



Terbit *online* pada laman web jurnal : <http://ojs.unitas-pde.ac.id/>

Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan

[ISSN \(Print\) 2086-5031](#) [ISSN \(Online\) 2615-3300](#)

JMK

PERAN EMPATI DAN PERSEPSI DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP NIAT MENJADI WIRAUSAHA SOSIAL

Selfia Juwita¹⁾, Toni Prasetyo²⁾, Purbo Jadmiko³⁾

INFORMASI ARTIKEL

Sejarah Artikel:
Diterima Redaksi: Oktober 2019
Revisi Akhir: Oktober 2019
Diterbitkan *Online*: Desember 2019

KATA KUNCI

Empati, Persepsi dukungan social Niat menjadi wirausaha social

KORESPONDENSI

Telepon: -
E-mail: selfia.juwita98@gmail.com

A B S T R A C T

Unemployment is one of the complex problems in developing countries like Indonesia. The government and universities need to work together to overcome these problems. One of the things that can be done by universities is by changing the mindset of students from job seekers to job creators. This study aims to analyze the effect of empathy and received social support on social entrepreneurial intentions. This type of research is a quantitative research design with survey techniques. The sample used in this study were 155 (students of the Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University). The analysis used is multiple linear regression techniques. The results of this study indicate that perceived social support has a positive and significant effect on social entrepreneurial intention. While empathy does not affect to social entrepreneurial intention. The implications of this research for universities need to be able to redesign the entrepreneurship curriculum into social entrepreneurship.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tidak dapat dipungkiri bahwa Indonesia menghadapi masalah keterbatasan kesempatan kerja bagi para lulusan perguruan tinggi dengan semakin meningkatnya jumlah pengangguran intelektual belakangan ini. Badan Pusat Statistik (BPS) belum lama merilis kondisi ketenagakerjaan Indonesia per Februari 2019. Berdasarkan data tersebut pada kurun waktu tahun 2017 hingga 2019 pengangguran dari latar belakang pendidikan mengalami peningkatan yakni 6,4% - 6,9 % (Diploma) dan 5% - 6,2% (Sarjana). (Katadata.co.id).

Kondisi yang dihadapi akan semakin diperburuk dengan situasi persaingan global (misal pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN/MEA) yang akan memperhadapkan lulusan perguruan tinggi Indonesia bersaing secara bebas dengan lulusan dari perguruan tinggi asing. Oleh karena itu, para sarjana lulusan perguruan tinggi perlu diarahkan dan didukung untuk tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*) namun dapat dan siap menjadi pencipta pekerjaan (*job creator*) juga.

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa perguruan tinggi dipercaya merupakan alternatif jalan keluar untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena para sarjana diharapkan dapat menjadi wirausaha muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri. Jumlah pengusaha di Indonesia meningkat dari yang sebelumnya

hanya sebesar 1,67 % menjadi 3,10% dari total jumlah penduduk Indonesia yang saat ini sebanyak 225 juta jiwa. Namun, Jumlah ini terbilang minim dibanding tingkat wirausaha di negara-negara maju yang bisa mencapai 14% (wartaekonomi.com). dilain sisi kewirausahaan sosial dipandang dapat menjadi solusi dalam membantu pemerintah untuk menurunkan tingkat kemiskinan dan memperluas lapangan pekerjaan.

Lebih lanjut, menyikapi persaingan dunia bisnis masa kini dan masa depan yang lebih mengandalkan pada *knowledge* dan *intellectual capital*, maka agar dapat menjadi daya saing bangsa, pengembangan wirausaha sosial perlu diarahkan pada kelompok orang muda terdidik (intelektual) dapat membantu mengatasi berbagai persoalan sosial. Mahasiswa adalah calon lulusan perguruan tinggi yang perlu didorong dan ditumbuhkan niat mereka untuk berwirausaha (*Entrepreneurial intention*) khususnya kewirausahaan sosial.

Perhatian kewirausahaan sosial secara global mendapatkan momentumnya ketika Muhammad Yunus mendapatkan hadiah Nobel perdamaian tahun 2006 karena memelopori pengembangan kredit mikro dan bisnis sosial melalui gramen bank. Wirausaha sosial melihat masalah sebagai peluang untuk membentuk sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat sekitar. Penelitian ini

bertujuan mengidentifikasi factor personality individu yakni empati yang dipersepsikan individu dan dukungan sosial terhadap minat seseorang untuk menjadi wirausaha sosial.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Empathy

Minat berwirausaha sosial yakni perilaku psikologis manusia dalam mempengaruhi orang lain untuk mengumpulkan pengetahuan, memahami ide-ide dan melaksanakan rencana bisnis sosial untuk menjadi seorang wirausahawan sosial (Mair et al., 2006). Beberapa penelitian tentang minat berwirausaha sosial telah banyak diteliti. Beberapa penelitian masih fokus mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha sosial baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung. Penelitian yang dilakukan oleh (Ayob et al., 2013) menemukan bahwa empati yang dipersepsikan oleh pembisnis dan mahasiswa ekonomi dari beberapa perguruan tinggi negeri maupun swasta di Malaysia ditemukan bahwa empati berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha sosial. Semakin tinggi tingkatan empati yang dipersepsikan oleh mahasiswa, semakin tinggi kecenderungan untuk berniat menjadi wirausahawan sosial. Berdasarkan uraian tersebut kemudian diajukan hipotesis pertama sebagai berikut:
Hipotesis 1: Empati berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha sosial

Perceived Sosial Support

Dukungan sosial merupakan interaksi manusia di mana sumber daya sosial-emosional, keterikatan, serta kedekatan dipertukarkan. Pembangunan dukungan sosial berperan penting dalam hasil kesehatan mental karena potensinya untuk melindungi orang-orang dari berbagai gangguan fisik dan psikologis (Cobb, 1976). Dukungan sosial muncul untuk mengatasi stress, depresi serta masalah kesehatan mental (Gottlieb, 1981). Dukungan sosial berperan sebagai sumber yang terdiri dari jaringan teman dan kenalan (sosial network) guna membantu seseorang dalam mengatasi masalah-masalah sehari-hari atau krisis yang serius (Neergaard, et, al 2005). Dengan begitu, relasi yang baik akan memunculkan perilaku saling mendukung antar anggota organisasi, seperti berapa banyak individu dalam organisasi tersebut merasa masalah pribadi mereka terbantu untuk penyelesaiannya (Salanova, Bakker & Liorens, 2006).

Dukungan sosial (sosial support) didefinisikan sebagai informasi verbal dan non verbal, saran subyek di dalam lingkungan sosialnya atau yang berupa kehadiran dan berpengaruh pada tingkah laku penerimanya (Gottlieb, 1981). Pendapat lain dukungan sosial adalah tingkat penilaian individu sejauh mana kebutuhan mereka untuk dukungan, informasi, dan umpan balik dipenuhi oleh teman-teman dan keluarga (Procidano & Heller, 1983). Orang

orang yang merasa memperoleh dukungan sosial secara emosional merasa lega karena diperhatikan, mendapat saran atau kesan yang menyenangkan pada dirinya.

Hockerts (2017) dimana dukungan sosial yang diterima oleh seseorang sangat mempengaruhi niat kewirausahaan sosial. Hal ini menjelaskan bahwa dukungan yang diberikan di lingkungan dimana seseorang tinggal terkait isu sosial mempengaruhi niat kewirausahaan sosial seseorang. Berdasarkan uraian tersebut kemudian diajukan hipotesis kedua sebagai berikut:

Hipotesis 2 : Persepsi dukungan sosial berpengaruh positif terhadap niat menjadi wirausaha sosial.

Sosial Entrepreneurial Intention

Definisi *sosial entrepreneurship* banyak dikembangkan di sejumlah bidang yang berbeda, mulai dari non-profit, profit, sektor publik, dan kombinasi dari ketiganya. Menurut Bill Drayton (pendiri Ashoka Foundation) selaku penggagas *sosial entrepreneurship* terdapat dua hal kunci dalam *sosial entrepreneurship*. Pertama, adanya inovasi sosial yang mampu mengubah sistem yang ada di masyarakat. Kedua, hadirnya individu yang mempunyai visi, kreatif, berjiwa wirausaha (*entrepreneurial*), dan beretika di belakang gagasan inovatif tersebut (Dwianto, 2018).

Hulgard (2010) merangkum definisi *sosial entrepreneurship* secara

lebih komprehensif yaitu sebagai penciptaan nilai sosial yang dibentuk dengan cara bekerja sama dengan orang lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial yang biasanya menyiratkan suatu kegiatan ekonomi. Definisi komprehensif di atas memberikan pemahaman bahwa kewirausahaan sosial terdiri

dari empat elemen utama yakni *sosial value, civil society, innovation, and economic activity* (Hulgard, 2010) :

1. *Sosial Value*. Ini merupakan elemen paling khas dari kewirausahaan sosial yakni menciptakan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.
2. *Civil Society*. Kewirausahaan sosial pada umumnya berasal dari inisiatif dan partisipasi masyarakat sipil dengan mengoptimalkan modal sosial yang ada di masyarakat.
3. *Innovation*. Kewirausahaan sosial memecahkan masalah sosial dengan cara-cara inovatif antara lain dengan memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial.
4. *Economic Activity*. Kewirausahaan sosial yang berhasil pada umumnya dengan menyeimbangkan antara aktivitas sosial dan aktivitas bisnis. Aktivitas bisnis/ekonomi dikembangkan untuk menjamin kemandirian dan berkelanjutan misi sosial organisasi.

3.METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kuantitatif dengan teknik survey. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 155 responden (mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Bung Hatta). Analisis yang digunakan adalah teknik regresi linear berganda. Sedangkan metode penarikan sampel dengan menggunakan *convenience sampling*. Variabel empati dan niat menjadi wirausaha sosial diukur menggunakan 3 item pernyataan yang diadopsi oleh Hockerts (2015) dan variabel persepsi dukungan sosial diukur oleh Tiwari et al (2017).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan pertama sebelum dilakukannya pengujian hipotesis adalah menguji instrumen penelitian. Pengujian instrumen penelitian bertujuan untuk memastikan bahwa item-item pertanyaan yang telah

dirancang valid. Pengujian validitas menggunakan menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Metode *Kayser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* dan *Bartlett's Test of Sphericity* digunakan untuk mengevaluasi kekuatan asosiasi linier di antara butir item dalam matrik korelasi. *Skor Kayser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* > 0,50 dianggap dapat diterima dan mengindikasikan bahwa uji analisis faktor layak dilakukan. Seperti yang ditampilkan pada Tabel 1, skor *Kayser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* = 0,792 (*Bartlett's Test of Sphericity: Approx. Chi-Square* = 466,738, *df* = 55, *Sig. at p* < 0,00) untuk model penelitian, dimana melibatkan item-item yang mengukur variabel empati, persepsi dukungan sosial, dan niat menjadi wirausaha sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengujian dengan analisis faktor dapat dilakukan.

Tabel 1
Nilai KMO

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy .		,792
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	466,738
	df	55
	Sig.	,000

Sumber: Data diolah (2019)

Tabel 2
Hasil Uji Validitas CFA

Rotated Component Matrix			
Item	Component		
	1	2	3
PSS1	,784		
PSS2	,880		
PSS3	,804		
SEI1		,838	
SEI2		,811	
SEI3		,953	
EMP1			,801
EMP2			,802
EMP3			,753

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan uji validitas dengan metode CFA, diperoleh bahwa seluruh item pernyataan berada pada nilai *loading factor* > 0,5 yang menunjukkan valid. Langkah berikutnya adalah melakukan pengujian reabilitas dari item-item

pertanyaan yang sudah dinyatakan valid. Secara umum dari ketiga variabel penelitian diketahui bahwa dua variabel sudah menunjukkan kecukupan nilai *Cronbach's Alpha* (Tabel 3).

Tabel 3
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha
Empati	3	,682
Persepsi dukungan sosial	3	,761
Niat menjadi wirausaha sosial	3	,528

Sumber: Data diolah (2019)

Hubungan antara variabel bebas empati dan persepsi dukungan sosial dengan variabel terikat yakni niat menjadi wirausaha sosial ditentukan melalui uji analisis regresi

linear berganda. Hasil yang ditunjukkan pada Tabel 4 mengindikasikan bahwa empati yang dipersepsikan tidak berpengaruh terhadap niat menjadi wirausaha sosial

(Standardized Coefficient's Beta = -0,18, Sig. at $p > 0,05$), H_1 ditolak. Artinya empati yang dipersepsikan oleh seseorang tidak berpengaruh terhadap niat menjadi wirausaha sosial. Hal ini mungkin saja disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada konteks penelitian ini.

Selanjutnya, pernyataan hipotesis untuk H_2 bahwa persepsi dukungan sosial berpengaruh positif terhadap niat menjadi wirausaha sosial

(Standardized Coefficient's Beta = 0,206, Sig. at $p < 0,05$), H_2 diterima. Artinya persepsi dukungan sosial seseorang berpengaruh positif terhadap niat menjadi wirausaha sosial. Semakin tinggi dukungan sosial yang diterima oleh seseorang memungkinkan seseorang untuk peduli terhadap persoalan sosial. Kondisi tersebut menguatkan niat seseorang untuk mengambil tindakan dengan berniat menjadi seorang wirausaha sosial.

Tabel 4
Hasil Regresi Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,811	1,276		6,903	,000		
	EMP	-,019	,090	-,018	-,208	,836	,844	1,184
	PSC	,223	,094	,206	2,387	,018	,844	1,184

a. Dependent Variable: SEI

Sumber: Data diolah (2019)

5. KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini ialah untuk memahami fenomena niat menjadi wirausaha sosial individu dengan menelusuri bagaimana pengaruh empati dan persepsi dukungan sosial terhadap niat menjadi wirausaha sosial. Berdasarkan penelitian, hasil analisis telah menunjukkan bahwa persepsi dukungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menjadi wirausaha sosial. Diharapkan ketika individu memiliki persepsi dukungan sosial yang tinggi, maka mereka akan menggunakan pengetahuannya yakni diwujudkan pada perilaku berwirausaha sosial. Oleh karena itu, persepsi dukungan sosial dipandang

berperan penting dalam mewujudkan niat menjadi wirausaha sosial.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian Hockerts (2017) dimana dukungan sosial yang diterima oleh seseorang sangat mempengaruhi niat kewirausahaan sosial. Hal ini menjelaskan bahwa dukungan yang diberikan di lingkungan dimana seseorang tinggal terkait isu sosial mempengaruhi niat kewirausahaan sosial seseorang.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini diharapkan berimplikasi bagi perguruan tinggi yang perlu kiranya dapat medesain ulang kurikulum kewirausahaan menjadi kewirausahaan sosial. Hal ini dilakukan agar mahasiswa dapat menumbuhkan jiwa wirausaha sosial untuk ikut serta dalam

memabantu pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayob, N., Yap, S., Sapuan, A., & Rashid, A. (2013). Sosial Entrepreneurial Intention among Business Undergraduates : An Emerging Economy Perspective 1, 15(3), 249–267.
- Dwianto (2018) Sosial Entrepreneur Ship: Inovasi Dan Tantangannya Di Era Persaingan Bebas. *Majalah Ilmiah Bijak* Vol. 15, No. 1, Maret 2018, Pp. 68 – 76
- Gottlieb, B. H. (Ed.). (1981). *Sosial Networks And Sosial Support*. Beverly Hills, Ca: *Sage Publications*.
- <https://katadata.co.id/infografik/2019/05/17/angka-pengangguran-lulusan-perguruan-tinggi-meningkat> Diakses pada 20 Oktober 2019
- Hulgard (2010) *Emes European Research Network*.
- Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (2006). *Sosial Entrepreneurship*. Palgrave Macmillan Houndmills, New York
- Mair dan Marti (2004) *Sosial Entrepreneurship Research: A Source Of Explanation, Prediction, And Delight*. *Iese Business School*.
- Mair dan Marti (2012). *Sosial Entrepreneurship Research: A Source Of Explanation, Prediction, And Delight*. *Iese Business School*.
- Neergaard, Helle, Shaw, & Carter. (2005) The Impact Of Gender, Sosial Capital And Networks On Business Ownership: A Research Agenda. *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research* Vol. 11 No. 5, 2005.
- Newby-Fraser, E., & Schlebusch, L. (1997). Sosial Support, Self-Efficacy And Assertiveness As Mediators Of Student Stress. *Psychology: A Journal Of Human Behavior*, 34, 61-69
- Peredo, A.M. And Mclean, M. (2006) ‘Sosial Entrepreneurship: A Critical Review Of The Concept’. *Journal Of World Business*, Vol. 41, No. 1, Pp.56–65.
- Rahmah (2017) *Entrepreneurial Education Dan Entrepreneurial Intention: Sosial Support Sebagai Moderasi Variabel*. *Jispo* Vol. 7 No. 1 Edisi: Januari-Juni Tahun 2017
- Salanova, M., Bakker, A B. & Llorens, S.(2006) Flow At Work: Evidence For An Upward Spiral Of Personal And Organizational Resources. *Journal Of Happiness Studies*. Vol. 7, 1-22.
- Yosepha Pusparisa (2019).
- Zimet, G.D., Dahlem, N.W., Zimet, S.G. & Farley, G.K. (1988). The Multidimensional Scale Of Perceived Sosial Support. *Journal Of Personality Assessment*, 52, 30-41.