

## **The Effect of Past Experience, Empathy, Efficacy and Social Support on Social Entrepreneurial Intentions**

MUHAMMAD LUTHFI HAMDANI<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Politeknik Akbara, Surakarta, Indonesia  
[luthfihamd21@gmail.com](mailto:luthfihamd21@gmail.com)

### **Abstract**

This study aims to measure the various factors that determine the intention to do social entrepreneurship in the younger generation. Students of the Islamic Business Management study program, UIN Raden Mas Said Surakarta were selected as respondents. This study has four independent variables (previous experience, empathy, self-efficacy and social support) and one dependent variable, namely social entrepreneurship intentions. The quantitative method was chosen as the approach and used a questionnaire as an instrument in collecting data. The population in this study amounted to 2097 people consisting of 4th and 6th semester students in 2022. Multiple linear regression analysis was applied to analyze the collected data. The results of the partial test show that the four independent variables have a significant positive effect on the dependent variable. Furthermore, simultaneously the four variables have a significant effect on social entrepreneurial intentions. The four independent variables in this study were able to explain 33.7% of the variation in entrepreneurial intentions, while the rest (66.3%) were explained by various other variables not included in this study.

**Keywords:** previous experience, self efficacy, social support, empathy, social entrepreneurial intention.



Copyright © 2022 The Author(s)  
This is an open-access article under the CC BY-SA  
license.

## **Pengaruh Pengalaman Terdahulu, Empati, Efikasi dan Dukungan Sosial terhadap Niat Wirausaha Sosial**

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur berbagai faktor yang mempengaruhi niat menjadi wirausahawan sosial pada generasi muda. Adapun mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah, UIN Raden Mas Said Surakarta dipilih sebagai responden. Penelitian ini memiliki empat variabel independen yaitu (pengalaman terdahulu, empati, efikasi diri dan dukungan sosial). Sedangkan satu variabel dependen yaitu niat berwirausaha sosial. Peneliti memilih menggunakan metode kuantitatif sebagai pendekatan serta menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam mengumpulkan data. Populasi pada penelitian ini berjumlah 2097 orang yang terdiri dari mahasiswa semester 4 dan 6 di tahun 2022. Analisis regresi linier berganda diterapkan untuk menganalisis data yang dikumpulkan. Hasil uji parsial, menunjukkan bahwa empat variabel independent berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen. Selanjutnya, secara simultan keempat variabel berpengaruh signifikan terhadap niat wirausaha sosial. Empat variabel independent pada penelitian ini dapat menjelaskan 33,7% variasi niat kewirausahaan, sedangkan sisanya (66,3%) dijelaskan oleh berbagai variabel diluar penelitian ini.

**Kata kunci:** pengalaman terdahulu, empati, efikasi, dukungan sosial, niat wirausaha sosial.

### **PENDAHULUAN**

Kewirausahaan diartikan sebagai hasil proses sistematis implementasi kreativitas dan inovasi guna memenuhi kebutuhan serta peluang yang tersedia di pasar (Zimmerer, 1996 dalam (Yusi et al., 2022)). Sedangkan menurut Marire et al., (2017) Kewirausahaan dimaknai sebagai pendirian suatu usaha dalam rangka memberikan dampak bagi kemakmuran suatu bangsa, penciptaan lapangan kerja dan juga taraf hidup bagi perekonomian suatu negara yang lebih baik. Sehingga, banyaknya jumlah wirausaha dibandingkan dengan jumlah penduduk akan berdampak positif bagi kondisi sosial ekonomi sebuah negara. Kepentingan ini membuat kewirausahaan menjadi pandangan bahwa kewirausahaan menjadi pendorong utama kemajuan dan perluasan sosial ekonomi karena akan menciptakan lebih banyak kesempatan kerja dan berdampak pada kekayaan suatu bangsa (Marire et al., 2017)

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Kementerian Perindustrian, diketahui bahwa rasio wirausahawan dalam negeri hanya pada kisaran 3,1 persen dari total penduduk negara Indonesia. Walaupun data perbandingan wirausahawan di Indonesia sudah melebihi standar internasional sebesar 2 persen, namun data tersebut menunjukkan Indonesia masih perlu terus meningkatkan jumlah

wirausahanya. Sebagaimana saat ini negara Singapura telah mencapai persentase tujuh persen, atau Malaysia yang memiliki persentase lima persen dari populasi penduduknya. Jikalau terhitung jumlah penduduk negara Indonesia pada kisaran 260 juta jiwa, maka jumlah wirausahawan yang ideal secara nasional adalah 8,06 juta jiwa.

Mengutip data dari (BPS, 2021), diketahui ada 21,32 juta orang yang terkena dampak negatif dari pandemi Covid-19. Adapun data tersebut terdiri dari pengangguran karena Covid-19 (1,82 juta orang), Bukan Angkatan Kerja (BAK) sebab pandemi Covid-19 (700 ribu orang). Sedangkan yang tidak bekerja dikarenakan pandemi sebesar 1,39 juta orang, serta penduduk dalam kategori bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja dikarenakan pandemi sejumlah 17,41 juta orang. Diketahui pula bahwa tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) bulan Agustus 2021 sebesar 6,49 persen, turun 0,58 persen poin dibandingkan dengan Agustus tahun 2020.

Salah satu solusi serta upaya yang bisa diajukan untuk mengatasi masalah berupa keterbatasan wirausahawan dan masih tingginya tingkat pengangguran tersebut adalah dengan meningkatkan jumlah wirausaha. Menurut Moses et al., (2016) dalam Buana dan Masjud (2020) keberadaan wirausahawan akan meningkatkan penciptaan lapangan kerja di suatu negara yang berarti akan menciptakan lebih banyak lapangan pekerjaan.

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh pengalaman terdahulu, empati, efikasi diri dan dukungan sosial terhadap niat wirausaha sosial
2. Mengetahui pengaruh pengalaman terdahulu terhadap niat wirausaha sosial
3. Mengetahui pengaruh empati terhadap niat wirausaha sosial
4. Mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap niat wirausaha sosial
5. Mengetahui pengaruh dukungan sosial terhadap niat wirausaha sosial

### **Tinjauan Pustaka**

#### **1. Kewirausahaan Sosial**

Istilah *Social Entrepreneurship* diperkenalkan sekitar tahun 1970 sebagai respon terhadap masalah-masalah sosial. Kemunculannya terus berkembang sekitar tahun 1980 dengan berdirinya Ashoka Foundation yang memberikan dukungan kepada para wirausahawan sosial di seluruh dunia (Ebrashi, 2013 dalam Buana dan Masjud 2020). Menurut Mair dan Noboa (2003) dalam (Wilton & Venter, 2016), kewirausahaan sosial adalah “penggunaan kombinasi berbagai sumber daya inovatif untuk mengejar peluang-

peluang yang bertujuan untuk menciptakan organisasi atau praktik bisnis yang akan menghasilkan manfaat sosial yang berkelanjutan.”

Kewirausahaan sosial berarti bahwa perpaduan dari semangat tinggi dalam misi sosial dengan inovasi, disiplin, ketekunan sebagaimana yang dilakukan dunia bisnis. Kegiatan-kegiatan dalam kewirausahaan atau bisnis sosial meliputi: a.) tidak semata berorientasi pada keuntungan; b.) berbisnis guna tujuan sosial, dan c.) kombinasi keduanya tidak ditujukan mencari keuntungan, tetapi untuk tujuan sosial (Utomo, 2015).

## **2. Niat Kewirausahaan Sosial**

Niat individu dapat membantu untuk menunjukkan alasan mengapa individu ingin memulai usaha sebelum mereka mencari peluang. Konsep niat berwirausaha berarti bahwa pengakuan diri dari individu yang memiliki keyakinan untuk mendirikan usaha di beberapa titik di masa depan (Urban, 2015) dalam Buana dan Masjud, 2020). Dalam konteks kewirausahaan sosial, niat dapat didefinisikan sebagai pengakuan diri individu untuk mendirikan usaha sosial di masa depan. Keberadaan niat ini sangat penting karena wirausahawan sosial akan memberikan nilai ekonomi dan sosial kepada masyarakat. (Buana dan Masjud, 2020). Menurut Niat menjadi wirausahawan sosial diartikan sebagai keinginan untuk dan mendirikan usaha sosial (Krueger, 1993, dalam Wilton dan Venter 2016).

## **3. Pengalaman Terdahulu**

Menurut Hockert (2017), Pengalaman terdahulu diukur sebagai pengalaman praktis seseorang bekerja dengan organisasi sektor sosial. Diasumsikan bahwa pengalaman seperti itu menghasilkan keakraban dengan jenis masalah yang ingin dipecahkan oleh perusahaan sosial pada gilirannya membuat pembentukan niat untuk memecahkan masalah ini lebih mungkin terjadi.

## **4. Empati**

Empati adalah bagaimana manusia dapat merasakan emosi orang lain. Dimulai dari seseorang mengevaluasi kondisi apakah dia marah, sedih, malu, dll (Wondra & Ellsworth, 2015 dalam Buana dan Masjud, 2020). Empati mengarah pada hasil seperti peduli pada orang lain, memahami orang lain, memvalidasi emosi orang lain. Istilah empati akan mengambil perspektif orang lain mengenai emosi. Orang yang memiliki empati akan merasakan kondisi yang sama dengan orang lain yang mereka amati dan mengarah pada perilaku peduli terhadap orang lain (Jamil, 2014).

## **5. Efikasi (Kemanjuran) Diri**

Efikasi diri wirausaha sosial dipahami sebagai keyakinan seseorang bahwa individu dapat berkontribusi untuk memecahkan masalah sosial (Hockerts, 2017). Self-efficacy memfokuskan pengukuran kemampuan kinerja daripada kualitas pribadi. Dalam

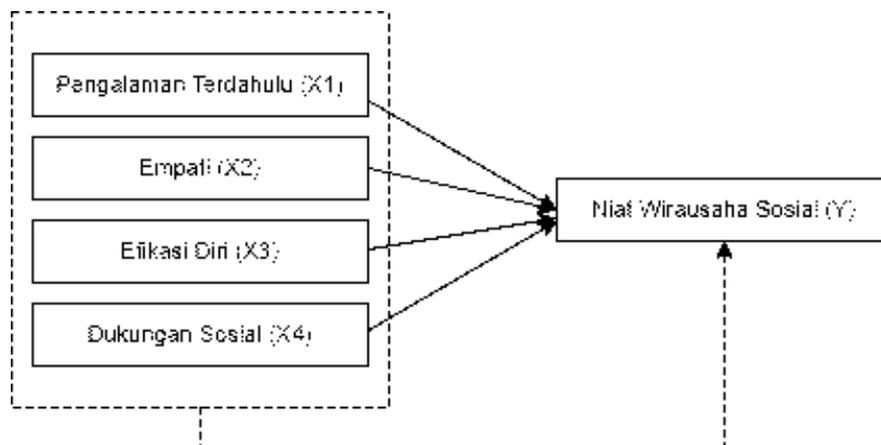
sebagian besar penelitian kewirausahaan, efikasi diri menjadi proksi dari niat berwirausaha (Izquierdo, 2013 dalam Buana dan Masjud, 2020). Sehingga, Semakin tinggi efikasi diri wirausaha dikaitkan dengan semakin tingginya keyakinan dalam mempersiapkan usaha baru yang meliputi kepercayaan diri yang tinggi dalam melakukan tugas-tugas wirausaha

## 6. Dukungan Sosial

Wirausahawan tidak dan tidak dapat berhasil sendirian, mereka butuh pendukung. Kesuksesan berwirausaha bergantung pada jaringan yang efisien. Jaringan ini mencakup semua orang yang terhubung oleh berbagai jenis hubungan dan dapat merujuk pada modal ventura, pemasok, fasilitas, klien, dll. Reynolds, (1991) dalam Mair dan Noboa, (2003).

Menurut (Baron, 2000: 107) dalam (Mair & Noboa, 2005), dukungan sosial berkaitan dengan hasil nyata seperti “sumber daya aktual serta potensial yang diperoleh individu sebab mengenal orang lain, atau menjadi bagian dari jaringan sosial bersama mereka, atau semata-mata karena mereka dikenal memiliki reputasi yang baik”

## Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoretis

(Sumber: Wilton & Venter (2016) dan Hockerts (2017)).

## METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Adapun lokasi dari penelitian yakni pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), UIN Raden Mas Said, Surakarta. Waktu Penelitian dilakukan selama bulan Januari sampai April 2022. Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan mahasiswa dari program studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) semester 4 dan 6 yang sudah mengikuti perkuliahan mata kuliah Kewirausahaan berjumlah 2097 mahasiswa. Teknik dalam pengambilan

sampel penelitian mengutip dari Arikunto (2013: 108), apabila jumlah subyek yang diteliti kurang dari 100 orang, maka akan lebih ideal apabila diambil keseluruhan. Apabila subyek penelitian berjumlah besar, maka dapat diambil pada kisaran 10-15%, 25-30% atau lebih. Adapun dalam penelitian ini, peneliti mengambil 10% dari keseluruhan populasi, sehingga didapatkan 210 orang mahasiswa yang ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian.

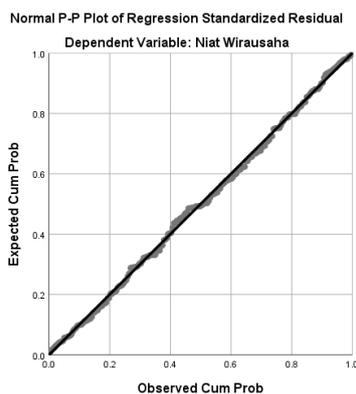
Teknik pengambilan sampel dilakukan memakai *non probability sampling*. Selanjutnya sampel diambil menggunakan teknik aksidental yaitu teknik pengambilan sampel berdasar pada prinsip kebetulan, yaitu siapapun yang secara kebetulan memberikan isian dalam formula kuosioner yang dibagikan peneliti dapat dipergunakan menjadi sampel (Sugiyono, 2016;124). Sedangkan item dalam kuosioner diadopsi dari penelitian Wilton dan Venter (2016) dan (Hockerts, 2017). Jenis kuosioner yang digunakan pada penelitian ini berupa *Web-based questionnaires* yaitu Google Form.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas. Sedangkan analisis regresi pada penelitian ini antara lain: Analisis regresi linier berganda, Uji-t, Uji-F, uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

## HASIL

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Data

Grafik di atas menunjukkan bahwa seluruh titik menyebar di sekitar garis diagonal serta searah dengan garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinieritas

Hasil yang didapatkan dalam uji multikolinieritas adalah:

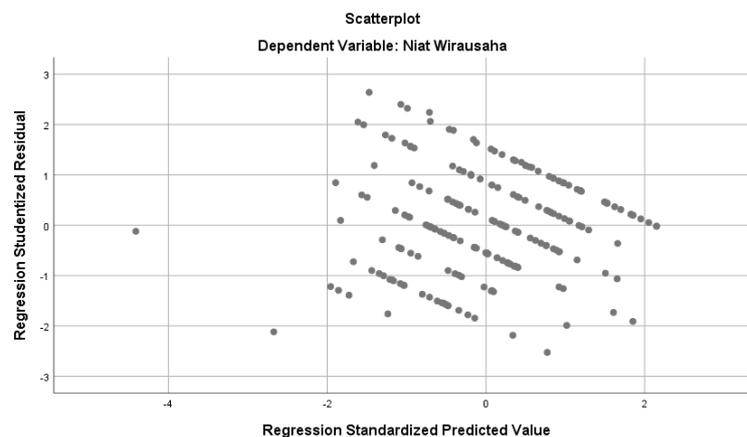
Tabel 1. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengalaman terdahulu	0,787	1,271	Bebas Multikolinieritas
Empati	0,861	1,161	Bebas Multikolinieritas
Efikasi diri	0,522	1,917	Bebas Multikolinieritas
Dukungan sosial	0,654	1,554	Bebas Multikolinieritas

Masing-masing nilai dari VIF di bawah 10, demikian pula nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Maka dapat dinyatakan model regresi ini bebas dari masalah multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Mayoritas titik-titik tersebut berada di atas serta dibawah nilai 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t-hitung	Sig
Constant	3,865	4,305	0,000
Pengalaman terdahulu	0,104	2,164	0,032
Empati	0,169	2,949	0,004
Efikasi diri	0,240	3,018	0,003
Dukungan sosial	0,232	3,662	0,000

F-hitung = 27,593  
 Sig.F = 0,000  
 Adjusted  $R^2$  = 0,337

Dari data dalam tabel tersebut bisa dirumuskan sebuah persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,865 + 0,104 X_1 + 0,169 X_2 + 0,240 X_3 + 0,232 X_4$$

- a. Nilai konstanta 3,865 artinya dengan tidak adanya variabel pengalaman terdahulu, empati, efikasi diri dan dukungan sosial maka niat wirausaha sosial akan meningkat pula.
- b. Nilai koefisien  $b_1$  (0,104) yang menunjukkan variabel pengalaman terdahulu memiliki pengaruh positif terhadap niat wirausaha sosial. Apabila variabel pengalaman terdahulu mengalami peningkatan satu satuan, dapat diketahui niat wirausaha sosial juga akan meningkat 0,104 dengan anggapan  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  konstan.
- c. Nilai koefisien  $b_2$  adalah yaitu 0,169 menunjukkan bahwa variabel empati memiliki pengaruh positif terhadap niat wirausaha sosial. Apabila variabel empati mengalami peningkatan sejumlah satu satuan, niat wirausaha sosial juga akan meningkat 0,169 dengan anggapan  $X_1$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  konstan.
- d. Nilai koefisien  $b_3$  adalah yaitu 0,240 menunjukkan bahwa variabel efikasi diri memiliki pengaruh positif terhadap niat wirausaha sosial. Apabila variabel efikasi diri mengalami peningkatan sejumlah satu satuan, dapat diketahui niat wirausaha sosial juga akan meningkat 0,240 dengan anggapan  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_4$  konstan.
- e. Nilai koefisien  $b_4$  adalah 0,232 menunjukkan bahwa variabel dukungan sosial memiliki pengaruh positif terhadap niat wirausaha sosial. Apabila variabel dukungan sosial mengalami peningkatan sejumlah satu satuan, dapat diketahui bahwa niat wirausaha sosial juga akan meningkat 0,232 dengan anggapan  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  konstan.

### 3. Uji F

Adapun hasil dari pengujian tabel 3 memberikan bukti bahwa nilai F-hitung > F-tabel ( $27,593 > 2,42$ ) serta taraf signifikansi dibawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman terdahulu, empati, efikasi diri dan dukungan sosial berpengaruh signifikan terhadap niat wirausaha sosial.

### 4. Koefisien Determinasi

Dari tabel 3 diketahui *Adjusted R<sup>2</sup>* 0,337, yang berarti bahwa variabel pengalaman terdahulu ( $X_1$ ), empati ( $X_2$ ), efikasi diri ( $X_3$ ) dan dukungan sosial ( $X_4$ ) memiliki kontribusi

terhadap niat wirausaha sosial (Y) sebesar 33,7%. Sementara sisanya yaitu (100% - 33,7% = 66,3%) dipengaruhi oleh beragam variabel atau faktor lain di luar yang diteliti.

## **PEMBAHASAN**

### 1. Pengaruh pengalaman terdahulu terhadap niat wirausaha sosial

Hasil penelitian diketahui bahwa pengalaman terdahulu (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat wirausaha sosial (Y) sehingga H1 terbukti kebenarannya. Nilai koefisien regresi pengalaman terdahulu bertanda positif. Hasil penelitian berikut mendukung penelitian yang dilakukan Hockerts (2017). Pengetahuan terdahulu tentang masalah sosial juga telah ditemukan oleh Ernst (2011) untuk memprediksi sikap terhadap niat kewirausahaan sosial. Pengalaman terdahulu ini diukur sebagai pengalaman praktis seseorang bekerja dengan organisasi sektor sosial. Berdasarkan pemahaman tersebut, guna meningkatkan niat berwirausaha sosial, pemerintah dan perguruan tinggi bisa menyusun program-program agar mahasiswa bisa lebih aktif mengikuti organisasi sosial maupun organisasi kemahasiswaan yang mayoritas bergerak dalam bidang sosial pula. Keikutsertaan dalam organisasi, komunitas maupun kegiatan sosial ini akan mengakselerasi minat dan niat mahasiswa untuk menjadi pelaku wirausaha sosial.

### 2. Pengaruh empati terhadap niat wirausaha sosial

Hasil penelitian diketahui bahwa empati (X2) berpengaruh signifikan terhadap niat wirausaha sosial (Y) sehingga H2 terbukti kebenarannya. Nilai koefisien regresi empati bertanda positif. Hasil dari penelitian mendukung temuan penelitian yang dilakukan Buana dan Masjud (2020). Empati akan memunculkan niat wirausaha sosial karena siswa yang berempati akan merasakan apa yang dirasakan orang lain dengan cara peduli terhadap orang lain, memahami orang lain, memvalidasi emosi orang lain.

### 3. Pengaruh efikasi diri terhadap niat wirausaha sosial

Hasil penelitian diketahui bahwa efikasi diri (X3) berpengaruh signifikan terhadap niat wirausaha sosial (Y) sehingga H3 terbukti kebenarannya. Nilai koefisien regresi efikasi diri bertanda positif. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan (Buana & Masjud, 2020). Efikasi diri mengacu pada kemampuan dalam melaksanakan tindakan tertentu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang merasa memiliki kemampuan yang cukup dalam menangani suatu situasi dan juga kepemimpinan yang cukup akan mempengaruhi niat wirausaha sosial. Perguruan tinggi harus memastikan bahwa mahasiswa memiliki kompetensi kewirausahaan dan manajemen bisnis yang dikembangkan melalui proses perkuliahan maupun agenda-agenda lain, sehingga mahasiswa semakin memiliki niat yang kuat untuk menjadi pelaku wirausaha sosial

dikarenakan mereka memiliki keyakinan pada dirinya sendiri untuk mengembangkan ide bisnis, mengelola pemasaran, SDM, keuangan, operasional bisnis dan lebih siap menghadapi permasalahan yang berpotensi muncul dalam perjalanan bisnis sosial mereka.

#### 4. Pengaruh dukungan sosial terhadap niat wirausaha sosial

Hasil penelitian diketahui bahwa dukungan sosial (X4) berpengaruh signifikan terhadap niat wirausaha sosial (Y) sehingga H4 terbukti kebenarannya. Nilai koefisien regresi dukungan sosial bertanda positif. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan Neneh (2020). Program pengembangan kewirausahaan perlu mempertimbangkan konteks dukungan sosial mahasiswa. Program semacam itu perlu ditargetkan pada individu dengan tingkat dukungan sosial yang rendah karena terutama akan meningkatkan minat wirausaha sosial mereka. Pemerintah Indonesia juga harus memberikan perhatian serta dukungan terhadap pelaku kewirausahaan sosial, karena akan memberikan manfaat lebih bagi kondisi sosial ekonomi di Indonesia. Pemerintah beserta seluruh pemangku kepentingan bisa mengambil peran seperti membuat kurikulum tentang Kewirausahaan Sosial, meningkatkan intensitas promosi kewirausahaan sosial, serta memberi dukungan keuangan atau regulasi bagi calon wirausahawan sosial.

### **KESIMPULAN**

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa pengalaman terdahulu, empati, efikasi diri dan dukungan sosial berpengaruh signifikan terhadap niat wirausaha sosial mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Raden Mas Said, Surakarta. Berdasarkan hal tersebut dan melihat pentingnya menumbuhkan lebih banyak lagi wirausahawan sosial, maka pengelola institusi bisa menyelenggarakan program guna memberikan dukungan sosial kepada mahasiswanya. Selibhnya, implikasi lain adalah *stakeholder* bisa mengembangkan program-program terencana guna meningkatkan empati serta efikasi diri generasi muda khususnya mahasiswa agar kelak memiliki keinginan menjadi wirausahawan sosial. Temuan juga menunjukkan bahwa intervensi dapat dilakukan untuk menimbulkan empati dengan kelompok yang kurang beruntung, serta menyoroti ketersediaan sistem pendukung bagi mereka.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, S. (2013). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik.  
Berita Resmi Statistik. No.84/11/XXIV, 05 November 2021. Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2021.

- Neneh, B. N. (2022). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: the role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education*, 47(3), 587-603.
- Buana, H. P., & Masjud, Y. I. (2020). The Analysis Of Social Entrepreneurial Intention Among Young Generation (Study Case: Student Of Faculty Of Business President University). *FIRM Journal of Management Studies*, 5(1), 34-49.
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130.
- Mair, J., & Noboa, E. (2003). Social entrepreneurship: How intentions to create a social enterprise get formed.
- Marire, E., Mafini, C., & Dhurup, M. (2017). Drivers of entrepreneurial intentions amongst generation Y students in Zimbabwe. *International Journal of Business and Management Studies*, 9(2), 17-34.
- Sugiyono, P. D. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: CV. ALVABETA.
- Utomo, H. (2015). Menumbuhkan minat kewirausahaan sosial. *Among Makarti*, 7(2).
- Wilton, C. (2016). *Identifying social entrepreneurial intent among students in South African Universities*.
- Yusi, S. (2022). The Relationship Between Entrepreneurial Spirits and Entrepreneurial Value in Improving Business Self-Reliance: A Proposed Model. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 8(1), 1-13.
- Zaki, J. (2014). Empathy: A motivated account. *Psychological Bulletin*, 140(6), 1608-1647.

### Situs Web

- Siaran Pers. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-butuh-4-juta-wirausaha-baru-untuk-menjadi-negara-maju>