

MINAT BERWIRAUSAHA SOSIAL: STUDI EMPIRIS DIKALANGAN MAHASISWA DI BERBAGAI PERGURUAN TINGGI NEGERI DAN SWASTA

Purbo Jadmiko, Wiry Utami, Tyara Dwi Putri, Ridhatulghina Davizy

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
Jl. Bagindo Aziz Chan Jl. By Pass, Aie Pacah, Kec. Koto Tengah, Kota Padang, Sumatera Barat 25586
E-mail : purbojadmiko@bunghatta.ac.id

diterima: 29/6/2022; direvisi: 19/7/2022; diterbitkan: 26/9/2022

Abstract: The purpose of this study was to analyze the factors that influence the interest in social entrepreneurship among students. The urgency of this research can be seen in the results of mapping the characteristics of social entrepreneurship in universities, especially in Indonesia (the impact of social entrepreneurship in supporting the realization of a green economy in Indonesia). This study used 316 respondents spread from various public and private universities in Indonesia. Methods of data collection with survey techniques with the help of google form. Analysis of the data in this study using multiple regression techniques. The results showed that prosocial motivation, intrinsic motivation, and moral obligation had a positive effect on students' interest in becoming social entrepreneurs. The implications of this research result can be used by universities to develop entrepreneurship education curriculum in various social learning activities. Students' empathy and awareness can be developed through social entrepreneurship education programs.

Keywords: *Interest in social entrepreneurship; moral obligation; prosocial motivation; intrinsic motivation*

PENDAHULUAN

Salah satu tema riset pada Prioritas Riset Nasional (PRN) tahun 2020 – 2024 dalam bidang sosial humaniora dan budaya adalah pembangunan sosial ekonomi inklusif. Adapun target tema tersebut ialah agar tercapainya pengembangan budaya entrepreneurship dan penguatan proteksi sosial ekonomi keluarga dan masyarakat di Indonesia. Hal ini selaras dengan Permendikbud No. 22 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Tahun 2020-2024: “Membangun SDM pekerja keras yang dinamis, produktif, terampil, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi didukung dengan kerja sama industri dan talenta global”. Hal ini sejalan dengan Nawacita kedua Presiden: “struktur ekonomi yang produktif, mandiri, dan berdaya saing”.

Potensi wirausaha di Indonesia juga sangat besar untuk dikembangkan.

Oleh karenanya perlu ada upaya-upaya yang terstruktur dan berkesinambungan untuk menggali, mendorong, dan menumbuhkan kegiatan-kegiatan yang berkaitan kewirausahaan di Indonesia. Kegiatan kewirausahaan yang dimaksud tidak hanya fokus pada profit semata. Namun, juga dapat berkontribusi mengatasi berbagai masalah ekonomi sosial. Perlu upaya yang konkrit untuk mewujudkan kepedulian sosial melalui people (pemberdayaan) dan planet (kelestarian alam) yang merupakan aspek penting dalam Triple Button Line (profit, people, planet). Salah satu konsep kewirausahaan yang menawarkan misi sosial ialah kewirausahaan sosial.

Berdasarkan laporan Global Entrepreneurship Monitor pada tahun 2017 dunia dengan kegiatan wirausaha sosial tertinggi baik di level awal dan yang beroperasi adalah Amerika Serikat dan China (30%), diikuti oleh sub-Sahara Afrika (10%). Asia Tenggara termasuk

Indonesia di dalamnya adalah wilayah dengan pengusaha sosial paling sedikit (5%). Kondisi tersebut menjadi tantangan sekaligus peluang bagi Indonesia. Berdasarkan sensus penduduk Indonesia tahun 2020 dimana usia penduduk produktif (15-64) mencapai 70,72% dari total penduduk 270,20 juta jiwa. Peran perguruan tinggi untuk aktif mempromosikan kewirausahaan sosial menjadi penting untuk dilakukan (termasuk riset kewirausahaan sosial menjadi penting) dan pengembangan sumber daya manusia tingkat mahasiswa (Zakiy, 2021).

Lebih lanjut, Kemendikbudristek telah menetapkan green economy (kewirausahaan sosial termasuk unsur didalamnya) menjadi salah satu 5 bidang fokus utama penelitian tahun 2022. Fokus riset kewirausahaan sosial juga mendapat perhatian khusus pada Indonesia Green Growth Program oleh Bappenas, program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), dan Riset Keilmuan oleh Kemdikbud. Peran pemerintah juga tampak pada program yang dilakukan oleh Kementerian Sosial melalui Program Kewirausahaan Sosial (ProKUS) sejak tahun 2021 dengan sasaran penerima manfaat Program Keluarga Harapan (PKH) dalam upaya percepatan penumbuhan kewirausahaan sosial serta pengentasan kemiskinan di Indonesia. Oleh karena itu, riset kewirausahaan menjadi sangat penting untuk dilakukan khususnya di Perguruan Tinggi. Kewirausahaan sosial dianggap dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan kesejahteraan dan kesetaraan sosial masyarakat, sekaligus mengurangi resiko kerusakan lingkungan (upaya mewujudkan Green Economy di Indonesia).

Tujuan khusus penelitian ini antara lain: 1) Mengidentifikasi karakteristik kewirausahaan sosial di perguruan tinggi terhadap intensi menjadi wirausaha sosial; 2) Menganalisis

dan menguji model pembentukan minat berwirausaha Sosial pada mahasiswa terhadap intensi menjadi wirausaha sosial; 3) Menganalisis dan menguji pengaruh prosocial motivation, moral obligation, dan procosial motivation terhadap niat berwirausaha sosial dikalangan mahasiswa di Perguruan Tinggi di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Social entrepreneur mengusung tema ekonomi yang berkelanjutan. Menurut Portales (2019) dalam bukunya *Social Innovation and Social Entrepreneurship Fundamentals, Concepts, and Tools* terdapat 3 unsur penting pada social enterprises. Unsur pertama adalah unsur alasan utama berupa misi sosial dan penyelesaian masalah sosial. Unsur ini merupakan unsur utama yang membedakan dengan wirausaha konvensional. Misi sosial menjadi pilar utama. Selain itu, juga andil dalam memberikan solusi dari berbagai permasalahan sosial. Unsur kedua adalah implementasi berupa menghasilkan inovasi sosial dan skalabilitas. Unsur inovasi sosial tampak pada bagaimana cara “memproduksi” solusi atas permasalahan sosial. Masalah selalu memberi ruang untuk menciptakan inovasi terbaru. Terlebih solusi yang mengedepankan aspek saling menguntungkan bagi berbagai pihak. Terakhir ialah unsur dampak berupa nilai yang diciptakan dan keberlanjutan.

Ekonomi keberlanjutan menjanjikan banyak manfaat dan menciptakan kesejahteraan sosial yang berkeadilan. Bukan hanya kesejahteraan sekelompok tertentu. Beberapa unsur social enterprises tersebut memberikan warna baru pada model bisnis era saat ini. Era sharing economy dan kolaborasi. Lebih lanjut, Porales (2019) menekankan pentingnya aspek individu dalam memotivasi diri sendiri untuk terlibat menjadi bagian dari solusi di masyarakat.

Motivasi yang muncul pada diri seseorang tidak serta merta muncul dengan sendirinya. Namun, lebih dipicu karena faktor lingkungan. Sementara itu, pihak pemerintah dan juga unsur pendidikan sudah seharusnya berkontribusi terhadap berbagai permasalahan sosial. Perlu keterlibatan pendidikan tinggi dalam mentransfer unsur-unsur kewirausahaan sosial kepada mahasiswa melalui berbagai aktivitas pembelajaran langsung (social project).

Penelitian yang dilakukan oleh Rashid (2018), menemukan minat kewirausahaan sosial dipengaruhi oleh efikasi diri. Selaras dengan penelitian Hockerts (2015) peran empati seseorang berpengaruh positif terhadap minat kewirausahaan sosial kalangan mahasiswa. Persepsi empati terhadap persoalan sosial menyebabkan seseorang berniat menjadi seorang wirausahawan sosial (Jadmiko, 2020).

Selanjutnya, beberapa studi kewirausahaan sosial ditinjau dari aspek perbedaan gender (Nicholas dan Rubio, 2016), kewirausahaan sosial perempuan (Rosca et al, 2020) dan budaya (Canestrisno et al, 2020; Jadmiko et al., 2022) juga telah diteliti. Namun demikian, penelitian yang fokus membahas karakteristik kewirausahaan sosial di perguruan tinggi masih sangat terbatas dilakukan. Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu rumusan kebijakan bagi perguruan tinggi untuk memaksimalkan aspek kewirausahaan sosial pada kurikulum pendidikan kewirausahaan kepada mahasiswa. Studi oleh Yamini et al., (2020) dan Ayob et al., (2013) menunjukkan bahwa motivasi prososial dan motivasi instrinsik pada individu berpengaruh terhadap intensi menjadi wirausaha sosial. Berdasarkan beberapa dukungan dari penelitian empiris, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif melalui survei. Survei dilakukan dengan melibatkan sebanyak 316 mahasiswa di berbagai perguruan tinggi negeri dan swasta dengan bantuan google form. Pengujian validitas instrumen penelitian menggunakan confirmatory factor analysis (CFA). Selanjutnya, pengujian reliabilitas instrument menggunakan teknik analisis Cronbach's alpha. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 14-item instrument yang diadopsi dari berbagai sumber. Metode analisis data yang digunakan ialah menggunakan Regresi Linier Berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Menurut Zakiy (2021), regresi berganda bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen terdiri dari instrinsic motivation, prosocial motivation dan moral obligation. Sedangkan variabel yang dipengaruhi adalah social entrepreneurial intention.

Gender	Frekuensi	%
Laki-laki	111	35,1
Perempuan	205	64,9
Usia		
Rata-Rata Usia	20,4 tahun	
Asal Universitas		
Universitas Negeri (PTN)	143	45,3
Universitas Swasta (PTS)	173	54,7
Mengetahui Definisi Kewirausahaan Sosial		
Baru Mendengar Istilah tersebut	46	14,6
Mengetahui	240	75,9
Tidak Mengetahui	30	9,5
Keterlibatan Kewirausahaan dalam Kurikulum		
Menjadi Mata Kuliah Sendiri (MK Kewirausahaan Sosial)	142	44,9
Subbab pembahasan pada mata kuliah kewirausahaan	127	40,2
Tidak masuk dalam kurikulum	47	14,9

HASIL DAN PEMBAHASAN

Distribusi proposi responden pada penelitian ini lebih didominasi pada gender perempuan (64,9%), dibandingkan dengan laki-laki yang hanya 35,1%. Secara umum, responden berusia rata-rata 20,4 tahun. Dimana pada range usia tersebut mahasiswa merupakan

angkatan tahun ke-2 (berada pada posisi kisaran semester 3-4). Disisi lain, distribusi responden lebih didominasi responden yang berasal dari Perguruan Tinggi Swasta.

Penelitian ini juga mencoba menggali informasi deskripsi terkait pemahaman responden terhadap definisi kewirausahaan sosial itu sendiri. Dimana, 75,9% responden menyatakan bahwa mereka mengetahui definisi kewirausahaan sosial. Sedangkan sebagian (14,6%) baru mendengar istilah kewirausahaan sosial. Sisanya, terdapat 9,5% yang tidak mengetahui tentang kewirausahaan sosial. Selain itu, 44,9% responden menyatakan bahwa kewirausahaan sosial merupakan suatu entitas mata kuliah tersendiri di program studinya, 40,2% menjadi subbab pembahasan pada mata kuliah kewirausahaan dan tidak masuk dalam kurikulum sebanyak 14,9%. Kondisi ini berkorelasi dengan data 75,9% responden mengetahui definisi kewirausahaan sosial (Tabel 1). Sedangkan untuk statistik deskripsi variabel penelitian setelah pengolahan data tampak pada Tabel 2 secara umum, keseluruhan variabel menunjukkan rata-rata dalam level tinggi.

<i>Variables</i>	<i>Mi n.</i>	<i>Ma x.</i>	<i>Mea n</i>	<i>Std. Deviasi on</i>
<i>SocialEntrepre neurialIntention</i>	3	15	11,28	2,310
<i>IntrinsictMotiva tion</i>	4	20	16,24	2,828
<i>ProsocialMotiva tion</i>	4	20	16,98	2,904
<i>MoralObligation</i>	3	15	12,39	2,300

Pengujian instrument merupakan tahapan penting agar validasi dari instrument yang digunakan dalam penelitian valid. Pengujian instrument penelitian ini menggunakan pendekatan Confirmatory Factor Analysis (CFA). Pada tahapan pengujian instrument, nilai KMO menjadi pertimbangan untuk memenuhi kecukupan dan kelayakan sampel yang digunakan. Nilai KMO pada pengujian instrument menunjukkan

nilai 0,932 yang bermakna telah memenuhi kelayakan ($>0,5$).

Keseluruhan (14-item) item instrument telah menunjukkan kriteria factor loading $> 0,5$. Instrument variabel Social Entrepreneurial Intention terdiri atas 3-item dengan muatan faktor berkisar antara 0,501 – 0,880. Instrument variabel prosocial motivation terdiri atas 4-item dengan muatan faktor berkisar antara 0,698 – 0,811. Instrument variabel intrinsict motivation terdiri atas 4-item dengan muatan faktor berkisar antara 0,657 – 0,791. Terakhir, instrument variabel moral obligation terdiri atas 3-item dengan muatan faktor berkisar antara 0,703 – 0,799. Setelah keseluruhan instrument dinyatakan valid, tahap berikutnya ialah menguji reliabilitas. Pengujian reliabilitas menggunakan pendekatan Cronbach'a Alpha dengan minimum nilai 0,6. Keseluruhan variabel telah menunjukkan nilai konsistensi yang handal dengan kisaran nilai Cronbach's Alpha antara 0,733 – 0,908 (Tabel 3).

Tabel 4 menunjukkan korelasi antar variabel independen maupun dependent. Seluruh variabel berkorelasi sangat kuat ($<0,00$ level) dengan variabel lain. Korelasi tertinggi tampak pada variabel prosocial motivation dengan intrinsict motivation (0,726). Sedangkan korelasi terendah ditunjukkan pada variabel moral obligation dengan Social Entrepreneurial Intention. Prosocial motivation dan intrinsict motivation merupakan variabel yang memiliki korelasi terkuat dibandingkan dengan variabel lain. Korelasi kuat dimaknai bahwa antara variabel prosocial motivation dengan intrinsict motivation saling berhubungan.

Tahapan selanjutnya setelah pengujian instrument penelitian memenuhi kriteria, maka tahap berikutnya adalah pengujian hipotesis penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah secara empiris rumusan hipotesis yang diusulkan

terbukti. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan aplikasi SPSS.

Tabel 3. Hasil Pengujian Instrument Penelitian (Validitas dan Reliabilitas)

Instrument	KMO (0,932)				Cr on ba ch' s Al ph a
	Fakt or 1	Fakt or 2	Fakt or 3	Fakt or 4	
SocialEntrepreneurialIntention1	,501				,733
SocialEntrepreneurialIntention2	,880				
SocialEntrepreneurialIntention3	,868				
ProsocialMotivation1		,698			,908
ProsocialMotivation2		,755			
ProsocialMotivation3		,811			
ProsocialMotivation4		,800			
IntrinsicMotivation1			,657		,888
IntrinsicMotivation2			,745		
IntrinsicMotivation3			,791		
IntrinsicMotivation4			,764		
MoralObligation1				,799	,865
MoralObligation2				,775	
MoralObligation3				,703	

Tabel 4. Korelasi Antar Variabel Penelitian

		Social Entrep reneuri al Intenti on	Intrins ict Motiv ation	Prosoc ial Motiv ation	Mor al Obli gati on
Social Entrep reneuri al Intenti on	Pearson Correlat ion Sig. (2- tailed) N	1 316	,544** 316	,564** 316	,514** 316
Intrinsic motivati on	Pearson Correlat ion Sig. (2- tailed) N	,544* 316	1 316	,726** 316	,712** 316
Prosocial Motivati on	Pearson Correlat ion Sig. (2- tailed)	,564* ,000	,726** ,000	1 ,000	,693** ,000

		316	316	316	316
Moral obligatio n	Pearson Correlat ion Sig. (2- tailed) N	,514* ,000 316	,712** ,000 316	,693** ,000 316	,693** ,000 316

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 5 merupakan hasil keseluruhan pengujian hipotesis. Pertama, hasil pengujian hipotesis H1 menunjukkan bahwa prosocial motivation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Social Entrepreneurial Intention pada mahasiswa (sig. 0,000 < 0,05) dengan nilai coefficient 0,240. Secara proporsional, 18% variabel prosocial motivation mempengaruhi positif dan signifikan terhadap keinginan mahasiswa menjadi seorang wirusahawan sosial. Kedua, hasil pengujian hipotesis H2 menunjukkan bahwa instrinsic motivation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Social Entrepreneurial Intention pada mahasiswa (sig. 0,003 < 0,05) dengan nilai coefficient 0,180.

Secara proporsional, 18% variabel prosocial motivation mempengaruhi positif dan signifikan terhadap keinginan mahasiswa menjadi seorang wirusahawan sosial. Terakhir, hasil pengujian hipotesis H3 menunjukkan bahwa moral obligation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Social Entrepreneurial Intention. Selain itu, model penelitian ini mampu memberikan pengaruh 36,6% secara simultan antara procosial motivation, procosial motivation, dan moral obligation terhadap Social Entrepreneurial Intention.

Tabel 5. Hasil Pengujian Regresi Berganda

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,440	,667		3,659	,000
ProsocialMotivation	,240	,056	,301	4,276	,000
IntrinsicMotivation	,180	,059	,220	3,042	,003
MoralObligation	,150	,069	,149	2,161	,031

a. Dependent Variable: SocialEntrepreneurialIntention

Hasil pengujian pada hipotesis 1 mendapatkan bahwa prosocial motivation berpengaruh terhadap minat berwirausaha sosial. Hasil penelitian ini selaras dengan

berbagai penelitian empiris. Seperti penelitian Yamini et al., (2020); Ayob et al., (2013); Jadmiko et al., (2022). Motivasi prososial yang dipersepsikan oleh mahasiswa dapat meningkatkan minat menjadi seorang wirausaha sosial. Motivasi prososial dapat dipersepsikan sebagai dorongan mereka untuk andil berbuat sesuatu terhadap kondisi sekitar. Nilai-nilai dan dorongan yang ada pada individu terhadap kondisi sosial di sekitar akan memicu mereka untuk memikirkan dan berbuat sesuatu.

Selanjutnya, pada hipotesis 2 pada penelitian ini menunjukkan bahwa *intrinsic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Social Entrepreneurial Intention* pada mahasiswa. Keseluruhan hasil pengujian hipotesis tersebut dapat dilihat pada Tabel 5. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Yamini et al.,(2020) dan Ayob et al., (2013) yang menunjukkan bahwa *intrinsic motivation* berpengaruh positif terhadap *social entrepreneurial intention*. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat *intrinsic motivasi* seseorang maka akan meningkatkan *Social Entrepreneurial Intention*.

Pengujian hipotesis 3 juga mendapatkan hasil yang konsisten bahwa *moral obligation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social entrepreneurial intention*. Persepsi *moral obligation* tersebut dapat tercermin dari panggilan/kewajiban moral seorang mahasiswa dengan kondisi masyarakat sekitar. Mahasiswa akan terdorong untuk berbuat sesuatu terhadap kondisi disekitarnya. Dorongan yang dimaksud diwujudkan dengan berencana menjadi seorang wirausaha sosial dengan konsep pemberdayaan masyarakat. Sudah saatnya para mahasiswa bergerak aktif dalam andil berkontribusi menyelesaikan berbagai permasalahan sosial dilapangan. Oleh karena itu, gerakan menjadi wirausaha sosial dikalangan mahasiswa sudah sepatutnya didukung dan

dikembangkan. Pengembangan tersebut dapat dimulai dari desain kurikulum dan berbagai aktivitas pembelajaran yang dapat meningkatkan kesadaran sosial dari mahasiswa. Kesadaran sosial merupakan modal awal bagi mahasiswa untuk mencari ide dan inovasi dalam berkontribusi terhadap lingkungan sosial disekitarnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Minat berwirausaha sosial dikalangan mahasiswa dapat dipengaruhi oleh faktor motivasi prososial, motivasi intrinsik dan moral obligation. Semakin tinggi persepsi antecedent tersebut, maka semakin mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha sosial. Keinginan menjadi wirausaha tidak terbentuk secara instan. Namun, faktor internal dan eksternal juga mempengaruhi. Hasil penelitian ini berimplikasi kepada berbagai pihak, khususnya pada tingkat pendidikan tinggi. Perguruan tinggi seyogyanya dalam mendesain kurikulum pendidikan kewirausahaan tidak hanya berfokus pada entitas dari bisnis apa yang akan dibuat. Namun, sangatlah penting desain pendidikan kewirausahaan juga melibatkan unsur sosial. Keterlibatan wirausaha harus dapat mempertimbangkan aspek sosial yang terjadi. Sehingga, mahasiswa diharapkan dapat menjadi agen perubahan sosial untuk andil membantu pemerintah dalam menyelesaikan berbagai permasalahan sosial.

Proporsi responden yang belum mewakili dari berbagai daerah mungkin dapat mempengaruhi generalisasi hasil penelitian. Penelitian selanjutnya dapat memetakan kecukupan dan proporsi sampel yang dilibatkan dalam penelitian. Selain itu, topik technopreneur juga dapat dilakukan untuk memperluas bidang kajian penelitian kewirausahaan sosial dikalangan mahasiswa khususnya di konteks negara berkembang (Indonesia).

DAFTAR PUSTAKA

- Ayob, N., Yap, C.S., Sapuan, D.A., & Rashid, M.Z.A. (2013). Social Entrepreneurial Intention among business undergraduates an emerging economy perspective. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 15(3), 249-267.
- Hockerts, K. (2015). Antecedents of Social Entrepreneurial Intentions: A validation study. *Social Enterprise Journal*, 11(3). <http://lingkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/074959789190020T>.
- Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: how intentions to create a social venture are formed. In *Social Entrepreneurship*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rashid, N.S., Sarkam, S.F., Yaacob, N.J.A., Mustapha, M., Hussain, N.J., dan Azis, R.A. (2018). Factors influencing students social entrepreneurship intention a case of duta jauhar program. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(4), 1307–1321.
- Rosca, Eugenia, Agarwal, Nivedita, Brem, Alexander. (2020). Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. 157, 10.1016/j.techfore.2020.120067.
- Utomo, H. (2014). Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Sosial. *Among Makarti*, 7(14), 1–16.
- Yamini, Reza. Soloveva, Daria. Peng, Xiaobao. (2020). What Inspires Social Entrepreneurship? The Role of Prosocial Motivation, Intrinsic Motivation, and Gender in Forming Social Entrepreneurial Intention. *Entrepreneurship Research Journal*, Doi: 10.1515/erj-2019-0129
- Jadmiko, P. (2020). Minat Berwirausaha Sosial Dikalangan Mahasiswa. *Manajemen Bisnis*, 17(2), 189–206. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2532>
- Jadmiko, P., Azliyanti, E., & Yuliviona, R. (2022). Predictors of Social Entrepreneurial Intention in Undergraduate Students in Padang City. *KnE Social Sciences*, 2022, 83–91. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i6.10611>
- Muhammad Zakiy, S. E. I. (2021). *SPSS Penelitian Keperilakuan: Teori dan Praktik*. Prenada Media.
- Portales, L. (2019). *Social Innovation and Social Entrepreneurship: Fundamentals, Concepts, and Tools*.
- Yamini, R., Soloveva, D., & Peng, X. (2020). What Inspires Social Entrepreneurship? The Role of Prosocial Motivation, Intrinsic Motivation, and Gender in Forming Social Entrepreneurial Intention. In *Entrepreneurship Research Journal* (Issue July). <https://doi.org/10.1515/erj-2019-0129>
- Zakiy, M. (2021). The strategy of Islamic economic colleges to prepare their graduates to work in Islamic banks. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2021-0010>
- _____. Permendikbud No. 22 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Tahun 2020-2024
- _____. <http://news.unair.ac.id/2021/12/06/opini-entrepreneurship-sosial/>