

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KEWIRAUSAHAAN SOSIAL PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA

Albert Kuswadi<sup>1</sup>, Andi Wijaya<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: *albert.115190086@stu.untar.ac.id*

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta\*

Email: *andiw@fe.untar.ac.id*

\*Penulis Korespondensi

Masuk: 22-08-2022, revisi: 07-10-2022, diterima untuk diterbitkan: 07-12-2022

---

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana variabel dukungan sosial (PCS), empati kepada sesama (ETO), dan efikasi diri (PSE) mempengaruhi minat kewirausahaan sosial (SEI). Sampel dalam penelitian ini adalah 86 mahasiswa di Universitas Tarumanagara. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Temuan menunjukkan dukungan sosial, empati kepada sesama, dan efikasi diri mempengaruhi minat kewirausahaan sosial mahasiswa di Universitas Tarumanagara.

**Kata Kunci:** Kewirausahaan sosial, empati kepada sesama, dukungan sosial, efikasi diri

## ABSTRACT

*This study aims to examine how perceived community support (PCS), empathy towards other (ETO), and perceived self-efficacy (PSE) affect social entrepreneurial intention (SEI). The sample in this study were 86 students in Tarumanagara University. The sampling technique used is purposive sampling. Data collection technique used is questionnaire. The findings show that entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial creativity did affect student's entrepreneurial intention in Tarumanagara University.*

**Keywords:** Social entrepreneurship, perceived community support, empathy towards others, perceived self-efficacy

## 1. PENDAHULUAN

### Latar belakang

Dana Moneter Internasional (IMF) memperkirakan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) akan menurun pada tahun 2021 dan 2022 di berbagai negara di dunia. Hal ini sejalan dengan pemulihan ekonomi setelah dilanda pandemi virus *corona* Covid-19. Di Indonesia, IMF memperkirakan TPT turun menjadi 6,6% pada 2021. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik di Indonesia, dapat diketahui bahwa tingkat kemiskinan di kota-kota kecil tergolong masih tinggi dibandingkan dengan kota-kota maju.

Kewirausahaan terbukti menjadi instrumen yang efektif untuk nilai ekonomi berkreasi dan sekaligus menjadi sarana untuk menghadapi berbagai persoalan sosial (Tiwari, 2017). Menurut Weaver (2018), kewirausahaan sosial memfasilitasi pembangunan kapasitas sosial dan berpendapat bahwa pendekatan pengembangan kapasitas mengarah pada penciptaan nilai sosial. Maka dari itu, kewirausahaan sosial (SE) telah memainkan peran yang sangat penting didalam perkembangan negara-negara berkembang (Hamid, 2017). SE adalah sebuah bidang studi yang

sedang mengalami perkembangan (Kannampuzha dan Hockerts, 2019) dan sebuah fenomena yang relatif baru, yang bertujuan untuk berurusan dengan berbagai macam kebutuhan sosial yang kompleks.

Terdapat juga faktor-faktor internal dan eksternal di dalam meningkatkan minat kewirausahaan sosial seperti dukungan sosial, empati kepada sesama, dan efikasi diri. Menurut Hockerts (2017), dukungan sosial adalah sebuah gagasan dan kenyataan bahwa kebutuhan seseorang telah terpenuhi, telah tersedia bantuan dan bantuan dari orang lain. Dukungan sosial menjadi salah satu prediktor yang penting di dalam memulai kewirausahaan sosial, karena jika seseorang ingin memulai sebuah kewirausahaan sosial, yang bertujuan untuk membantu masalah sosial di dalam lingkungan tersebut tidak ada atau rendah maka untuk apa dilakukan kegiatan kewirausahaan sosial tersebut.

Empati yang tinggi juga sangat dibutuhkan di dalam mendirikan suatu kewirausahaan sosial. Saban dan Kirby (2019), menyatakan bahwa empati adalah respon emosional terhadap keadaan emosional yang dialami oleh orang lain. Empati bukan hanya kesediaan untuk peduli terhadap kesedihan orang lain tetapi juga dikaitkan dengan aksi nyata untuk membantu mereka (Kim dan Han, 2018). Menurut Asmuruf dan Soelaiman (2020), faktor lain yang mendukung niat berwirausaha sosial adalah *self-efficacy*. Efikasi diri diukur dengan indikator dari percaya diri dalam kemampuan untuk mengelola bisnis, kepemimpinan sumber daya manusia, kematangan mental dalam bisnis, dan kemampuan untuk memulai bisnis.

Menurut Wijaya, Ekadjaja, dan Geovanny (2021), seorang *entrepreneur* dengan *self-efficacy* tinggi memiliki kepercayaan diri dengan kemampuannya sendiri untuk menghadapi tugas yang sulit untuk dilakukan, sehingga memiliki tekad dan *intention* yang lebih kuat untuk menjadi seorang *social entrepreneur*. Kajian tersebut dapat mempengaruhi mahasiswa dengan menekankan aspek psikologis sebagai suatu hal dapat mendorong minat mereka terhadap SE. Mahasiswa sebagai masyarakat yang teredukasi diharapkan peka terhadap permasalahan sosial sehingga dapat mewakili generasi milenial dalam memandang SE. Apalagi, partisipasi di SE relatif lebih rendah dibandingkan dengan *startup* bisnis komersial (Aure, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor faktor yang mempengaruhi minat dalam membentuk keinginan untuk bermula *social entrepreneurship* (SEI) pada mahasiswa Universitas Tarumanagara. Studi ini mengisi celah dalam literatur dengan mengidentifikasi berbagai faktor motivasi terkait ekosistem kewirausahaan universitas yang dapat membentuk SEI mahasiswa, yaitu elemen situasional dan kontekstual yang dapat mempengaruhi maksud mahasiswa untuk menjadi wirausahawan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

### **Rumusan Masalah**

- a. Apakah dukungan sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha sosial?
- b. Apakah empati kepada sesama memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha sosial?
- c. Apakah efikasi diri memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha sosial?

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian yang didasarkan pada positivis (data konkrit), data penelitian numerik diukur dengan menggunakan statistik sebagai alat uji untuk menghitung dan menghubungkannya dengan masalah yang diselidiki untuk menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan

metode eksperimen kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan dan skala Likert yang dibagikan kepada mahasiswa di Universitas Tarumanagara.

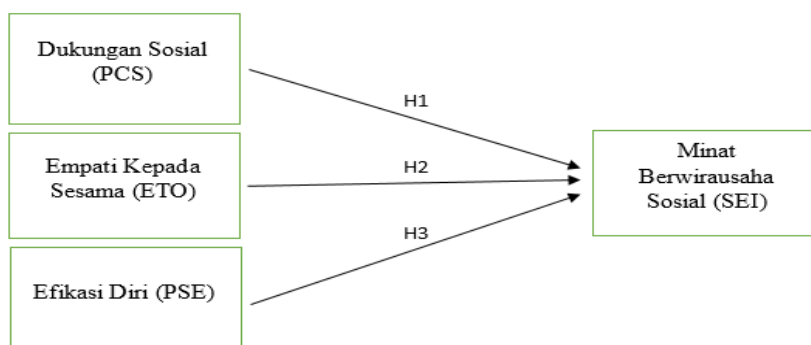
Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah *domain* umum yang terdiri dari: objek/subyek yang memiliki besaran dan sifat tertentu yang dipelajari oleh peneliti dan selanjutnya ditentukan untuk ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Tarumanagara. Jumlah penduduknya tidak diketahui.

Untuk penelitian ini, jumlah anggota dalam populasi tidak diketahui, sehingga digunakan *non-probability sampling*, dan *target sampling* yang digunakan sebagai metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang meliputi pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan agar dapat menentukan jumlah sampel yang akan dianalisis.

Roscoe dan Sugiyono (2019), membuat saran ukuran sampel untuk penelitian. Sampel anggota setidaknya berukuran 30 sampai 500 responden jika ingin dinyatakan data yang *valid*. Ukuran sampel yang digunakan adalah berjumlah 30 - 100 orang. Sampel diambil dari mahasiswa di Universitas Tarumanagara. Teknik pengumpulan data yang digunakan merupakan sebuah langkah awal utama dalam melakukan sebuah penelitian atau riset.

Sistem pengumpulan data yang digunakan pada metode ini adalah kuesioner (*questionnaire*). Kuesioner adalah sebuah metode atau teknik pengumpulan sebuah data yang digunakan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan maupun pernyataan secara tertulis kepada responden tersebut untuk dapat dijawab. Kuesioner yang digunakan peneliti terdiri dari pertanyaan terkait masalah yang diteliti. Analisis yang digunakan yaitu dengan skala Likert.

Pada penelitian ini digunakan pengecekan validitas dengan SmartPLS 4.0. Selain itu, penelitian ini melakukan uji validitas konvergen. Dalam melakukan pengujian *convergent validity* dapat dinilai berdasarkan *outer loadings* atau *loading factor* dan *average variance extracted (AVE)*. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas diukur dengan *Cronbach's Alpha* dan *composite-reliability*. Metode analisis data ini menggunakan alat statistik dengan bantuan SmartPLS (*Partial Least Square*). SmartPLS ini akan menjelaskan secara terperinci mengenai metode analisis data tersebut. Analisis data ini menggunakan analisis jalur dan *p-value*. Data yang sudah didapatkan akan diolah menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dan *tools SmartPLS*. PLS adalah salah satu metode alternatif *Structural Equation Modeling (SEM)* yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan dalam hubungan antar variabel.



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan gambar di atas, maka hipotesis yang diajukan yaitu:

H1: Terdapat pengaruh positif aspek dukungan sosial terhadap minat kewirausahaan sosial.

H2: Terdapat pengaruh positif aspek empati kepada sesama terhadap minat kewirausahaan sosial.

H3: Terdapat pengaruh positif aspek efikasi diri terhadap minat kewirausahaan sosial.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi subyek penelitian disajikan dalam bentuk statistik deskriptif dimana statistik tersebut berisikan informasi responden. Hasil penelitian ini didapatkan dari pengisian kuesioner secara *online* (daring) melalui *google form*. Total subjek penelitian adalah 86 orang yaitu mahasiswa Universitas Tarumanagara. Informasi responden yang sudah dikumpulkan dalam penelitian ini mencakup jenis kelamin, tempat tinggal, dan jurusan.

Dalam poin jenis kelamin: pria sebanyak 50 orang (58,1%), dan jenis kelamin wanita sebanyak 36 orang (41,9%) dengan total keseluruhan 100%. Dalam poin tempat tinggal responden yang bertempat tinggal di DKI Jakarta sebanyak 79 orang (91,9%), dan juga yang bertempat tinggal di luar DKI Jakarta sebanyak 7 orang (8,1%) dengan total keseluruhan 100%. Dalam poin jurusan, mahasiswa yang mengambil jurusan manajemen sebanyak 70 orang (81,3%), mahasiswa yang mengambil jurusan akuntansi dan desain interior sebanyak 12 orang (14%) dan mahasiswa yang mengambil jurusan lainnya sebanyak 4 orang (4,7%) dengan total keseluruhan 100%.

Uji validitas di dalam penelitian ini menggunakan 1 pengujian yaitu *convergent validity*. Di dalam pengujian *convergent validity* digunakan 2 metode yakni *outer loadings* atau *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Untuk terpenuhinya kriteria *convergen validity* terdapat syarat-syarat yang harus terpenuhi seperti nilai *Average Variance Extracted (AVE)* harus lebih dari 0,50 dan nilai *outer loadings* harus lebih dari 0,70.

Uji reliabilitas dalam penelitian menggunakan dua pendekatan yakni *Cronbach's alpha* dan *composite-reliability*. Kriteria reliabilitas terpenuhi jika nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 dan *composite-reliability* lebih besar dari 0,7.

Tabel 1. Validitas & Reliabilitas

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite reliability</i>	<i>AVE</i>
ETO	0,761	0,801	0,860	0,673
PCS	0,723	0,729	0,878	0,783
PSE	0,757	0,792	0,859	0,670
SEI	0,799	0,810	0,881	0,712

Tabel 2. *Loading Factor*

	ETO	PCS	PSE	SEI
ETO1	0,758			
ETO2	0,879			
ETO3	0,819			
PCS1		0,898		
PCS2		0,871		
PSE1			0,862	
PSE2			0,845	
PSE3			0,744	
SEI1				0,808
SEI2				0,870
SEI3				0,852

Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari variabel dukungan sosial, empati kepada sesama, efikasi diri, dan minat kewirausahaan sosial lebih dari 0,5, artinya kriteria *convergent validity* pada setiap variabel sudah terpenuhi. Nilai *loading factor* dari variabel dukungan sosial, empati, efikasi diri dan minat kewirausahaan sosial lebih dari 0,7 artinya *loading factor* dari setiap variabel sudah memenuhi kriteria *convergent validity*.

Hasil reliabilitas dari variabel dukungan sosial, empati kepada sesama, efikasi diri, dan minat kewirausahaan sosial. Nilai *Cronbach's alpha* dari setiap variabel lebih besar dari 0,6 serta nilai *composite-reliability* dari setiap variabel lebih dari besar dari 0,7. Artinya, setiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Uji Hipotesis

	Hypothesis Test				
	<i>Original sample / Path coefficient (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P values</i>
(H1) PCS -> SEI	0,486	0,475	0,090	5,389	0,000
(H2) ETO -> SEI	0,210	0,215	0,105	1,990	0,047
(H3) PSE -> SEI	0,078	0,099	0,100	0,781	0,435

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1), dapat dilihat nilai *Path Coefficients* sebesar 0,486, nilai dari *t-statistics* 5,389 > 1,96, dan nilai dari *p-value* 0,000 < 0,100. Maka dapat disimpulkan bahwa indikator dukungan sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat kewirausahaan sosial. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 dapat diterima. Dari hasil hipotesis tersebut dapat disimpulkan bahwa dukungan sosial sangat berpengaruh di dalam meningkatkan niat atau minat seseorang untuk menjadi seorang kewirausahaan sosial. Artinya semakin seseorang memperoleh sebuah dukungan yang besar dari sebuah komunitas maka semakin tinggi dan semakin terdorong niat seseorang untuk membantu dan menyelesaikan masalah-masalah sosial seperti kesenjangan sosial, kemiskinan, pengangguran, dan lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian milik Rambe & Ndofirepi (2019) yang menekankan pentingnya dukungan sosial agar seseorang percaya dan berniat untuk menjadi sebuah pengusaha di bidang sosial, Ip (2017) juga mengatakan bahwa terdapat hasil yang positif antara dukungan sosial terhadap minat kewirausahaan sosial, jika di dalam sebuah komunitas tersebut adanya ketersediaan sumber daya yang benar benar dapat digunakan oleh para pengusaha pemula untuk mendirikan SEI di mana lingkungan tersebut memiliki sebuah kerangka kelembagaan yang kurang. yang dimaksud dari kerangka kelembagaan adalah sebuah tata aturan yang mengatur area berbisnis agar memiliki nilai keadilan (lebih *fair* antara pelaku ekonomi). Younis (2020) juga berpendapat sebuah dukungan sosial yang pernah dialami seperti (mendirikan sebuah bisnis yang bertujuan untuk membantu orang yang sedang terkena musibah tanpa mengharapkan sebuah imbalan atau keuntungan) dan kemudian menerima sebuah apresiasi dari lingkungan sekitarnya. Hal tersebut menjadi sebuah prediktor yang sangat kuat di dalam meningkatkan motivasi seseorang untuk menjadi seorang kewirausahaan sosial.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H2), dapat di lihat nilai *Path Coefficients* sebesar 0,210, nilai dari *t-statistics* 1,990 > 1,96, dan nilai dari *p-value* 0,047 < 0,100. Maka dapat disimpulkan bahwa indikator empati kepada sesama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat kewirausahaan sosial. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 dapat diterima. Dari hasil hipotesis tersebut dapat disimpulkan bahwa di dalam empati kepada sesama menunjukkan pengaruh di dalam meningkatkan minat seseorang untuk menjadi seorang kewirausahaan sosial. Artinya di dalam penelitian ini responden memiliki rasa empati yang cukup di dalam mengetahui, mengalami, dan menanggapi kebutuhan masyarakat yang kurang

mampu. Empati menjadi sebagai salah satu indikator utama di dalam menjadi seorang kewirausahaan sosial, namun ada faktor-faktor baik dari internal maupun eksternal yang mendukung rasa empati tersebut. Menurut Mohammadi (2020), empati kepada sesama menjadi prediktor terkuat di dalam SEI, ia menunjukkan bahwa semakin kuat keprihatinan empati, maka semakin tinggi niat seseorang untuk terlibat di dalam kegiatan kewirausahaan sosial. Seseorang yang memiliki rasa empati yang tinggi mampu mengetahui, mengalami, dan menanggapi kebutuhan masyarakat yang kurang mampu. Sebaliknya, orang yang memiliki rasa empati yang kurang tidak mampu membayangkan atau menempatkan di tempat orang yang sedang menderita, akibatnya mereka tidak dapat berbagi perasaan yang sama dengan mereka. Hasil temuan dari Mohammadi (2020), sesuai dengan hasil penelitian Aure (2018), yang menyatakan empati secara positif mempengaruhi SEI. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian Bargsted (2013), yang menyatakan bahwa pengusaha sosial cenderung mampu merasakan empati, berpikir positif, dan ingin membantu orang yang mengalami kesusahan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H3), dapat di lihat nilai *Path Coefficients* sebesar 0,078, nilai dari *t-statistics*  $0,781 < 1,96$ , dan nilai dari *p-value*  $0,435 > 0,100$ . Maka dapat disimpulkan bahwa indikator dukungan sosial memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap minat kewirausahaan sosial, Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 ditolak. Hal ini dapat berarti 3 hal yaitu: pertama, para responden kurang memahami apa arti dari efikasi diri, bertujuan untuk apa, dan jika pun ada wawasan mengenai apa itu efikasi diri para responden tidak mendapatkan sebuah dukungan baik dari internal maupun dari eksternal yang dapat menumbuhkan rasa efikasi diri tersebut. Kedua beberapa responden peneliti memiliki pola pemikiran dan keinginan yang berbeda-beda untuk mewujudkan masa depan masing-masing dan itupun adalah hak dari responden tersebut. Ketiga responden peneliti belum memiliki keyakinan yang kuat untuk membuat sebuah kewirausahaan sosial. Penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hockerts; Tiwari, Bhat, and Tikoria (2017) menemukan bahwa efikasi diri merupakan sebuah prediktor penting di dalam SEI. Menurut Hockerts (2017), efikasi diri pada kewirausahaan sosial digambarkan sebagai sebuah keyakinan seseorang bahwa individu tersebut dapat berkontribusi memecahkan masalah masyarakat. orang dengan efikasi diri yang tinggi memiliki kepercayaan diri di dalam melakukan tugas yang berhubungan dengan kewirausahaan sosial dan cenderung bertahan ketika masalah masalah sosial tersebut muncul.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara dukungan sosial terhadap minat kewirausahaan sosial.
- b. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara empati kepada sesama terhadap minat kewirausahaan sosial.
- c. Terdapat pengaruh yang positif dan tidak signifikan antara efikasi diri terhadap minat kewirausahaan sosial.

##### **Saran**

- a. Bagi Universitas Tarumanagara, disarankan untuk lebih memperbanyak kursus-kursus atau pengenalan terhadap kewirausahaan terutama terhadap kewirausahaan sosial, agar mahasiswa Universitas Tarumanagara dapat mengenal lebih dalam terhadap apa itu kewirausahaan sosial.

- b. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas wilayah penelitian dengan melakukan penelitian di berbagai universitas lainnya.
- c. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah jumlah responden penelitian sehingga hasil penelitian bisa lebih tepat dan mewakili jumlah populasi.
- d. Bagi masyarakat, disarankan untuk memulai menyisihkan sedikit dari pendapatan untuk di donasikan kedalam organisasi-organisasi kewirausahaan sosial yang bertujuan untuk menuntaskan masalah-masalah sosial yang terdapat di dalam sebuah masyarakat.

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam penelitian ini, khususnya kepada Universitas Tarumanagara yang telah memfasilitasi proses pengumpulan data.

### **REFERENSI**

- Asmuruf, T. A. & Soelaiman, L. 2022, April. Entrepreneurship Intentions Among Vocational School Students in Sorong Regency-West Papua. In *3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)* (pp. 1301-1306). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.208>
- Aure, P. A. P., Dui, R.P., Jimenez, S. V., Daradar, D. D., Gutierrez, A. N. A., Blasa, A. C., & Sy-Changco, J., 2019. Understanding social entrepreneurial intention through social cognitive career theory: a partial least squares structural equation modelling approach. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 10(1), pp.92-110.
- Bargsted, M., Picon, M., Salazar, A., & Rojas, Y., 2013. Psychosocial characterization of social entrepreneurs: A comparative study. *Journal of social entrepreneurship*, 4(3), pp.331-346.
- Hamid, Z., Hengchao, Z., & Mhd-Sarif, S., 2017. Economic theories of social entrepreneurship. *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, 2(6), pp.110-122.
- Hockerts, K., 2017. Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), pp.105-130.
- Ip, C.Y., Wu, S.C., Liu, H.C., & Liang, C., 2017. Revisiting the antecedents of social entrepreneurial intentions in Hong Kong. *International Journal of Educational Psychology*, 6(3), pp.301-323.
- Kannampuzha, M. & Hockerts, K., 2019. Organizational social entrepreneurship: scale development and validation. *Social Enterprise Journal*.
- Kim, H. & Han, S., 2018. Does personal distress enhance empathic interaction or block it? *Personality and Individual Differences*, 124, pp.77-83.
- Mohammadi, P., Kamarudin, S., & Omar, R., 2020. Do Islamic Values Impact Social Entrepreneurial Intention of University Students in Malaysia? An Empirical Investigation Into The Mediating Role of Empathy. *International Journal of Economics & Management*, 14(3).
- Rambe, P. & Ndofirepi, T. M. 2021. Explaining social entrepreneurial intentions among college students in Zimbabwe. *Journal of Social Entrepreneurship*, 12(2), pp.175-196.
- Saban, M. T. & Kirby, A., 2019. Empathy, social relationship and co-occurrence in young adults with DCD. *Human movement science*, 63, pp.62-72.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J., 2017. The role of emotional intelligence and self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial intentions. *Journal of Social Entrepreneurship*, 8(2), pp.165-185.

- Weaver, R. L., 2018. Re-conceptualizing social value: applying the capability approach in social enterprise research. *Journal of Social Entrepreneurship*, 9(2), pp.79-93.
- Wijaya, A., Ekadjaja, A., & Geovanny, C., 2021. Pengaruh Openness Dan Entrepreneurial Self-Efficacy Terhadap Entrepreneurial Intention Dimoderasi Entrepreneurship Education Dan Gender. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), pp.62-73. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v13i1.1942>
- Younis, A., Xiaobao, P., Nadeem, M. A., Kanwal, S., Pitafi, A. H., Qiong, G., & Yuzhen, D., 2021. Impact of positivity and empathy on social entrepreneurial intention: The moderating role of perceived social support. *Journal of Public Affairs*, 21(1), p.e2124.
- Tingkat Pengangguran Terbuka di Asia Tenggara (2020-2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/13/imf-proyeksikan-pengangguran-indonesia-menurun-namun-tetap-tinggi-di-asean>