

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Bab ini membahas dasar dari penelitian, mencakup latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **1.1 Latar Belakang**

#### **1.1.1 Masalah Sosial**

Indonesia adalah salah satu negara terkaya di dunia, jumlah penduduk Indonesia tercatat sejumlah 272.229.372 jiwa, atau sama dengan 3,51% dari keseluruhan total penduduk di dunia (Adminduk, 2021). Indonesia menduduki peringkat ke empat sebagai negara dengan populasi penduduk terbanyak di dunia (Worldometer, 2021). Dengan jumlah penduduk yang banyak dan beragam tentu Indonesia tak luput dari permasalahan sosial, masalah Sosial merupakan situasi kondisi, yang menyusahkan atau mengancam orang banyak (Glynn et al. 1996: 3). Masalah sosial merupakan suatu kondisi yang mempengaruhi sejumlah besar orang dengan cara yang dianggap tidak diinginkan (Horton et al. 1997: 2). Secara sosiologis, masalah sosial merupakan situasi/kondisi yang buruk dan tidak diinginkan oleh orang (Heiner 2010: 5). Terdapat banyak masalah sosial yang dapat terjadi di Indonesia, untuk mengulik lebih lanjut, dapat

dilihat dari 17 poin penting masalah sosial yang masih terjadi dan menjadi fokus dari (*Sustainable Development Growth*).

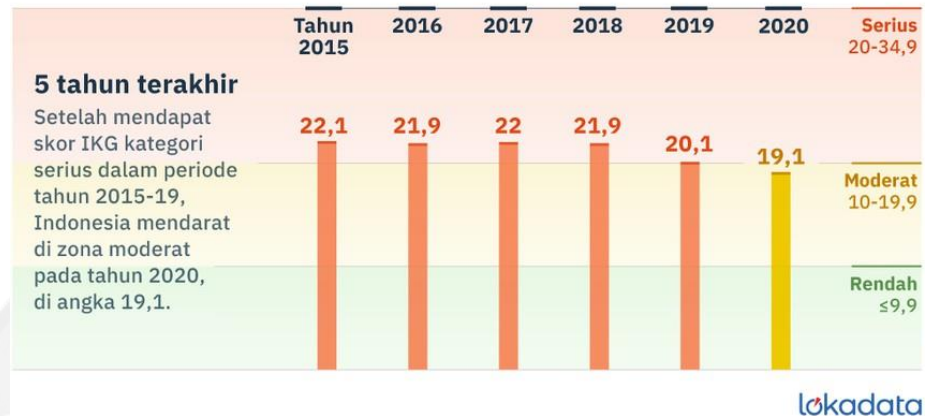


Gambar 1.1 Masalah Sosial di Indonesia  
Sumber : <https://www.sdg2030indonesia.org>

Dilansir dari SDG (*Sustainable Development Growth*) 17 Masalah Sosial terbesar di Indonesia antara lain kemiskinan, energi bersih , kesehatan, pendidikan, kesetaraan *gender*, air dan sanitasi kebersihan dan terjangkau, pekerjaan yang layak, kelaparan Industri infrastruktur & inovasi, kota yang berkelanjutan , institusi yang kuat,produksi dan konsumsi, kehidupan dibawah air, kehidupan di darat, perdamaian,kesenjangan, keadilan, dan kemitraan. Masalah sosial yang masih dialami Indonesia bukanlah menjadi fokus/ perhatian SDG dan pemerintah saja melainkan menjadi fokus dan tanggung jawab seluruh warga Indonesia untuk membantu menyelesaikan masalah sosial yang masih timbul di dalam masyarakat.

## Kelaparan

### Indonesia dalam Indeks Kelaparan Global (IKG)



Gambar 1.2 Kasus Kelaparan di Indonesia  
Sumber : *Global Hunger Indeks (GHI, 2020)*

Dalam tabel SDG terdapat beberapa poin yang ingin diselesaikan 2 diantaranya yakni masalah kesehatan dan kelaparan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan pangan dan nutrisi yang tercukupi untuk mendukung pertanian berkelanjutan. Dari data *Global Hunger Indeks*, masalah kelaparan juga masih melanda Indonesia dengan skor moderat yakni 19,1, hingga saat ini gizi buruk dan masalah kelaparan masih menjadi kekhawatiran, Angka gizi buruk Indonesia tahun 2019 bahkan mencapai 30 ribu dari tiap 10rb penduduk (BPS, 2019).

## Kesehatan dan gizi buruk

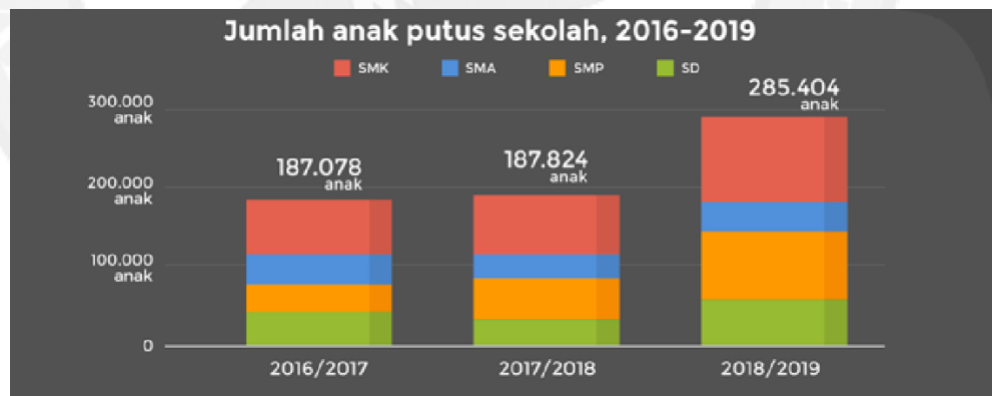


Gambar 1.3 Gizi buruk di Indonesia  
Sumber : Poldies, 2019

Di Indonesia gizi buruk merupakan masalah serius, dilansir dari data Podies, 2019 jumlah penderita gizi buruk mencapai angka 30 ribu orang, apabila dibuat rasio maka artinya satu dari sepuluh penduduk menderita gizi buruk di Indonesia sendiri paling banyak tercatat di wilayah Indonesia bagian timur yakni provinsi Nusa Tenggara Timur dan Papua.

BPS (2020) Indikator Gizi buruk adalah kekurangan asupan zat gizi yakni konsumsi protein dalam asupan hariannya. Hal ini dapat mulai dilihat dari angka tinggidan berat badan yang tidak sesuai dengan umur ( dibawah batas normal) , dan tentunyahanya dapat didiagnosis oleh tenaga ahli medis. Terdapat 2 faktor utama penyebab giziburuk yang masih terjadi di Indonesia yakni sanitasi lingkungan dan sosial budaya (Institut Pertanian Bogor, Prof. Ali Khomsan, 2020), masih rendahnya tingkat pendidikan juga menjadi efek domino bagi orangtua, terbatasnya jumlah lapangan kerjayang menyebabkan rendahnya pendapatan sehingga tidak mampu memenuhi gizi anak dan memiliki pola asuh anak yang baik, maka masalah ini dapat menjadi semakin kompleks.

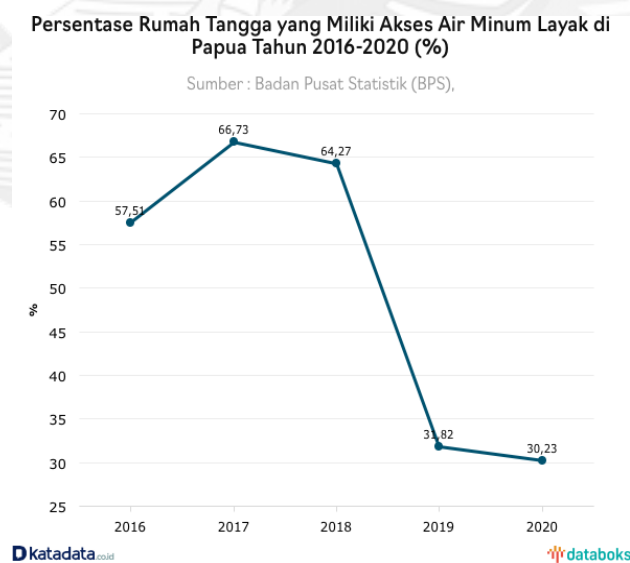
### Pendidikan



Gambar 1.4 Jumlah Anak Putus Sekolah di Indonesi  
Sumber : Lokadata (2019)

Membangun pendidikan berkualitas juga merupakan salah satu poin tujuan SDG dalam rangka pembangunan berkelanjutan . Hak untuk mendapat pendidikan yang layak bagi setiap anak Indonesia juga diatur dalam UU No.23 tahun 2002 pasal 9. Dari data diatas dapat dilihat angka putus sekolah mengalami lonjakan di tahun ajaran 2018-2019.Total lebih dari 285 ribu lebih anak Indonesia yang tidak mendapat kesempatan bersekolah dan mendapat pendidikan yang layak, tercatat angka putus sekolah tertinggi terjadi di kalangan SMK, tiga tahun terakhir pertumbuhannya mencapai 0,45% (Lokadata, 2019). Menurut survei dari Badan Pusat Statistik, putus sekolah ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti latar belakang pendidikan yang masih minim, faktor ekonomi, kurangnya minat anak untuk sekolah, kondisi tempat tinggal yang tidak mendukung, dan lain sebagainya.

### Air Bersih dan Sanitasi



Gambar 1.5 Persentase Air Minum layak di Papua  
Sumber : BPS (2020)



Masalah air bersih juga menjadi masalah sosial di Indonesia Timur. Masyarakat di Papua masih minim akses terhadap air minum bersih, laporan BPS (2020) proporsi jumlah rumah tangga dengan air minum kategori aman di Papua menurun sangat drastis pada tahun 2019, tercatat pada akhir tahun 2020 akses air bersih di Papua turun menjadi 30,23%. Pengertian air minum yang sebenarnya menurut BPS (2020) adalah air minum yang berjarak 10 meter lebih dari TPA/ tempat pembuangan akhir, mata air, sumur, termasuk air hujan.. Air minum yang tidak layak dapat menjadi sumber penyakit, seperti diare. Kasus diare di Papua masih cukup tinggi yaitu 89.708 kasus pada tahun 2018 (Kemenkes, 2018).

### Pengangguran



Gambar 1.6 Pengangguran di Indonesia  
Sumber : BPS (2020)

Angka pengangguran di Indonesia mengalami peningkatan pada Agustus 2020 mencapai 9 juta lebih dan bertambah 2 juta dibandingkan tahun sebelumnya, TPT pengangguran terbuka menjadi 7 persen dari yang sebelumnya 5 persen (BPS, 2020).

Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk mengurangi angka pengangguran, karena resesi yang semakin naik, “Jumlah angkatan kerja pada Agustus 2020 tercatat mencapai 138,22 juta orang, naik 2,36 juta orang dibanding Agustus 2019”, untuk menekan angka kemiskinan dan pengangguran maka dibutuhkan lapangan kerja yang lebih banyak lagi, selain itu pengangguran terbuka DKI Jakarta menyentuh angka 10,95% dan menjadi wilayah dengan jumlah pengangguran tertinggi.

### Kemiskinan



Gambar 1.7 Profil Kemiskinan di Indonesia  
Sumber : BPS (2020)

Masalah sosial yang masih menjadi fokus SDG selanjutnya adalah kemiskinan, angka kemiskinan di Indonesia mengalami peningkatan kembali,



setelah sebelumnya menurun tiap tahunnya dari tahun 2015, dari data tercatat angka kemiskinan mencapai 26,42 juta jiwa, dan angka ini diprediksi akan terus mengalami kenaikan, terutama menghadapi situasi pandemi Covid 19 (BPS, 2020).

### **1.1.2 Kewirausahaan dan Generasi Milenial**

Berdasarkan uraian data tentang masalah sosial di atas, seiring dengan banyaknya jumlah penduduk, masalah sosial pun tentunya berbanding lurus atau akan semakin banyak juga, hal ini menyebabkan keterbatasan pemerintah untuk mengatasi seluruh permasalahan sosial yang terjadi di dalamnya, maka dibutuhkan Individu kreatif yang berusaha mengembangkan model bisnis baru yang komprehensif untuk membantu memecahkan masalah sosial atau dikenal sebagai wirausahawan.

Studi tentang kewirausahaan telah meningkat secara signifikan selama beberapa dekade. Masyarakat sudah mulai memahami arti dan pentingnya kewirausahaan bagi pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Dalam praktiknya, konsep kewirausahaan tumbuh dan meluas secara dinamis. Joseph Schumpeter (1934) mendefinisikan 'pengusaha' sebagai orang yang merevolusi desain produksi dengan mengintegrasikan teknologi baru dalam sistem produksi yang ada, atau dengan memproduksi produk atau layanan baru menggunakan teknologi dan desain produksi yang ada. Peter Drucker (1985) menambahkan bahwa seorang wirausahawan selalu mencari setiap peluang yang disebabkan

oleh perubahan, yang ditanggapi dengan inovasi, sehingga mendorong kemajuan ekonomi di tingkat ekonomi makro dan mikro.

Untuk membantu menyelesaikan berbagai masalah sosial ini, dibutuhkan keaktifan dan kontribusi masyarakat, maka wirausaha sosial sangat dibutuhkan, makalah ini tertarik membahas mengenai faktor apa saja yang mendukung niat mahasiswa menjadi wirausahawan sosial, terutama di kalangan mahasiswa yang merupakan Generasi milenial.

Generasi milenial adalah mereka yang terlahir pada tahun 1982 sampai 2005 (Howe dan Strauss, 2007). Berbeda dengan generasi sebelumnya, generasi milenial merupakan generasi yang sudah terbuka dengan akses Internet dan sumber informasi lainnya (Adamson et al, 2018; Prensky, 2001). Generasi ini sudah terbiasa dengan penyebaran informasi yang cepat yang disajikan dalam gaya grafis dan teknologi canggih, pembelajaran yang aktif, dan melibatkan tindakan partisipatif (Kramer, 2017; Shatto dan Erwin, 2016, Shatto dan Erwin, 2017). Tumbuh dalam awan teknologi virtual dengan sumber informasi dan interaksi digital yang tak terbatas telah mengubah cara mereka berpikir, berkomunikasi, dan belajar” adalah deskripsi yang tepat untuk generasi terbaru ini (Adamson, hlm.29).



Gambar 1.1.2 Minat Wirausaha Generasi Milenial  
Sumber : IDN Times, 2019

Menurut survei bertajuk “*Indonesia Millennial Report*”, hingga 55,4% milenial ingin memulai bisnis sendiri. Dengan kata lain, 7 dari 10 milenial berorientasi bisnis. 30,9% mengatakan mereka tidak tertarik. “Millennial punya mimpi besar dan lebih sulit diatur, tapi mereka pintar, jadi kita harus memberi mereka kepercayaan dan tujuan,” kata Ahmad Zaki, CEO Bukalapak. Baik generasi milenial *junior* (usia 20-27) maupun generasi milenial *senior* (usia 28-35) memiliki keinginan yang kuat untuk menjadi wirausaha. (IDN, 2019)

### **1.1.3 Wirausaha Sosial**

Istilah wirausaha sosial pertama kali diperkenalkan oleh pendiri *Ashoka Foundation* yakni Bill Drayton, tahun 1972 (Drayton, 2002). Kewirausahaan sosial adalah proses inovasi dimana sumber daya digunakan untuk memanfaatkan peluang lingkungan dan memenuhi kebutuhan sosial (Mair dan Marti, 2006). Kata “sosial” dalam kewirausahaan sosial adalah tentang membantu orang lain (Prabhu, 1999). Kewirausahaan sosial melampaui altruisme, dan merupakan pemenuhan pribadi yang didapat seseorang ketika terlibat dalam kegiatan kewirausahaan sosial (Mair dan Marti, 2006).

Definisi wirausahawan sosial adalah individu/ pengusaha kreatif yang mulai mencari cara bukan hanya untuk memperoleh keuntungan saja, melainkan menjadi individu yang bertanggung jawab secara sosial menanam dan membentuk nilai sosial kedalam organisasi, mereka melakukan ini karena mereka menemukan masalah sosial tidak terpecahkan atau diabaikan oleh bisnis, pemerintah, dan organisasi non- pemerintah (Zahra, et al., 2009).

Individu kreatif yang berusaha mengembangkan model bisnis baru yang komprehensif untuk membantu memecahkan masalah sosial dikenal sebagai wirausahawan sosial. Yang membedakan wirausahawan sosial dari yang lain adalah motivasi yang pantang menyerah untuk mengubah masyarakat. Sifat ini dikenal sebagai kualitas kewirausahaan / *entrepreneur traits* (Drayton, 2002).

Sama seperti perusahaan kewirausahaan tradisional lainnya, perusahaan sosial juga mencari keuntungan, namun perbedaan terletak pada misi sosial untuk mengembalikan keuntungan tersebut untuk mencapai misi sehingga dapat membantu menangani berbagai masalah, mulai dari masalah di lingkungan hingga ketidaksetaraan ekonomi, memberdayakan orang-orang yang terpinggirkan dengan menyediakan akses ke pendidikan, kesehatan, dan layanan lainnya.

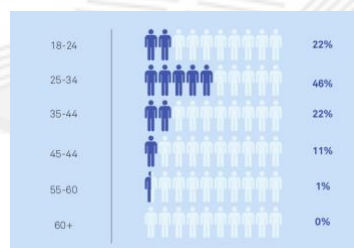
#### **1.1.4 Wirausaha Sosial Dunia**

*Ashoka Foundation* adalah organisasi internasional yang aktif mempromosikan kewirausahaan sosial dengan mengajak individu menjadi anggota organisasi ini, misi mereka adalah untuk membantu mengembangkan wirausaha sosial sebagai *agent of change* dan pembuat perubahan (*Ashoka: Innovators for the Public*. Guidesta, 2014.), organisasi ini didirikan oleh Bill Drayton, pencipta pertama istilah "wirausahawan sosial", sebuah konsep yang pertama kali ditemukan di media cetak pada tahun 1972 (Macmillan, 1972).

### 1.1.5 Wrausaha Sosial di Indonesia

Minat terhadap kewirausahaan sosial di Indonesia semakin meningkat seiring dengan meningkatnya minat terhadap kewirausahaan secara umum. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya kegiatan sosial, penelitian dan pemerintahan yang berfokus pada perusahaan sosial. Konsep kewirausahaan sosial pertama kali secara resmi disetujui oleh pemerintah Indonesia pada tahun 2015 ketika DPR memperkenalkan RUU Kewirausahaan Nasional dan mengadopsi definisi kewirausahaan sosial. (RUU Kewirausahaan Nasional oleh Majelis Nasional), Perekonomian Indonesia memiliki sejumlah UMKM yang menyumbang 57,6% PDB Indonesia, dan hampir 97% dari total tenaga kerja. Terdapat Sekitar 3,1% pengusaha dari total penduduk di Indonesia, angka ini meningkat sebesar 1,4 dalam dua tahun. (Badan Pusat Statistik, Koperasi dan Menteri Usaha Mikro dan Mikro), berikut merupakan analisis statistik perusahaan sosial di Indonesia yang dianalisis oleh *British Council* tahun 2018.

#### Para pemimpin muda mendominasi sektor usaha sosial

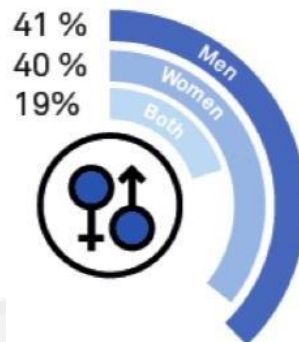


Gambar 1.1.5 Data Statistik Wirausaha Sosial di Indonesia

Sumber : *British Council* , 2018

Lebih dari 75% pemimpin perusahaan sosial di Indonesia dalam penelitian ini berusia 18-44 tahun, di mana sebagian besar pemimpinnya berada pada rentang usia 25-34 tahun (46%) (*British Council*, 2018).

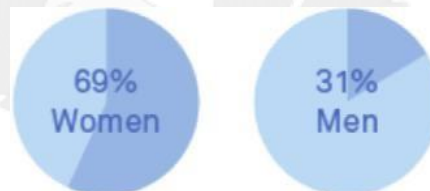
**Jumlah pria dan wanita yang memimpin usaha sosial hampir sam**



Gambar 1.1.5 Data Statistik Wirausaha Sosial di Indonesia  
Sumber : *British Council* , 2018

Terdapat 40% usaha sosial dalam penelitian ini dipimpin oleh wanita, 41% dipimpin oleh pria , dan 19% lainnya dipimpin oleh pria dan wanita.

**Tenaga Kerja Kewirausahaan Sosial didominasi oleh perempuan.**

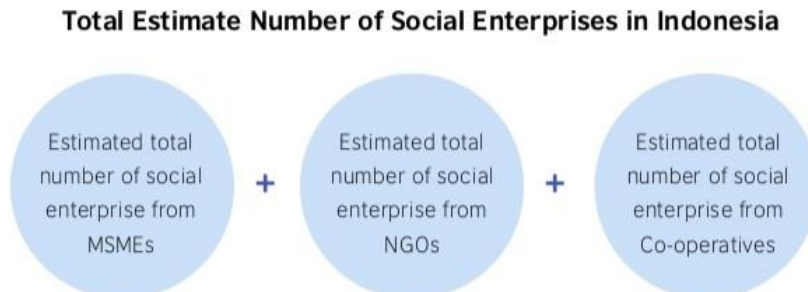


Gambar 1.1.5 Data Statistik Wirausaha Sosial di Indonesia  
Sumber : *British Council* , 2018

Sebesar 69% tenaga kerja perusahaan sosial di Indonesia adalah perempuan.



## Perkiraan Jumlah Usaha Sosial di Indonesia



Gambar 1.1.5 Data Statistik Wirausaha Sosial di Indonesia  
Sumber : *British Council* , 2018

Untuk memperkirakan jumlah wirausaha sosial di Indonesia, digunakan basis penelitian lain yang relevan - tingkat prevalensi organisasi yang menunjukkan karakteristik usaha sosial dari kalangan umkm, koperasi, dan LSM.

Table 7: Estimated total Number of Social Enterprises

	Total Number	Social Enterprise Prevalence Rate	Estimated total number of Social Enterprise
MSMEs	21,979,261	1.5%	329,689
NGOs - National	655	3%	20
NGOs - Local	1,638	46%	753
Co-operatives	150,789	7.7%	11,563
<b>Total</b>			<b>342,025</b>

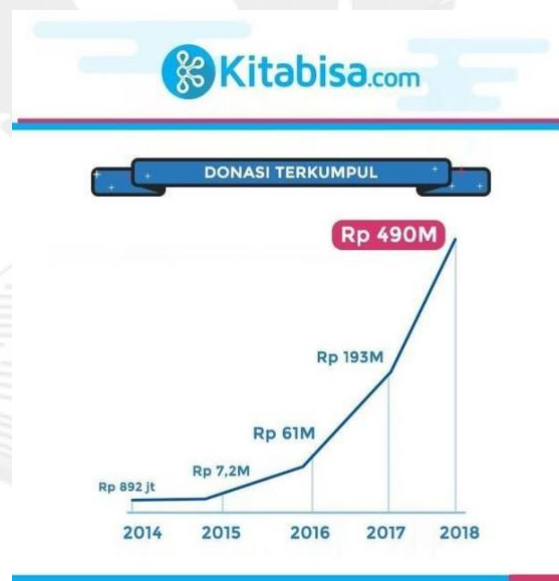
Gambar 1.1.5 Data Statistik Wirausaha Sosial di Indonesia  
Sumber : *British Council* , 2018

Berdasarkan data di atas, perkiraan sementara jumlah total perusahaan sosial di Indonesia sekitar 342.025 perusahaan. Jumlah ini tidak boleh ditafsirkan sebagai perkiraan yang akurat, melainkan merupakan upaya pengembangan dari penelitian sebelumnya (British council,2018).

Penelitian sebelumnya tentang wirausaha sosial di Indonesia dapat ditemukan di *The Art of Sustainable Giving*, yang mengidentifikasi 454 wirausaha sosial yang ada dan lebih dari 1.400 wirausaha sosial yang bercita-cita tinggi untuk dapat berkembang (Yulius, Siregar, dan Tampubolon, 2015). Jumlah ini dihitung dari *database* organisasi pendukung seperti Ashoka, British Council, Schwab, dan UnLtd. Di Indonesia sendiri terdapat sekitar 2.000 perusahaan sosial.

#### 1.1.6 Contoh Wirausaha Sosial di Indonesia

##### Kitabisa.com



Gambar 1.1.6 Contoh Wirausaha Sosial di Indonesia  
Sumber : *kitabisa.com* (2018)

Salah satu contoh wirausaha sosial di Indonesia yakni pendiri kitabisa.com, yakni M. Altifah Timur atau yang akrab dipanggil Timmy.

Timmy merupakan pria kelahiran Sumatera Barat, Padang , 27 Desember 1991. Kitabisa.com merupakan platform galang dana online yang berkembang sangat pesat sekarang, awalnya ia terinspirasi dari ayahnya yang berjiwa sosial tinggi, Timmy ikut jejak sang ayah dan berhasil menjadi seorang wirausaha sosial sosial di usia 30 tahun dan bahkan masuk penghargaan dan masuk majalah Forbes Asia , dan telah berhasil menyalurkan lebih dari 490 miliar lebih donasi bagi orang yang membutuhkan

### **Dompot Dhuafa**



Gambar 1.1.6 Contoh Wirausaha Sosial di Indonesia  
Sumber : *dompetdhuafa.org* (2021)

Dompot Dhuafa Republika adalah sebuah organisasi yang bergerak dibidang sosial dengan tujuan utama membantu para kaum *dhuafa*, organisasi ini mengumpulkandana *ziswaf* (*zakat, infaq, shadaqah*, dan dana halal lainnya) untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Organisasi sosial ini dibangun oleh komunitas jurnalis yang memiliki empati tinggi saat menemui banyak masyarakat kaum dhuafa yang masih membutuhkan, sehingga muncul ide untuk menggalang dana bagi kaum *dhuafa*.

### Sukkha Citta



Gambar 1.1.6 Contoh Wirausaha Sosial di Indonesia  
Sumber : sukhacitta.com (2021)

Dengan didorong oleh keinginan untuk menciptakan perubahan dalam industri kain, *Sukkha citta* memproduksi kain buatan tangan dengan upah layak bagi seluruh pengrajinnya, *sukkha citta* juga aktif dalam mempromosikan praktik ramah lingkungan dan aktif melestarikan budaya warisan Indonesia, dengan menjangkau para pengrajin yang terpinggirkan.

### Sirtanio Organic



Gambar 1.1.6 Contoh Wirausaha Sosial di Indonesia

Sumber : *tribunnews.com* (2014)

*Sirtanio Organic* Indonesia memproduksi beras organik (campuran beras merah dan beras organik), *Sirtanio* merupakan salah satu contoh perusahaan sosial dengan misi untuk meningkatkan taraf kesejahteraan hidup para petani Indonesia, melalui pelatihan, pinjaman bibit, tenaga, dan pupuk. Harga beli hasil panen akan disepakati melalui kontrak dan margin 20% sampai 30% di atas harga lokal.

#### ***Waste4Change***



Gambar 1.1.6 Contoh Wirausaha Sosial di Indonesia  
Sumber : *waste4change.org*

Indonesia telah menghasilkan 4.812,99 juta ton sampah di laut. Jakarta kini bisa menghasilkan 7.200 ton sampah per hari. Berdasarkan hal tersebut, *Waste4Change* memberikan solusi dengan menciptakan layanan untuk mengelola sampah dari hulu ke hilir, hal ini dilakukan untuk mengubah pola perilaku masyarakat dalam menangani sampah, angka 4 menjelaskan 4 hal

yakni konsultasi tentang pengelolaan sampah yang bertanggung jawab, kampanye informasi bagi sektor bisnis, rumah tangga, sekolah dan masyarakat. Kumpulkan limbah dari perumahan atau komersil ke lokasi *waste4change*, hingga kerjasama dengan mitra lainnya untuk mendaur ulang limbah.

## 1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan data *IDN Research (2019)*, generasi milenial seperti mahasiswa di Indonesia ini sebenarnya memiliki minat tinggi untuk berwirausaha, sekitar 69% generasi milenial memilih menjadi seorang wirausahawan, namun potensi ini belum cukup dikelola secara maksimal selama ini.

Penelitian tentang minat kewirausahaan sosial telah banyak diteliti, namun penelitian dengan fokus generasi milenial mahasiswa yang tertarik pada wirausaha sosial secara spesifik masih sangat sedikit, mengingat mahasiswa mengambil peran penting sebagai *agent of change* di masyarakat yang dapat membantu menyelesaikan berbagai persoalan-persoalan sosial yang terjadi.

Niat kewirausahaan sosial bukanlah hal baru untuk diteliti, namun baru-baru ini meningkat di kalangan sarjana (Wallace, 1999). Dengan demikian informasi SE (*Social Entrepreneurship*) masih sangat terbatas, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperjelas anteseden yang mendorong minat mahasiswa generasi millennial untuk menjadi wirausaha sosial. Penelitian ini mencoba membahas unsur-unsur empati, penilaian moral, *self efficacy* dan dukungan sosial yang belum pernah dibahas di makalah sebelumnya, Tugas penting bagi peneliti kewirausahaan sosial adalah untuk memahami intervensi apa yang sebenarnya dapat berdampak pada



kemungkinan terjadinya perilaku kewirausahaan sosial. Untuk tujuan ini, penting untuk mengidentifikasi variabel mana yang memprediksi perilaku tersebut. Ada skala yang cukup mapan untuk anteseden perilaku kewirausahaan (Zhao, Seibert, & Hills, 2005). Namun, hingga saat ini, tidak ada ukuran yang memungkinkan untuk menentukan sisi dampak sosial dari kewirausahaan social/ dengan kata lain kapan dan bagaimana orang dapat menjadi wirausahawan sosial dan bukan hanya memulai usaha untuk mencari laba tradisional terutama di kalangan mahasiswa.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Untuk mengetahui pengaruh *empathy* terhadap *social entrepreneurial intention*
2. Untuk mengetahui pengaruh *moral obligation* terhadap
3. *social entrepreneurial intention*
4. Untuk mengetahui pengaruh *self-efficacy* sosial terhadap *social entrepreneurial intention*
5. Untuk mengetahui pengaruh *perceived social support* terhadap *social entrepreneurial intention*
6. Untuk mengetahui pengaruh *prior experience* terhadap *social entrepreneurial intention*
7. Untuk mengetahui hubungan antara *prior experience* dan *social entrepreneurial intention* yang dimediasi oleh *empathy*.
8. Untuk mengetahui hubungan antara *prior experience* dan *social*

*entrepreneurial intention* yang dimediasi oleh *moral obligation*.

9. Untuk mengetahui hubungan antara *prior experience* dan *social entrepreneurial intention* yang dimediasi oleh *self efficacy*.

10. Untuk mengetahui hubungan antara *prior experience*

11. dan *social entrepreneurial intention* yang dimediasi oleh *perceived social support*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Selain berkontribusi pada pemahaman akademis, temuan penelitian ini memiliki implikasi bagi praktisi. seperti pembuat kebijakan dan yayasan yang tertarik untuk meningkatkan jumlah usaha sosial dapat menggunakan langkah-langkah dari studi ini untuk mengevaluasi efektivitas intervensi mereka dengan lebih baik.

##### **a. Manfaat teoritis**

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat pembaca terutama dalam bidang ekonomi sehingga lebih memahami faktor apa saja yang mempengaruhi minat seseorang menjadi seorang wirausahawan social

##### **b. Manfaat praktis**

Bagi peneliti untuk memahami empati, penilaian moral, *self-efficacy*, dan dukungan sosial sebagai anteseden sentral dari perilaku kewirausahaan sosial, dan bagi ilmu pengetahuan penelitian ini diharapkan menjadi referensi sehingga dapat dikembangkan untuk penelitian di masa yang akan datang.

## 1.5 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian dalam penelitian ini disimpulkan sebagai berikut :

1. Apakah *empathy* berpengaruh terhadap *social entrepreneurial intention*.
2. Apakah Persepsi tentang kewajiban moral berpengaruh terhadap *social entrepreneurial intention*.
3. Apakah *self-efficacy* berpengaruh terhadap *social entrepreneurial intention*.
4. Apakah *perceived social support* berpengaruh terhadap *social entrepreneurial intention*.
5. Apakah *prior experience* berpengaruh terhadap *social entrepreneurial intention*.
6. Apakah *empathy* memediasi hubungan antara *prior experience* dan *social entrepreneurial intention*.
7. Apakah *moral obligation* memediasi hubungan antara *prior experience* dan *social entrepreneurial intention*.
8. Apakah *self efficacy* memediasi hubungan antara *prior experience* dan *social entrepreneurial intention*.
9. Apakah *perceived social support* memediasi hubungan antara *prior experience* dan *social entrepreneurial intention*.

## 1.6 Batasan Penelitian

Adapun Batasan dalam penelitian ini yakni :

- a. Sebuah survei terhadap 280 mahasiswa/i yang merupakan generasi

milennial, rentang usia 18-26 tahun.

- b. Variabel yang digunakan adalah empati, penilaian moral, *self-efficacy*, dan dukungan sosial sebagai antecedent sentral dari perilaku kewirausahaan sosial.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Secara keseluruhan, kerangka sistematis penelitian ini terdiri dari lima bab.

Setiap bab disusun sebagai berikut:

### **a. BAB I – PENDAHULUAN**

Pembahasan dalam bab pertama mencakup pengenalan tentang topik yang diangkat dalam penelitian ini dan diharapkan pembaca mendapatkan pemahaman tentang penelitian yang dilakukan. Bab ini terdiri dari latar belakang penelitian, masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, kontribusi penelitian, serta sistematika penelitian..

### **b. BAB II – LANDASAN TEORI**

Tinjauan pustaka yang terkait dengan penelitian sebelumnya oleh peneliti sebelumnya dibahas dalam bab kedua. Bab ini memberikan latar belakang teoritis dari masing-masing variabel dan korelasi variabel. Dalam bab ini juga terdapat kerangka konseptual dari hipotesis penelitian.

### **c. BAB III - METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ketiga akan menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan untuk menguji dan mengukur hubungan antar variabel yang terdiri dari jenis penelitian, desain penelitian, metode pengumpulan data, analisis data, serta pengujian hipotesis.

**d. BAB IV - PEMBAHASAN**

Bab keempat berisi hasil penelitian yang dilanjutkan dengan pembahasan analisis penelitian. Bab ini menggunakan pengujian statistik untuk mengetahui korelasi hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Hasil pembahasan akan memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian dan memberikan kesimpulan penelitian.

**e. BAB V – KESIMPULAN**

Bab kelima adalah bab terakhir dari penelitian yang berisi ringkasan penelitian dan pelaksanaan penelitian, pembahasan rekomendasi untuk perbaikan penelitian masa depan, batasan penelitian, dan kesimpulan penelitian.