



UNTAR
FAKULTAS
EKONOMI

ISSN: 2657-0025

Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan



Pengaruh *Brand Packaging* Terhadap *Brand Preference* Dengan Kualitas Makanan Sebagai Variabel Moderator Pada Produk Yogurt Heavenly Blush Di Mal Kelapa Gading
Stella Febriani, dan Miharni Tjokrosaputro

Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Jasa Sektor Perdagangan, Jasa & Investasi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia
Maria Cynthia Novyanry, dan Joyce A. Turangan

Pengaruh Citra Destinasi Dan *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan
Andreas, dan Hetty Karunia TJ

Perbandingan Motivasi Kerja, Sosial Dan Ekonomi Antara Wirausaha Pria Dan Wanita Di Jakarta
Felga Lopentus, dan Franky Slamet

Brand Image Dan *Self-Expressive* Untuk Memprediksi *Word Of Mouth* Konsumen Converse Di Jakarta Dan Tangerang:
Brand Love Sebagai Variabel Mediasi
Silvia Agustina, dan Keni

Pengaruh Kecerdasan Emosional, Penghargaan Dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kepuasan Kerja Pada PT Catur Mitra Sejati Sentosa (Mitra 10)
Vania Lystia Putri, dan Hannes Widjaja

Pengaruh Penerapan *Corporate Governance*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan
Christyan Kurmiawan, dan Andi Wijaya

Pengaruh *Web Series* Merek Soyjoy Terhadap Sikap Kepada Merek (Studi Eksperimen Pada Mahasiswa FE Universitas Tarumanagara)
Benedictus Erwin Prasetya, dan Cokki

Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Yang Dirasakan, Dan Orientasi Peran Gender Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara
Sammy Agusta Santoso, dan Sarwo Edy Handoyo

Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Lokus Kendali Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan
Robin Alexander, dan Ary Satria Pamungkas

Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan

Vol 1, No 3 (2019)

Juni 2019

Articles

- [Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Pada Bidang Kuliner Di Pasar Lama Tangerang](#) [PDF](#)
Andri Prasetyo, Andi Wijaya 383-393
- [Managerial Ownership, Leverage, Dan Growth Opportunity Sebagai Prediktor Firm Performance Perusahaan Manufaktur Di BEI](#) [PDF](#)
Centisya Ariska, Hendra Wiyanto 394-400
- [Pengaruh Dukungan Universitas Dan Sikap Proaktif Terhadap Intensi Kewirausahaan Mahasiswa Di Jakarta.](#) [PDF](#)
Dina Alvionita Santoso, Frangky Slamet 401-410
- [Pengaruh Electronic Word Of Mouth \(e-Wom\) Dan Country Of Origin \(Coo\) Terhadap Purchase Intnsion; Melalui Mediasi Brand Image Terhadap Produk Nature Republic Di Universitas Tarumanagara](#) [PDF](#)
Ellen, Hetty Karunia Tunjungsari 411-419
- [Peran Diversitas Gender Terhadap Pengambilan Keputusan Pendanaan Pada Perusahaan Indeks Kompas 100](#) [PDF](#)
Ellyanti, Ignatius Roni Setyawan 420-429
- [Pengaruh Entrepreneurial Munificence Dan Efikasi Diri Terhadap Entrepreneurial Alertness Wirausaha](#) [PDF](#)
Elyvia Putri Utami, Louis Utama 430-437
- [Pengaruh Self Efficacy Dan Risk Taking Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Tarumanagara](#) [PDF](#)
Enrico Filbert Gunawan, Ida Puspitowati 438-446
- [Pengaruh Dukungan Pendidikan, Sikap Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Kewirausahaan Pada Mahasiswa Semester Satu](#) [PDF](#)
Felicia Natali Liadi, Herlina Budiono 447-455
- [Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk The Body Shop Di Jakarta Barat](#) [PDF](#)
Fellycia Chandra, Hetty Karunia Tunjungsari 456-461
- [Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Lindung Nilai](#) [PDF](#)
Fransisca, Khairina Natsir 462-470
- [Faktor Yang Mempengaruhi Cash Holding Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI](#) [PDF](#)
Gretl Sarah Pasaribu, Kartika Nuringsih 471-480
- [Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal](#) [PDF](#)

Inggrid Liang, Khairina Natsir	481-488
Pengaruh Dukungan Pendidikan, Dukungan Relasi, Dan Kepercayaan Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa	PDF 489-497
Jesica Destiana, Franky Selamat	
Modal Kerja Dan Struktur Modal Dalam Memprediksi Profitabilitas Perusahaan Sektor Barang Konsumsi	PDF 498-505
Jessi Amelia, Nyoman Suprastha	
Faktor Penentu Non-Performing Loan Pada Bank Umum Konvensional Di Indonesia	PDF 506-514
Jimmy Dwi Laksono, Ignatius Roni Setyawan	
Pengaruh Optimisme Kewirausahaan Yang Dimoderasi Oleh Gaya Kognitif Terhadap Ketekunan Kewirausahaan UKM Bidang Kuliner Di Jakarta Barat	PDF 515-523
Jimmy Primanto Gow, Rodhiah	
Pengaruh Keputusan Keuangan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur	PDF 524-531
Kevin Andreas, I Gede Adiputra	
Pengaruh Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI	PDF 532-540
Levina Nathania, Indra Widjaja	
Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional, Budaya Organisasi, Kepuasan Kerja, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Vizta Irama Sukses Di Jambi	PDF 541-547
Marsella Angelika S, Yanuar	
Respon Investor BEI Terhadap Perubahan Kinerja Keuangan Dan Perubahan Kurs US\$ Dilihat Dari Perubahan Harga Saham Perusahaan F&B Periode 2014-2017	PDF 548-558
Meliana, Maswar Abdi	
Mulut Ke Mulut Dan Citra Merek Untuk Memprediksi Niat Beli Pada Konsumen Laptop Asus Di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara	PDF 559-568
Michael Christian T, Happy Darmawan	
Pengaruh Mediasi Terhadap Pengalaman Sebelumnya Dengan Intensi Berwirausaha Sosial	PDF 569-577
Sherly Frizskilia Alexander, Hetty Karunia Tunjungsari	
Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Di PT. XYZ Di Jakarta	PDF 578-584
Stanley, Mei Ie	
Sales Promotion, Store Environment Dan Perceived Value Sebagai Prediktor Terhadap Purchase Decision	PDF 585-592
Valentine Pretty Lonita, Tommy Setiawan Ruslim	
Profitabilitas, Manajemen Aset, Dan Leverage Sebagai Prediktor Kinerja Keuangan	PDF 593-599
William Sebastian Gunarta, Maswar Abdi	
Faktor Yang Memprediksi Perilaku Menabung Pekerja Di Jakarta	PDF 600-608
Yehezkiel Frendi Suhendra, Agus Zainul Arifin	
Prediksi Self Efficacy Dan Personality Traits Terhadap Entrepreneurial Intentions Di Kalangan Mahasiswa	PDF 609-617
Yeremia, Hannes Widjaja	

Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Terhadap Financial Distress PDF	
Yosua, Ary Satria Pamungkas	618-628
Kepercayaan Merek Sebagai Mediator Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Merek PDF	
Yosua El Nissi, Herlina Budiono	629-634
Pengaruh Educational Support Dan Relation Support Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Tarumanagara PDF	
Yovita Jo, Ida Puspitowati	635-644

ISSN: 2657-0025

Pengaruh Mediasi Terhadap Pengalaman Sebelumnya Dengan Intensi Berwirausaha Sosial

Sherly Friszkilia Alexander dan Hetty Karunia Tunjungsari

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: sherlyfriszkilia@gmail.com

Abstract: *The purpose of this research is to know the effect of prior experience, empathy, moral obligation, social entrepreneur self-efficacy, and social support on social entrepreneurial intention. The research sample consisted of 350 students of the Faculty of Economics at Tarumanagara University. The sampling technique uses judgmental sampling. The data analysis used was structural equation modeling (SEM) with the Professional SmartPLS tool version 3.0. The results show that prior experience has an influence on the intention of social entrepreneurial. Moral obligation, social entrepreneur self-efficacy, and social support provide a mediating effect on the influence of prior experience with the intention of social entrepreneurial, while empathy does not provide a mediating effect on the influence of previous experience with the intention of social entrepreneurial.*

Keywords: *Prior Experience, moral obligation, social entrepreneur self-efficacy, Perceived social support, social entrepreneurial intent*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengalaman sebelumnya, empati, *moral obligation*, *social entrepreneur self-efficacy*, dan dukungan sosial dapat memberikan pengaruh terhadap intensi kewirausahaan sosial. Sampel penelitian ini terdiri dari 350 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Tarumanagara. Teknik pengambilan sampel menggunakan *judgmental sampling*. Analisis data yang digunakan adalah *structural equation modeling (SEM)* dengan alat bantu SmartPLS Profesional versi 3.0. Hasil menunjukkan bahwa pengalaman sebelumnya memberikan pengaruh terhadap intensi kewirausahaan sosial. *Moral obligation*, *social entrepreneur self-efficacy*, dan dukungan sosial yang dirasakan memberikan efek mediasi terhadap pengaruh pengalaman sebelumnya dengan intensi kewirausahaan sosial, sedangkan empati tidak memberikan efek mediasi terhadap pengaruh pengalaman sebelumnya dengan intensi kewirausahaan sosial.

Keywords: *Pengalaman sebelumnya, moral obligation, social entrepreneur self-efficacy, dukungan sosial, intensi kewirausahaan sosial*

LATAR BELAKANG

Kewirausahaan sosial dapat diartikan sebagai suatu kegiatan usaha yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mencari solusi dalam menyelesaikan masalah-masalah sosial yang terjadi di masyarakat. (Drayton, 2002), menjelaskan tentang perbedaan pengusaha sosial dengan pengusaha lain yaitu, motivasi pantang menyerah yang dimiliki untuk mengubah masyarakat. Pengusaha sosial mencari berbagai cara untuk memberikan solusi dalam masalah

di berbagai bidang seperti kesehatan, lingkungan, hak asasi manusia, pendidikan, dan perdagangan (Lacap *et al.*, 2018). Oleh karena itu kewirausahaan sosial dapat diartikan sebagai proses inovasi yang memanfaatkan sumber daya yang digunakan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada dan memenuhi kebutuhan sosial (Mair dan Marti, 2006).

Intensi kewirausahaan sosial adalah suatu keinginan dan keyakinan yang dimiliki seseorang untuk menciptakan suatu perusahaan sosial yang dapat menyelesaikan masalah sosial yang terjadi (Tran dan Von Korfflesch, 2016). (Mair dan Noboa, 2006), mengidentifikasi intensi berwirausaha sosial di pengaruhi oleh empat faktor yaitu empati, *moral obligation*, *self-efficacy* dan dukungan sosial. Menurut (Hockerts, 2017), Hockerts menjelaskan bahwa Intensi kewirausahaan sosial di pengaruhi oleh empati, *moral obligation*, *social entrepreneur self-efficacy*, dukungan sosial yang dirasakan dan pengalaman sebelumnya.

KAJIAN TEORI

Intensi Kewirausahaan Sosial, (Mair dan Marti, 2006) mendefinisikan, kewirausahaan sosial adalah suatu proses inovasi yang menggunakan sumber daya untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada di lingkungan untuk memenuhi kebutuhan sosial. Dalam situasi kewirausahaan sosial, intensi kewirausahaan sosial adalah suatu keyakinan dan keinginan yang dimiliki individu untuk mendirikan sebuah usaha sosial (Tran dan Von Korfflesch, 2016).

Pengalaman Sebelumnya yang Dirasakan, Pengalaman sebelumnya yang dimiliki seseorang dapat memudahkan kewirausahaan (Shane, 2000). Hal tersebut juga dapat mengidentifikasi niat kewirausahaan sosial dan kontrol perilaku (Ernst, 2014). Dalam masalah sosial, yang dimaksud dengan pengalaman sebelumnya yang dirasakan adalah melihat pengalaman atau keikutsertaan seorang individu dalam bekerja dengan perusahaan sosial atau organisasi yang memaparkan masalah sosial (Hockerts, 2017). Pengalaman sebelumnya dengan masalah sosial dapat menimbulkan empati yang tinggi, *moral obligation*, dukungan yang dirasakan, dan *social self-efficacy* (Hockerts, 2017), oleh karena itu, hipotesis sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh pengalaman sebelumnya terhadap empati.

H₂: Terdapat pengaruh pengalaman sebelumnya terhadap *moral obligation*.

H₃: Terdapat pengaruh pengalaman sebelumnya terhadap intensi kewirausahaan sosial.

H₄: Terdapat pengaruh pengalaman sebelumnya terhadap *social entrepreneurial self-efficacy*.

H₅: Terdapat pengaruh pengalaman sebelumnya terhadap dukungan sosial.

Empati, Empati adalah kesadaran individu tentang hasil dari suatu perilaku dan sejauh mana individu tersebut memiliki evaluasi yang menguntungkan dalam melakukan sesuatu tindakan (Schlaegel dan Koenig, 2014). Empati juga dapat dipahami sebagai kemampuan seseorang untuk membayangkan perasaan orang lain (Preston *et al.*, 2007) atau berbelas kasih (Goetz, Keltner, dan Simon-Thomas, 2010). Empati telah diidentifikasi sebagai salah satu karakteristik pengusaha sosial (Wood, 2012). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Hockerts, 2017), dia mengidentifikasi bahwa empati siswa merupakan pengaruh yang signifikan dengan intensi kewirausahaan sosial. Oleh karena itu empati merupakan faktor penting dalam menciptakan niat untuk organisasi (Kraus *et al.*, 2014), oleh karena itu, hipotesis sebagai berikut:

H₆: Terdapat pengaruh empati terhadap intensi kewirausahaan sosial.

Moral Obligation, *Moral obligation* adalah rasa tanggung jawab yang dimiliki seorang individu untuk bertindak sesuai dengan norma-norma sosial yang berlaku ketika dihadapi dengan suatu masalah sosial (Beck dan Ajzen, 1991). Menurut (Hockerts, 2015). (Bornstein, 1998) mengatakan bahwa wirausahawan sosial memiliki moral yang kuat. Kemudian

(Hemingway, 2005) juga menyatakan bahwa nilai-nilai moral pribadi yang ada dalam seorang individu merupakan faktor utama pendorong untuk kewirausahaan perusahaan sosial, oleh karena itu, hipotesis sebagai berikut:

H₇ : Terdapat pengaruh *moral obligation* terhadap intensi kewirausahaan sosial.

Social Entrepreneur Self-Efficacy, *Social Entrepreneur Self-Efficacy* adalah pemahaman kemampuan seorang individu dalam menerapkan suatu tindakan yang diinginkan (Bandura, 1977). *Social Entrepreneur Self-Efficacy* dapat diartikan sebagai kemampuan seorang individu dalam menerapkan suatu tindakan dalam berkontribusi untuk mencari sebuah solusi dari suatu masalah sosial yang terjadi. Hal tersebut merupakan suatu faktor yang dapat dianggap sebagai salah satu faktor perilaku sosial (Giles *et al.*, 2004) serta sebagai salah satu prediktor perilaku kewirausahaan (Zhao *et al.*, 2005), oleh karena itu, hipotesis sebagai berikut:

H₈: Terdapat pengaruh *social entrepreneur self-efficacy* terhadap intensi kewirausahaan sosial.

Dukungan Sosial, Dukungan sosial adalah suatu kemampuan yang dapat mengurangi tekanan yang diakibatkan oleh lingkungan yang baru dalam bekerja (Kraimer *et al.*, 2001). Dalam konteks kewirausahaan sosial, seorang individu akan menilai sejauh mana mereka didukung dan akan didukung oleh orang-orang yang berada di sekitar mereka (Hockerts, 2015). Dukungan tersebut mungkin berasal dari keluarga, teman-teman, rekan kerja, dan organisasi (Drayton, 2002), oleh karena itu, hipotesis sebagai berikut:

H₉: Terdapat pengaruh dukungan sosial terhadap intensi kewirausahaan sosial.

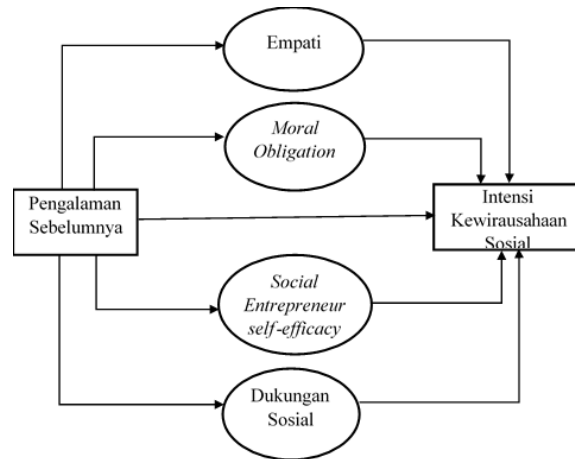
Menurut (Hockerts, 2017), Hockerts menjelaskan bahwa Intensi kewirausahaan sosial di pengaruhi oleh empati, *moral obligation*, *social entrepreneur self-efficacy*, dukungan sosial yang dirasakan dan pengalaman sebelumnya, oleh karena itu, hipotesis sebagai berikut:

H_{10a}: Terdapat pengaruh pengalaman sebelumnya terhadap intensi kewirausahaan sosial dengan empati sebagai variabel mediasi.

H_{10a}: Terdapat pengaruh pengalaman sebelumnya terhadap intensi kewirausahaan sosial dengan *moral obligation* sebagai variabel mediasi.

H_{10a}: Terdapat pengaruh pengalaman sebelumnya terhadap intensi kewirausahaan sosial dengan *social entrepreneur self-efficacy* sebagai variabel mediasi.

H_{10a}: Terdapat pengaruh pengalaman sebelumnya terhadap intensi kewirausahaan sosial dengan dukungan sosial sebagai variabel mediasi.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer menggunakan kuesioner dengan skala *likert* yang memberi lima alternatif jawaban 1-5, mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Populasi yang digunakan sebagai subjek di dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta Barat. Teknik pemilihan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *judgmental sampling*, dengan ukuran sampel sebesar 350 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta Barat.

HASIL UJI STATISTIK

Berdasarkan hasil pengujian *outer model* pada tabel 1 dapat dilihat bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel karena nilai *loading factors* yang dimiliki masing-masing konstruk memiliki nilai lebih dari 0,5, Seluruh variabel dalam penelitian ini dianggap valid karena nilai AVE yang dimiliki pada setiap variabel sama dengan atau lebih besar dari 0,5, serta nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* yang dimiliki pada setiap variabel lebih besar dari 0,7. Untuk pengujian *inner model* dalam penelitian ini adalah dengan melakukan uji koefisien determinasi (R^2), *predictive relevance* (Q^2), uji efek (F^2), dan uji *goodness of fit model*. Berdasarkan tabel 2, dapat dijelaskan bahwa pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh yang lemah terhadap empati yaitu sebesar 0,02. Pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh yang lemah terhadap *moral obligation* yaitu sebesar 0,099. Pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh yang lemah terhadap *Social Entrepreneur Self-Efficacy* yaitu sebesar 0,193. Pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh yang lemah terhadap dukungan sosial yaitu sebesar 0,181. Pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh moderat terhadap intensi kewirausahaan sosial yaitu sebesar 0,554. Berdasarkan tabel 2, nilai *Q-Square* dari masing-masing variabel > 0 yang artinya bahwa variabel pengalaman sebelumnya memiliki hubungan prediktif yang layak dengan variabel empati, *moral obligation*, *social entrepreneur self-efficacy*, dukungan sosial yang dirasakan, dan intensi kewirausahaan sosial. Berdasarkan tabel diatas rata-rata nilai AVE adalah sebesar 0,6998 dan dapat diketahui bahwa rata-rata R^2 adalah sebesar 0,1097 maka nilai GoF sebesar:

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times R^2} = \sqrt{0,6998 \times 0,2094} = 0,3828$$

Nilai GoF dalam penelitian ini adalah sebesar 0,3828 yang berarti tingkat kesesuaian dan kelayakan model penelitian ini dinyatakan besar. Hasil (F^2) pada tabel 3 menunjukkan bahwa variabel pengalaman sebelumnya memiliki dampak yang lemah pada variabel empati yaitu sebesar 0,020., *moral obligation* yaitu sebesar 0,109, intensi kewirausahaan yaitu sebesar 0,065, sedangkan variabel pengalaman sebelumnya memiliki dampak yang *medium* pada variabel *social entrepreneur self-efficacy* yaitu sebesar 0,239 dan variabel dukungan sosial yaitu sebesar 0,222.

Tabel 1. Hasil Pengujian *outer model*

Konstruk	Loading Factor	CR	AVE	CA
Pengalaman Sebelumnya		0,886	0,722	0,807
Saya memiliki pengalaman bekerja dengan masalah sosial.	0,818			
Saya secara sukarela atau bekerja dengan organisasi sosial.	0,875			
Saya tahu banyak tentang organisasi sosial.	0,855			
Empati		0,840	0,636	0,714
Ketika berpikir tentang orang-orang yang kurang beruntung secara sosial, saya mencoba untuk menempatkan diri pada posisi mereka.	0,796			
Melihat orang yang kurang beruntung secara sosial dapat memicu respons emosional di dalam diri saya.	0,852			
Saya merasa kasihan kepada orang-orang yang terpinggirkan secara sosial.	0,741			
Moral Obligation		0,847	0,649	0,728
Merupakan tanggung jawab etis untuk membantu orang yang kurang beruntung dari diri kita sendiri.	0,756			
Keadilan sosial mengharuskan kita untuk membantu mereka yang kurang beruntung dari diri kita sendiri.	0,811			
Salah satu prinsip masyarakat kita adalah bahwa kita harus membantu orang-orang yang kurang beruntung secara sosial.	0,847			
Social Entrepreneur Self-Efficacy		0,866	0,683	0,769
Saya yakin bahwa saya secara pribadi dapat memberikan kontribusi untuk mengatasi tantangan pada masyarakat jika saya memusatkan pikiran pada hal itu.	0,772			
Saya bisa mencari jalan untuk membantu memecahkan masalah yang dihadapi didalam masyarakat	0,869			
Saya ikut berpartisipasi dalam memecahkan masalah sosial yang terjadi.	0,836			
Dukungan Sosial		0,889	0,727	0,813
Orang-orang akan mendukung saya jika saya ingin memulai sebuah organisasi untuk membantu orang-orang yang terpinggirkan secara sosial.	0,846			
Jika saya berencana untuk mengatasi masalah sosial yang terjadi, orang-orang akan mendukung saya.	0,850			
Terdapat peluang kemungkinan untuk menarik investor untuk sebuah organisasi yang ingin menyelesaikan masalah sosial.	0,862			
Intensi Kewirausahaan Sosial		0,878	0,782	0,769
Saya berharap bahwa pada suatu saat di masa depan saya akan terlibat dalam menciptakan organisasi yang bertujuan untuk memecahkan masalah sosial.	0,882			
Saya memiliki ide awal untuk perusahaan sosial yang saya rencanakan untuk bertindak di masa depan.	0,887			

Tabel 2. Hasil Pengujian *inner Model*

Variabel	R Square	Q Square
Empati	0,020	0,009
<i>Moral Obligation</i>	0,099	0,058
<i>Social Entrepreneur Self-Efficacy</i>	0,193	0,118
Dukungan Sosial yang Dirasakan	0,181	0,119
Intensi Kewirausahaan Sosial	0,554	0,400

Hasil (F^2) juga menunjukkan bahwa variabel empati, *moral obligation*, *social entrepreneur self-efficacy*, dan dukungan sosial memiliki dampak yang lemah dengan nilai masing-masing sebesar 0,026, 0,035, 0,028, dan 0,071 pada intensi kewirausahaan sosial.

Tabel 3 Hasil Pengujian Uji Efek (F^2)

Variabel	Nilai F Square
Pengalaman Sebelumnya -> Empati	0,020
Pengalaman Sebelumnya -> <i>Moral Obligation</i>	0,109
Pengalaman Sebelumnya -> Intensi Kewirausahaan Sosial	0,065
Pengalaman Sebelumnya -> <i>Social Entrepreneur Self Efficacy</i>	0,239
Pengalaman Sebelumnya -> Dukungan Sosial	0,222
Empati-> Intensi Kewirausahaan Sosial	0,026
<i>Moral Obligation</i> -> Intensi Kewirausahaan Sosial	0,035
<i>Social Entrepreneur Self-Efficacy</i> -> Intensi Kewirausahaan Sosial	0,028
Dukungan sosial-> Intensi Kewirausahaan Sosial	0,071

Tabel 4 Hasil Pengujian *Bootstrapping*

Variabel	T Statistic	P Values
Pengalaman Sebelumnya -> Empati	2,366	0,019
Pengalaman Sebelumnya -> <i>Moral Obligation</i>	5,929	0,000
Pengalaman Sebelumnya -> Intensi Kewirausahaan Sosial	3,126	0,002
Pengalaman Sebelumnya -> <i>Social Entrepreneur Self Efficacy</i>	8,766	0,000
Pengalaman Sebelumnya -> Dukungan Sosial	8,261	0,000
Empati-> Intensi Kewirausahaan Sosial	2,616	0,009
<i>Moral Obligation</i> -> Intensi Kewirausahaan Sosial	3,386	0,001
<i>Social Entrepreneur Self-Efficacy</i> -> Intensi Kewirausahaan Sosial	2,700	0,007
Dukungan sosial-> Intensi Kewirausahaan Sosial	4,212	0,000
Pengalaman Sebelumnya -> Empati -> Intensi Kewirausahaan Sosial	1,648	0,1
Pengalaman Sebelumnya -> <i>Moral Obligation</i> -> Intensi Kewirausahaan Sosial	2,794	0,005
Pengalaman Sebelumnya -> <i>Social Entrepreneur Self-Efficacy</i> -> Intensi Kewirausahaan Sosial	2,442	0,015
Pengalaman Sebelumnya -> Dukungan Sosial -> Intensi Kewirausahaan Sosial	3,585	0,000

Ket: CR= Composite Reliability, AVE= Average Variance Extracted, CA= Cronbach's alpha.

Berdasarkan pengujian *bootstrapping* pada variabel pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh dengan variabel empati, *moral obligation*, *social entrepreneurial self-efficacy* dan dukungan sosial yang dirasakan karena nilai *t-statistics* masing-masing variabel tersebut $\geq 1,96$ dan nilai *p-values* masing-masing variabel $\leq 0,05$, jadi H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , dan H_5 tidak tolak, variabel pengalaman sebelumnya, empati, *moral obligation*, *social entrepreneurial self-efficacy* dan dukungan sosial yang dirasakan memiliki pengaruh dengan variabel intensi kewirausahaan sosial karena nilai *t-statistics* masing-masing variabel tersebut $\geq 1,96$ dan nilai *p-values* masing-masing variabel $\leq 0,05$, jadi H_6 , H_7 , H_8 , dan H_9 tidak tolak, sedangkan tidak semua variabel mediasi memiliki pengaruh untuk memediasi hubungan pengalaman sebelumnya terhadap intensi kewirausahaan sosial. Terdapat variabel yang tidak memiliki pengaruh sebagai variabel mediasi yaitu, variabel empati karena karena nilai *T statistic* $< 1,96$ dan nilai *P values* $> 0,05$, untuk variabel mediasi lainnya yaitu *moral obligation*, *social entrepreneurial self-efficacy*, dan dukungan sosial memiliki pengaruh sebagai variabel mediasi dari pengalaman sebelumnya terhadap intensi kewirausahaan sosial karena nilai *T statistic* $> 1,96$ dan nilai *P values* $< 0,05$, yang artinya bahwa H_{10} ditolak.

DISKUSI

Berdasarkan tabel 4 pengujian *bootstrapping* diatas variabel pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh yang signifikan dengan variabel empati, *moral obligation*, *social entrepreneurial self-efficacy* dan dukungan sosial karena nilai *t-statistics* masing-masing variabel tersebut $\geq 1,96$ dan nilai *p-values* masing-masing variabel $\leq 0,05$, jadi H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , dan H_5 tidak tolak. Berdasarkan tabel 4 pengujian *bootstrapping* diatas variabel pengalaman sebelumnya, empati, *moral obligation*, *social entrepreneurial self-efficacy* dan dukungan sosial memiliki pengaruh yang signifikan dengan variabel intensi kewirausahaan sosial karena nilai *t-statistics* masing-masing variabel tersebut $\geq 1,96$ dan nilai *p-values* masing-masing variabel $\leq 0,05$, jadi H_6 , H_7 , H_8 , dan H_9 tidak tolak, sedangkan berdasarkan tabel 4 pengujian *bootstrapping* diatas menunjukkan tidak semua variabel mediasi memiliki pengaruh untuk memediasi hubungan pengalaman sebelumnya terhadap intensi kewirausahaan sosial. Terdapat variabel yang tidak memiliki pengaruh sebagai variabel mediasi yaitu, variabel empati karena karena nilai *T statistic* $< 1,96$ dan nilai *P values* $> 0,05$, sedangkan untuk variabel mediasi lainnya yaitu *moral obligation*, *social entrepreneurial self-efficacy*, dan dukungan sosial memiliki pengaruh yang signifikan sebagai variabel mediasi dari pengalaman sebelumnya terhadap intensi kewirausahaan sosial karena nilai *T statistic* $> 1,96$ dan nilai *P values* $< 0,05$, yang artinya bahwa H_{10} ditolak.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha sosial mahasiswa Universitas Tarumanagara dengan di mediasi oleh variabel empati *moral obligation*, *social entrepreneurial self-efficacy*, dan dukungan, sedangkan pengalaman sebelumnya tidak memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha sosial mahasiswa Universitas Tarumanagara dengan di mediasi oleh variabel empati.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardichvili, A., Cardozo, R. and Ray, S. (2003), "A theory of entrepreneurial opportunity identification and development", *Journal of Business Venturing*, Vol. 18 No. 1, pp. 105-23.
- Bandura, A. (1977), "Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change", *Psychological Review*, Vol. 84 No. 2, pp. 191-215, available at: <http://dx.doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Beck, L. and Ajzen, I. (1991), "Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior", *Journal of Research in Personality*, Vol. 25 No. 3, pp. 285-301, available at: [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(91\)90021-H](https://doi.org/10.1016/0092-6566(91)90021-H)
- Drayton, W. (2002), "The citizen sector: becoming as entrepreneurial and competitive as business", *California Management Review*, Vol. 44 No. 3, pp. 120-132, available at: <https://doi.org/10.2307/41166136>
- Giles, M., McClenahan, C., Cairns, E., and Mallet, J. (2004). An application of the Theory of Planned Behaviour to blood donation: The importance of self-efficacy. *Health Education Research*, 19(4), 380–391.
- Hemingway, C.A. (2005). "Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*", 60(3), 233–249.
- Hockerts, K. (2015), "The social entrepreneurial antecedents scale (SEAS): a validation study", *Social Enterprise Journal*, Vol. 11 No. 3, pp. 260-280, available at: <https://doi.org/10.1108/SEJ-05-2014-0026>
- Hockerts, K. (2017), "Determinants of social entrepreneurial intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 41 No. 1, pp. 105-130, available at: <https://doi.org/10.1111/etap.12171>
- Jean Paolo G. Lacap, Hendrati Dwi Mulyaningsih, Veland Ramadani, (2018). "The mediating effects of social entrepreneurial antecedents on the relationship between prior experience and social entrepreneurial intent: The case of Filipino and Indonesian university students", *Journal of Science and Technology Policy Management*, Vol. 9 Issue: 3, pp.329-346, <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2018-0028>
- Kraimer, M. L., Wayne, S. J., and Jaworski, R. A. (2001), "Sources of support and expatriate performance: The mediating role of expatriate adjustment", *Personnel Psychology*, Vol. 54, pp. 71–99.
- Kraus, S., Filser, M., O'Dwyer, M. and Shaw, E. (2014), "Social entrepreneurship: an exploratory citation analysis", *Review of Managerial*
- Mair, J. and Marti, 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. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture get formed. In J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship* (pp. 121–136). New York: Palgrave MacMillan.
- Mulyaningsih, H.D. and Veland, R. (2017), "Social entrepreneurship in Islamic context", *Book chapter of: Entrepreneurship and Management in an Islamic Context*, Springer, Berlin, pp. 143-158.
- Preston, S.D., Bechara, A., Damasio, H., Grabowski, T.J., Stansfield, R.B., Mehta, S., et al. (2007). The neural substrates of cognitive empathy. *Social Neuroscience*, 2(3-4), 254–275.
- Schlaegel, C. and Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332.

- Tran, A.T. and Von Korflesch, H. (2016), "A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory", *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 10 No. 1, pp. 17-38, available at: <https://doi.org/10.1108/APJIE-12-2016-007>
- Wood, S. (2012). Prone to progress: Using personality to identify supporters of innovative social entrepreneurship. *Journal of Public Policy & Marketing*, 31(1), 129–141.
- Zhao, H., Seibert, S.E., and Hills, G.E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *The Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–12