

Niat Kewirausahaan Sosial: Tinjauan dan Penelitian Selanjutnya

Sumarsid¹, Eka Giovana Asti²

¹Sekolah Tinggi Manajemen Labora, Jakarta, ²Universitas Ipwidja

¹e-mail: marsiddpk05@gmail.com, ²ekagiovanaasti@yahoo.co.id

Abstrak

Kewirausahaan sosial adalah bidang penelitian yang berkembang yang baru-baru ini mendapat perhatian signifikan. Akibatnya, konsep niat kewirausahaan sosial (SEI) telah muncul sebagai topik yang cukup menarik. Tulisan ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk menjadi wirausahawan sosial di Indonesia. Sementara SEI dianggap sebagai pendahulu penting untuk meluncurkan perusahaan sosial, penelitian empiris yang ada tentang faktor-faktor SEI tidak memiliki pendekatan terstruktur dan terintegrasi secara kuantitatif. Selain itu, sebagian besar penelitian berpusat pada perusahaan komersial daripada perusahaan sosial. Kelangkaan penelitian tentang perilaku kewirausahaan sosial memerlukan eksplorasi unsur-unsur penting yang mendorong perilaku dan tindakan tersebut. Tinjauan literatur yang komprehensif telah digunakan untuk mengatur penelitian yang ada dan menetapkan arah penelitian, yang berfokus pada niat wirausahawan sosial. Studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan baik bagi masyarakat maupun pembuat kebijakan, sehingga berkontribusi pada kemajuan kewirausahaan sosial di Indonesia.

Kata Kunci: kewirausahaan sosial, niat, Indonesia

Pendahuluan

Bidang niat kewirausahaan telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam hasil studi selama tahun 1990-an, sebagaimana dibuktikan oleh sejumlah besar literatur tentang subjek tersebut (Dolhey, 2019; Donaldson et al., 2021; Liñán & Fayolle, 2015). Menurut Krueger et al (2000), niat berfungsi sebagai indikator yang paling dapat diandalkan untuk memprediksi perilaku yang dimaksudkan, termasuk kewirausahaan. Model yang berlaku di bidang ini terdiri dari teori perilaku terencana Ajzen (1991) dan model acara kewirausahaan Shapero (Shapero, 1984; Shapero & Sokol, 1982). Meskipun ada berbagai model, ada bukti yang menunjukkan kompatibilitas model berbasis niat ini (Liñán & Fayolle, 2015). Untuk menginspirasi lebih banyak individu untuk berpartisipasi dalam kewirausahaan sosial, pembuat kebijakan dan pendidik harus memiliki pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mendahului niat kewirausahaan sosial. Bidang kewirausahaan sosial telah mengalami pertumbuhan substansial dalam beberapa dekade terakhir, sebagaimana dibuktikan oleh karya-karya (Apadula dan Predmore, 2019; Bhushan, 2020; Gupta et al., 2020; Sarkar dan Sinha, 2015). Gagasan kewirausahaan sosial telah muncul sebagai iterasi kewirausahaan berikutnya, dengan peran penting dalam meningkatkan dan mempromosikan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat (Abu-Saifan, 2012; Celebi et al., 2020). Kewirausahaan sosial dan kewirausahaan komersial berbeda dalam tujuan mereka. Kewirausahaan sosial melibatkan pembentukan bisnis yang memenuhi kebutuhan masyarakat, sedangkan kewirausahaan komersial berfokus pada pemenuhan keinginan konsumen (Booth et al., 2020). Bidang kewirausahaan sosial adalah bidang penyelidikan ilmiah yang sedang berkembang yang belum diselidiki secara komprehensif, menyisakan banyak ruang untuk eksplorasi lebih lanjut (Hidalgo et al., 2020; Majumdar & Ganesh, 2019).

Dampak kewirausahaan terhadap pembangunan ekonomi dan sosial negara telah dipelajari dan didokumentasikan secara ekstensif (Li et al., 2020; Neneh, 2020). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa dimasukkannya pendidikan kewirausahaan, penanaman pola pikir kewirausahaan, dan pembinaan kreativitas efektif dalam memelihara bakat muda dan meningkatkan niat individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan (Hu et al., 2018; Jena, 2020; Pan et al., 2018; Westhead & Solesvik, 2016). Studi-studi ini juga menyoroti kekhawatiran yang berkembang dalam sistem pendidikan tinggi mengenai tantangan memfasilitasi penempatan kerja yang memuaskan bagi populasi lulusan universitas yang terus bertambah. Penulis Liguori et al (2019); Vanevenhoven dan Liguori

(2013) telah menemukan korelasi yang kuat dan gigih antara pengalaman kewirausahaan masa lalu dan tujuan serta pola pikir individu terhadap kewirausahaan.

Menurut Perugini dan Bagozzi (2001), niat kewirausahaan dapat digambarkan sebagai niat individu untuk memulai usaha bisnis baru. Diakui secara luas di kalangan peneliti bahwa niat kewirausahaan mencakup aspirasi untuk memiliki atau memulai usaha komersial (Bae et al., 2014; Ozaralli & Rivenburgh, 2016). Pentingnya niat kewirausahaan pribadi dalam memulai bisnis baru telah ditunjukkan dalam penelitian sebelumnya (Thompson, 2009). Pengukuran niat memiliki signifikansi yang signifikan dalam bidang peramalan aktivitas pembentukan usaha baru yang nyata (Palalic et al., 2017; Schwarte & Song, 2019). Memahami prekursor ambisi kewirausahaan sosial memegang kepentingan yang signifikan bagi pembuat kebijakan dan pendidik yang ingin menginspirasi partisipasi yang lebih besar dalam kewirausahaan sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk menjadi wirausahawan sosial dalam konteks Indonesia. Artikel ini berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi niat individu untuk terlibat dalam kewirausahaan sosial. Penelitian ini sangat penting karena pembuat kebijakan dan pendidik semakin terlibat dalam inisiatif untuk mendorong lebih banyak individu untuk berpartisipasi dalam kewirausahaan sosial. Tanpa pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mengarah pada tujuan kewirausahaan sosial, upaya semacam itu berisiko tidak mencapai tujuan yang diinginkan. Ini menggali unsur-unsur seperti pendidikan kewirausahaan, pola pikir, kreativitas, dan pengaruhnya terhadap niat individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Selain itu, membahas pentingnya empati, dampak sosial, dan berbagai faktor kewirausahaan dalam membentuk niat. Makalah ini juga menyentuh peran pemerintah dan pendidik dalam mendukung dan membina lingkungan yang kondusif untuk usaha kewirausahaan, khususnya dalam konteks kewirausahaan sosial.

Tinjauan Pustaka

Dua model utama niat kewirausahaan adalah teori perilaku terencana Ajzen (1991) dan model acara kewirausahaan Shapero (Shapero, 1984; Shapero & Sokol, 1982). Penelitian sebelumnya telah menemukan hubungan antara pola pikir dan niat (Chipeta & Surujlal, 2017; Kedmenec et al., 2015; Politis et al., 2016; Tiwari et al., 2017a; Wu et al., 2020). Selain itu, efikasi diri kewirausahaan telah ditemukan memiliki efek positif pada niat kewirausahaan sosial (Ip et al., 2017; Li et al., 2020).

Oleh karena itu, dapat diharapkan bahwa siswa dengan sikap yang sesuai memiliki niat yang lebih tinggi untuk menjadi wirausahawan sosial. Berdasarkan literatur, hipotesis penelitian berikut adalah hubungan antara sikap dan niat untuk menjadi wirausaha sosial. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa mahasiswa dengan pola pikir yang tepat lebih cenderung memiliki niat untuk menjadi wirausahawan sosial.

Para peneliti sebelumnya menunjukkan bahwa beberapa dimensi yang mendukung seperti pendidikan kewirausahaan Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo (2018), gairah kewirausahaan Karimi (2020), orientasi kewirausahaan Cho & Lee (2018), efikasi diri kewirausahaan (Schmutzler et al., 2019) dan pola pikir kewirausahaan Cui et al (2019) serta kreativitas dikaitkan dengan pengembangan niat kewirausahaan untuk memulai bisnis baru.

Hsu et al (2019) mendefinisikan niat kewirausahaan sebagai keinginan yang diakui sendiri untuk memulai pekerjaan baru. Selanjutnya, penelitian telah menemukan bahwa tujuan kewirausahaan terkait dengan identifikasi, evaluasi, dan eksploitasi peluang baru melalui penggunaan perencanaan, organisasi, prosedur, dan bahan baku (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2018; Miranda et al., 2017). Penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa sikap kewirausahaan terkait dengan niat kewirausahaan (Cui et al., 2019; Handayati et al., 2020). Komitmen individu terhadap aktivitas kewirausahaan disebut sebagai pola pikir kewirausahaan (Kuratko et al., 2020). Pola pikir kewirausahaan didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk memulai perusahaan baru dan merancang, merencanakan, dan mengatur proyek untuk mencapai tujuan kewirausahaan (Bosman & Fernhaber, 2019).

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menyelidiki dampak pola pikir kewirausahaan pada berbagai tahap proses kewirausahaan, yang memuncak dalam keputusan individu untuk memulai sebuah perusahaan baru. Menurut Zur (2015), wirausahawan sosial menggunakan pola pikir kewirausahaan mereka untuk melihat kemungkinan di mana kebanyakan orang melihat masalah sosial, meningkatkan kapasitas mereka untuk akhirnya memberikan solusi berbasis pasar. Demikian pula, dalam studi mereka tentang wirausaha sosial, Ghalwash et al (2017) berpendapat bahwa wirausahawan sosial memiliki pola pikir kewirausahaan yang mereka gunakan untuk mengatasi masalah sosial melalui pembentukan usaha sosial. Outsios dan Kittler (2018) menunjukkan hubungan empiris antara sikap kewirausahaan dan keputusan untuk meluncurkan perusahaan baru, sementara juga mengakui peran sumber daya dan keadaan.

Hasil dan Pembahasan

Sejalan dengan temuan dasar literatur kewirausahaan umum, niat untuk memulai bisnis dipandang sebagai salah satu prasyarat terpenting untuk perilaku kewirausahaan di masa depan, karena sebelum ada kewirausahaan, harus ada potensi kewirausahaan (Krueger & Brazeal, 1994). Oleh karena itu, ada peningkatan minat di kalangan peneliti kewirausahaan sosial dalam prasyarat untuk niat individu untuk memulai usaha sosial, yang telah mengarah pada identifikasi berbagai variabel yang berpotensi mempengaruhi niat untuk memulai usaha sosial (Hockerts, 2017; Kruse, 2019). Namun, kerangka kerja menyeluruh yang mensistematisasikan antededen ini masih kurang.

Mindset Kewirausahaan

Menurut Hsu et al (2019), niat untuk menjadi pengusaha didefinisikan sebagai keyakinan diri untuk memulai karir baru. Penelitian telah menunjukkan bahwa niat kewirausahaan terkait dengan identifikasi, evaluasi dan eksploitasi peluang baru menggunakan perencanaan, organisasi, proses dan bahan baku (Barba-Sánchez & Atienza Sahuquillo, 2018; Miranda et al., 2017). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan berhubungan positif dengan niat kewirausahaan (Cui et al., 2019; Handayati et al., 2020).

Pola pikir kewirausahaan mencerminkan komitmen individu terhadap kegiatan kewirausahaan (Kuratko et al., 2020), yang mencakup kombinasi pengambilan risiko, kebutuhan akan pencapaian, dan hasrat untuk memulai usaha baru. Ini melibatkan pengembangan, perencanaan, dan organisasi proyek yang bertujuan untuk mencapai tujuan kewirausahaan (Bosman & Fernhaber, 2019). Khususnya, Handayati et al (2020) melakukan penelitian tentang pola pikir kewirausahaan siswa sekolah kejuruan di Indonesia, mengungkapkan pengaruh positif dan signifikan dari pola pikir kewirausahaan terhadap niat kewirausahaan.

Selain itu, Wardana et al (2020) melakukan penelitian yang melibatkan 390 mahasiswa untuk mengeksplorasi hubungan antara pola pikir kewirausahaan dan niat kewirausahaan, mengungkapkan korelasi positif antara keduanya. Demikian pula, Jung dan Lee (2020) menyelidiki pola pikir kewirausahaan mahasiswa Korea Selatan dan pengaruhnya terhadap niat kewirausahaan. Temuan mereka menunjukkan bahwa sifat-sifat kewirausahaan seperti inovasi, otonomi, dan proaktif berdampak positif terhadap kecenderungan siswa terhadap kewirausahaan.

Pengembangan pola pikir kewirausahaan, seperti yang disarankan oleh Aima et al (2020), adalah proses yang berkembang yang membutuhkan aplikasi regulasi. Kaffka dan Krueger (2018) menyoroti perlunya individu untuk mempertajam pikiran mereka untuk meningkatkan efisiensi dalam kehidupan sehari-hari dan tetap waspada terhadap peluang. Menggambar dari studi ini, terbukti bahwa individu yang memiliki pola pikir kewirausahaan lebih cenderung untuk secara aktif terlibat dalam kegiatan kewirausahaan dibandingkan dengan orang lain.

Sikap terhadap Kewirausahaan

Menurut teori perilaku terencana, sikap didefinisikan sebagai kecenderungan yang dipelajari untuk menanggapi perilaku tertentu Fishbein et al (1975) Dalam literatur kewirausahaan, kecenderungan individu untuk memulai bisnis cenderung meningkat seiring dengan sikap mereka

terhadap kewirausahaan (Sancho et al., 2020; Van Gelderen et al., 2015). Sebuah studi yang meneliti sikap mahasiswa di Oman mengungkapkan beberapa faktor berpengaruh yang membentuk kecenderungan mereka untuk memulai bisnis mereka sendiri, termasuk pengetahuan kewirausahaan, pengalaman keluarga, penerimaan risiko, pendidikan kewirausahaan, dan keterlibatan dalam pengambilan keputusan (Ibrahim et al., 2017). Elemen-elemen ini secara signifikan mempengaruhi sikap mereka terhadap kewirausahaan.

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan secara tradisional menjadi fokus di tingkat organisasi Hanifah et al (2021); Vafaei-Zadeh et al (2019a), yang menyebabkan kurang penekanan pada evaluasinya di tingkat individu (Anderson et al., 2015). Di tingkat individu, ada bentuk lain yang dikenal sebagai Orientasi Kewirausahaan Individu (IEO) (Bernoster et al., 2020). Orientasi ini mengacu pada kesiapan individu untuk mengambil risiko dan menunjukkan proaktif dalam mengelola bisnis pribadi, sifat-sifat yang dianggap signifikan tidak hanya dalam bisnis tetapi juga dalam berbagai domain kehidupan (Bolton & Lane, 2012).

Para peneliti juga menggambarkan orientasi kewirausahaan sebagai terdiri dari sifat-sifat penting dalam mendorong tindakan dalam pengembangan produk baru (Ladd et al., 2019; Rauch & Frese, 2007), menyoroti lima dimensi: agresivitas, otonomi, inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko. Studi yang dilakukan dalam konteks universitas mengungkapkan bahwa siswa dengan pendidikan kewirausahaan yang komprehensif menunjukkan tingkat orientasi kewirausahaan yang lebih tinggi, yang kemudian mempengaruhi niat kewirausahaan mereka (Frunzaru & Cismaru, 2018).

Efikasi Diri Kewirausahaan

Bandura (1997) menciptakan istilah 'self-efficacy kewirausahaan' (ESE) untuk menggambarkan keyakinan pada kemampuan seseorang untuk menyelesaikan tugas dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Dalam kewirausahaan, ESE mengacu pada tingkat kepercayaan individu terhadap kemampuan kewirausahaan mereka, sering berfungsi sebagai prediktor niat kewirausahaan. Satu studi yang menyelidiki pengaruh konteks sosiokultural langsung dan lebih luas pada hubungan yang mapan antara ESE dan niat kewirausahaan menemukan bahwa mengenali wirausahawan muda sebagai katalis untuk niat kewirausahaan secara signifikan berdampak pada individu dengan ESE yang kuat, dibandingkan dengan mereka yang kurang percaya diri pada kemampuan mereka untuk meluncurkan usaha bisnis (Schmutzler et al., 2019). Sebuah studi baru-baru ini oleh Fragoso et al (2020) bertujuan untuk memahami niat kewirausahaan di kalangan siswa dan awalnya berhipotesis bahwa self-efficacy tidak akan berdampak signifikan terhadap niat kewirausahaan. Bertentangan dengan hipotesis ini, hasilnya menunjukkan hubungan positif antara self-efficacy yang tinggi dan niat kewirausahaan. Arshad et al (2016) meneliti berbagai dampak ESE pada perilaku individu dengan memediasi sikap kewirausahaan, mengintegrasikan struktur teori skema gender dengan perilaku yang diantisipasi.

Persepsi Dampak Sosial

Dampak Sosial mengacu pada efek keseluruhan dari suatu kegiatan pada komunitas dan kesejahteraan individu dan keluarga, definisi yang biasa digemakan dalam literatur (Center for Social Impact (CSI)). Konsep ini sejalan dengan berbagai konseptualisasi yang ditemukan dalam karya ilmiah (Mair dan Martí, 2006; Martin dan Osberg, 2007; Zahra et al., 2009). Sementara pengusaha tradisional secara historis berfokus pada pengembalian ekonomi (Knight, 1921; Schumpeter, 1983), wirausahawan sosial, sebagaimana dicatat oleh Dacin et al. (2010), Peredo & McLean (2006), dan Zahra et al. (2009), mempertimbangkan pengembalian sosial dan ekonomi untuk menghasilkan nilai sosial, sebuah konsep yang dikenal sebagai motivasi pro-sosial yang diteorikan oleh (Grant, 2007).

Mengacu pada model niat kewirausahaan sosial yang berpengaruh yang digariskan oleh Mair dan Noboa (2006), dampak sosial (keinginan yang dirasakan) diusulkan sebagai anteseden untuk niat kewirausahaan sosial. Ini mencerminkan penelitian sebelumnya di mana niat untuk kewirausahaan

komersial biasanya meningkat ketika individu merasakan keuntungan ekonomi pribadi yang lebih tinggi.

Empati

Empati berdiri sebagai elemen penting dalam niat kewirausahaan sosial, disorot oleh para peneliti awal (Dees, 2012; Groch et al., 2012; London, 2010; Mair dan Noboa, 2006; Sullivan Mort et al., 2003; Kayu, 2012). Didefinisikan sebagai kapasitas untuk berbagi dan memahami emosi orang lain Decety & Jackson (2004), empati terdiri dari dua aspek: empati kognitif, yang melibatkan kemampuan untuk membayangkan perasaan orang lain, dan empati emosional, yang memerlukan respons dengan belas kasih dan perhatian. Keduanya sangat mendasar dalam membentuk keinginan yang dirasakan Mair dan Noboa (2003), memungkinkan individu untuk membayangkan dan secara emosional menanggapi emosi orang lain (Preston et al., 2007; Mehrabian & Epstein, 1972; Hockerts, 2015).

Empati memainkan peran penting dalam membimbing perilaku wirausahawan sosial, yang bertujuan untuk menghasilkan barang yang membawa nilai sosial, menarik dari pengalaman empati mereka tentang perasaan orang lain (Lazarus, 1991). Mengingat prioritas nilai sosial di atas keuntungan ekonomi dalam mengejar wirausahawan sosial (Dacin et al., 2011), mereka sering dicirikan oleh atribut filantropis (Roberts & Woods, 2005). Selain itu, empati tidak hanya menopang momentum dalam proses kewirausahaan tetapi juga membedakan wirausahawan sosial dari rekan-rekan tradisional mereka (Austin et al., 2006; Mair & Noboa, 2003).

Kreativitas

Kreativitas berdiri sebagai aspek mendasar dari proses kognitif individu, menghasilkan ide-ide baru dan berharga melalui integrasi informasi dan pengetahuan (Zampetakis & Moustakis, 2006). Didefinisikan oleh Rodrigues et al (2019) sebagai keterampilan yang melekat pada individu, kreativitas memegang kepentingan khusus dalam upaya kewirausahaan, sering dianggap sebagai pengejaran kreatif itu sendiri (Kumar & Shukla, 2019; Shi et al., 2020).

Hu et al (2018) mengeksplorasi hubungan antara kreativitas dan kewaspadaan kewirausahaan di kalangan mahasiswa Tiongkok, menghasilkan hasil yang signifikan. Demikian juga, sebuah penelitian terbaru yang melibatkan 330 mahasiswa di Pakistan menemukan peran kreativitas yang berpengaruh dalam memediasi hubungan antara hasrat dan niat kewirausahaan (Murad et al., 2021). Selain itu, Zampetakis et al (2011) menemukan bahwa mahasiswa bisnis dengan tingkat kreativitas yang lebih tinggi lebih cenderung ke arah kewirausahaan.

Memeriksa demografi tertentu, Chia dan Liang (2016) mempelajari dampak kreativitas pada niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa pariwisata universitas Taiwan, mencatat kecenderungan yang lebih tinggi untuk memulai usaha baru di antara mereka yang merasakan kreativitas yang lebih besar. Shi et al (2020), mengeksplorasi hubungan antara kreativitas, Teori Perilaku Terencana (TPB), dan niat kewirausahaan di antara 523 mahasiswa Tiongkok, menetapkan bahwa kreativitas yang meningkat secara positif memengaruhi sikap dan kepercayaan diri dalam kegiatan kewirausahaan.

Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan secara signifikan berdampak pada pengetahuan dan kemampuan individu, mendorong tindakan yang mendukung kewirausahaan (Liu et al., 2019). Penelitian menggarisbawahi peran pentingnya dalam meningkatkan keterampilan, sehingga merangsang kegiatan bisnis (Sun et al., 2017). Yang (2014) mengidentifikasi dua fitur utama pendidikan kewirausahaan: pertama, memungkinkan transfer pengetahuan, perolehan keterampilan, dan berbagi pengalaman kewirausahaan. Kedua, melalui pengalaman mendalam seperti studi lapangan, ini menginspirasi individu menuju kesuksesan di masa depan.

Voda & Florea (2019) berpendapat bahwa pendidikan kewirausahaan membantu dalam mencapai niat kewirausahaan dengan memanfaatkan jejaring sosial dan pengalaman pengusaha sukses. Ini memfasilitasi perolehan sumber daya melalui berbagi pengetahuan dan transfer informasi,

mendorong mereka yang tertarik dalam kewirausahaan untuk terlibat dengan teman sebaya dan mempromosikan citra kewirausahaan (Nowinski et al., 2019).

Pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam membentuk niat kewirausahaan terbukti dalam dampaknya terhadap pendidikan bisnis (Turner & Gianiodis, 2018). Ini meningkatkan perhatian dan memelihara niat menuju jalur karir kewirausahaan (Kalyoncuoglu et al., 2017). Pendidikan kewirausahaan, berfokus pada pengayaan pengetahuan, keterampilan, dan sikap, cenderung mengarahkan individu untuk mengejar karir kewirausahaan berdasarkan temuan dari penelitian yang ada.

Kesimpulan dan Penelitian Selanjutnya

Studi ini menyelidiki dampak faktor kewirausahaan utama — pendidikan, pola pikir, dan kreativitas — pada niat kewirausahaan. Skala yang mengukur pola pikir kewirausahaan bertujuan untuk meramalkan tindakan dan niat kewirausahaan. Niat kewirausahaan, pendahulu untuk bertindak, menandakan keadaan kognitif sebelum keputusan untuk memulai usaha bisnis (Krueger, 2017). Para peneliti telah menyoroti intensionalitas sebagai hal yang sangat penting dalam perilaku kewirausahaan (Bird, 1988; Shapero, 1984), menekankan signifikansinya dalam pengembangan usaha yang muncul (Katz et al., 1988).

Studi telah mengungkapkan hubungan yang signifikan antara intensionalitas kewirausahaan dan berbagai faktor, termasuk kepribadian proaktif Crant (1996), kontrol perilaku yang dirasakan, keinginan (Schlaegel & Koenig, 2014), perjuangan identitas kewirausahaan, selfefficacy kewirausahaan Pfeifer et al (2016), extraversion, agreeableness, dan keterbukaan terhadap pengalaman (Israr & Saleem, 2018). Temuan ini menggarisbawahi sifat multifaset intensionalitas kewirausahaan dan hubungannya dengan sifat dan persepsi individu.

Studi ini menawarkan wawasan berharga ke ranah wirausahawan sosial dan niat kewirausahaan mereka. Untuk meningkatkan persiapan wirausahawan masa depan, pendidik dapat meningkatkan keahlian mereka melalui kursus kewirausahaan khusus, sesi pelatihan internal, partisipasi dalam webinar yang berfokus pada kewirausahaan, dan implementasi program sertifikasi kewirausahaan.

Selain itu, inisiatif pemerintah dapat secara signifikan berdampak pada lanskap kewirausahaan bagi mahasiswa. Membangun program dukungan khusus untuk kewirausahaan sosial, menawarkan modal bisnis yang dapat diakses, dan menyediakan ruang bisnis gratis dapat sangat memudahkan siswa dalam memulai usaha kewirausahaan mereka.

Daftar Pustaka

- Abu-Saifan, S. (2012). Social entrepreneurship: Definition and boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 2(2), 22–27.
- Aima, M. H., Wijaya, S. A., Carawangsa, L., and Ying, M. (2020). Effect of global mindset and entrepreneurial motivation to entrepreneurial self-efficacy and implication to entrepreneurial intention. *Dinasti. Int. J. Digit. Bus. Mana*, 1, 302–314.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, Theories of Cognitive Self-Regulation* 50: 179–211.
- Anderson, B. S., Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Eshima, Y. (2015). Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 36(10), 1579–1596.
- Apadula, L. T., & Predmore, C. E. (2019). The shift to “social”: Social and commercial entrepreneurship must meld to meet changing consumer preferences. *Journal of Management Policy and Practice*, 20(1).
- Arshad, M., Farooq, O., Sultana, N., & Farooq, M. (2016). Determinants of individuals’ entrepreneurial intentions: A gender-comparative study. *Career Development International*, 21(4), 318–339.
- Austin, J. E. (2006). Three avenues for social entrepreneurship research in Mair, J., Robinson, J., Hockerts, K. (Eds), *Social Entrepreneurship*, Palgrave Macmillan UK, London, 22–33.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrep. Theory Pract*, 38, 217–254.

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- Barba-Sánchez, V., and Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *Eur. Res. Manag. Bus. Econ*, 24, 53–61
- Bernoster, I., Mukerjee, J., & Thurik, R. (2020). The role of affect in entrepreneurial orientation. *Small Business Economics*, 54(1), 235–256.
- Bhushan, B. (2019). Motivational Model of Social Entrepreneurship: Exploring the Shaping of Engagement of Social Entrepreneur. *Methodological Issues in Social Entrepreneurship Knowledge and Practice*, 111–136. https://doi.org/10.1007/978-981-13-9769-1_7
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, 1(3), 442–453
- Booth, P., Chaperon, S. A., Kennell, J. S., & Morrison, A. M. (2020). Entrepreneurship in island contexts: A systematic review of the tourism and hospitality literature. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102438. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102438>
- Bosman, L., and Fernhaber, S. (2019). Applying authentic learning through cultivation of the entrepreneurial mindset in the engineering classroom. *Educ. Sci*, 9(7)
- Celebi, D., Pirnar, I., & Eris, E. D. (2020). Bibliometric analysis of social entrepreneurship in gastronomy tourism. *Tourism*, 68(1), 58–67. <https://doi.org/10.37741/t.68.1.5>
- Chia, C., and Liang, C. (2016). Influence of creativity and social capital on the entrepreneurial intention of tourism students. *Journal Entrepreneurship Management Innovation*, 12, 151–168
- Chipeta, E. M., & Surujlal, J. (2017). Influence of attitude, risk taking propensity and proactive personality on social entrepreneurship intentions. *Polish Journal of Management Studies*, 15(2), 27–36
- Cho, Y. H., and Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific J. Innov. Entrep.* 12, 124–134.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 42–49.
- Cui, J., Sun, J., and Bell, R. (2019). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *Int. J. Manag. Educ*, 19:100296.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., and Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*, 22(5), 1203–1213.
- Dacin, P. A., Dacin, M. T., and Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37–57.
- Decety, J., and Jackson, L. (2004). The functional architecture of human empathy. *Behavioral and Cognitive Neuroscience Reviews*, 3(2), 71–100.
- Dees, J.G. (2012). A tale of two cultures: Charity, problem solving, and the future of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 321–334.
- Dolhey. (2019). A Bibliometric Analysis of Research on Entrepreneurial Intentions from 2000 to 2018. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* 21: 180–99
- Donaldson & Colin. (2019). Intentions resurrected: A systematic review of entrepreneurial intention research from 2014 to 2018 and future research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal* 15: 953–75
- Donaldson., Colin., Liñán, F., and Joaquin, A. (2021). Entrepreneurial Intentions: Moving the Field Forwards. *The Journal of Entrepreneurship* 30: 30–55.
- Fishbein, M., Ajzen, I., Ned, A., & Flanders (1975). Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research. MA: Addison-Wesley
- Fragoso, R., Rocha-Junior, W., & Xavier, A. (2020). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(1), 33–57

- Frunzaru, V., & Cismaru, D. M. (2018). The impact of individual entrepreneurial orientation and education on generation Z's intention towards entrepreneurship. *Kybernetes*, K-05- 2018-0272.
- Ghalwash, S., Tolba, A., & Ismail, A. (2017). What motivates social entrepreneurs to start social ventures? An exploratory study in the context of a developing economy. *Social Enterprise Journal*, 13(3), 268-298.
- Grant, A. M. (2007). Relational job design and the motivation to make a prosocial difference. *Academy of Management Review*, 32(2), 393-417.
- Groch, K., Gerdes, K.E., Segal, E.A. and Groch, M. (2012). The grassroots Londolozi model of African development: Social empathy in action. *Journal of Community Practice*, 20(1/2), 154-177.
- Gupta, P., Chauhan, S., Paul, J., & Jaiswal, M. P. (2020). Social entrepreneurship research: A review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 113, 209–229.
- Handayati, P., Wulandari, D., Soetjipto, B. E., Wibowo, A., and Narmaditya, B. S. (2020). Does entrepreneurship education promote vocational students' entrepreneurial mindset? *Heliyon* 6, 5426.
- Hanifah, H., Abd Halim, N., Vafaei-Zadeh, A., & Nawaser, K. (2021). Effect of intellectual capital and entrepreneurial orientation on innovation performance of manufacturing SMEs: Mediating role of knowledge sharing. *Journal of Intellectual Capital*, 2(12).
- Hidalgo, L. F., Rialp, J., & Urbano, D. (2020). Are there really differences between social and commercial entrepreneurship in developing countries? *Handbook of Research on Smart Territories and Entrepreneurial Ecosystems for Social Innovation and Sustainable Growth*, 306–325.
- Hockerts, K. (2015). The social entrepreneurial antecedents scale (SEAS): A validation study. *Social Enterprise Journal*, 11(3), 260-280.
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Enterpren. Theor. Pract.*, 41(1), 105–130.
- Hsu, D. K., Burmeister-Lamp, K., Simmons, S. A., Foo, M.-D., Hong, M. C., and Pipes, J. D. (2019). "I know I can, but I don't fit": Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal Business Venture*, 34, 311–326.
- Hu, R., Wang, L., Zhang, W., and Bin, P. (2018). Creativity, proactive personality, and entrepreneurial intention: the role of entrepreneurial alertness. *Front. Psychol.* 9:951.
- Ibrahim, O. A., Devesh, S., & Ubaidullah, V. (2017). Implication of attitude of graduate students in Oman towards entrepreneurship: an empirical study. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(1), 8.
- Ip, C. Y., Wu, S.-C., Liu, H.-C., & Liang, C. (2017). Revisiting the antecedents of social entrepreneurial intentions in Hong Kong. *International Journal of Educational Psychology*, 6(3), 301–323
- Israr, M., & Saleem, M. (2018). Entrepreneurial intentions among university students in Italy. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 1-14.
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Comput. Human Behav.* 107:106275.
- Jung, E., and Lee, Y. (2020). College students' entrepreneurial mindset: Educational experiences override gender and major. *Sustainability*, 12:8272.
- Kaffka, G., and Krueger, N. (2018). "The entrepreneurial 'mindset': Entrepreneurial intentions from the entrepreneurial event to neuroentrepreneurship," in *Foundational Research in Entrepreneurship Studies*, eds G. Javadian, V. Gupta, D. Dutta, G. Guo, A. Osorio, and B. Ozkazanc-Pan (Cham: Palgrave Macmillan).
- Kalyoncuoglu, S., Aydintan, B., and Göksel, A. (2017). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention: An experimental study on undergraduate business students. *J. Manag. Res.* 9, 72–91
- Karimi, S. (2020). The role of entrepreneurial passion in the formation of students' entrepreneurial intentions. *Appl. Econ*, 52, 331–344.

- Kedmenec, I., Rebernik, M., & Perić, J. (2015). The impact of individual characteristics on intentions to pursue social entrepreneurship. *Ekonomski Pregled*, 66(2), 119–137
- Knight, F. H. (1921). *Risk, Uncertainty, and Profit*. The Riverside Press
- Krueger, N. F., and D. V. Brazeal. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104
- Kumar, R., and Shukla, S. (2019). Creativity, proactive personality and entrepreneurial intentions: examining the mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Glob. Bus. Rev.*, 3:0972150919844395.
- Kuratko, D. F., Fisher, G., and Audretsch, D. B. (2020). Unraveling the entrepreneurial mindset. *Small Bus. Econ.* 1, 1–11.
- Ladd, T., Hind, P., & Lawrence, J. (2019). Entrepreneurial orientation, Waynesian self-efficacy for searching and marshaling, and intention across gender and region of origin. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 31(5), 391–411.
- Langkamp Bolton, D., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. *Education + Training*, 54(2/3), 219–233.
- Lazarus, R. S. (1991). Cognition and motivation in emotion. *American Psychologist*, 46(4), 352- 367.
- Sancho, L. M. P., Martín-Navarro, A., & Ramos-Rodríguez, A. R. (2020). Will they end up doing what they like? the moderating role of the attitude towards entrepreneurship in the formation of entrepreneurial intentions. *Studies in Higher Education*, 45(2), 416–433.
- Li, C., Murad, M., Ashraf, S. F., Syed, N., and Riaz, M. (2020). Entrepreneurial nascent behaviour: The role of causation process in opportunity discovery and creation. *Entrep. Bus. Econ.* 8, 183–200.
- Liguori, E. W., Bendickson, J. S., and McDowell, W. C. (2018). Revisiting entrepreneurial intentions: A social cognitive career theory approach. *Int. Entrep. Manag. J.*, 14, 67–78.
- Liñán, Francisco, and Alain Fayolle. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal* 11: 907–33
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G., and Zhao, D. (2019). Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention. *Front. Psychol.* 10:869
- London, M. (2010). Understanding social advocacy: an integrative model of motivation, strategy, and persistence in support of corporate social responsibility and social entrepreneurship. *Journal of Management Development*, 29(3), 224-245.
- Mair, J., and Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Mair, J., and Noboa, E. (2003). Social entrepreneurship: how intentions to create a social enterprise get formed. *SSRN Journal*
- Mair, J., and Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: how intentions to create a social venture are formed. *Social Entrepreneurship*, 121-135.
- Majumdar, S., & Ganesh, U. (2019). Qualitative research in social entrepreneurship: A critique. *Methodological Issues in Social Entrepreneurship Knowledge and Practice*, 15– 38.
- Martin, R. L., and Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. *Mehrabian*, 2, 18-25.
- Mehrabian, A., and Epstein, N. (1972). A measure of emotional empathy. *Journal of Personality*, 40(4), 525-543.
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., and Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *Eur. Res. Manag. Bus. Econ.* 23, 113–122.
- Murad, M., Li, C., Ashraf, S. F., and Arora, S. (2021). The influence of entrepreneurial passion in the relationship between creativity and entrepreneurial intention. *Int. J. Glob. Bus. Compet.* 16, 51–60.

- Neneh, B. N. (2020). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: The role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Stud. High. Educ.* 25, 1–17.
- Nowinski, W., Haddoud, M. Y., Lancaric, D., Egerová, D., and Czeglédi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Stud. High. Educ.* 44, 361–379.
- Ousios, G., and Kittler, M. (2017). The mindset of UK environmental entrepreneurs: A habitus perspective, *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 1 –22
- Ozaralli, N., Rivenburgh, N. K. (2016) Entrepreneurial intention: Antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *J. Glob. Entrep. Res.* 6, 1.
- Palalic, R., Ramadani, V., Đilović, A., Dizdarević, A., Ratten, V. (2017). Entrepreneurial intentions of university students: A case-based study. *J. Enterprising Communities People Places Glob. Econ.* 11, 393–413
- Pan, J., Guan, Y., Wu, J., Han, L., Zhu, F., Fu, X. (2018). The interplay of proactive personality and internship quality in Chinese university graduates' job search success: The role of career adaptability. *Journal Vocat. Behav.* 109, 14–26.
- Peredo, A. M., and McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: a critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56-65
- Perugini, M., Bagozzi, R. P. (2001). The role of desires and anticipated emotions in goaldirected behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *Br. J. Soc. Psychol.* 40, 79–98
- Pfeifer, S., Šarlija, N., & Sušac, Z. M. (2016). Shaping the entrepreneurial mindset: Entrepreneurial intentions of business students in Croatia. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 102-117.
- Politis, K., Ketikidis, P., Diamantidis, A. D., & Lazuras, L. (2016). An investigation of social entrepreneurial intentions formation among South-East European postgraduate students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4), 1120–1141
- Preston, S. D., Bechara, A., Damasio, H., Grabowski, T. J., Stansfield, R. B., Mehta, S., and Damasio, A. R. (2007). The neural substrates of cognitive empathy. *Social Neuroscience*, 2(3/4), 254-275.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A metaanalysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.
- Roberts, D., and Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship.
- Rodrigues, A. P., Jorge, F. E., Pires, C. A., and António, P. (2019). The contribution of emotional intelligence and spirituality in understanding creativity and entrepreneurial intention of higher education students. *Educ. Train.* 61, 870–894
- Rosique-Blasco, M., Madrid-Guijarro, A., & García-Pérez-de-Lema, D. (2018). The effects of personal abilities and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 1025–1052.
- Sarkar, R., & Sinha, A. (2015). The village as a social entrepreneur: Balancing conservation and livelihoods. *Tourism Management Perspectives*, 16, 100–106. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.07.006>
- Schlaegel, C., Koenig, M., 2014. Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. *Enterpren. Theor. Pract.* 38 (2), 291–332
- Schmutzler, J., Andonova, V., & Diaz-Serrano, L. (2019). How context shapes entrepreneurial self-efficacy as a driver of entrepreneurial intentions: A multilevel approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(5), 880–920.
- Schumpeter, J.A. (1983), *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*, social science classics series, transaction Books, New Brunswick.
- Schwarte, Y., Song, Y. (2019). Fire of desire: A review of entrepreneurial passion. *Acad. Manag. Proc.* 18771

- Shahab, Y., Chengang, Y., Arbizu, A. D., & Haider, M. J. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention: Do entrepreneurial creativity and education matter? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 259–280.
- Shapero, A. (1984). The Entrepreneurial Event. In *The Environment for Entrepreneurship*. Edited by C. Kent. Lexington: Lexington Books, pp. 21–40
- Shapero, Albert, & Lisa, S. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. In *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Edited by C. Kent, D. Sexton and K. Vesper. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, pp. 72–90. Available online: <https://papers.ssrn.com/abstract=1497759>
- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., and Wang, J. (2020). Investigating the relationship between creativity and entrepreneurial intention: the moderating role of creativity in the theory of planned behavior. *Front Psychol*, 2(4), 112-145
- Mort, S. G., Weerawardena, J., and Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: towards conceptualization. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76-88.
- Sun, H., Lo, C. T., Liang, B., and Wong, Y. L. B. (2017). The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention of engineering students in Hong Kong. *Manag. Decis.* 55, 1371–1393
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrep. Theory Pract*, 33, 669–694.
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017). An empirical analysis of the factors affecting social entrepreneurial intentions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(9), 1–25
- Turner, T., and Gianiodis, P. (2018). Entrepreneurship unleashed: Understanding entrepreneurial education outside of the business school. *J. Small Bus. Manag.* 56, 131–149
- Vafaei-Zadeh, A., Hanifah, H., Foroughi, B., & Salamzadeh, Y. (2019). Knowledge leakage, an Achilles' heel of knowledge sharing. *Eurasian Business Review*, 9(4), 445–461
- Van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 655–673.
- Vod'a, A. I., and Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11, 1192.
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: The mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6, e04922.
- Westhead, P., and Solesvik, M. Z. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit? *International Small Business Journal*, 34, 979–1003.
- Wood, S. (2012). Prone to progress: Using personality to identify supporters of innovative social entrepreneurship. *Journal of Public Policy and Marketing*, 31(1), 129-141.
- Yang, J. H. (2014). Effect of entrepreneurial education on entrepreneurial intention of university students: Focused on mediating effect of self-efficacy and Entrepreneurial motivation. *Asia-Pacific J. Bus. Ventur. Entrep.* 9, 65–77
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., and Shulman, J. M. (2009), "A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges". *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.
- Zampetakis, L. A., and Moustakis, V. (2006). Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. *Int. Entrep. Manag. Journal*, 2, 413–428.
- Zampetakis, L. A., Gotsi, M., Andriopoulos, C., and Moustakis, V. (2011). Creativity and entrepreneurial intention in young people: Empirical insights from business school students. *Int. J. Entrep. Innov.* 12, 189–199.
- Zur, A. (2015). Social Problems as Sources of Opportunity: Antecedents of Social Entrepreneurship Opportunities. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(4), 73–87.