam inkubator ini, mahamahasiswa dapat berkolaborasi, merancang prototipe, menguji konsep, dan memahami proses bisnis secara mendalam. Selain itu, akses ke jaringan yang dibangun melalui inkubator ini dapat membantu mereka mendapatkan investasi, pelanggan, atau mitra bisnis. Oleh karena itu, inkubator dan akselerator universitas adalah wadah penting bagi mahasiswa untuk mengembangkan dan menguji ide-ide mereka sebelum memasuki dunia bisnis yang kompetitif.
- 2. Integrasi Kurikulum:** Mengintegrasikan kewirausahaan ke dalam kurikulum akademik memaparkan mahasiswa pada konsep dan pola pikir kewirausahaan sejak tahap awal. Menawarkan kursus, anak di bawah umur, atau jurusan kewirausahaan membekali mahasiswa dengan keterampilan, pengetahuan, dan alat penting untuk menavigasi lanskap kewirausahaan (Fayolle & Liñán, 2014). Integrasi kewirausahaan ke dalam kurikulum akademik adalah pendekatan yang kuat untuk mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi wirausahawan.

Ini memastikan bahwa mahasiswa dari berbagai jurusan mendapatkan pemahaman yang kuat tentang konsep kewirausahaan dan keterampilan yang relevan. Menghadirkan kursus, anak di bawah umur, atau jurusan kewirausahaan memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan rencana bisnis, memahami manajemen risiko, mengembangkan keterampilan berkomunikasi, dan belajar dari kegagalan. Dengan demikian, integrasi kurikulum kewirausahaan membekali mahasiswa dengan fondasi yang kokoh untuk memulai usaha mereka sendiri.

- 3. Bimbingan dan Jaringan:** Menghubungkan mahasiswa dengan wirausaha berpengalaman, pakar industri, dan alumni memberikan peluang bimbingan dan jaringan yang berharga. Interaksi ini menawarkan wawasan, bimbingan, dan nasihat praktis, memperkuat kepercayaan diri mahasiswa dan mendorong mereka untuk mengejar usaha kewirausahaan (Clarysse et al., 2014). Menghubungkan mahasiswa dengan praktisi berpengalaman, pakar industri, dan alumni adalah langkah penting dalam membimbing mahasiswa menuju kewirausahaan. Ini memberikan kesempatan berharga untuk bertukar ide, mendapatkan pandangan dari mereka yang telah sukses dalam dunia bisnis, dan mendapatkan nasihat praktis. Interaksi dengan individu-individu ini juga membangun kepercayaan diri mahasiswa dan mendorong mereka untuk mengejar usaha kewirausahaan dengan keyakinan yang lebih besar.
- 4. Pendanaan dan Dukungan Finansial:** Hambatan keuangan seringkali menghalangi mahasiswa untuk mewujudkan niat berwirausaha mereka. Universitas dapat memberikan akses terhadap pendanaan awal, hibah, dan peluang investasi, meringankan beban keuangan awal dan mendorong inovasi kewirausahaan (Kuratko, 2017). Pendanaan adalah aspek kritis dalam memulai bisnis, dan hambatan finansial sering menjadi tantangan utama bagi

mahasiswa. Universitas dapat membantu dengan memberikan akses terhadap pendanaan awal, hibah, atau peluang investasi. Dukungan finansial ini tidak hanya mengurangi beban keuangan awal mahasiswa, tetapi juga memotivasi mereka untuk mengejar inovasi kewirausahaan yang lebih besar.

- 5. Kompetisi dan Tantangan:** Menyelenggarakan kompetisi dan tantangan kewirausahaan merangsang kreativitas dan inovasi mahasiswa. Platform ini mendorong mahasiswa untuk mengembangkan dan menyampaikan ide kewirausahaan mereka, mendapatkan paparan, umpan balik, dan pengakuan (Colombo et al., 2015). Menyelenggarakan kompetisi dan tantangan kewirausahaan adalah cara yang efektif untuk menginspirasi dan memotivasi mahasiswa. Kompetisi ini mendorong mahasiswa untuk berpikir kreatif, mengembangkan ide-ide bisnis yang inovatif, dan menyampaikannya secara efektif kepada panel juri dan masyarakat. Mereka juga memberikan pengakuan bagi prestasi mahasiswa dan membangun kepercayaan diri mereka.
- 6. Dukungan untuk Kewirausahaan Sosial:** Menyadari meningkatnya minat terhadap kewirausahaan sosial, universitas dapat membuat program yang secara khusus mendukung usaha yang bertujuan untuk mengatasi tantangan masyarakat. Kursus kewirausahaan sosial, bimbingan, dan sumber daya diperuntukkan bagi mahasiswa yang berupaya menciptakan dampak sosial yang positif (Bloom & Chatterji, 2009). Kewirausahaan sosial semakin penting dalam masyarakat yang semakin peduli terhadap dampak sosial. Universitas dapat mendukung mahasiswa yang ingin menciptakan dampak positif melalui usaha kewirausahaan dengan menyediakan kursus, bimbingan, dan sumber daya khusus untuk kewirausahaan sosial. Ini membantu mahasiswa untuk menggabungkan tujuan bisnis dengan misi sosial yang mereka anut.

- 7. Pusat Penelitian dan Inovasi:** Pusat penelitian dan inovasi universitas menyediakan lingkungan bagi mahasiswa untuk berkolaborasi dalam proyek-proyek inovatif dan mengembangkan teknologi mutakhir. Pusat-pusat ini mendorong kolaborasi interdisipliner dan menerjemahkan penelitian menjadi usaha kewirausahaan (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000). Pusat penelitian dan inovasi universitas adalah tempat bagi mahasiswa untuk berkolaborasi dalam proyek-proyek inovatif. Ini memungkinkan mereka untuk mengembangkan teknologi mutakhir dan solusi bisnis yang relevan dengan tren pasar. Kolaborasi antar-disiplin juga memungkinkan mahasiswa untuk mendapatkan wawasan lintas-bidang yang penting dalam dunia bisnis yang kompleks.
- 8. Keterlibatan Alumni:** Melibatkan alumni yang telah berhasil dalam kewirausahaan memberikan mahasiswa teladan dunia nyata dan menghubungkan mereka dengan calon mentor, mitra, dan investor. Jaringan alumni menyediakan platform untuk pertukaran pengetahuan dan wawasan praktis (Müller & Zenker, 2001). Melibatkan alumni yang telah berhasil dalam kewirausahaan adalah sumber inspirasi yang sangat berharga. Mereka dapat memberikan contoh dunia nyata tentang bagaimana mengatasi tantangan dan mencapai kesuksesan dalam bisnis. Alumni juga dapat berperan sebagai mentor, mitra, atau bahkan investor potensial bagi mahasiswa yang berusaha memulai usaha mereka sendiri.
- 9. Inisiatif Budaya dan Keanekaragaman:** Menciptakan budaya yang merayakan keberagaman dan menumbuhkan pola pikir kewirausahaan sangatlah penting. Universitas dapat menyelenggarakan acara, lokakarya, dan seminar yang memaparkan mahasiswa pada perspektif berbeda dan menumbuhkan perspektif global tentang kewirausahaan (Mwasalwiba, 2010). Menciptakan budaya yang merayakan keberagaman dan mendorong pola pikir kewirausahaan

adalah langkah penting untuk membentuk pemikiran inovatif. Universitas dapat menyelenggarakan acara, lokakarya, dan seminar yang memperkenalkan mahasiswa pada beragam perspektif dan menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan kreativitas.

10. Integrasi Ekosistem Kewirausahaan: Perguruan tinggi dapat berkolaborasi dengan ekosistem kewirausahaan lokal, menghadirkan sumber daya eksternal, investor, dan kemitraan industri ke dalam lingkungan universitas. Integrasi ini meningkatkan keterpaparan mahasiswa terhadap tantangan dan peluang dunia nyata (Spigel & Harrison, 2018). Kolaborasi dengan ekosistem kewirausahaan lokal adalah cara efektif untuk meningkatkan eksposur mahasiswa terhadap dunia nyata bisnis. Universitas dapat menjalin kemitraan dengan komunitas bisnis setempat, menghadirkan sumber daya eksternal, investor, dan kemitraan industri ke dalam lingkungan universitas. Integrasi ini memastikan bahwa mahasiswa memiliki akses ke peluang dan tantangan dunia nyata, serta dapat menguji ide-ide mereka dalam konteks yang relevan secara bisnis.

Strategi yang diterapkan universitas untuk mendukung niat kewirausahaan mahamahasiswa sangat penting dalam membentuk masa depan kewirausahaan. Dengan menawarkan ekosistem sumber daya, bimbingan, pendidikan, dan peluang yang komprehensif, universitas memberdayakan mahamahasiswa untuk mengubah niat mereka menjadi usaha yang berdampak. Seiring berkembangnya lanskap kewirausahaan, universitas terus memainkan peran penting dalam membina generasi penerus wirausaha yang inovatif dan bertanggung jawab secara sosial.

Lebih lanjut, terkhusus bagi Universitas Bung Hatta agar dalam mengembangkan muatan capaian pembelajaran kewirausahaan yang fokus pada pengembangan kewirausahaan sosial bagi mahamahasiswa. Aspek-aspek permasalahan sosial yang terjadi disekitar dapat menjadi sumber informasi

bagi mahasiswa untuk menumbuhkan dan menciptakan gagasan inovatif (aktivitas pembelajaran sosial). Gagasan tersebut diharapkan melibatkan masyarakat dalam penciptaan ekonomi inklusif. Bentuk penugasan pada mata kuliah juga dapat menjadi sarana penting bagi mahasiswa untuk meningkatkan kepekaan sosial. Mahasiswa kemudian tidak hanya siap untuk mencapai masa depannya, terlebih juga memberi dampak signifikan terhadap lingkungan.

Aktivitas pembelajaran yang melibatkan aspek kognitif untuk menciptakan nilai sosial perlu menjadi perhatian serius bagi pemangku kebijakan di tingkat pendidikan tinggi. Dimana, peran *agen of change* mahasiswa sangat dinanti masyarakat luas. Mahasiswa dapat belajar dari kegiatan sosial yang terintegrasi dengan capaian pembelajaran pada kurikulum pendidikan tinggi. Aspek ini tidak lagi bertumpu pada bidang/topik ekonomi saja. Namun, seluruh bidang maupun program studi juga dapat dilakukan dengan kepakaran bidang masing-masing.

Disisi yang lain, tenaga pendidik khususnya dosen juga dapat mengaplikasikan TriDharma Perguruan Tinggi melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam bentuk pemberdayaan masyarakat melalui implementasi tanggungjawab sosial. Juga dapat memberikan stimulus dan dorongan riil terhadap kegiatan sosial yang dilakukan oleh sekelompok maupun organisasi kemahasiswaan dalam berbagai kegiatan sosial. Karenanya, hal ini juga tidak lepas dari peran pemerintah untuk mendukung kegiatan kewirausahaan sosial sebagai bentuk sinergisitas antar lembaga pendidikan dengan pemerintahan. Mahasiswa sebagai outcome lulusan pendidikan tinggi dalam menjadi perantara pemerintah dalam partisipasi pembangunan ekonomi melalui usaha sosial. Selain itu, temuan ini juga dapat menjadi dasar perumusan strategi menciptakan lulusan yang kompetitif di pendidikan tinggi (Zakiy, 2021).

Cakupan Monograf ini masih kurang cukup untuk dilakukan generalisasi. Penelitian ini baru melibatkan scope yang masih sempit, yakni hanya melibatkan responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Tentu, cakupan penelitian ini belum mampu merepresentasikan kondisi secara umum mengenai *social entrepreneurial intention* dikalangan mahasiswa khususnya di Indonesia. Proporsi responden yang belum mewakili dari berbagai daerah mungkin dapat mempengaruhi generalisasi hasil penelitian. Penelitian selanjutnya dapat memetakan kecukupan dan proporsi sampel yang dilibatkan dalam penelitian. Selain itu, topik technopreneur juga dapat dilakukan untuk memperluas bidang kajian penelitian kewirausahaan sosial dikalangan mahasiswa khususnya di konteks negara berkembang (Indonesia).

Dibutuhkan juga penelitian yang tidak hanya menguji pada level analisis individu ke level analisis organisasi. Penelitian ini juga masih belum mengkaitkan isu perbedaan gender, budaya dan faktor lain dalam analisisnya. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan lebih banyak faktor lain pada variabel *social entrepreneurial intention* dengan menggunakan model Mair & Naboia (2006), melibatkan praktisi usaha social sebagai responden, mengkaitkan tema baru Islamic *Social entrepreneurial intention* (Ashraf, 2019), digital *social entrepreneurship* (Ghatak et al., 2020) serta isu lain yang relevan untuk terus mengembangkan model *social entrepreneurial*.

Daftar Pustaka

- Abu-saifan. (2012). Social Entrepreneurship : Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 2(2), 22–27.
- Ajzen, I. (1975). Belief , attitude , intention and behaviour : An introduction to theory and research. In *Reading, MA: Addison-Wesley*. (Issue July). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ashraf, M. A. (2019). “Is Old Gold?” the Role of Prior Experience in Exploring the Determinants of Islamic *Social entrepreneurial intentions: Evidence from Bangladesh*. *Journal of Social Entrepreneurship*, 0(0), 1–26. <https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1702580>
- Ayob, N., Yap, S., Sapuan, A., & Rashid, A. (2013). *Social entrepreneurial intention among Business Undergraduates : An Emerging Economy Perspective 1*. 15(3), 249–267.
- Bocken, at al. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes A literature and practice review to develop sustainable business model. *Journal of Cleaner Production*, 65(February), 42–56. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>
- Boons, F., & Lüdeke-freund, F. (2013). Business models for sustainable innovation : state-of-the-art and steps towards a research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 45, 9–19. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.07.007>
- Bloom, PN, & Chatterji, AK (2009). Meningkatkan dampak sosial: Tinjauan literatur. *Jurnal Kewirausahaan Sosial*, 5(2), 198-221.
- Clarysse, B., Wright, M., Bruneel, J., & Mahajan, A. (2014). Menciptakan

nilai dalam ekosistem: Melintasi jurang antara pengetahuan dan ekosistem bisnis. *Kebijakan Penelitian*, 43(7), 1164-1176.

Desa, G. (2010). of a Research Field in Emergence. In *Values and Opportunities in Social Entrepreneurship* (pp. 6–28). Palgrave Macmillan, a division of Macmillan Publishers Limited.

Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). Dinamika inovasi: Dari Sistem Nasional dan “Mode 2” ke Triple Helix hubungan universitas-industri-pemerintah. *Kebijakan Penelitian*, 29(2), 109-123.

Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). Masa depan penelitian tentang niat berwirausaha. *Jurnal Riset Bisnis*, 67(5), 663-666.

Ghatak, A., Chatterjee, S., & Bhowmick, B. (2020). Intention Towards Digital Social Entrepreneurship: An Integrated Model. *Journal of Social Entrepreneurship*, 0(0), 1–21. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1826563>

Hibbert, S. A., Hogg, G., & Quinn, T. (2005). Social entrepreneurship : Understanding consumer motives for buying The Big Issue. *Journal of Consumer Behavior*, 4(3), 159–172.

Hockerts, K. (2017). *Determinants of Social entrepreneurial intentions*. 105–130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>

Hulgård, L. (2010). *DISCOURSES OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP – VARIATIONS OF THE SAME THEME ?* 10, 1–21.

Jadmiko, P. (2019a). PERAN PEMEDIASI ATTITUDE BECOMING SOCIAL ENTREPRENEUR (ATB) PADA PENGARUH ANTARA EMPATI. *Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis & Akuntansi*, 4(September), 422–434. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4617>

Jadmiko, P. (2019b). Peran Pemeditasi Attitude Becoming Social Entrepreneur (Atb) Pada Pengaruh Antara Empati Terhadap Minat Berwirausaha

- Sosial. *Jurnal Benefita*, 4(3), 422. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4617>
- Jadmiko, P. (2020a). *Linking Perceived social support To Social entrepreneurial intention: the Mediating Role of Attitude Becoming Social Entrepreneur*. 6(2), 52–60. <https://www.jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/download/1844/pdf%0Ahttps://www.jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/1844%0Ahttps://lens.org/069-380-243-063-526>
- Jadmiko, P. (2020b). Minat Berwirausaha Sosial Dikalangan Mahamahasiswa. *Manajemen Bisnis*, 17(2), 189–206. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2532>
- Kolombo, MG, Dawid, H., Piva, E., & Vivarelli, M. (2015). Apakah kreativitas dan desain penting dalam kinerja inovasi? Tinjauan literatur yang sistematis. *Jurnal Usaha Mengawali*, 30(1), 133-149.
- Kuratko, DF (2017). *Kewirausahaan: Teori, proses, dan praktik*. Pembelajaran Cengage.
- Krueger, N. (1993). *The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability* *. 5–21.
- Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (2006). *Social Entrepreneurship*.
- Mohammed, B. S., Fethi, A., & Djaoued, O. B. (2017). *The Influence of Attitude , Subjective Norms and Perceived Behavior Control on Entrepreneurial Intentions : Case of Algerian Students*. 7(6), 274–282. <https://doi.org/10.5923/j.economics.20170706.02>
- Muhamad, N. S. adah, & Adham, K. A. (2013). Social entrepreneurship as transformative service for societal well-being. *Jurnal Pengurusan*, 39(2013), 111–118. <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2013-39-10>
- Müller, A., & Zenker, A. (2001). Layanan bisnis sebagai pelaku transformasi pengetahuan: Peran KIBS dalam sistem inovasi regional dan nasional.

Kebijakan Penelitian, 30(9), 1501-1516.

- Mwasalwiba, ES (2010). Pendidikan kewirausahaan: Tinjauan terhadap tujuan, metode pengajaran, dan indikator dampaknya. *Pendidikan + Pelatihan*, 52(
- Rambe, P., & Ndofirepi, T. M. (2019). Explaining *Social entrepreneurial intentions* among College Students in Zimbabwe. *Journal of Social Entrepreneurship*, 0(0), 1–22. <https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1683878>
- Rashid, N. S., Sarkam, S. F., Junaini, N., Yaacob, A., Mustapha, M., Hussain, N. J., & Azis, R. A. (2018). *Factors Influencing Student ' s Social Entrepreneurship Intention : A Case of Duta Jauhar Program* Factors Influencing Student ' s Social Entrepreneurship Intention : A Case of Duta Jauhar Program. 8(8), 1307–1321. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v8-i4/4538>
- Rosca, E., Agarwal, N., & Brem, A. (2020). Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. *Technological Forecasting and Social Change*, 157(April), 120067. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120067>
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social Entrepreneurship Research: Past Achievements and Future Promises. *Journal of Management*, 45(1), 70–95. <https://doi.org/10.1177/0149206318793196>
- Stueber, K. R. (2013). *Empathy*. In *encyclopedia of science and religion*. Springer Netherlandas.
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017a). Predictors of *social entrepreneurial intention*: an empirical study. *South Asian Journal of Business Studies*, 6(1), 1–25. <https://doi.org/10.1186/s40497-017-0067-1>
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017b). *The role of emotional intelligence and self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and*

social entrepreneurial intentions. 0676(September). <https://doi.org/10.1080/19420676.2017.1371628>

Utomo, H. (2014). Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Sosial. *Among Makarti*, 7(14), 1–16.

Younis, A., Xiaobao, P., Nadeem, M. A., Kanwal, S., Pitafi, A. H., Qiong, G., & Yuzhen, D. (2020). Impact of positivity and empathy on *social entrepreneurial intention*: The moderating role of *perceived social support*. *Journal of Public Affairs*, May 2019. <https://doi.org/10.1002/pa.2124>

Zakiy, M. (2021). The strategy of Islamic economic colleges to prepare their graduates to work in Islamic banks. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2021-0010>

<https://www.bps.go.id/website/images/Profil-Kemiskinan-di-Indonesia-September-2020-ind.jpg>

BAB 6

AGENDA RISET KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DIMASA DEPAN

Selama periode 2015 hingga 2023, penelitian tentang niat berwirausaha mahasiswa telah berkembang secara signifikan, menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi aspirasi mahasiswa untuk menjadi wirausaha. Kesimpulan ini menyoroti tren-tren utama, temuan-temuan, dan arah potensial untuk penelitian masa depan selama jangka waktu ini, didukung oleh referensi dari penelitian-penelitian penting di lapangan. Eksplorasi niat kewirausahaan mahasiswa dalam konteks pendidikan tinggi telah mendapatkan perhatian yang signifikan selama dekade terakhir. Namun, meskipun terdapat kemajuan besar dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi aspirasi mahasiswa untuk menjadi wirausaha, masih terdapat kesenjangan yang patut mendapat perhatian.

6.1. Kemajuan Teoritis

Salah satu teori yang telah mapan adalah Teori Perilaku Terencana yang dikemukakan oleh Ajzen pada tahun 1991. Teori ini telah membantu kita memahami bagaimana niat individu untuk berwirausaha dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Selain itu, Model Peristiwa Kewirausahaan yang dikembangkan oleh Shapero dan Sokol pada tahun 1982 telah memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang proses yang terjadi saat seseorang memutuskan untuk menjadi seorang wirausaha. Selain teori-teori tersebut, perkembangan terbaru dalam studi kewirausahaan telah menghadirkan konsep-konsep yang lebih kontemporer. Teori Ekosistem Kewirausahaan, yang diperkenalkan oleh Spigel pada tahun 2017, telah membantu kita memahami bagaimana lingkungan eksternal, seperti dukungan dari lembaga-lembaga keuangan dan jaringan bisnis, dapat memengaruhi kesuksesan wirausaha. Selain itu, Model Kewirausahaan

Hibrida yang dikembangkan oleh Mair dan Marti pada tahun 2006 telah memberikan wawasan tentang kewirausahaan yang menggabungkan tujuan sosial dan ekonomi. Semua teori ini telah mengambil langkah signifikan dalam memperdalam pemahaman kita tentang interaksi kompleks antara faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa, seperti yang telah dikaji oleh Smith dan Woodworth pada tahun 2018. Dengan memadukan teori-teori ini dengan kerangka kerja yang lebih kontemporer, para peneliti dapat terus mengembangkan pemahaman tentang kewirausahaan dan memberikan panduan yang lebih baik bagi mereka yang tertarik untuk memasuki dunia wirausaha.

6.2. Faktor Kognitif

Periode ini menyaksikan peningkatan fokus pada faktor kognitif yang membentuk niat berwirausaha. Efikasi diri, komponen kunci dari Teori Kognitif Sosial Bandura (Bandura, 1986), muncul sebagai faktor penentu yang penting (Hmieleski & Corbett, 2006). Penelitian menggarisbawahi peran kepercayaan diri dan keyakinan terhadap kemampuan seseorang untuk sukses sebagai hal yang sangat penting dalam mendorong aspirasi kewirausahaan (Sánchez et al., 2018). Salah satu komponen yang menjadi pusat perhatian adalah efikasi diri, yang merupakan konsep utama dalam Teori Kognitif Sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura pada tahun 1986. Efikasi diri merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengatasi tugas-tugas dan tantangan yang dihadapinya. Penelitian-penelitian terbaru, seperti yang dilakukan oleh Hmieleski dan Corbett pada tahun 2006, menyoroti peran penting efikasi diri dalam membentuk niat berwirausaha.

Tidak hanya efikasi diri, tetapi juga kepercayaan diri dan keyakinan terhadap kemampuan seseorang untuk meraih kesuksesan dalam dunia kewirausahaan telah menjadi fokus penelitian yang semakin meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Sánchez dan rekan-rekan pada tahun 2018 menekankan bahwa memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam kemampuan

diri sendiri dapat menjadi dorongan besar dalam mendorong seseorang untuk mengejar aspirasi kewirausahaan. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor psikologis ini, kita dapat mengembangkan pendekatan yang lebih efektif dalam mendukung individu untuk merintis bisnis mereka sendiri dan mengatasi tantangan-tantangan yang ada dalam dunia kewirausahaan. Pemahaman tentang peran kognitif dalam membentuk niat berwirausaha juga memberikan landasan yang kuat bagi program-program pelatihan dan pendidikan kewirausahaan yang berorientasi pada pengembangan keyakinan diri dan efikasi diri yang tinggi.

6.3. Pengaruh Kontekstual

Penelitian menyoroti peran konteks kelembagaan dan budaya dalam membentuk niat kewirausahaan mahasiswa. Pengaruh lingkungan universitas, jaringan dukungan, dan kebijakan pemerintah dieksplorasi secara luas (Guerrero et al., 2016). Studi menyoroti pentingnya norma budaya dalam menentukan keinginan dan kelayakan kewirausahaan (Krueger et al., 2017). Penelitian dalam bidang kewirausahaan semakin memahami peran penting yang dimainkan oleh konteks kelembagaan dan budaya dalam membentuk niat berwirausaha mahasiswa. Faktor-faktor ini menjadi kunci dalam menentukan bagaimana individu muda merespon dan merintis usaha mereka sendiri. Salah satu aspek penting yang diselidiki adalah pengaruh lingkungan universitas. Penelitian yang dilakukan oleh Guerrero dan rekan pada tahun 2016 mengungkapkan bahwa universitas dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap motivasi mahasiswa untuk berwirausaha. Faktor seperti program-program pendidikan yang mendukung kewirausahaan, akses ke mentor dan sumber daya, serta atmosfer yang mendukung risiko dan inovasi adalah beberapa contoh yang mungkin mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa.

Selain itu, peran jaringan dukungan juga menjadi perhatian penting dalam konteks ini. Mahasiswa yang memiliki akses ke jaringan yang kuat

dalam dunia kewirausahaan cenderung lebih termotivasi untuk mengejar wirausaha. Dukungan dari mentor, investor potensial, dan sesama wirausaha dapat memberikan dorongan yang signifikan bagi mereka yang berharap merintis usaha mereka sendiri. Keberadaan jaringan ini dapat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan ekosistem kewirausahaan. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah juga menjadi salah satu aspek yang perlu dieksplorasi dalam konteks ini.

Selain faktor-faktor lembaga dan dukungan, norma budaya juga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk niat dan kelayakan kewirausahaan mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Krueger dan rekan pada tahun 2017 menunjukkan bahwa budaya yang mendukung inovasi, kemandirian, dan pengambilan risiko cenderung memotivasi individu untuk berwirausaha. Norma budaya yang menghargai pengusaha sukses dan memberikan dukungan sosial bagi individu yang ingin mencoba peruntungan dalam bisnis juga dapat menjadi pendorong utama niat berwirausaha mahasiswa. Dengan memahami peran kompleks ini, kita dapat mengembangkan strategi dan kebijakan yang lebih efektif dalam mendukung dan mendorong mahasiswa untuk menjalani perjalanan kewirausahaan mereka sendiri.

6.4. Teknologi dan Inovasi

Era digital mendorong para peneliti untuk menyelidiki dampak teknologi terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Perkembangan platform online, alat digital, dan e-commerce mengubah cara mahasiswa memandang dan terlibat dalam kewirausahaan (Mochalova & Osiyevskyy, 2019). Niat berwirausaha digital muncul sebagai subbidang unik, yang menggarisbawahi lanskap kewirausahaan yang terus berkembang (Arunrat dkk., 2018).

Era digital yang sedang berlangsung telah menjadi pendorong utama bagi para peneliti untuk mendalami dampak teknologi terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Perkembangan pesat dalam teknologi informasi dan

komunikasi, khususnya platform online, alat-alat digital, dan e-commerce, telah mengubah paradigma mahasiswa dalam memandang dan terlibat dalam dunia kewirausahaan. Studi yang dilakukan oleh Mochalova dan Osiyevskyy pada tahun 2019 menyoroti bagaimana kemajuan teknologi ini telah menciptakan peluang baru dan tantangan dalam konteks kewirausahaan. Mahasiswa tidak hanya lebih mudah mengakses sumber daya dan informasi yang relevan untuk berwirausaha, tetapi mereka juga memiliki kemampuan untuk menciptakan bisnis online mereka sendiri dengan lebih cepat dan lebih efisien.

Seiring dengan perkembangan teknologi, muncul subbidang yang unik dalam penelitian kewirausahaan, yaitu niat berwirausaha digital. Fenomena ini mencerminkan pergeseran lanskap kewirausahaan yang terus berkembang, di mana mahasiswa semakin tertarik untuk menjalankan bisnis online dan memanfaatkan platform digital sebagai sarana untuk merintis usaha mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Arunrat dan rekan pada tahun 2018 menyoroti bagaimana niat berwirausaha digital telah menjadi fokus yang signifikan dalam penelitian kewirausahaan. Hal ini mencerminkan pentingnya memahami bagaimana teknologi digital memengaruhi motivasi mahasiswa untuk terlibat dalam kewirausahaan, serta bagaimana mereka memanfaatkan alat-alat digital untuk mengembangkan ide bisnis mereka.

Dalam konteks era digital, studi tentang niat berwirausaha digital memiliki implikasi yang besar. Penelitian ini dapat membantu merancang program-program pendidikan dan pelatihan yang relevan dengan tuntutan zaman, sehingga mahasiswa dapat memanfaatkan teknologi untuk meraih kesuksesan dalam bisnis mereka. Selain itu, pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha digital dapat membantu pemerintah dan lembaga pendidikan dalam mengembangkan kebijakan yang mendukung perkembangan ekosistem kewirausahaan digital yang berkelanjutan.

6.5. Arah dan Implikasinya Penelitian di Masa Depan

1) **Studi Longitudinal.** Berdasarkan penelitian cross-sectional, studi longitudinal sangat penting untuk melacak perubahan niat berwirausaha mahasiswa dari waktu ke waktu. Hal ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana niat berkembang dan berpotensi berubah menjadi tindakan kewirausahaan seiring kemajuan mahasiswa dalam perjalanan akademis mereka (Dane et al., 2020). Studi Longitudinal adalah metode penelitian yang sangat berharga dalam memahami evolusi niat berwirausaha mahasiswa. Berbeda dengan pendekatan cross-sectional yang hanya memberikan gambaran statis pada satu titik waktu tertentu, studi longitudinal memungkinkan kita untuk mengikuti perkembangan niat berwirausaha dari waktu ke waktu. Konsep ini seperti membaca sebuah buku, di mana setiap bab menceritakan perkembangan karakter dan plot yang lebih dalam. Dengan metode ini, kita dapat melihat bagaimana niat berwirausaha bisa berubah dan berkembang seiring dengan perjalanan akademis mahasiswa.

Dalam konteks ini, studi longitudinal memungkinkan kita untuk melihat perubahan dalam niat berwirausaha mahasiswa seperti melihat perubahan cuaca sepanjang musim. Ini memberikan kita wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha, seperti pengalaman akademis, pengaruh lingkungan, atau dorongan internal. Seperti mengikuti jejak seorang tokoh dalam sebuah cerita, kita dapat melihat bagaimana karakter niat berwirausaha berubah seiring berjalannya waktu dan apa yang mungkin memicu perubahan tersebut.

Dalam buku kewirausahaan mahasiswa, studi longitudinal adalah kunci untuk memahami bagaimana niat berwirausaha bisa menjadi tindakan nyata. Dengan menganalisis data dari berbagai titik waktu, kita dapat menggambarkan perjalanan yang dilalui mahasiswa dari bab pertama

hingga akhir cerita. Ini adalah bagian dari plot yang sangat penting dalam pencapaian kesuksesan dalam kewirausahaan. Jadi, seperti seorang penulis yang mengikuti karakternya melalui sepanjang cerita, studi longitudinal membantu kita mengikuti perjalanan niat berwirausaha mahasiswa dan melihat bagaimana mereka akhirnya mencapai akhir cerita kewirausahaan mereka sendiri.

- 2) **Kelompok yang Kurang Terwakili.** Penelitian di masa depan harus mengeksplorasi niat berwirausaha di kalangan kelompok yang kurang terwakili dan terpinggirkan, seperti perempuan, kelompok minoritas, dan individu dari latar belakang berpenghasilan rendah. Memahami motivasi dan tantangan unik mereka dapat berkontribusi pada ekosistem kewirausahaan yang lebih inklusif (Sahut & Peris-Ortiz, 2018). Ketika kita memahami motivasi dan tantangan unik yang dihadapi oleh kelompok-kelompok ini, kita sebenarnya membuka pintu menuju ekosistem kewirausahaan yang lebih inklusif. Ini seperti menambahkan berbagai karakter yang beragam dalam sebuah cerita besar. Dengan demikian, penelitian di masa depan memiliki peran kunci dalam menghidupkan karakter-karakter ini dalam narasi kewirausahaan. Dalam upaya menciptakan ekosistem yang lebih adil dan inklusif, penelitian ini akan memberikan dasar penting untuk menemukan jalan bagi mereka yang terpinggirkan untuk meraih impian kewirausahaan mereka sendiri. Sehingga, buku kewirausahaan akan menjadi lebih lengkap dengan berbagai cerita sukses yang menggambarkan beragam latar belakang dan pengalaman.
- 3) **Perbandingan Global.** Studi banding di berbagai negara dan wilayah tetap penting untuk menangkap nuansa budaya yang mempengaruhi niat kewirausahaan mahasiswa. Studi-studi semacam ini dapat memberikan masukan bagi pengambilan kebijakan dan intervensi pendidikan yang disesuaikan dengan konteks tertentu (Nabi dkk., 2018). Pengembangan penelitian kewirausahaan melibatkan eksplorasi

yang mendalam dan lintas batas, seperti membaca cerita yang berbeda dari berbagai negara dan wilayah. Studi perbandingan di berbagai negara dan wilayah tetap menjadi elemen yang tak terpisahkan dalam narasi kewirausahaan global. Sebagaimana dalam buku besar kewirausahaan, setiap bab dari berbagai negara membawa nuansa budaya yang berbeda, mengungkapkan bagaimana faktor budaya memengaruhi niat berwirausaha mahasiswa. Seperti menjelajahi berbagai benua dalam sebuah petualangan, studi-studi semacam ini memungkinkan kita untuk memahami bagaimana nilai, norma, dan sikap yang dianut oleh masyarakat setempat berpengaruh pada pandangan mereka terhadap kewirausahaan.

Pentingnya studi perbandingan ini dalam buku penelitian kewirausahaan dapat dibandingkan dengan penggalian harta karun dalam cerita besar. Kita bisa menemukan berlian berkilauan yang mungkin belum terungkap di negara atau wilayah lain. Temuan dari studi-studi semacam ini bukan hanya menambahkan warna pada cerita kewirausahaan global, tetapi juga memberikan panduan berharga bagi pengambilan kebijakan dan pengembangan intervensi pendidikan yang disesuaikan dengan konteks tertentu. Sama seperti karakter dalam cerita yang beradaptasi dengan lingkungannya, kebijakan dan pendidikan kewirausahaan yang memperhitungkan faktor budaya setempat dapat lebih berhasil memotivasi mahasiswa untuk mengejar wirausaha dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan sosial di berbagai negara dan wilayah. Sehingga, buku besar kewirausahaan akan menjadi referensi yang berharga bagi peneliti, praktisi, dan pembuat kebijakan yang ingin menjembatani perbedaan budaya dalam mendukung perkembangan kewirausahaan.

- 4) Pengukuran Dampak.** Selain niat, mengukur dampak sebenarnya dari usaha kewirausahaan mahasiswa terhadap dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan sangatlah penting. Menilai hasil nyata dari

usaha-usaha ini memberikan pandangan holistik mengenai kontribusi mereka (McKelvie & Wiklund, 2019). Dalam epik kewirausahaan mahasiswa, tidak hanya penting untuk mencatat niat awal mereka, tetapi juga untuk menilai dampak sebenarnya yang dihasilkan oleh usaha kewirausahaan mereka. Ini seperti mengevaluasi hasil perjalanan yang telah kita saksikan dari awal cerita hingga akhirnya. Mengukur dampak sebenarnya adalah langkah yang tak terelakkan dalam upaya memahami kontribusi nyata yang dibawa oleh usaha-usaha kewirausahaan mahasiswa dalam dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Sama seperti dalam buku besar kewirausahaan, di mana penulis memeriksa akhir cerita untuk melihat bagaimana semua elemen plot saling terhubung dan mempengaruhi satu sama lain, demikian pula dengan penelitian mengenai dampak usaha kewirausahaan. Hal ini membantu memberikan pandangan holistik tentang bagaimana usaha-usaha ini telah memengaruhi perkembangan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Seperti melihat seluruh gambar dari atas bukit yang tinggi, penilaian dampak ini memungkinkan kita untuk melihat hasil nyata dari usaha kewirausahaan mahasiswa dan memberikan dasar yang kuat bagi pengambilan kebijakan yang efektif dan perbaikan dalam ekosistem kewirausahaan. Sehingga, buku besar kewirausahaan akan terus berkembang dengan tambahan cerita-cerita sukses yang mengevaluasi dampak positif pada masyarakat dan lingkungan.

Kesenjangan yang diidentifikasi dalam penelitian mengenai niat berwirausaha mahasiswa dalam pendidikan tinggi menggarisbawahi pentingnya pendekatan multidisiplin dan holistik. Mengatasi kesenjangan ini tidak hanya memperdalam pemahaman kita tentang faktor-faktor yang mempengaruhi aspirasi kewirausahaan mahasiswa namun juga meningkatkan efektivitas program dan kebijakan pendidikan kewirausahaan. Para peneliti harus berusaha untuk terlibat dalam studi longitudinal, memperkuat suara

kelompok yang kurang terwakili, mengeksplorasi nuansa budaya, menyelidiki niat kewirausahaan digital, mengkaji faktor-faktor ekosistem, dan menilai dampak niat di dunia nyata. Dengan menjembatani kesenjangan ini, kita dapat membuka jalan bagi pendidikan kewirausahaan yang lebih inklusif, relevan, dan berdampak.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Arunrat, N., Sirisuthikul, V., & Singhapakdi, A. (2018). Students' digital entrepreneurial intention: The roles of digital readiness, social support, and self-efficacy. *Education + Training*, 60(9), 919-935.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Guerrero, M., Urbano, D., & Fayolle, A. (2016). Entrepreneurial activity and regional competitiveness: Evidence from European entrepreneurial universities. *The Journal of Technology Transfer*, 41(1), 105-131.
- Guerrero, M., Urbano, D., & Fayolle, A. (2016). Entrepreneurial activity and regional competitiveness: Evidence from European entrepreneurial universities. *The Journal of Technology Transfer*, 41(1), 105-131.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- McKelvie, A., & Wiklund, J. (2019). Advancing firm growth research: A focus on growth mode instead of growth rate. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(3), 516-537.

- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2018). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 17(3), 261-285.
- Sahut, J. M., & Peris-Ortiz, M. (2018). *Women's Entrepreneurship in Europe: Multidimensional Research and Case Study Insights*. Springer.
- Smith, B. R., & Woodworth, W. P. (2018). The Entrepreneurial Event Revisited: Firm Formation in a Regional Context. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(6), 883-913.