

SKRIPSI

**PENGARUH EMPATHY, MORAL OBLIGATION, DAN
EXPERIENCE TERHADAP SOCIAL ENTREPRENEURIAL
INTENTIONS MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS
TARUMANAGARA**



DIAJUKAN OLEH : NAMA :

JOHAN GUNAWAN NIM :

115170355

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Johan Gunawan
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115170355
Program Studi : Manajemen Kewirausahaan
Alamat : [REDACTED]
Telp. - _____
HP. [REDACTED]

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 10 Juli 2021



Johan Gunawan

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : JOHAN GUNAWAN
NIM : 115170355
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *EMPATHY, MORAL*
OBLIGATION, DAN EXPERIENCE
TERHADAP *SOCIAL ENTREPRENEURIAL*
INTENTIONS MAHASISWA MANAJEMEN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA

Jakarta, 6 Juli 2021

Pembimbing,



(Kartika Nuringsih, SE., M.Si)

UNIVERSITAS TARUMANAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : JOHAN GUNAWAN
NIM : 115170355
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *EMPATHY, MORAL*
OBLIGATION, DAN EXPERIENCE
TERHADAP *SOCIAL ENTREPRENEURIAL*
INTENTIONS MAHASISWA MANAJEMEN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 22 Juli 2021 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : ARY SATRIA PAMUNGKAS, SE., MM
2. Anggota Penguji : -KARTIKA NURINGSIH, SE., M.Si
-Dra. YUSBARDINI, MM

Jakarta, 28 Juli 2021

Pembimbing



(Kartika Nuringsih, SE., M.Si)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA
ABSTRACT

(A) JOHAN GUNAWAN

(B) *THE EFFECTS OF EMPATHY, MORAL OBLIGATION, AND EXPERIENCE ON THE SOCIAL ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF MANAGEMENT STUDENTS AT TARUMANAGARA UNIVERSITY*

(C) *ENTREPRENEURSHIP*

(D) *The purpose of this study is to determine whether there is an influence in empathy, moral obligation, and experience on social entrepreneurial intentions in Management students at Tarumanagara University. The research design used is descriptive research, the sample in this study uses a non-probability sampling method. This study obtains data through distributing questionnaires to 100 respondents from Tarumanagara University Management students. The results of this study indicate that the independent variables empathy, moral obligation, and experience have a positive and significant effect on the dependent variable of social entrepreneurial intention.*

(E) *Keywords: Empathy, Moral Obligation, Experience, Social Entrepreneurial Intentions*

(F) *Bibliography: 45 (1972-2020)*

(G) RR.KARTIKA NURINGSIH S.E., M.Si

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA
ABSTRAK

(A) JOHAN GUNAWAN

(B) PENGARUH *EMPATHY*, *MORAL OBLIGATION*, DAN *EXPERIENCE* TERHADAP *SOCIAL ENTREPRENEURIAL INTENTIONS* MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS TARUMANAGARA

(C) KEWIRAUSAHAAN

(D) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dalam *empathy*, *moral obligation*, dan *experience* terhadap *social entrepreneurial intentions* pada mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara. Desain penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif, sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Penelitian ini mendapatkan data melalui penyebaran kuisioner kepada 100 responden mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *empathy*, *moral obligation*, dan *experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen *social entrepreneurial intentions*.

(E) Kata Kunci: *Empathy*, *Moral Obligation*, *Experience*, *Social Entrepreneurial Intentions*

(F) Daftar Pustaka: 45 (1972-2020)

(G) RR.KARTIKA NURINGSIH S.E., M.Si

HALAMAN MOTTO

“Hargai dan Pergunakan Waktu Sebaiknya”

-Johan-

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan anugerah yang selalu menyertai penulis dalam pembuatan skripsi ini, yang merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan, dukungan, motivasi, perhatian, dan semangat agar skripsi ini dapat selesai dengan hasil yang baik. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada berbagai pihak yaitu :

1. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
2. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
5. Ibu Ida Puspitowati, S.E., M.E. Selaku Sekprodi I Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
6. Ibu Lidyawati Soelaiman, S.T., M.M. Selaku Sekprodi II Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
7. Ibu RR.Kartika Nuringsih, S.E., M.Si Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh dosen, staf pengajar, staf perpustakaan, dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu yang banyak kepada penulis.

9. Segenap keluarga tersayang, Papa, Mama, Nenek, dan Saudara-Saudara yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi sehingga pembuatan skripsi ini berjalan dengan lancar.
10. Kepada Joko Sugianto, Nia Nurfaizah Abdullah, Fadillah Akbar Suryehanto, Leo Collin, Davin Octavianus Chandra, James Tirta Gunawan, Steven Leonardo, Kherry, Jefri Handy, Maureen Olivia dan teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan yang telah membantu memberikan semangat, masukan, dan doa dalam proses pengerjaan skripsi ini.
11. Kepada Micko Sugianto dan Marshel Hariyanto sebagai teman seperjuangan yang telah bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, baik dari isi, dan tata bahasa, mengingat akan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis akan menerima segala kritikan dan saran yang berguna untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membacanya.

Jakarta, 12 Juli 2021

Johan Gunawan

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	4
3. Batasan Masalah	4
4. Rumusan Masalah.....	5
B. Tujuan dan Manfaat	5
1. Tujuan	5
2. Manfaat	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Gambaran Umum Teori	7
B. Definisi Konseptual Variabel.....	9
1. <i>Empathy</i>	10

2. <i>Moral Obligaiton</i>	11
3. <i>Experience</i>	11
4. <i>Social Entrepreneurial Intentions</i>	12
C. Kaitan Antar Variabel	13
D. Penelitian Yang Relevan.....	15
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Desain Penelitian	18
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	18
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	19
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	23
E. Analisis Data.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Deskripsi Subyek Penelitian	29
B. Deskripsi Obyek Penelitian	36
C. Hasil Uji Analisis Data	39
D. Pembahasan	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	55
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	66
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Definisi Konseptual <i>Emptahy</i>	10
Tabel 2.2. Definisi Konseptual <i>Moral Obligation</i>	11
Tabel 2.3. Definisi Konseptual <i>Experience</i>	12
Tabel 2.4. Definisi Konseptual <i>Social Entrepreneurial Intentions</i>	13
Tabel 2.5. Penelitian Yang Relevan.....	15
Tabel 2.5.1. Lanjutan Penelitian Yang Relevan	16
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel <i>Empathy</i>	20
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel <i>Moral Obligation</i>	20
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel <i>Experience</i>	21
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel <i>Social Entrepreneurial Intentions</i>	22
Tabel 3.5. Hasil Nilai <i>Avarage Variance Extracted (AVE)</i>	23
Tabel 3.6. Hasil Nilai <i>Outer Loadings</i>	23
Tabel 3.7. Hasil Validitas Diskriminan (<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>).....	25
Tabel 3.8. Data Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	26
Tabel 3.9. Data Nilai <i>Composite Reability</i>	26
Tabel 4.1. Data Responden Berdasarkan Jurusan dan Kampus.....	29
Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Konsentrasi.....	30
Tabel 4.3. Data Responden Berdasarkan Angkatan	31
Tabel 4.4. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32

Tabel 4.5. Data Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.6. Data Responden Berdasarkan Domisili	34
Tabel 4.7. Data Responden Berdasarkan Aksi Sosial.....	35
Tabel 4.8. Hasil Kuisisioner Untuk <i>Empathy</i>	36
Tabel 4.9. Hasil Kuisisioner Untuk <i>Moral Obligation</i>	37
Tabel 4.10. Hasil Kuisisioner Untuk <i>Experience</i>	37
Tabel 4.11. Hasil Kuisisioner Untuk <i>Social Entrepreneurial Intentions</i>	38
Tabel 4.12. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	39
Tabel 4.13. Hasil Uji Pengukuran <i>Q-Square</i>	39
Tabel 4.14. Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	40
Tabel 4.15. Hasil <i>Path Coefficient</i>	41
Tabel 4.16. Nilai <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Sustainable Development Goals</i>	9
Gambar 2.2. Model Penelitian	17
Gambar 3.1. Output <i>SmartPLS</i>	24
Gambar 4.1. Profil Responden Berdasarkan Konsentrasi.....	30
Gambar 4.2. Profil Responden Berdasarkan Angkatan	31
Gambar 4.3. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Gambar 4.4. Profil Responden Berdasarkan Usia	33
Gambar 4.5. Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	34
Gambar 4.6. Profil Responden Berdasarkan Aksi Sosial	35
Gambar 4.7. Hasil Nilai <i>Bootstrapping</i>	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	55
Lampiran 2 Hasil Biodata Kuisisioner	59
Lampiran 3 Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas	62
Lampiran 4 Hasil Analisis Data.....	64

BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Berwirausaha merupakan salah satu pekerjaan yang semakin banyak diminati oleh masyarakat Indonesia khususnya untuk generasi muda sekarang. Banyak alasan yang melatar-belakangi orang untuk memilih menjadi wirausaha, salah satu alasan yang paling kuat yaitu mereka ingin menciptakan usaha yang mereka sukai. Berwirausaha juga dapat membantu pemerintah dalam memberantas kemiskinan dan pengangguran. Dengan berwirausaha kita dapat membuka lapangan pekerjaan sehingga dapat membantu masyarakat dan negara dalam bidang ekonomi. Dalam berwirausaha kita juga harus memperhatikan tentang lingkungan tempat kita bekerja. Lingkungan sosial menjadi aspek penting yang mempengaruhi kinerja berwirausaha.

Melakukan kegiatan sosial juga dapat membantu pemerintah dalam menyelesaikan masalah-masalah sosial yang ada seperti kemiskinan, kelaparan, dan lain-lain. Hal ini juga berkaitan dengan pembangunan keberlanjutan (*sustainable development*). Di dalam *sustainable development* ada 17 goals yang memiliki tujuan masing-masing dalam partisipasinya untuk menyelesaikan masalah sosial di dunia. Oleh karena itu sangat penting bagi mahasiswa untuk melakukan kegiatan sosial agar dapat membantu lingkungan sekitar mereka dan melaksanakan pembangunan keberlanjutan.

Salah satu jenis kewirausahaan yang masih relatif baru adalah kewirausahaan sosial. Kewirausahaan sosial telah menjadi konsep baru yang digunakan untuk mengatasi masalah sosial. Menurut Dacin et al., (2011) kewirausahaan sosial menggabungkan nilai ekonomi dan sosial dengan misi untuk mengatasi masalah sosial. Penciptaan nilai sosial dicapai dengan mengedepankan *organizational sustainability* agar dapat mengejar dan mencapai misi dari nilai sosial tersebut. Menurut pernyataan Dees (1998) bahwa social entrepreneur adalah salah satu jenis wirausaha dengan karakter sosial sebagai berikut : (1) sebagai

agen perubahan dengan misi yang tidak hanya berfokus pada satu nilai pribadi tetapi juga pada nilai sosial, (2) untuk mengenali peluang berdasarkan misi ini, (3) menggunakan inovasi, adaptasi, dan pembelajaran berkelanjutan dalam proses pengenalan, (4) bertindak berani sekaligus bertanggung jawab.

Kewirausahaan sosial juga berpengaruh dalam pembangunan berkelanjutan (SDGs). Menurut WCED (1987) keberlanjutan adalah pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan-nya sendiri. Seorang wirausaha sosial dapat membantu lingkungan sosial nya dalam hal pendidikan, kesehatan, dan kesetaraan gender. Wirausaha sosial memiliki dua porsi untuk menggerakkan masalah alam dan lingkungan sosial menurut Nuringsih et al., (2020).

Meski masih terbilang baru kewirausahaan sosial bertumbuh dari waktu ke waktu. Menurut Dey (2006 dalam Dacin 2011) selama satu dekade terakhir, kewirausahaan sosial telah menjadi fenomena budaya internasional yang semakin penting. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya orang atau individu yang peduli adanya masalah sosial yang terjadi di dunia ini. Sejumlah organisasi dan asosiasi berpengaruh, mempromosikan dengan hati-hati kewirausahaan sosial dengan memberikan bukti anekdo menarik tentang individu heroik yang mengubah dunia (Bornstein 2004).

Pada tahun 2020 terjadi wabah *Coronavirus* yang menyebabkan permasalahan dalam bidang kesehatan, pendidikan, ekonomi dunia, dll. Masyarakat tidak dapat beraktivitas di karenakan adanya aturan *social distancing* yang menjaga jarak antar individu. Meskipun demikian, penelitian ini tidak berkaitan dengan wabah *Coronavirus* yang sedang berlangsung. Namun, hal ini dapat dijadikan tolak ukur bagi mahasiswa yang ingin dan berminat untuk bergerak dalam bidang kewirausahaan sosial. (Gielnik, 2014) (Noboa, 2006).

Untuk dapat mengetahui perkembangan dan minat dari mahasiswa, maka ciri-ciri kepribadian (*personality traits*) merupakan salah satu penentu minat mahasiswa untuk menjadi *social entrepreneurial*. Jadi hanya yang memiliki dan memenuhi ciri-ciri kepribadian yang mampu memiliki peluang untuk mencapai

kesuksesan yang signifikan. Menurut Frese dan Gielnik (2014) pengusaha harus mampu memiliki beberapa kepribadian sekaligus dan sebagai satu orang untuk menunjukkan kemampuan bertindak sebagai investor, penemu, akuntan, penyelidik perselisihan, pemimpin, ahli teknologi, spesialis pemasaran, dan penjual teratas. Seorang pengusaha atau wirausaha juga harus memiliki sifat optimisme yang diperlukan untuk percaya pada kelayakan dan keberhasilan suatu gagasan tetapi memiliki konsekuensi negatif karena dapat menyebabkan perluasan yang berlebihan dan cacat prakiraan.

Di dalam *personality traits* ada beberapa sifat dan sikap yang berperan sangat penting dalam minat seseorang untuk menjadi *social entrepreneurial*. Sifat dan sikap yang harus dimiliki yaitu *empathy*, *moral obligation* dan *experience*. Hal ini bertujuan untuk mengukur keseriusan dan kemantapan seseorang terjun dalam bidang sosial. Karena tidak semua individu dapat melakukan kewajiban sosial dengan baik dan benar. Sehingga variabel yang dapat diteliti untuk mengukur *social entrepreneurial intentions* yaitu *empathy*, *moral obligation*, *experience*.

Menurut Mair dan Noboa (2006) empati diusulkan sebagai proksi untuk sikap kesadaran seseorang terhadap perilaku kewirausahaan sosial. Empati di sisi lain mencerminkan sikap terhadap seseorang daripada perilaku. Nilai sosial seseorang dapat dilihat dari bagaimana mereka memperlakukan lingkungan sosial sekitar mereka. Jika seseorang peduli atas masalah sosial maka mereka sudah memiliki sifat empati yang diperlukan agar bisa menjadi seorang *social entrepreneurial*.

Selanjutnya ada kewajiban moral dimana individu bertindak sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku. Kewajiban moral adalah keyakinan normatif yang dirasakan tentang orang-orang dalam lingkungan individu yang juga disebut sebagai norma perintah menurut Cialdini, Reno, dan Kallgren (1990). Kewajiban moral sangat penting dalam *social entrepreneurial* karena seorang individu harus melakukan tugas dan tanggung jawab yang sudah diberikan dan tidak merusaknya. Jika individu tersebut melanggar kewajiban maka individu tersebut tidak memiliki tanggung jawab moral yang baik untuk seorang *social entrepreneurial*.

Pengalaman atau *experience* merupakan salah satu faktor yang penting dalam menentukan minat seseorang dalam kewirausahaan sosial. Menurut Vining dan Ebreo (1989) telah menentukan bahwa pengalaman sebelumnya juga memprediksi perilaku pro-sosial seperti partisipasi dalam program daur ulang. Untuk tujuan penelitian ini, pengalaman diukur sebagai pengalaman praktis seseorang bekerja dengan organisasi atau masalah yang berkaitan dengan sektor sosial.

Universitas Tarumanagara juga sudah memulai perannya untuk memotivasi dan mendukung mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneurial* dengan cara memberi fasilitas dan materi belajar yang baik..Salah satunya dengan mengadakan acara *entrepreneur week* yang dapat mendukung mahasiswa dalam mengeluarkan kreativasnya Universitas Tarumanagara juga sering mengadakan bakti sosial melalui organisasi mahasiswanya. Tetapi untuk menjadi seorang *social entrepreneurial* maka ada beberapa pengaruh yang dapat dipelajari Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka skripsi tersebut dapat diberi judul **“Pengaruh *Empathy*, *Moral Obligation*, dan *Experience* terhadap *Social Entrepreneurial Intentions* Mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara”**.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah yang ada dapat diidentifikasi. Beberapa masalah tersebut diantaranya:

- a. *Empathy* memiliki pengaruh terhadap *social entrepreneurial intentions*
- b. *Moral Obligation* memiliki pengaruh terhadap *social entrepreneurial intentions*
- c. *Experience* memiliki pengaruh terhadap *social entrepreneurial intentions*
- d. *Personality Traits* memiliki pengaruh terhadap *social entrepreneurial intentions*
- e. Kontrol perilaku dan kesadaran diri memiliki pengaruh terhadap *social entrepreneurial intentions*

3. Batasan Masalah

Dikarenakan luasnya ruang lingkup penelitian, maka diperlukan pembatasan masalah agar penelitian dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien, maka batasan masalahnya sebagai berikut:

- a. Subjek penelitian yang digunakan adalah Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Hal ini dilakukan agar pengumpulan data lebih efektif dan efisien.
- b. Objek penelitian yang dipakai yaitu *empathy*, *moral obligation*, dan *experience* sebagai variabel *independent* dan *social entrepreneurial intentions* sebagai variabel *dependent*

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah *empathy* memiliki pengaruh terhadap *social entrepreneurial intentions* pada Mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara?
- b. Apakah *moral obligation* memiliki pengaruh terhadap *social entrepreneurial intentions* pada Mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara?
- c. Apakah *experience* memiliki pengaruh terhadap *social entrepreneurial intentions* pada Mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara?

B. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji hasil penelitian secara empiris:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *empathy* terhadap *social entrepreneurial intentions* pada Mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *moral obligation* terhadap *social entrepreneurial intentions* pada Mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *experience* terhadap *social entrepreneurial intentions* pada Mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara.

2. Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Untuk membuktikan seberapa besar pengaruh *empathy*, *moral obligation*, dan *experience* terhadap *social entrepreneurial intentions* serta mendapat pengetahuan tentang faktor-faktor untuk menjadi seorang *social entrepreneurial* dan apa saja yang dapat diterapkan agar dapat menjalankan usaha kewirausahaan sosial dengan sukses.

b. Manfaat Praktis

Memberikan manfaat berupa referensi dan gambaran kepada mahasiswa yang ingin terjun kedalam *social entrepreneurial* agar dapat mengukur dan melihat kepribadian dan motivasi yang dimiliki mahasiswa terhadap intensi kewirausahaan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behavior and Decision Processes*, 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*., 32(4), 665–83.
- Austin, J. E. (2006). Three Avenues for Social Entrepreneurship Research. In J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), *Social Entrepreneurship* (pp. 22–33). London: Palgrave Macmillan UK.
https://doi.org/10.1057/9780230625655_3.
- Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling Capable and Valued: A Prosocial Perspective On The Link Between Empathy and Social Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 33 (2018) 333–350.
- Bandura, A. (1982). Self-Efficacy Mechanism in Human Agency. *American Psychologist*. Vol. 37, No. 2, 122-147.
- Batson, C. D., Early, S., & Salvarani, G. (1997). Perspective Taking: Imagining How Another Feels Versus Imaging How You Would Feel. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(7): 751–758.
- Berg, J.M., Grant, A.M., & Johnson, V. (2010). When Callings Are Calling: Crafting Work and Leisure in Pursuit of Unanswered Occupational Callings. *Organ. Sci.* 21, 973-994.
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *The Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
<https://doi.org/10.2307/258091>.
- Bornstein, D. (2004). *How to Change the World : Social Entrepreneurs and The Power of New Ideas*. Oxford University Press.
- Cialdini, Robert.B., Raymond.R.R., & Kallgrent, C. A. (1990). A Focus Theory of Normative Conduct: Theoretical and Reevaluation of the Role of Norms in Human Behaviour. *Journal of Personality and Social Psychology*.

- Corner, P. D., & Ho, M. (2010). How Opportunities Develop in Social Entrepreneurship. *Entrepreneurship, Theory, and Practice*, 34(4): 635–659.
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Creswell, J. W., Clark, V. P., Gutmann, M. L., & Hanson, W. E. (2003). An Expanded Typology for Classifying Mixed Methods Research Into Designs. *Advanced Mixed Methods Research Designs*.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions. *Organization Science*, 22(5), 1203–1213. <https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0620>.
- Dees, J. G. (1998). The Meaning of Social Entrepreneurship. Kansas. Retrieved from <https://community-wealth.org/content/meaning-social-entrepreneurship>.
- Decety, J., and Jackson, P. L. (2004). The Functional Architecture of Human Empathy. *Behavioral and Cognitive Neuroscience Reviews*, 3(2), 71–100. <https://doi.org/10.1177/1534582304267187>.
- De Groot, J. I. M., & Steg, L. (2009). Morality and Prosocial Behavior: The Role of Awareness, Responsibility, and Norms in the Norm Activation Model. *The Journal of Social Psychology*, 149(4), 425–449.
- Development Program,U.N. (2015). Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. *General Assembly*.
- Dey, P. (2006). The Rhetoric of Social Entrepreneurship. *Paralog and New Language Games in Academic*,121-144.
- Ebreo, J. V. (1989). An Evaluation of The Public Response to A Community Recycling Education Program. *Society & Natural Resources*, 23-36.
- Ernst, K. (2011). Heart over mind—An empirical analysis of social entrepreneurial intention formation on the basis of the theory of planned behaviour. Unpublished Dissertation, University Wuppertal.

- Gujarati, D. N. (2003). *Basic Econometrics*. Fourth Edition. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Grichnik, F. F. (2013). Social Entrepreneurial Intention Formation of Corporate Volunteers. *Journal of Social Entrepreneurship*, 153-181.
- Gielnik, M. F. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *The Annual Review of Organization Psychology and Organization Behavior*.
- Hair, J. F., Jr, M. S. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool for Business Research. *European Business Review* Vol. 26 No. 2, 106-121.
- Hair, J.F., C. M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, vol. 19, no. 2, 139–151.
- Haines, R., Street, M. D., & Haines, D. (2008). The Influence of Perceived Importance of an Ethical Issue on Moral Judgment, Moral Obligation, and Moral Intent. *Journal of Business Ethics*, 81(2): 387– 399.
- Henseler, J., Ringle, C. M., and Sinkovics, R. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. In *New Challenges to International Marketing Advances in International Marketing* (Vol. 20, pp. 277–319). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014).
- Hockerts, K. (2017). Determinants of Social Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105–130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>.
- Hurlock, Elizabeth, B. (1999). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. (Terjemahan Istiwidayanti & Soedjarno). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lacap, J. P., Mulaningsih, H. D., & Ramadani, V. (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*.
- Lee, Nancy ,R. K. (2011). *Social Marketing : Influencing Behaviours for Good*. Sage Publication.
- Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social Entrepreneurship: How Intentions to Create a Social Venture are formed. In J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), *Social Entrepreneurship* (pp. 121–135). London: Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9780230625655_8.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An applied orientation* (6th ed). Pearson Education.
- Mehrabian, A., & Epstein, N. (1972). A Measure of Emotional Empathy. *Journal of personality*, 40(4): 525– 543.
- Nuringsih, K., Nuryasman, M.N., & Amelinda, R. (2020). The Propensity for Social Entrepreneurship during the Coronavirus Outbreak, *Jurnal Manajemen/Volume XXIV, No. 02, June 2020: 174-193* DOI: <http://dx.doi.org/10.24912/jm.v24i1.615>.
- Preston, S. D., Bechara, A., Damasio, H., Grabowski, T. J., Stansfield, R. B., et al. (2007). The Neural Substrates of Cognitive Empathy. *Social Neuroscience*, 2(3-4): 254–275.
- Rantanen, R., & Toikko, T. (2013). Social Values, Societal Entrepreneurship Attitudes and Entrepreneurial Intention of Young People In The Finnish Welfare State. *Poznan University of Economics Review*.
- Saebani, B. A., & Sutisna, Y. (2018). *Metode Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for business: A skill-building approach* (6th ed). Wiley.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. 2014. Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models Entrepreneurship Theory and Practice, 38(2): 291–332. Forthcoming, available online at.
- Shumate, M., Atouba, Y., Cooper, K. R., and Pilny, A. (2014). Two Paths Diverged: Examining the Antecedents to Social Entrepreneurship.

Management Communication Quarterly, 28(3), 404–421.
<https://doi.org/10.1177/0893318914538561>.

Stainback; S. & William S. (1988). Understanding & Conducting Qualitative Research; Kendall/ Hunt Publishing Company; Dubuque, Iowa.

WCED, U. (1987). Development and International Economic Co-Operation : Environment. England.

Yiu, D. W., Wan, W. P., Ng, F. W., Chen, X., & Su, J. (2014). Sentimental Drivers of Social Entrepreneurship: A Study of China's Guangcai (Glorious) Program. *Management and Organization Review*, 10(1): 55–80

