MINAT MAHASISWI PERGURUAN TINGGI KEISLAMAN DI D.I. YOGYAKARTA MENJADI SOCIAL ENTREPRENEUR

The Interest of Islamic Higher Students in Special Region of Yogyakarta to Be a Social Entrepreneur

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam

Oleh :

VENA LUFIANA

18423162

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vena Lufiana

NIM : 18423162

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Minat Mahasiswi Perguruan Tinggi Keislaman di D.I. Yogyakarta Menjadi Social Entrepreneur.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 04 Oktober 2022



Vena Lufiana

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen pembimbing skripsi.

Nama : Vena Lufiana

NIM : 18423162

Judul Skripsi : Minat Mahasiswi Perguruan Tinggi Keislaman di D.I. Yogyakarta Menjadi Social Entrepreneur

Menyatakan bahwa. Berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqosah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 04 Oktober 2022



Rizqi Anfanni Fahmi, SEI., MSI

NOTA DINAS

Yogyakarta 04 Oktober 2022 M
17 Rabiul Awal 1444 H

Hal : Skripsi

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu
Agama Islam
Universitas Islam
Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 917/Dek/60/DAATI/FIAI/VII/2022 tanggal 22 Juli 2022 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudari:

Nama	: Vena Lufiana
NIM	: 18423162
Program Studi/konsentrasi	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Fakultas Ilmu Agama Islam
Tahun Akademik	: 2021/2022
Judul Skripsi	: Minat Mahasiswi Perguruan Tinggi Keislaman di D.I. Yogyakarta Menjadi Social Entrepreneur

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, sudah dapat diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana. Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudari tersebut di atas untuk dimunaqasahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dosen Pembimbing,

Rizqi Anfanni Fahmi, SEI., MSI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Jumat
Tanggal	:	25 November 2022
Judul Tugas Akhir	:	Minat Mahasiswi Perguruan Tinggi Keislaman di D.I. Yogyakarta Menjadi Social Entrepreneur
Disusun oleh	:	VENA LUFIANA
Nomor Mahasiswa	:	18423162

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua	:	Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd, M.Pd.	(.....)
Penguji I	:	Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA	(.....)
Penguji II	:	Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I.	(.....)
Pembimbing	:	Rizqi Anfani Fahmi, SEI, MSI	(.....)

Yogyakarta, 6 Desember 2022
Dekan,

Dr. Drs. Asmuni, MA

Alhamdulillahi Rabbil Alamin. Syukur tak terhingga saya ucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala nikmat dan kasih sayang yang selalu dicurahkan dalam kehidupan penulis, serta kemudahan dan pembelajaran, sehingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Ucapan terimakasih yang tercurahkan juga kepada keluarga penulis yang telah memberikan dukungan serta doa yang terus teriringi sampai akhirnya proses tugas akhir telah tertunaikan.

Penulis persembahkan karya ini untuk :

Bapak Wardoyo dan Ibu Mulik

Terimakasih atas segala doa yang selalu dipanjatkan dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis, dari mulai awal kepenulisan, hingga akhir. Terimakasih telah memberikan kepercayaan dan cinta kasih kepada putri bapak dan ibu.

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللهُ نَفْسًا اِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya”

(QS Al-Baqarah : 286)

"Tahapan pertama dalam mencari ilmu adalah mendengarkan, kemudian diam dan menyimak dengan penuh perhatian, lalu menjaganya, lalu mengamalkannya, dan kemudian menyebarkannya."

(Sufyan bin Uyainah)

وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡإِثۡمِ وَٱلۡعُدۡوَٰنِۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلۡعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya."

(QS Al-Maidah : 2)

ABSTRAK
MINAT MAHASISWI PERGURUAN TINGGI KEISLAMAN DI D.I. YOGYAKARTA MENJADI SOCIAL ENTREPRENEUR

VENA LUFIANA

18423162

Adanya peningkatan jumlah kewirausahaan, memiliki dampak yang baik yang dapat menimbulkan perkembangan sosial entrepreneur. Hal tersebut dapat menarik perhatian anak muda khususnya mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta untuk menjadi wirausaha sosial setelah lulus nanti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis terkait minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial menggunakan teori perilaku terencana (TPB). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer sebagai sumber data, diperoleh melalui kuesioner secara online pada google form. Metode sampling yang digunakan yaitu *non-probability* sampling dengan teknik *convenience sampling*, dan terdiri dari 100 responden yang merupakan mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian pada nilai AVE dan akar kuadrat AVE menunjukan nilai yang sudah memenuhi persyaratan. Nilai *R-Square* yang diperoleh sebesar 68,5%. Variabel empati, dukungan sosial, dan efikasi diri berpengaruh positif signifikan pada minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial. variabel kewajiban moral tidak berpengaruh positif signifikan.

Kata kunci : Empati, Kewajiban Moral, Dukungan Sosial, Efikasi Diri, Minat Kewirausahaan Sosial

ABSTRACT
THE INTEREST OF ISLAMIC HIGHER STUDENTS IN SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA TO BE A SOCIAL ENTREPRENEUR

VENA LUFIANA
18423162

The increasing number of entrepreneurships has brought a good impact that can lead to the development of social entrepreneurs. This can attract the attention of young people, particularly Islamic university students in Special Region of Yogyakarta to be a social entrepreneur after graduation. This study aims to identify and analyse the interest of female students in becoming social entrepreneurs using the Theory of Planned Behaviour (TPB). This quantitative research used primary data as a data source obtained through an online questionnaire in Google form. The sampling method used was non-probability sampling with convenience sampling technique, involving 100 respondents who were the female students of Islamic institutions in Special Region of Yogyakarta. Data analysis was conducted using Multiple Regression Analysis. The results of the research on the AVE value and the AVE square root showed that the value that have already met the requirements. The R-Square value obtained was 68.5%. The variables of empathy, social support, and self-efficacy showed a significant positive effect on female students' interest in becoming social entrepreneurs. While, the variable moral obligation had no significant positive effect.

***Keywords** : Empathy, Moral Obligation, Social Support, Self-Efficacy, Interest in Social Entrepreneurship*

December 08, 2022
TRANSLATOR STATEMENT
The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

PEDOMAN TRANSLITERASI

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 168 Tahun 1987

Nomor : 0643b/U/1987

Transliterating dimaksudkan sebagai pengalihan-hurufan dari abjad yang ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonemena konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan literasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan

Huruf arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẑal	ẑ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
	Hamzah	'	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tabel 0.2 Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf sebagai berikut :

Tabel 0. 3 Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وَ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Tabel 0.4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ىَ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
وُ...	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh :

Qāla

- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

4. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua, yaitu :

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh :

- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ al-madīnah al-munawwarah/ al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ Talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas :

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh :

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanyakata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ — Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَ — Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahim

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam

tulisanArabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengankata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidakdipergunakan.

Contoh :

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ — Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الأَمْرُ جَمِيْعًا — Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jami-a

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

الـحَمْدُ للهِ رَبِّ العَالَـمِيْنَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الأَنْبِيَاءِ وَالـمُرْسَلِيْنَ ، نَبِيِّنَا وَحَبِيْبِنَا مُـحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْـمَعِيْنَ ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِالدِّيْنِ

Puji serta syukur dipanjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, Allah SWT. Atas seluruh karunia nikmat, rahmat, ridho-Nya. Serta, shalawat beriring salam kepada Rasulullah SAW, keluarga, kerabat serta para tabi'in dan Umat-Nya. Alhamdulillah atas izin Allah SWT dan shalawat kepada Rasulullah, penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan judul "Minat Mahasiswi Perguruan Tinggi Keislaman di D.I. Yogyakarta". Tugas akhir ini disususn dengan tujuan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Selesainya kepenulisan ini tidak lepas dari dukungan dan doa yang terus teriring dari berbagai pihak yang memberikan dukungan, pembelajaran, serta saran kepada penulis. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menerima ilmu dan menyelesaikan studi di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, Asmuni, M.A., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM., selaku Ketua jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, L.c, M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Rizqi Anfanni Fahmi, SEI., MSI., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir. Saya ucapkan terimakasih atas seluruh bimbingan, nasihat, kebaikan, serta dukungan yang telah bapak berikan dengan sepenuhnya.

6. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan wasilah ilmu pengetahuan kepada penulis, semoga ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah kepada Ibu-Bapak.
7. Kedua orang tua penulis, yang amat penulis cintai dan sayangi. Terimakasih atas kepercayaan dan cinta yang telah diberikan. Sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Seluruh keluarga penulis, kakak dan adik yang telah memberikan doa, cinta, dan dukungan kepada penulis.
9. Seluruh sahabat yang sangat mempercayai saya dan meyakinkan saya untuk menyelesaikan penelitian ini, Ayu, Melin, Sani, Risa, Adnia, Rula, Cece, Igra, Sinta, Suci. Terimakasih atas dukungan dan bantuan yang selalu diberikan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga kelak Allah membalas kebaikan kalian.
10. Pada akhirnya kata terimakasih untuk diri saya sendiri, telah mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih sudah selalu menerima setiap hal yang tidak sesuai harapan, dan mencoba untuk kembali.

Dengan kerendahan hati penulis memohon maaf tidak dapat menyebutkan semua pihak secara satu persatu. Permohonan maaf juga penulis sampaikan, jika terdapat kesalahan baik yang disengaja maupun luput dari pengetahuan serta adanya kekurangan dalam penyelesaian tugas akhir ini. Oleh karenanya, penulis sangat menerima saran maupun kritikan mengenai penulisan tugas akhir ini. Penulis berharap skripsi dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi pembaca.

Yogyakarta, 04 Oktober 2022

Penulis,

Vena Lufiana

DAFTAR ISI

REKOMENDASI PEMBIMBING ..... **iii**
NOTA DINAS ..... **iv**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **v**
LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **v**
MOTTO ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **x**
KATA PENGANTAR ..... **xvii**
DAFTAR ISI ..... **xix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xxi**
DAFTAR TABEL ..... **xxii**
PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI **9**
A. Telaah Pustaka 9
B. Landasan Teori 14
BAB III METODE PENELITIAN **25**
A. Desain Penelitian 25
B. Lokasi Penelitian & Waktu Penelitian 25
C. Objek Penelitian 26
D. Populasi dan Sampel 26
E. Sumber Data 27
F. Teknik Pengumpulan Data 27
G. Definisi Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel 30
H. Instrument Penelitian 33
I. Teknik Analisis Data 33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **41**

B. Karakteristik Responden.....41
C. Analisis Uji Instrument.....44
D. Pembahasan dan Diskusi Hasil Hipotesis 49
BAB V PENUTUP.....57
A. Kesimpulan 57
B. Saran.....57
LAMPIRAN.....66
RIWAYAT HIDUP 77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Pengujian Hipotesis..... 46

DAFTAR TABEL

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan x
Tabel 0.2 Transliterasi Vokal Tunggal..... xii
Tabel 0. 3 Transliterasi Vokal Rangkap..... xii
Tabel 0.4 Transliterasi Maddah..... xii
Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Perguruan Tinggi Keislaman di Yogyakarta 6
Tabel 2.1 Perbandingan Dari Penelitian Terdahulu 9
Tabel 3.1 Alur Penelitian 25
Tabel 3.2 Skala Likert..... 28
Tabel 3.3 Panduan kuesioner variabel empati..... 28
Tabel 3.4 Panduan kuesioner variabel kewajiban moral..... 28
Tabel 3.5 Panduan kuesioner variabel dukungan sosial..... 29
Tabel 3.6 Panduan kuesioner variabel efikasi diri 29
Tabel 3.7 Panduan kuesioner minat kewirausahan sosial 30
Tabel 3. 8 Definisi Konseptual Variabel..... 30
Tabel 3. 9 Hasil Uji *Validitas*..... 34
Tabel 3.10 Hasil Cross Loading..... 35
Tabel 3.11 Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE..... 37
Tabel 3.12 Nilai Korelasi Antar Konstrak dengan Nilai Akar Kuadrat AVE..... 37
Tabel 3.13 Nilai Composite Reliability 38
Tabel 4.1 Karakteristik Usia 42
Tabel 4.2 Perguruan Tinggi Keislaman 42
Tabel 4.3 Karakteristik Program Studi..... 43
Tabel 4.4 Karakteristik Angkatan 44
Tabel 4.5 Nilai R-Square..... 45
Tabel 4.6 Hasil Path Coefficients..... 46
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis 48
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas..... 48

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kewirausahaan sosial atau *social entrepreneurship* merupakan sebuah istilah turunan dari kewirausahaan (Nurhadi, 2019), penelitian tersebut mendefinisikan kewirausahaan sosial sebagai aktivitas yang menggabungkan pendekatan bisnis dan kesejahteraan sosial. (Cagarman et al., 2020) menyatakan bahwa kewirausahaan sosial memainkan peran penting dalam membantu memecahkan tantangan sosial, sejalan dengan (Ratten et al., 2017) menyatakan bahwa kewirausahaan sosial berkontribusi pada pembangunan melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan kekayaan, pendapatan, serta memberikan dampak positif dengan adanya perkembangan kecil di masyarakat yang dapat diamati contohnya peningkatan jumlah wirausaha sosial.

Ekonomi islam tidak dapat memisahkan antara kegiatan kewirausahaan dengan aturan dan prinsip dalam melaksanakaan kegiatan kewirausahaan yang telah dijelaskan dalam Al-Quran dan hadist. Para wirausahawan melakukan kegiatan kewirausahaan tidak hanya untuk tujuan memperoleh keuntungan semata, tapi untuk memenuhi kewajiban sosial atau tolong-menolong (Antoni, 2014). Selain itu konsep kebajikan dalam islam bersifat menyeluruh, tidak hanya mementingkan kepentingan dunia semata, tetapi juga perlu memikirkan mengusahakan supaya setiap anggota masyarakat dapat menjalani hidup yang baik, hal ini sesuai dengan penggalan ayat Al-Quran Surah Al-Maidah ayat 2, yang berbunyi:

وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡإِثۡمِ وَٱلۡعُدۡوَٰنِۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلۡعِقَابِ

Yang artinya : “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya."

Pada laman resmi Spada Indonesia (lmsspada.kemdikbud) tertulis bahwa membangun *social entrepreneurship* atau kewirausahaan sosial kini menjadi tren di tengah masyarakat yang ada di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Menurut Armida Salsiah Alisjahbana selaku Sekretaris Eksekutif UNESCAP menyatakan dalam laman resmi (https://www.cnnindonesia.com) terdapat 340 ribu kewirausahaan sosial di Indonesia. *The Art of Sustainable Giving* mengidentifikasi 454 wirausaha sosial yang ada, dan lebih dari 1.400 wirausaha sosial yang bercita-cita tinggi (Council, 2018). Dalam laman resmi (https://usahasosial.com/id/) Platform Usaha Sosial (PLUS) teridentifikasi terdapat kurang lebih 39 kewirausahaan sosial yang dijalankan di kota Yogyakarta. Perkembangan kewirausaha sosial yang kreatif terus didukung oleh pemerintah melalui peningkatan kapasitas dan rancangan kebijakan yang memudahkan mereka yang memiliki usaha dengan tujuan untuk menyelesaikan masalah sosial di masyarakat.

Dapat diketahui pula bahwa partisipasi dari aktivitas kewirausahaan tersebut lebih unggul ada pada perempuan (Ascher, 2012). (Marshall & Wharton, 2014) memperkuat pernyataan ini dengan menekankan bahwa dalam beberapa tahun terakhir ada peningkatan jumlah perempuan yang memasuki kegiatan kewirausahaan dan memberikan kontribusi terhadap kewirausahaan di seluruh dunia. Mereka melaporkan bahwa pada tahun 2012, 126 juta perempuan memulai dan mengelola perusahaan baru, dan 98 juta lainnya menjalankan bisnis yang telah mereka mulai lebih dari 3½ tahun sebelumnya.

Secara keseluruhan, 224 juta perempuan berkontribusi dalam menciptakan dan menjalankan perusahaan. Data ini menekankan kontribusi perempuan terhadap kewirausahaan secara global. Pernyataan tersebut juga sejalan dengan data dalam Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 bahwa sebesar 64,5% atau sebanyak 37 juta dari total UMKM di Indonesia dikelola oleh perempuan. Adapun riset dari *Sasakawa Peace Foundation & Dalberg* dalam laman resmi katadata (katadata.co.id) juga mencatat persentase wirausaha perempuan di Indonesia cukup tinggi, yaitu sebesar 21% (Fahmi Ahmad Burhan, 2020), hal

ini dapat berkontribusi dalam membuka jalan bagi tenaga kerja perempuan yang diperkirakan mencapai 69% (Council, 2018).

Dalam konverensi pers yang ditulis oleh Okke Oscar bahwa kepemimpinan usaha sosial di Indonesia saat ini didominasi oleh anak-anak muda dengan 67% individu berusia 18 sampai 34 tahun dan 40% nya adalah perempuan. (Council, 2018) juga menyatakan bahwa semakin banyak anak muda yang mendirikan usaha sosial dengan mayoritas (67%), pemimpin wirausaha sosial berusia antara 18 hingga 34 tahun dengan 40% dari usaha sosial tersebut perempuan memegang posisi kepemimpinan. Penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa perusahaan sosial yang dipimpin perempuan di Indonesia cenderung memiliki proporsi karyawan perempuan yang lebih tinggi daripada perusahaam sosial yang dipimpin laki-laki.

Penelitian ini dilandasi oleh *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori TPB ini ditemukan oleh (Ajzen, 1991) yang digunakan untuk melihat factor kuat dari niat dan perilaku kewirausahawan. (Mahfud et al., 2020) menyatakan kerangka teoritis TPB sering diterapkan dalam penelitian kewirausahaan dan merupakan kerangka kerja yang paling mapan dan berhasil untuk menganalisis niat perilaku. Mair dan Noboa (2006) dalam model intensi kewirausahaan sosial mereka mengemukakan bahwa niat untuk memulai usaha sosial berkembang dari persepsi menjadi keinginan, yang dipengaruhi oleh empati sebagai faktor emosional, pertimbangan moral sebagai faktor kognitif, dan kelayakan yang dirasakan dipengaruhi oleh *self-efficacy*, dan dukungan sosial (Tiwari et al., 2017).

Berdasarkan TPB, (Ajzen, 1991) dan Mair dan Noboa (2006) mengembangkan kerangka teoritis niat kewirausahaan sosial dengan menyarankan anteseden seperti empati, kewajiban moral, *self-efficacy*, dan dukungan sosial (Garaika, 2020a). Meskipun tidak secara langsung menguji model Mair dan Noboa (2006) namun TPB menerapkan teori perilaku berencana pada kewirausahawan sosial yang terbukti pertama secara empiris.

Ketika mahasiswi merasa bahwa masyarakat sekitar mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhannya atau dalam mencari pekerjaan maka rasa ingin menjadi wirausaha sosial pada seseorang akan lebih terdorong. Empati sebagai factor prediktif yang dapat mendorong niat individu untuk menjadi pengusaha. Sejalan dengan pendapat (Hashim et al., 2020) bahwa perasaan empati terhadap aspek sosial dan ekonomi meyebabkan mereka memiliki niat untuk menjadi wirausaha sosial.

Selain memiliki rasa empati, kewajiban moral ada kaitannya dengan wirausaha sosial untuk melihat sejauh mana wirausahawan sosial berkomitmen penuh terhadap ide mereka dan merasa wajib untuk merealisasikan ide-idenya (Tiwari et al., 2017). Kewajiban moral berpengaruh untuk meningkatkan kesadaran sosial dan rasa tanggung jawab serta perilaku prososial.

Untuk membangun kewirausahawan sosial, factor yang berpengaruh tidak hanya dari dalam diri seorang wirausaha saja, namun ada pengaruh dari luar individu seperti mendapatkan dukungan dari kerabat sekitar dalam menjalankan misi sosialnya hingga tercapai kesejahteraan hidup. Dengan adanya dukungan sosial akan membuat wirausaha sosial semakin yakin dengan karir yang dipilihnya. Karena dukungan yang diberikan mengandung kepedulian, cinta, dan kepercayaan (Nurhayati et al., 2019) yang dapat membantu mengatasi jika terdapat masalah pada wirausaha yang dijalankan (Juwita et al., 2019).

Selanjutnya efikasi diri, sebelum menjadi wirausaha sosial seseorang akan menilai kemampuan dan keterampilannya dalam menggerakan sesuatu hingga dirinya yakin akan mencapai hasil yang diinginkannya (Fikrianoor, 2021) keyakinan diri telah mempengaruhi mahasiswi, terutama dalam bidang kewirausahaan sehingga dapat mendorong perilaku yang menghasilkan pencapaian yaitu minat untuk berwirausaha.

Dalam penelitian yang berjudul *"Determinants of the Social Enterpreneurial Intention of Young Enterpreneurs Indonesia"* (Garaika, 2020a) yang berlandasan pada teori perilaku terencana (Ajzen, 1991), mengungkapkan

hasil bahwa niat wirausaha sosial dipengaruhi secara signifikan oleh empati, kewajiban moral, dan dukungan sosial. Artinya empati, kewajiban moral, dan dukungan sosial pada wirausahawan muda secara signifikan akan memberikan dampak yang besar bagi niat mereka menjadi wirausaha sosial. Wirausahawan yang memiliki empati mampu memotivasi dan memimpin karyawannya untuk menciptakan nilai-nilai sosial dalam organisasinya. (Fikrianoor, 2021) menyatakan ketika seseorang merasa bahwa masyarakat sekitar mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhannya atau dalam mencari pekerjaan maka rasa ingin menjadi wirausaha pada diri seseorang akan lebih terdorong. (Hashim et al., 2020) dalam hasil penelitiannya yaitu adanya perasaan empati terhadap aspek sosial dan ekonomi meyebabkan mereka memiliki niat untuk menjadi wirausahawan sosial.

Penelitian yang dilakukan (Hamdani Lutfi, 2022) dengan judul *"The Effect of Past Experience, Empathy, Efficacy and Social Support on Social Entrepreneurial Intentions"*. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pengalaman terdahulu, empati, efikasi diri, dan dukungan sosial berpengaruh signifikan terhadap niat wirausaha sosial mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Raden Mas Said, Surakarta. Berbeda dengan hasil penelitian (Fikrianoor, 2021) yang menjadikan kewajiban moral sebagai variabel penelitiannya. Bahwa kewajiban moral tidak berpengaruh terhadap minat menjadi wirausaha, dikarenakan kewajiban moral seseorang yang telah menjadi wirausaha berbeda dengan kewajiban moral mahasiswa. Kewajiban moral mahasiswa lebih berorientasi pada mencari pekerjaan, sedangkan seorang wirausahawan memiliki kewajiban moral untuk membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain.

Dalam penelitian (Nurhayati & Farradinna, 2019) yang berjudul "Efikasi Diri dan Dukungan Sosial Keluarga Memprediksi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa", mengungkapkan hasil bahwa ada efikasi diri dan dukungan sosial keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Hasil penelitian oleh (Noerhartati, 2019b) yang berjudul Exploring the

Intentions of Social Entrepreneurship : An Empirical Study University Student in Indonesia, yang menjadikan efikasi diri dan dukungan sosial sebagai variabel. Hasil dari penelitian tersebut bahwa efikasi diri dan dukungan sosial berpengaruh terhadap niat berwirausaha.

Sejauh ini, penelitian yang membahas minat berwirausaha sosial cenderung berbicara terkait pada ranah determinan minat, dan fenomena *sociopreneur* di perguruan tinggi. Belum banyak penelitian yang membahas terkait fenomena *social entrepreneur* perempuan khususnya di kalangan mahasiswi perguruan tinggi. Dengan begitu perlu diteliti lebih lanjut apakah hal ini sudah mampu diterima oleh masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor apa saja yang mampu mempengaruhi minat mahasiswi, selain itu penelitian ini mencoba melengkapi studi yang ada dengan menelusuri bagaimana minat mahasiswi di perguruan tinggi, khususnya perguruan tinggi keislaman Yogyakarta menjadi *social entrepreneur*. Peneliti mengambil populasi mahasiswi perguruan tinggi sesuai dengan data wirausaha sosial perempuan diatas, dengan Yogyakarta sebagai kota pelajar. Diketahui pula bahwa mahasiswi perguruan tinggi keislaman di kota Yogyakarta yaitu 6.562 jiwa yang terdiri dari 6.486 sarjana perempuan dan 76 pasca sarjana perempuan.

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Perguruan Tinggi Keislaman di Yogyakarta

Propinsi	PTKIN				PTKIS			
	Sarjana		Pasca Sarjana		Sarjana		Pasca Sarjana	
	LK	LK	LK	PR	LK	PR	LK	PR
D.I. Yogyakarta	8,074	9,210	3,244	2,152	5,603	6,486	101	76

Sumber : Kemenag

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Apakah empati mempengaruhi minat mahasiswi di perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta menjadi seorang *social enterpeneur*?

2. Apakah kewajiban moral mempengaruhi minat mahasiswi di perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta menjadi seorang *social entrepreneur*?
3. Apakah dukungan sosial mempengaruhi minat mahasiswi di perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta menjadi seorang *social entrepreneur*?
4. Apakah efikasi diri mempengaruhi minat mahasiswi di perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta menjadi seorang *social entrepreneur*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalis pengaruh empati terhadap minat mahasiswi di perguruan tinggi keislaman di Yogyakarta menjadi seorang *social entrepreneur*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kewajiban moral terhadap minat mahasiswi di perguruan tinggi keislaman di Yogyakarta menjadi seorang *social entrepreneur*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dukungan sosial terhadap minat mahasiswi di perguruan tinggi keislaman di Yogyakarta menjadi seorang *social entrepreneur*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh efikasi diri terhadap minat mahasiswi di perguruan tinggi keislaman di Yogyakarta menjadi seorang *social entrepreneur*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah pengetahuan serta wawasan tentang bagaimana minat mahasiswi di perguruan tinggi keislaman di Yogyakarta menjadi *social entrepreneur*.

2. Secara Praktis

   Dapat melengkapi kekurangan literature yang ada tentang minat mahasiswi perguruan tinggi menjadi seorang *entrepreneur*, terutama di

perguruan tinggi keislaman yang belum banyak mendapatkan perhatian pada studi sebelumnya.

E. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi empat subbab yaitu, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II Kajian Pustaka

Berisi mengenai landasan teori, serta penelitian terdahulu.

BAB III Metode Penelitian

Memuat secara detail terkait metode penelitian yang dipakai oleh peneliti, jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi, sampel, objek penelitian, Teknik pengumpulan data, definisi operasional dan konseptual, Teknik pengelolaan dan analisis data yang digunakan, serta sistematika penulisan.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

Memuat terkait penyajian data yang berisikan analisis data penelitian dimana pada bab ini peneliti akan menganalisis teori yang ada terkait pengaruh minat mahasiswi Universitas Islam Indonesia menjadi wirausaha sosial muslim dengan data yang terdapat di lapangan.

BAB V Penutup

Pada bab ini, berisi tentang kesimpulan dari penelitian, serta saran-saran, dan tentu pada akhir bagian terdapat daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang terkait dengan kepenulisan penelitian.

BAB II
TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Pada setiap penelitian memerlukan sebuah telaah pustaka, yang bertujuan untuk penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, dengan topik yang berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini. Telaah pustaka juga dapat menjadi landasan bagi penulis serta sebagai bentuk komparasi terhadap penelitian-penelitian yang sebelumnya. Dengan demikian, hal ini nantinya akan memudahkan penulis dalam memperoleh berbagai pengetahuan tentang penelitian yang dilakukan.

Tabel 2.1 Perbandingan Dari Penelitian Terdahulu

No.	Judul, penulis/tahun	Variabel dan Metode	Kesimpulan
1.	*Outcome Expectations and Social Entrepreneurial Intention: Integration of Planned Behavior and Social Cognitive Career Theory* (Antoni, 2014)	- Responden : 279 siswa melalui wawancara tatap muka - Alat analisis : SEM - Variabel X : Sikap terhadap perilaku, norma subyektif, control perilaku, ekspetasi hasil - Variabel Y : Niat menjadi wirausaha	Studi ini memperoleh hasil bahwa sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan control perilaku diterima dengan baik. Sedangkan untuk variable ekspetasi hasil secara tidak signifikan mempengaruhi niat kewirausahaan yang artinya

			variable ekspetasi hasil tidak diterima.
2.	*The effect of perceived barriers on social entrepreneurship intention in Malaysian universities: The moderating role of education.* (Shahverdi et al., 2018)	- Responden : 288 Mahasiswa Universita Malaysia - Alat Analisis : AMOS 18 - Variabel X : Kurangnya dukungan, Kurangnya Pengetahuan, Kurangnya Percaya Diri, Kurangnya Sumber Daya, dan Pendidikan Kewirausahaan Sosial - Variabel Y : Intensi berwirausaha sosial	Hasil dalam studi ini yaitu bahwa variabel kurangnya kompetensi, kurangnya rasa percaya diri dan kurangnya sumber daya sebagai hambatan yang mempengaruhi niat kewirausahaan sosial dari mahasiswa universitas riset di Malaysia. Dan untuk variabel kurangnya dukungan dan kurangnya pengetahuan tidak dianggap sebagai hambatan potensial untuk niat kewirausahaan sosial siswa.

3.	*Determinants of the Social Enterpreneurial Intention of Young Enterpreneurs Indonesia* (Garaika, 2020a)	- Responden : 246 responden pengusaha muda yang memulai bisnis berorientasi sosial (start-up) di Indonesia. - Alat analisis : Structural Equation Modeling (SEM) - Variabel X : empati, dan kewajiban moral - Variabel Y : niat menjadi wirausaha sosial	Hasil penelitian menyimpulkan empati, kewajiban moral, dan dukungan sosial pada wirausahawan muda secara signifikan akan memberikan dampak yang sangat besar bagi wirausaha sosial dalam konteks Indonesia.
4.	*Social Enterpreneurial Intention : An Empirical Study at Ponpes Darul Quran* (Hartati et al., 2022)	- Reponden : santri pondok pesantren Darul Quran Wonosari - Alat analisis : Data yang terkumpul akan dianalisa menggunakan Smart of partial least squares structural equation modeling (Smart PLS-SEM) - Variabel X : kewajiban moral, empati, efikasi diri dan dukungan sosial	Secara signifikan, Niat Kewirausahaan Sosial dipengaruhi oleh kewajiban moral, dan memiliki hubungan positif. Namun, Dukungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Berwirausaha Sosial tetapi memiliki

		- Variabel Y : intensi berwirausaha sosial	hubungan yang positif
5.	*The Impact of Empathy Social Support and Moral Obligation on Social Enterpreneur Intention* (Garaika, 2020b)	- Responden : Populasi dalam penelitian ini seluruh pengusaha muda dengan total 246 responden - Alat analisis : dengan Teknik statistic AMOS - Variabel X : empati, dukungan sosial, kewajiban moral - Variabel Y : niat wirausaha sosial	Memberikan kesimpulan bahwa wirausaha yang memiliki empati dan kewajiban moral tinggi berpengaruh terhadap niat menjadi wirausaha sosial. Hasil pengujian menjelaskan bahwa niat wirausaha sosial dipengaruhi oleh empati, kewajiban moral, dan dukungan sosial.
6.	*Exploring the Intentions of Social Enterpreneurship Study University Student in Indonesia* (Noerhartati, 2019a)	- Responden : 328 mahasiswa - Alat analisis : statistic Structural Equation Modeling (SEM) - Variabel X : Pendidikan kewirausahaan dan pengalaman berwirausaha	Temuan utama pada hubungan langsung menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan pengalaman berwirausaha berpengaruh positif terhadap

		- Variabel Y : intensi berwirausaha sosial pada mahasiswa.	kewajiban moral, efikasi diri, dan dukungan sosial.
7.	Factor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan *(Entreprenerial Intention)* Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga (Suharti & Sirine, 2012)	- Responden : dengan sampel 255 orang mahasiswa dari 6 fakultas di Universitas Kristen Satyawacana - Alat analisis : analisis regresi - Variabel X : sikap, otonomi dan otoritas, realisasi diri, keyakinan, jaminan keamanan - Variabel Y : minat berwirausaha mahasiswa	Unsur lingkungan sosial seperti motivasi dari teman dekat, orang-orang yang dianggap penting serta keluarga ternyata terbukti berpengaruh secara positif terhadap niat kewirausahaan mahasiswa.
8.	*The Effect of Individual Characteristics on Women Intention* (Polas & Afshar Jahanshahi, 2021)	- Responden : menggunakan 234 sampel wanita Bangladesh - Alat analisis : Smart PLS 3.0 - Variabel X : keterampilan pemecahan masalah, kemampuan jaringan,	Penelitian ini mengungkapkan bahwa self afficacy memediasi hubungan antara keterampilan pemecahan masalah, kemampuan jaringan, dan

		pengetahuan kewirausahaan Variabel Y : niat kewirausahaan sosial	pengetahuan kewirausahaan dengan niat kewirausahaan sosial.

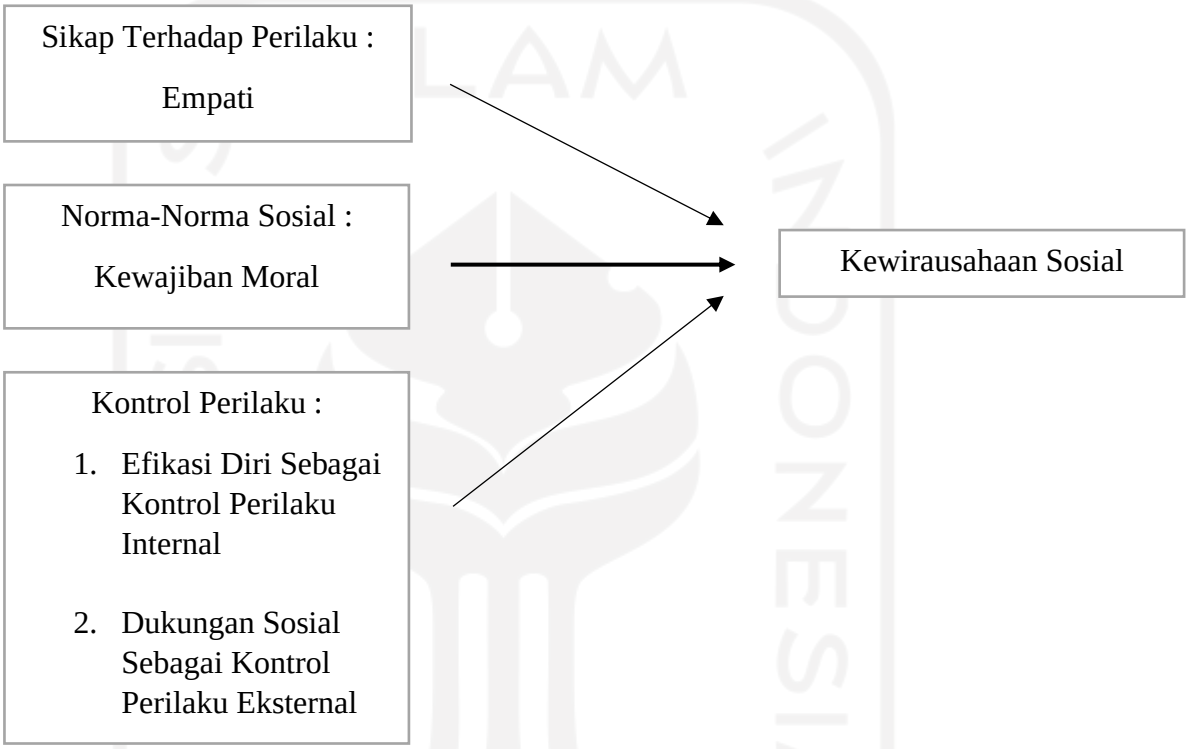
Dari penelitian terdahulu yang telah dipaparkan pada tabel 2.1. diatas, pada umumnya meneliti tentang factor niat menjadi wirausaha sosial pada kalangan pengusaha muda dan mahasiswa, belum ada yang meneliti secara khusus tentang minat menjadi wirausaha sosial di kalangan mahasiswi pada perguruan tinggi keislaman. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini ingin mengetahui apa saja yang mempengaruhi minat menjadi wirausaha sosial yang berfokus pada mahasiswi perguruan tinggi keislaman khususnya di D.I. Yogyakarta.

B. Landasan Teori

a. Teori Perilaku Terencana

Penelitian ini menggunakan teori perilaku terencana (TPB) (Ajzen, 1991) yang telah di uji secara luas dalam kewirausahan. Menurut (W. Wijaya & Handoyo, 2022) TPB cocok digunakan dalam penelitian intensi atau niat berwirausaha sosial, sejalan dengan (Mahfud et al., 2020) yang menyatakan kerangka teoritis TPB sering diterapkan dalam penelitian kewirausahaan dan merupakan kerangka kerja yang paling mapan dan berhasil untuk menganalisis niat perilaku .TPB menetapkan bahwa niat dipengaruhi oleh sikap seseorang terhadap suatu perilaku, norma subjektif, dan control perilaku internal dan eksternal ((Ajzen, 1991), 2002). Selanjutnya TPB diadaptasi oleh Mair dan Noboa (2006) yang digunakan dalam teori perilaku terencana dan model niat kewirausahan. Mair dan Noboa (2006) merupakan pengkaji pertama yang mengemukakan cadangan teoritikal mengenai factor-faktor kecenderungan terhadap kewirausahaan sosial (Azira Amran et al., 2018).

Mair dan Noboa (2006) berpendapat bahwa beberapa aspek unik dalam konteks kecenderungan keusahawanan sosial memerlukan adaptasi daripada langkah-langkah tradisional yang digunakan dalam model teori tingkah laku terancang dan niat keusahawanan. Mereka mencadangkan empat elemen utama kecenderungan keusahawanan sosial menjadi :



1. Empati

Mair dan Noboa (2006) mengidentifikasi empati sebagai *proxy* untuk sikap terhadap perilaku. Empati mencerminkan sikap terhadap perilaku. Empati dapat dipahami sebagai kemampuan individu untuk menghargai perasaan orang lain atau kecenderungan untuk menanggapi kondisi orang lain secara emosional dan penuh kasih (Garaika, 2020b). Dalam konteks *social entrepreneur*, ada dua kategori empati, yaitu empati kognitif (kemampuan untuk memahami kondisi emosional orang lain) dan empati afektif (kecenderungan untuk bereaksi terhadap kondisi emosional orang lain). (Garaika, 2020b) menunjukkan empati sebagai stimulan utama untuk mendukung bisnis sosial dan inovasi.

(Fikrianoor, 2021) mendefinisikan empati sebagai kemampuan untuk memahami perasaan dan masalah orang lain, memikirkan sudut pandang mereka, dan menghargai perbedaan perasaan orang lain dalam berbagai hal. Menurut (Davis, 1980) empati merupakan perasaan yang dimiliki oleh seseorang yang mempunyai pemahaman dan kesadaran akan masalah sosial yang diiringi dengan tindakan yang dilakukan oleh orang tersebut terhadap suatu organisasi atau kelompok lainnya. Selain itu, wirausahawan yang memiliki empati sebagian besar berhasil memotivasi dan memimpin karyawan, membantu karyawan mengatasi stres di tempat kerja, memperoleh penghasilan yang lebih tinggi dan memahami keinginan konsumen. Jadi empati itu sangat penting bagi wirausahawan sosial untuk menciptakan nilai-nilai sosial dalam organisasi.

2. Kewajiban Moral

Menurut (Fikrianoor, 2021) kewajiban moral didefinisikan sebagai norma individu yang dimiliki oleh seseorang tetapi tidak dimiliki oleh orang lain. Selanjutnya (Ajzen, 1991) dan (Hockerts, 2017) mengungkapkan kewajiban moral sebagai rasa tanggung jawab individu untuk melakukan kegiatan yang selaras dengan norma-norma sosial ketika menghadapi tantangan moral. (Noerhartati, 2019a) menyatakan bahwa kewajiban moral merupakan kontribusi untuk memecahkan masalah sosial karena norma-norma yang dirasakan. Secara umum kewajiban moral didefinisikan sebagai kecenderungan membantu orang lain dalam batas-batas agama (Tiwari et al., 2017). Dengan demikian, kewirausahaan sosial juga perlu menunjukkan kecerdasan moral dan nilai-nilai moral pribadi (Garaika, 2020b).

3. Dukungan Sosial

Dukungan sosial didefinisikan sebagai suatu proses transaksional berupa interaksi aktif antara individu dengan pemberi dukungan, seperti

orang tua (Lijun et al., 2011). Menurut (Eagle et al., 2019) social support mengacu pada ketersediaan yang dirasakan dan kecukupan pada koneksi sosial. Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa dukungan sosial merupakan sebuah keyakinan dan kehendak seseorang untuk melakukan suatu hubungan sosial dengan orang lain (R. H. Wijaya, 2021). Menurut (Juwita et al., 2019) dukungan sosial merupakan interaksi manusia di mana sumber daya sosial-emosional, keterikatan, serta kedekatan dipertukarkan. (Hockerts, 2017) mengungkapkan bahwa dukungan sosial yang diterima oleh seseorang sangat mempengaruhi niat kewirausahaan sosial. Dari uraian diatas menyimpulkan bahwa dukungan yang diberikan oleh keluarga, kerabat, teman-teman dan lingkungan sekitar dapat mempengaruhi niat kewirausahaan sosial seseorang terkait permasalahan sosial.

4. Efikasi Diri

Efikasi diri merupakan rasa percaya diri atau keyakinan diri yang dimiliki seseorang sehingga dapat menguasai suatu situasi dan menghasilkan berbagai hasil yang bernilai positif dan bermanfaat (Sintya, 2019). Menurut (Hashim et al., 2020) efikasi diri didefinisikan sebagai keyakinan wirausahawan sosial tentang pemahaman, ingatan, dan kemampuan mereka untuk menghadapi lingkungan dan usaha wirausaha. *Efficacy* adalah keyakinan sejauh mana individu memperkirakan kemampuannya untuk melaksanakan tugas atau tindakan yang diperlukan untuk mencapainya (Fikrianoor, 2021). *Self-efficacy* didefiniskan sebagai penilaian individu dari kemampuan seseorang untuk mengatur dan melaksanakan cetak biru untuk mencapai tujuan (Polas & Afshar Jahanshahi, 2021). Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa adanya efikasi diri dapat menjelaskan dan membantu meningkatkan intensi kewirausahaan pada mahasiswa,

karena dapat mengukur penilaian keyakinan individu dari perspektif internal (Nurhayati et al., 2019).

b. Kewirausahaan Sosial

Kewirausahawan sosial atau social entrepreneurship berasal dari Bahasa Perancis. *Social* yang berarti sesuatu yang bersifat kemasyarakatan, dan *entrepreneurship* yang berarti memanfaatkan sumber daya untuk menjalankan kewirausahaan (Muhammad Isnan Nurfaqih., 2018). Selanjutnya kewirausahaan sosial digambarkan oleh (Hartati et al., 2022) sebagai penciptaan kegiatan dan proses kewirausahaan yang berkelanjutan, yang bertujuan untuk memperbaiki kondisi sosial, struktur sosial ekonomi dan system sosial, serta memberikan solusi inovatif untuk masalah sosial. Sejalan dengan pendapat (Garaika, 2020a) bahwa kewirausahaan sosial tidak meningkatkan keuntungan, tetapi menciptakan perubahan sistematik melalui nilai tambah dengan mencoba menghilangkan masalah sosial seperti pengangguran dan kemiskinan. Berbeda dengan kewirausahaan biasa, kewirausahaan secara umum mengukur kesuksesan dari kemampuan keuangannya (profit atau pemasukan) (Muhammad, 2020). Dalam studi (Bazan et al., 2020) mendefinisikan kewirausahaan sosial sebagai orang yang mengenali peluang, menunjukan kreativitas, dan mengejar resiko untuk mengejar misi sosial. Dengan demikian, kewirausahaan sosial merupakan program yang dilaksanakan dan dibangun oleh seseorang yang memiliki minat terkait visi dan misi sosial dengan ide-ide baru yang penuh inovasi, kreatif, dan kritis. Sejalan dengan pemikiran *Bill Drayton* pendiri *Ashoka Foundation* sebagai penggagas kewirausaan sosial yang menegaskan bahwa adanya inovasi sosial dapat merubah system yang ada di masyarakat, serta adanya adanya pemikiran yang bervisi, kreatif, berjiwa sosial dan wirausaha adalah kunci adanya minat berwirausahaan sosial (Tenrinippi, 2019).

1. *Social Entrepreneur*

(Bikse et al., 2015) mendefinisikan *social entrepreneur* adalah seseorang dengan misi sosial yang bertentangan dengan motivasi untuk mendapatkan keuntungan, yang bertujuan untuk menciptakan nilai sosial, dan menemukan solusi inovatif untuk mengurangi masalah sosial. (Garaika, 2020b) menyatakan *social entrepreneur* adalah seseorang yang mempunyai ide-ide baru untuk mengatasi beberapa masalah sosial utama, yang tanpa henti mengejar visi mereka, dan tidak akan berhenti hingga mereka mampu merealisasikan ide-ide yang tersusun sebagaimana adanya. (Polas & Afshar Jahanshahi, 2021) berpendapat bahwa seorang *social entrepreneur* sangat tertarik untuk memulai bisnis dan membuat perubahan sosial agar dapat menciptakan nilai-nilai sosial yang bermanfaat, sejalan dengan (Tenrinippi, 2019) yang menyatakan bahwa *social entrepreneur* adalah agen perubahan yang dapat membantu memperbaiki masalah sosial yang ada. (Nandal et al., 2020) mendefinisikan *social entrepreneur* adalah seseorang yang menerapkan ide-ide barunya pada masalah sosial yang ada dan memiliki kapasitas untuk membantu memecahkan masalah sosial tersebut dan bersedia dalam menghadapi resiko, yang dimana mereka mempunyai keinginan untuk mengangkat bagian-bagian tertentu dari masyarakat atau orang-orang tertentu yang terpinggirkan atau yang tidak dapat berkembang dengan sendirinya.

2. Minat Kewirausahaan Sosial

(Nurhayati & Farradinna, 2019) menyatakan bahwa minat berwirausaha dirujuk dari karya (Ajzen, 1991) sebagai teori tindakan berasalan yang bertujuan untuk menjelaskan kekuatan manusia dalam merencanakan keinginan dan mencapai mencapai tujuan mereka. (Ajzen, 1991) menekankan bahwa minat direspon dari perilaku yang direncanakan dan selanjutnya diproses oleh pikiran, yang mana dapat memprediksi dua dimensi yaitu sikap dan norma sosial. Minat mempunyai arti sebagai rasa suka dan rasa tertarik terhadap suatu hal atau kegiatan, tanpa ada yang menyuruh dan cenderung memberikan

perhatian yang lebih besar terhadap hal atau kegiatan tersebut menurut (Fikrianoor, 2021). (Taufik et al., 2018) minat adalah ketertarikan seseorang pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada paksaan, semakin kuat rasa ketertarikan seseorang semakin besar minatnya terhadap suatu objek. Minat dapat didefinisikan juga sebagai gabungan dari harapan, perasaan, pendirian, dan kecenderungan yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu (Suhartini, 2011). (Sintya, 2019) menyimpulkan jika seseorang mempunyai minat yang kuat dalam melakukan sesuatu, maka secara tidak langsung seseorang tersebut telah menciptakan sebuah niat atau motivasi untuk bisa melaksanakan kegiatan tersebut. Niat atau motivasi tersebut akan menunjukan suatu perilaku untuk melaksanakan kegiatan tertentu. (Mahesa & Rahardja, 2012) minat berwirausaha adalah kecenderungan dalam diri seseorang untuk tertarik dalam menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya sendiri. (Garaika, 2020b) mendefinisikan minat kewirausahaan sosial sebagai kepastian dan persiapan diri yang dilakukan oleh seseorang untuk mengembangkan dan membangun bisnis sosial baru. Dalam konteks kewirausahaan sosial, niat dapat didefinisikan sebagai pengakuan diri individu untuk mendirikan usaha sosial di masa depan (Hamdani Lutfi, 2022).

3. Wanita dan Kewirausahaan Sosial

Kata kunci dalam kewirausahaan sosial adalah adanya misi sosial, pemberdayaan, pengamalan prinsip bisnis yang etis, dan monitoring dampak dalam lingkungan social (Maman Lesmana, 2017). (Humbert, 2012) mengungkapkan bahwa perempuan dapat memberikan dampak sosial yang positif dalam third sector, dengan mengedepankan masalah-masalah seperti anak, keluarga, kekerasan, dan diskriminasi. Semakin banyak wanita yang menyadari bahwa menjadi wirausahawan adalah cara terbaik untuk menembus dominasi pria yang menghambat peningkatan karier waktu ke puncak organisasi melalui bisnis mereka sendiri (Armiati, 2013).

Kewirausahaan perempuan mengacu pada bisnis atau organisasi yang dimulai oleh perempuan atau sekelompok perempuan. Peran Wanita dalam masyarakat telah berubah karena pertumbuhan pendidikan, urbanisasi, industrialisasi dan kesadaran akan nilai-nilai domestic, sedangkan wirausaha sosial wanita adalah wanita yang berusaha memecahkan masalah masyarakat, membantu orang lain dalam kehidupannya dengan memberikan pendidikan atau pekerjaan untuk perbaikan masyarakat, memberikan mereka fasilitas dasar gratis dengan tujuan kesejahteraan (Nandal et al., 2020)

4. Kewirausahaan Sosial dalam Islam

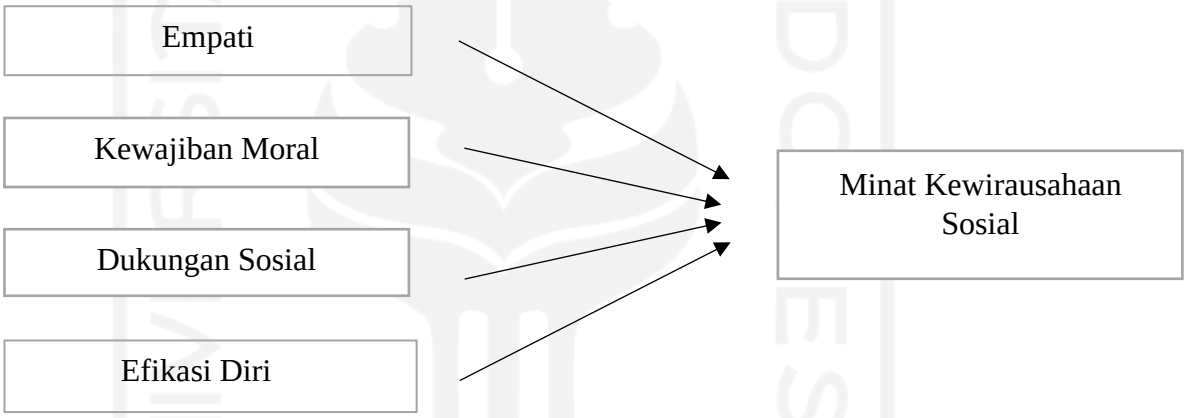
Kewirausahaan dalam perspektif Islam merupakan salah satu aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah mu'amalah yakni masalah yang berhubungan sesama manusia (Mujaddid, 2020). Islam memiliki konsep dan panduan dalam tatanan hidup bersosial dan ekonomi. Setiap bisnis dan kegiatan kewirausahaan yang diniatkan dan konsisten dilaksanakan sesuai ajaran islam merupakan salah satu bentuk penghambaan kepada Allah swt. Dan semua praktek yang dilaksanakan dengan berpedoman pada prinsip-prinsip islam akan dihitung sebagai perbuatan baik (amal soleh) yang dihargai oleh Allah swt (Antoni, 2014). Kegiatan kewirausahaan sosial dalam islam merupakan kegiatan kebajikan yang bersifat komprehensif, yang meliputi kebajikan dunia dan akhirat (Najma, 2016). Konsep kebajikan yang menyeluruh bukan saja menghendaki setiap anggota masyarakat memikirkan kepentingan keduniaan semata, tetapi juga perlu senantiasa memikirkan dan mengusahakan supaya setiap anggota masyarakat dapat menjalani hidup menurut keridhaan Allah swt melalui dakwah. Sesuai dengan firman Allah dalam Al-Quran Surah Al-Hujurat ayat 10 yang berbunyi :

إِنَّمَا ٱلْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا۟ بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Yang artinya : “Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.”

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir berisi mengenai gagasan dasar penelitian, yang akan membantu dalam menemukan sudut pandang masalah penelitian ini berpusat. Dengan demikian, kerangka berpikir perlu untuk ditulis dan disusun, untuk dijadikan sebagai landasan berpikir bagi penulis dalam melakukan analisis berdasarkan masalah yang ditemukan (Nawawi, 2005).



D. Hipotesis penelitian

1. **Pengaruh empati terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial**

Ketika individu merasa bahwa masyarakat sekitar sedang mengalami kesulitan dalam mencari pekerjaan, maka individu tersebut akan terdorong untuk menjadi seorang wirausaha (Fikrianoor, 2021). Empati merupakan perilaku yang sangat penting bagi wirausahawan sosial untuk menciptakan nilai-nilai sosial dalam organisasi (Garaika, 2020b). Tingginya rasa empati yang dimiliki oleh orang tersebut maka dapat menjadi pendorong bagi seseorang untuk mau membantu dan menyelesaikan permasalahan sosial yang dihadapi (R. H. Wijaya, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh (Juwita et al., 2019) menemukan bahwa empati yang dipersepsikan oleh pembisnis

dan mahasiswa ekonomi dari beberapa perguruan tinggi negeri maupun swata di Malaysia ditemukan bahwa empati berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha sosial. Dari uraian diatas, disimpulkan hipotesis berikut :

H1 : Empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial.

2. **Pengaruh kewajiban moral terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial**

Kewirausahaan sosial juga perlu menunjukkan kearifan moral dan nilai-nilai moral pribadi, yang merupakan atribut penting dari pengalaman sosial (Hartati et al., 2022). (Bornstein, 1998) sangat menekankan bahwa kewirausahaan sosial memiliki serat moral yang tinggi. Dengan demikian, kewirausahaan sosial juga perlu menunjukkan kecerdasan moral dan nilai-nilai moral pribadi (Sintya, 2019). Kewajiban moral sebagai anteseden sangat penting bagi wirausahawan sosial karena menyampaikan maksud bahwa mengatasi masalah sosial tertentu adalah hal yang tepat untuk dilakukan, kewajiban moral juga menunjukkan hubungan yang kuat dengan sikap menjadi wirausahawan sosial dan kontrol perilaku yang dirasakan (Tiwari et al., 2017). Maka dari uraian diatas, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Kewajiban moral memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial.

3. **Pengaruh dukungan sosial terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial**

Penelitian yang dilakukan oleh (R. H. Wijaya, 2021) memperoleh hasil bahwa variabel dukungan sosial positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha sosial. Sejalan dengan hasil analisis dari penelitian (Juwita et al., 2019) menunjukan bahwa persepsi dukungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menjadi wirausaha sosial. Dorongan dari

lingkungan sosial seperti motivasi dari teman dekat, orang-orang terdekat serta keluarga ternyata terbukti berpengaruh secara positif terhadap niat kewirausahaan mahasiswa (Suharti & Sirine, 2012). Hasil penelitian dari (Azhom et al., 2021) mengungkapkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara dukungan eksternal terhadap intensi mahasiswa muslim FEB UI dalam berwirausaha. Dari uraian diatas dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Dukungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial.

4. **Pengaruh efikasi diri terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial**

(Fikrianoor, 2021) studi ini memperoleh hasil bahwa efikasi diri mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Sintya, 2019) bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh (Hartati et al., 2022) mengungkapkan bahwa efikasi diri memiliki hubungan yang positif terhadap niat berwirausaha sosial. Hasil analisis yang sama dalam penelitian (Nurhayati et al., 2019) bahwa dorongan dari dalam individu atau efikasi diri menunjukkan nilai kesignifikan yang dapat mempengaruhi individu minat berwirausaha mahasiswa. Maka dari uraian diatas, disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Efikasi diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan secara online melalui G-form. Menggunakan teknik analisis data yakni analisis regresi berganda untuk menjawab tujuan terkait bagaimana pengaruh variabel satu terhadap variabel lain. Pada bab ini juga menjelaskan mengenai lokasi penelitian, waktu penelitian, populasi, sampel yang digunakan dalam penelitian, sumber dan teknik dalam pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel yang digunakan, serta metode analisis data yang digunakan dalam menyelesaikan dan menguji penelitian ini.

Tabel 3.1 Alur Penelitian

No.	Alur Penelitian
1.	Penyusunan latar belakang masalah dan mengindentifikasi masalah
2.	Mengambil dan mengumpulkan data kuantitatif
3.	Menganalisis data kuantitatif
4.	Menginterpretasikan data temuan

B. Lokasi Penelitian & Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di perguruan tinggi keislaman yang berada di D.I.Yogyakarta. Adapun untuk waktu penelitian dilaksanakan mulai pada bulan Agustus 2022 pada proses pengambilan data dan proses mengolah data, sehingga penelitian ini selesai pada bulan Oktober, dan mampu diselesaikan dalam kurun waktu 3 bulan.

C. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Mahasiswi aktif yang berasal dari perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan, yang bertujuan untuk mengetahui apa yang mempengaruhi minat mahasiswi menjadi wirausahaan sosial.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Morrisan, 2012) populasi merupakan kumpulan suatu subjek, variabel, konsep atau fenomena yang dapat diteliti untuk mengetahui sesuatu terkait populasi yang bersangkutan. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2009) populasi adalah sekumpulan obyek atau subyek yang memiliki kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan didapatkan sebuah kesimpulan. Pada penelitian ini populasi yang dipilih oleh penulis adalah Mahasiswi aktif yang berasal dari perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta. Dengan jumlah populasi mahasiswi PTKIN 9,210 sarjana dan 2,152 pasca sarjana. Serta jumlah populasi mahasiswi PTKIS 6,486 sarjana dan 76 pasca sarjana. Yang diharapkan setelah lulus nanti mahasiswi tersebut mempunyai minat menjadi wirausaha sosial.

2. Sampel

Sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara *non probability* yaitu *convenience sampling*, yakni pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih sampel atas dasar ketersediaan dan kemudahan mendapatkannya, yang didasari pada kesukarelaan responden dalam menjadi sampel (Bateson et al, 2012). Dalam hal ini, sampel telah memenuhi kriteria umum yang telah ditetapkan penulis pada populasi. Selanjutnya, responden akan memilih jawaban sesuai dengan pilihan mereka sendiri. Bagian dari populasi adalah sampel yang akan menggambarkan populasi.

Menurut (Roscoe, 1982) mengungkapkan bahwa apabila dalam penelitian ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian adalah antara 30 sampai 500 (Sugiyono, 2015). Dengan demikian jumlah penentuan

sampel minimal dalam penelitian in adalah 100 responden, jumlah ini diperoleh dalam kurun waktu kurang lebih 3 minggu.

E. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2018) data primer adalah sumber data yang didapatkan dari sumber utama penelitian dan yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti. Dengan begitu, sumber data yang diperoleh dari mahasiswi aktif perguruan tinggi Keislaman di Yogyakarta, yang kemudian akan diberi kuesioner untuk sampel penelitian terkait data minat mahasiswi perguruan tinggi Islam di Yogyakarta menjadi wirausaha sosial.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang akan penulis gunakan dalam proses pengumpulan data penelitian, yaitu dengan :

1. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2017) kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberi beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab, yang nantinya jawaban dari responden tersebut akan dikumpulkan dan dijadikan data untuk penelitian. Kuesioner merupakan pengumpulan data kuantitatif. Selanjutnya data primer yang terkumpul, akan di ukur menggunakan skala likert dengan interval 1 sampai dengan 5. Menurut (Sugiyono, 2017) skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur perilaku, pendapat, serta pandangan seseorang maupun sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Variabel yang akan diukur nantinya akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Dimana setiap jawaban yang dipilih memiliki skor tertenti. Pada skala interval likert, terdapat 2 tipe pengukuran dari setiap pertanyaan dalam kuesioner yaitu mengenai kesetujuan dan ketertarikan. Adapun penjelasan dari skala likert, sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Likert

Kesetujuan	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Kuesioner yang akan dibagikan kepada objek penelitian berisi perwakilan dari aspek-aspek pengaruh minat mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Adapun untuk variabel yang menjadi landasan dalam memunculkan pertanyaan, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3 Panduan kuesioner variabel empati

No.	Indicator	Pertanyaan
1.	Empati (Hartati et al., 2022)	Saya memposisikan diri saya sebagai mereka saat melihat orang yang kurang beruntung secara sosial ekonomi.
2.		Saya merasa empati kepada seseorang yang kurang beruntung secara sosial ekonomi.

Tabel 3.4 Panduan kuesioner variabel kewajiban moral

No.	Indicator	Pertanyaan
1.	Kewajiban Moral (Noerhartati, 2019a)	Keadilan sosial mengharuskan saya untuk membantu mereka yang membutuhkan.
2.		Berusaha membantu mereka yang kurang beruntung secara sosial ekonomi merupakan salah satu prinsip hidup saya.
3.	(Hartati et al., 2022)	Saya memiliki kewajiban moral untuk membantu mereka yang membutuhkan.

4.		Membantu mereka yang membutuhkan merupakan tanggung jawab sosial yang harus saya lakukan.

Tabel 3.5 Panduan kuesioner variabel dukungan sosial

No.	Indicator	Pertanyaan
1.	Dukungan sosial (Noerhartati, 2019a)	Saya mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar untuk menjadi wirausaha sosial.
2.		Lingkungan sekitar saya percaya saya mampu membantu untuk mengatasi permasalahan sosial.
3.	(Hartati et al., 2022)	Saya ingin memulai sebuah usaha sosial untuk membantu mengatasi permasalahan sosial.
5.		Lingkungan sekitar saya dapat membantu dalam memberikan ide-ide untuk pengembangan usaha sosial yang saya lakukan.
6.		Saya akan merasa dibutuhkan ketika melihat permasalahan sosial terjadi dihadapan saya.

Tabel 3.6 Panduan kuesioner variabel efikasi diri

No.	Indicator	Pertanyaan
1.	Efikasi Diri (Herminarto et al., 2022)	Saya bertekad untuk menjadi wirausaha sosial di masa depan.
2.		Saya lebih suka menjadi wirausaha daripada menjadi karyawan di suatu perusahaan.
3.		Dengan menjadi wirausaha sosial saya yakin dapat membantu memecahkan masalah sosial.

4.	(Hartati et al., 2022)	Saya memiliki keterampilan yang diperlukan untuk membantu memecahkan permasalahan sosial.

Tabel 3.7 Panduan kuesioner minat kewirausahan sosial

No.	Indicator	Pertanyaan
1.	Minat kewirausahaan sosial (Hartati et al., 2022)	Saya berharap dapat berpatisipasi dalam organisasi sosial untuk membantu mengatasi permasalahan sosial.
2.		Saya merasa tertarik dengan informasi yang berkaitan dengan kewirausahaan sosial lalu terdorong untuk berwirausaha sosial.
3.		Saya akan memulai usaha sosial setelah lulus nanti.
	(Noerhartati, 2019a)	Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi wirausaha sosial.
		Saya akan berusaha untuk memulai dan menjalankan usaha sosial saya.
		Saya memiliki niat yang kuat untuk menjadi wirausaha sosial.

G. Definisi Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Definisi Konseptual Variabel

Konseptual merupakan abstraksi, dimana hal tersebut dijelaskan dalam susunan kalimat yang dapat membantu mempermudah pemahaman dalam penelitian. Dengan begitu definisi konseptual dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3. 8 Definisi Konseptual Variabel

No	Variabel	Definisi

1.	Empati	Empati dapat didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk menghargai perasaan orang lain atau kecenderungan untuk menanggapi kondisi orang lain secara emosional dan penuh kasih (Garaika, 2020b).
2.	Kewajiban Moral	Kewajiban moral merupakan salah satu inti dari nilai keislaman yang didalamnya terdapat nilai-nilai moral pribadi sebagai pedoman hidup yang menghasilkan suatu perubahan dan tindakan (Azhom et al., 2021) dan (Tiwari et al., 2017).
3.	Dukungan Sosial	Dukungan sosial didefinisikan sebagai bantuan dan dukungan yang didapatkan dari teman-teman terdekat, keluarga, dan lingkungan sekitar untuk menjadi wirausahawan sosial (Garaika, 2020b).
4.	Efikasi Diri	Efikasi diri didefinisikan sebagai keyakinan seorang wirausaha sosial terkait pemahaman, ingatan, dan kemampuan mereka untuk menghadapi lingkungan sosial dan menjadi wirausaha (Hashim et al., 2020).
5.	Minat Kewirausahaan Sosial	Minat adalah bentuk ketertarikan atau rasa senang terhadap suatu objek. Kewirausahaan sosial merupakan penciptaan kegiatan dan proses kewirausahaan yang berkelanjutan, yang bertujuan untuk memperbaiki kondisi sosial, struktur sosial ekonomi dan sistem

		sosial, serta memberikan solusi inovatif untuk masalah social (Hartati et al., 2022). Jadi minat berwirausaha merupakan suatu kemampuan untuk mengambil keberanian untuk memenuhi kebutuhan dan memecahkan masalah dalam hidup, sehingga individu terdorong untuk menciptakan usaha-usaha baru (Fikrianoor, 2021)

2. Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2015) definisi operasional variabel adalah nilai atau sifat dari objek yang telah ditetapkan peneliti. Pada penelitian ini terdapat dua variabel operasional yaitu dependen dan independent, yang masing-masing akan diuji terkait keterhubungan dan pengaruh antara satu sama lain.

a. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (Y) disebut juga sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi dan menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta menjadi wirausaha sosial.

b. Variabel Independen (X)

Variabel independent (X) disebut juga sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab dari adanya perubahan dan timbulnya variabel dependen (Y) atau variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah empati (X_1), kewajiban moral (X_2), dukungan sosial (X_3), efikasi diri (X_4).

H. Instrument Penelitian

Instrument dalam penelitian ini yaitu kuesioner yang akan dibagikan ke populasi dan sampel yang memenuhi syarat pengumpulan data, dengan berbagai pertanyaan yang telah disusun. Kemudian responden dapat menjawab pertanyaan tersebut dengan pilihan skala yang telah dijelaskan yaitu dengan skala likert interval 1 sampai 5. Namun kuesioner tersebut akan dilakukan uji validitasi sebelum disebarkan. Selanjutnya kuesioner akan disebarkan melalui tiga segmen :

1. Segmen pertama, berisi tentang profil responden,seperti, nama (inisial), usia, instansi, jenis perguruan tinggi, program studi, dan angkatan.
2. Segmen kedua, berisi penilaian responden terkait pengaruh empati terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial dari pertanyaan yang sudah disediakan.
3. Segmen ketiga, berisi penilaian responden terhadap pengaruh kewajiban moral terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha dari pertanyaan yang sudah disediakan.
4. Segmen keempat, berisi penilaian responden terhadap pengaruh dukungan sosial terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha dari pertanyaan yang sudah disediakan.
5. Segmen kelima, berisi penilaian responden terhadap pengaruh efikasi diri terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha dari pertanyaan yang sudah disediakan.

I. Teknik Analisis Data

1. Model Pengukuran atau Outer Model

   A. Uji Validitas

      Uji validitas adalah tes yang dilakukan guna memeriksa kuesioner yang telah disediakan untuk kepentingan penelitian sudah tepat dan juga valid, sehingga dapat mewakili masing-masing konsep. Dalam penelitian ini, uji validitas yang dilakukan menggunakan metode validitas isi. Dimana, peneliti akan melakukan diskusi bersama dosen

pembimbing terkait isi atau daftar pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Setelah mendiskusikan terkait isi atau pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, selanjutnya penulis melakukan penyebaran kuesioner, kepada beberapa mahasiswi, untuk memastikan bahwa mahasiswi dapat memahami pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Ada beberapa tahapan uji validitas yang dilakukan pada SmartPLS yaitu validitas konvergen, dan validitas diskriminan.

a. Validitas Konvergen

Validitas ini digunakan untuk menilai kevaliditasan dari item-item pertanyaan yang ada. Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua intsrumen berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi yang tinggi. *Rule of thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah *outer loading* > 0,7, *communality* bernilai > 0,5 sampai 0,7, namun *loading factor* 0,50 – 0,60 masih dapat ditolerir sepanjang model masih dalam tahap pengembangan.

Tabel 3. 9 Hasil Uji *Validitas*

Variabel	Kode Item	Loading Factor	Rule of Thumb	Kesimpulan
Empati	X1-1	0,902	0,700	Valid
	X1-2	0,892	0,700	Valid
Kewajiban moral	X2-1	0,858	0,700	Valid
	X2-2	0,806	0,700	Valid
	X2-3	0,883	0,700	Valid
	X2-4	0,798	0,700	Valid
Dukungan Sosial	X3-1	0,780	0,700	Valid
	X3-2	0,897	0,700	Valid
	X3-3	0,777	0,700	Valid
	X3-4	0,828	0,700	Valid
	X3-5	0,856	0,700	Valid
Efikasi Diri	X4-1	0,808	0,700	Valid

	X4-2	0,774	0,700	Valid
	X4-3	0,827	0,700	Valid
	X4-4	0,834	0,700	Valid
Minat Kewirausahaan Sosial	Y1-1	0,728	0,700	Valid
	Y1-2	0,744	0,700	Valid
	Y1-3	0,867	0,700	Valid
	Y1-4	0,831	0,700	Valid
	Y1-5	0,916	0,700	Valid
	Y1-6	0,880	0,700	Valid

Sumber : Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 3.10. menunjukan apabila *loading factor* lebih besar daripada *rule of thumb* = 0,700, maka dari 21 item pernyataan instrument tersebut dinyatakan valid dan mampu mengukur ke-5 variabel penelitian.

b. Validitas Diskriminan

Validitas ini digunakan untuk menjelaskan apakah dua variabel cukup berbeda satu sama lain. Uji validitas diskriminan ini dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruknya. Apabila nilai *cross loading* setiap item pertanyaan variabel ke variabel itu sendiri lebih besar dari nilai korelasi item pertanyaan ke variabel lainnya (Ghozali, 2012).

Tabel 3.10 Hasil Cross Loading

	Dukungan Sosial (X3)	Efikasi Diri (X4)	Empati (X1)	Kewajiban Moral (X2)	Minat Kewirausahaan Sosial (Y1)
X1-1	0,432	0,335	**0,902**	0,437	0,419
X1-2	0,293	0,344	**0,892**	0,333	0,402
X2-1	0,442	0,372	0,355	**0,858**	0,315
X2-2	0,409	0,371	0,370	**0,806**	0,383
X2-3	0,556	0,367	0,359	**0,883**	0,345

X2-4	0,571	0,384	0,351	**0,798**	0,372
X3-1	**0,780**	0,343	0,326	0,358	0,440
X3-2	**0,879**	0,479	0,307	0,574	0,551
X3-3	**0,777**	0,439	0,317	0,461	0,506
X3-4	**0,828**	0,378	0,395	0,507	0,420
X3-5	**0,856**	0,428	0,343	0,533	0,384
X4-1	0,364	**0,808**	0,326	0,444	0,635
X4-2	0,158	**0,774**	0,254	0,134	0,616
X4-3	0,575	**0,827**	0,330	0,459	0,626
X4-4	0,529	**0,834**	0,316	0,374	0,696
Y1-1	0,458	0,726	0,359	0,391	**0,728**
Y1-2	0,329	0,576	0,443	0,246	**0,744**
Y1-3	0,530	0,633	0,370	0,339	**0,867**
Y1-4	0,517	0,602	0,297	0,376	**0,831**
Y1-5	0,521	0,632	0,402	0,351	**0,916**
Y1-6	0,459	0,744	0,405	0,339	**0,880**

Sumber : Data primer diolah (2022)

Dari hasil tabel 4.6. diatas menunjukan bahwa nilai korelasi variabel terhadap indicator variabelnya lebih besar daripada nilai korelasi variabel lainnya. Dengan demikian hasil diatas dapat disimpulkan bahwa semua variabel laten sudah memenuhi *discriminant validity* yang baik, dimana blok indicator variabel tersebut lebih besar dari indicator blok lainnya.

Evaluasi selanjutnya, yaitu dengan membandingkan nilai akar AVE dengan korelasi antar variabel. Hasil yang direkomendasikan adalah nilai akar AVE harus lebih tinggi dari korelasi antar variabel (Yamin dan Kurniawan, 2011). Model memiliki discriminant validity yang baik apabila akar kuadrat AVE untuk masing-masing variabel lebih besar dari korelasi antara dua konstrak di dalam model. Nilai AVE yang baik disyaratkan memiliki nilai lebih besar

dari 0,50. Dalam penelitian ini, nilai AVE untuk masing-masing variabel dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 3.11 Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE

Variabel	AVE	Akar Kuadrat AVE
Dukungan sosial	0,681	0,825
Efikasi diri	0,658	0,811
Empati	0,805	0,897
Kewajiban moral	0,701	0,837
Minat kewirausahaan sosial	0,690	0,831

Sumber : Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 3.12. diatas semua variabel menunjukan nilai AVE yang lebih besar dari 0,50 dengan nilai terkecil 0,658 terletak pada variabel Efikasi Diri (X4) dan nilai terbesar 0,805 terletak pada variabel empati. Namun nilai terkecil yang terletak pada variabel efikasi diri sudah memenuhi persyaratan sesuai dengan batas nilai minimum AVE yaitu 0,50. setelah nilai akar kuadrat AVE diketahui dari masing-masing variabel, langkah selanjutnya adalah membandingkan akar kuadrat AVE dengan korelasi antar variabel dalam model. Hasil dari korelasi dengan nilai akar kuadrat AVE sebagai berikut :

Tabel 3.12 Nilai Korelasi Antar Konstrak dengan Nilai Akar Kuadrat AVE

	Dukungan sosial (X3)	Efikasi Diri (X4)	Empati (X1)	Kewajiban Moral (X2)	Minat Kewirausahaan Sosial (Y1)
Dukungan sosial (X3)	0,825				
Efikasi Diri (X4)	0,506	0,811			

Empati (X1)	0,406	0,379	0,897		
Kewajiban Moral (X2)	0,593	0,448	0,430	0,837	
Minat Kewirausahaan Sosial (Y1)	0,568	0,795	0,457	0,426	0,831

Sumber : Data primer diolah (2022)

Dari tabel 3.13. menunjukan bahwa nilai akar kuadrat AVE untuk masing-masing variabel lebih besar daripada nilai korelasinya, sehingga variabel dalam model penelitian ini masih dapat dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu instrument mampu mengukur suatu yang diukur secara konsisten dalam waktu ke waktu. Selain mengukur outer model dengan melihat nilai dari *convergent validity* dan *discriminant validity*, mengukur outer model juga dapat dilakukan dengan melihat *composite reliability*, untuk menguji reliabilitas dapat dilakukan melalui *composite reliability*, suatu variabel dapat dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *composite reliability* > 0,7, meskipun menurut (Abdillah & Hartono, 2015) nilai 0,6 masih dapat diterima. Berikut hasil *composite reliability*:

Tabel 3.13 Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Rule of Thumb	Kesimpulan
Dukungan sosial (X3)	0,914	0,700	Reliabel
Efikasi diri (X4)	0,885	0,700	Reliabel
Empati (X1)	0,892	0,700	Reliabel
Kewajiban moral (X2)	0,903	0,700	Reliabel

Minat kewirausahan Sosial (Y1)	0,930	0,700	Reliabel

Sumber : Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 3.14. diatas bahwa hasil pengujian *composite reliability* menunjukan nilai > 0,7 maka semua variabel yang diajukan dinyatakan reliabel.

2. Model Struktural atau Inner Model

Inner model merupakan model structural yang digunakan untuk mempredikasi hubungan antara variabel laten pada teori substantif. Untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas dilakukan proses *bootsraping*, dan akan memperoleh nilai *T-statistic* (Abdillah & Hartono, 2015).

Selanjutnya model struktural dalam PLS dievaluasi dengan melihat presentase variance yang dijelaskan oleh R2 *(R-Square)* untuk melihat besarnya koefisien jalur strukturnya. Nilai R2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R2 maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang dilakukan. Inner model sangat berfungsi untuk menunjukan tingkat signifikasi dalam pengujian hipotesis (Abdillah & Hartono, 2015).

A. Uji Hipotesis

Setelah model secara keseluruhan dan secara parsial diuji, maka pada tahap berikutnya dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis ini berguna untuk mengevaluasi hasil penelitian terhadap apa yang ingin diperoleh oleh peniliti dengan menggunakan metode *resampling bootsraping*, memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas, tidak memerlukan distribusi normal dan jumlah sampel yang besar.

Menurut (Abdillah & Hartono, 2015) ukuran signifikan keterdukungan hipotesis dapat dilihat pada nilai *P-value* dan *T-statistic*

pada perhitungan *Path Coefiesien*. Jika nilai T-statistic lebih besar dari nilai P-value, maka hipotesis didukung. Untuk tingkat keyakinan 95% (dengan alpha 5%) maka nilai untuk hipotesis 1 ekor *(one-tailed)* harus > 1,64. Jika hasil pengujian hipotesis pada outer model signifikan, hal ini berarti indicator dapat digunakan sebagai instrument pengukur variabel laten.

3. Uji Asumsi

A. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas bertujuan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas terdapat korelasi. Jika pada hasil pengujian ditemukannya korelasi antar variabel independen maka hal ini mengindikasikan bahwa model regresi terdapat gejala kolinearitas. Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terdapat korelasi antara variabel independen atau tidak terjadinya gejala kolinearitas. Pengujian dilakukan dengan metode *Tolerance Value* (TOL) dan metode *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan nilai TOL yang rendah dan nilai VIF yang tinggi (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan untuk uji multikolinearitas adalah :

1) Bila VIF > 10 dan TOL < 0,1 maka disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas.
2) Bila VIF < 10 dan TOL > 0,1 maka disimpulkan terdapat gejala multikolinearitas.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai hasil penelitian serta analisis data yang telah terkumpul melalui penyebaran kuesioner yang penulis lakukan selama bulan agustus tahun 2022. Penulis akan menganalisis data yang telah terkumpul sesuai dengan rumusan permasalahan yang dipaparkan di awal bab. Hasil pengolahan data merupakan informasi yang nantinya akan menunjukan apakah hipotesis yang telah dirumuskan dapat diterima atau tidak.

A. Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini bersifat kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui apakah empati, kewajiban moral, dukungan sosial, dan efikasi diri mempunyai pengaruh terhadap minat mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta menjadi wirausaha sosial. Dengan empati, kewajiban moral, dukungan sosial, dan efikasi diri sebagai variabel independen dan minat kewirausahaan sosial sebagai variabel dependen. Penyebaran kuesioner dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala likert 1-5 dan disebar menggunakan media sosial dalam jangka waktu 14 hari, dari penyebaran kuesioner tersebut maka terkumpul 100 responden. Item pertanyaan yang ada pada kuesioner berjumlah 21, dengan estimasi pengisian 4-7 menit.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ragam latar belakang yang dimiliki responden itu sendiri. Karakteristik responden digunakan untuk melihat bagaimana background responden seperti usia, instansi, jenis perguruan tinggi keislaman, program studi, dan Angkatan. Adapun hasil yang didapat adalah :

1. Karakteristik usia

Tabel 4.1 Karakteristik Usia

Kategori Usia	Frekuensi	Presentase
17 – 19 tahun	12	12%
20 – 22 tahun	73	73%
23 – 25 tahun	15	15%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah (2022)

Hasil analisis pada tabel 4.1. menghasilkan bahwa dari sampel yang terkumpul sebanyak 100 responden di kalangan mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta terdapat 3 kategori usia. Jumlah terbanyak ada pada umur 20 – 22 tahun sebanyak 73%, kemudian 23 – 25 tahun sebanyak 15%, dan yang terakhir ada pada umur 17 – 19 tahun sebanyak 12%.

2. Karakteristik perguruan tinggi keislaman

Tabel 4.2 Perguruan Tinggi Keislaman

PT Keislaman	Frekuensi	Presentase
Negeri	14	14%
Swasta	86	86%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah (2022)

Hasil analisis pada tabel 4.2. menghasilkan bahwa dari sampel yang terkumpul sebanyak 100 responden di kalangan mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta terdapat 2 kategori perguruan tinggi keislaman. Jumlah terbanyak ada pada perguruan tinggi keislaman swasta sebesar 86%, dan pada perguruan tinggi negeri keislaman sebanyak 14%.

3. Karakteristik program studi

Tabel 4.3 Karakteristik Program Studi

Program Studi	Frekuensi	Presentase
Ekonomi Islam	31	31%
Ekonomi Syariah	12	12%
Psikologi	8	8%
Hokum Islam	5	5%
Manajemen	5	5%
Teknik Mesin	5	5%
Pendidikan Agama Islam	4	4%
Pendidikan Bahasa Inggris	3	3%
Teknik Kimia	2	2%
Hubungan Internasional	2	2%
Sastra Inggris	2	2%
Farmasi	2	2%
Ilmu Komunikasi	2	2%
Arsitektur	1	1%
Profesi Apoteker	1	1%
Manajemen Bisnis Syariah	1	1%
Komunikasi dan Penyiaran Islam	1	1%
Ekonomi	1	1%
Manajemen Dakwah	1	1%
Bimbingan Konseling Islam	1	1%
Hokum	1	1%
Kesehatan Masyarakat	1	1%
Bahasa Arab	1	1%
Akuntansi	1	1%
Sejarah kebudayaan Islam	1	1%
Keperawatan	1	1%
Kimia	1	1%

Statistic	1	1%
Kedokteran	1	1%
Pendidikan guru Madrasyah	1	1%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah (2022)

Hasil analisis pada Tabel 4.3 menghasilkan bahwa dari 100 responden yang terkumpul pada mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta. Dari sampel terkumpul menghasilkan program studi ekonomi islam memiliki presentase terbesar yaitu 31%, Ekonomi Syariah 12%, dan Psikologi 8%. Ini urutan sampel yang dianggap terbanyak dan yang 27 program studi nya hanya memiliki sampel kecil yang dimiliki responden.

4. Karakteristik Angkatan

Tabel 4.4 Karakteristik Angkatan

Angkatan	Frekuensi	Presentase
2018	72	72%
2019	8	8%
2020	5	5%
2021	6	6%
2022	9	9%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah (2022)

Hasil analisis pada tabel 4.4. menghasilkan bahwa dari 100 responden yang terkumpul pada mahasiswi perguruan keislaman di D.I. Yogyakarta Angkatan 2018 menempati posisi pertama dengan 72%. Selanjutnya Angkatan 2022 dengan presentase 9%, Angkatan 2019 dengan presentase 8%, Angkatan 2021 dengan presentase 6%, dan Angkatan 2020 dengan presentase 5%.

C. Analisis Uji Instrument

Data hasil penelitian yang telah diolah mendapatkan hasil sebagai berikut :

1. Struktural Model (Inner Model)

Setelah melakukan pengujian outer model dan diperoleh bahwa setiap variabel telah memenuhi syarat *convergent Validity, Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability*, maka selanjutnya akan mengevaluasi inner model dengan melihat *r-square* (reliabilitas indicator) untuk variabel dependen dan nilai p-values dari pengujian koefiesien jalur *path coeffient*. Semakin tinggi nilai *r-square* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang dilakukan. Nilai *path coefficients* menunjukan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis.

a. Analisis Variant (R2) atau uji determinasi

Uji determinasi ini dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen tersebut, nilai determinasi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.5 Nilai R-Square

Variabel	R Square
Minat Kewirausahaan Sosial	0,685

Sumber : Data primer diolah (2022)

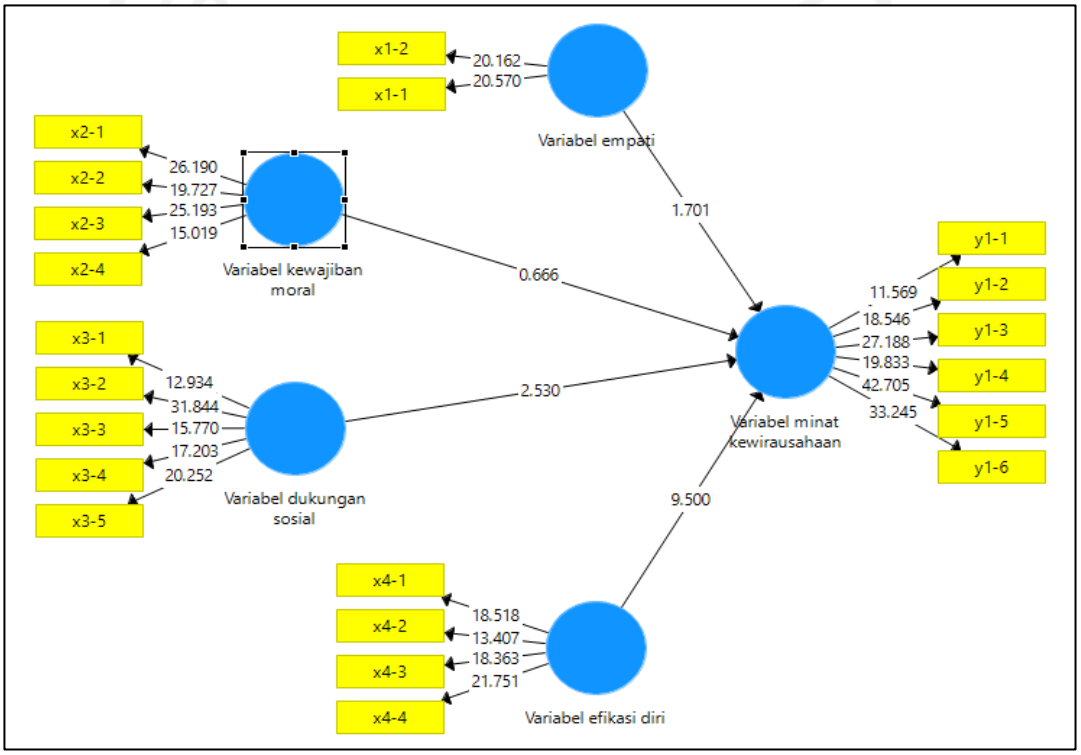
Berdasarkan nilai *R-Square* pada tabel 4.10. diatas memperlihatkan bahwa variabel independent minat kewirausahaan sosial mampu menjelaskan variabel dependen empati, kewajiban moral, dukungan sosial, dan efikasi diri sebesar 68,5% dan sisanya sebesar 31,5% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

b. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan berdasarkan hasil dari uji *Structural Model* (Inner Model). Untuk mengetahui apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau dtolak maka dapat memperhatikan nilai signifikansi antar variabel, *t-statistik*, dan

p-values. Nilai-nilai tersebut dapat diketahui setelah melakukan *boostraping* dengan *Rules of thumb* yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik > 1,64 dengan tingkat signifikansi *p-values* 0,05 (5%) dan koefisien beta bernilai positif. Nilai dari uji hipotesis ini dapat dilihat pada gambar dan tabel dibawah ini :

Gambar 4.1 Pengujian Hipotesis



Tabel 4.6 Hasil Path Coefficients

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistic (|O/STDEV|)	P Values
(X4) -> (Y1)	0,659	0,656	0,073	**9,500**	**0,000**
(X3) -> (Y1)	0,207	0,215	0,089	**2,530**	**0,010**
(X1) -> (Y1)	0,148	0,140	0,087	**1,701**	**0,044**
(X2) -> (Y1)	-0,055	-0,045	0,081	0,666	0,247

Sumber : Data primer diolah (2022)

Hipotesis pertama menguji apakah empati secara positif berpengaruh terhadap minat menjadi kewirausahaan sosial. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa nilai *p-values* empati terhadap minat kewirausahaan sosial sebesar 0,044 dan *t-statistik* sebesar 1,701. Maka dinyatakan **hipotesis pertama diterima** karena nilai *t-statistik* > 1,64 dengan nilai *p-values* < 0.05 (5%).

Hipotesis kedua menguji apakah kewajiban moral secara positif berpengaruh terhadap minat kewirausahaan sosial. Hasil pengujian memperlihatkan bahwa nilai *p-values* kewajiban moral terhadap minat kewirausahaan sosial sebesar 0,274 dan *t-statistik* sebesar 0,666. Dari hasil ini dinyatakan **hipotesis kedua ditolak**, karena nilai *t-statistik* < 1,64 dengan nilai *p-values* > 0.05 (5%).

Hipotesis ketiga menguji apakah dukungan sosial secara positif berpengaruh terhadap minat menjadi kewirausahaan sosial. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa nilai *p-values* dukungan sosial terhadap minat kewirausahaan sosial sebesar 0,010 dan *t-statistik* sebesar 2,530. Maka dinyatakan **hipotesis ketiga diterima** karena nilai t-statistik > 1.64 dengan nilai *p-values* < 0.05 (5%).

Hipotesis keempat menguji apakah efikasi diri secara positif berpengaruh terhadap minat menjadi kewirausahaan sosial. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa nilai *p-values* efikasi diri terhadap minat kewirausahaan sosial sebesar 0,000 dan *t-statistik* sebesar 9,500. Maka dinyatakan **hipotesis keempat diterima** karena nilai *t-statistik* > 1,64 dengan nilai *p-values* < 0,05 (5%).

Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis		Hasil	Keterangan
H1	Empati secara positif berpengaruh terhadap minat kewirausahaan sosial	T-Statistik = 1.701 P-Values = 0.044	Diterima
H2	Kewajiban moral tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat kewirausahaan sosial	Tidak ada pengaruh yang signifikan	Ditolak
H3	Dukungan sosial secara positif berpengaruh terhadap minat kewirausahaan sosial	T-Statistik = 2.530 P-Values = 0.010	Diterima
H4	Efikasi diri secara positif berpengaruh terhadap minat kewirausahaan sosial	T-Statistik = 9.500 P-Values = 0.000	Diterima

Sumber : Data primer diolah (2022)

2. Uji Asumsi

A. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah salah satu bentuk uji asumsi dalam analisis regresi berganda. Dalam uji multikolinearitas, asumsi yang diharapkan adalah variabel independent terbebas dari gejala multikolinearitas. Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya gejala multikolinearitas dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Dasar ketentuan yang digunakan adalah jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keterangan
Dukungan sosial	1.772	Tidak terjadi multikolinearitas

Efikasi diri	1.453	Tidak terjadi multikolinearitas
Empati	1.323	Tidak terjadi multikolinearitas
Kewajiban moral	1.699	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas didapatkan hasil pada tabel 4.8. Pada tabel diatas ditampilkan bahwa keseluruhan variabel memiliki nilai VIF < 10.00 dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi gejala multikolinearitas.

D. Pembahasan dan Diskusi Hasil Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai minat mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta menjadi wirausaha sosial, didapatkan keterangan secara parsial, tidak keseluruhan variabel berpengaruh positif signifikan. Dari 4 variabel, 1 variabel yang tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta menjadi wirausaha sosial.

1. Empati berpengaruh terhadap minat kewirausahaan sosial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa empati (H1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta untuk menjadi wirausaha sosial. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, bahwa nilai signifikan 0,044 < 0,05 dan nilai *Original Sample* (O) pada *Path Coefisient* 0,148. Hasil tersebut menjelaskan bahwa empati memiliki hubungan positif terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial, dan nilai signifikansi menunjukan bahwa antara empati dan minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial memiliki pengaruh, demikian hal ini menunjukan H1 didukung.

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (Hartati et al., 2022), (Garaika, 2020a), (Garaika, 2020b), dan (Jadmiko, 2020) yang menyatakan empati berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi wirausaha sosial. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin meningkatnya empati maka minat menjadi wirausaha sosial akan semakin meningkat juga, selain itu semakin tinggi tingkat empati seseorang maka, seseorang akan semakin menunjukkan rasa kepeduliannya terhadap masalah sosial yang kemudian minat untuk menjadi wirausaha sosial meningkat.

Dalam Islam, konsep empati berkaitan dengan tasamuh, toleransi, atau tenggang rasa. Empati merupakan sikap terpuji yang sepatutnya dimiliki oleh setiap orang. Di antara sikap yang dapat menumbuhkan empati adalah saling tolong-menolong atau bekerjasama dalam hal kebaikan, sesuai dengan penggalan ayat Al-Quran Surah Al-Maidah ayat 2 yang berbunyi :

وَتَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡبِرِّ وَٱلتَّقۡوَىٰۖ وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡإِثۡمِ وَٱلۡعُدۡوَٰنِۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلۡعِقَابِ

yang artinya : “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

Wirausaha yang memiliki empati mampu memotivasi dan memimpin karyawannya, sehingga empati menjadi salah satu factor penting bagi wirausaha sosial untuk menciptakan nilai-nilai sosial dalam organisasi (Hockerts, 2017). Dalam (Garaika, 2020b) menjelaskan bahwa dalam konteks sosial entrepreneur, ada dua kategori empati, empati kognitif yaitu kemampuan untuk memahami kondisi emosional orang lain, dan empati afektif yaitu kecenderungan untuk bereaksi terhadap kondisi emosional orang lain. Hasil penelitian ini juga menyatakan bahwa mahasiswi yang beruntung secara sosial ekonomi berusaha menempatkan diri mereka pada posisi masyarakat yang kurang beruntung secara sosial ekonomi. Sehingga rasa empati akan memunculkan minat untuk berwirausaha sosial pada

mahasiswi yang berempati dan merasakan apa yang dirasakan orang lain dengan menunjukan rasa peduli, memahami, dan memvalidasi emosi orang lain (Hamdani Lutfi, 2022). Namun jika seseorang hanya memahami perasaan orang lain tanpa respon apapun, maka itu tidak akan merubah dan memperbaiki situasi apapun (Mostafa et al., 2014).

2. Kewajiban moral berpengaruh terhadap minat kewirasahaan sosial.

Hipotesis H2 menerangkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara kewajiban moral terhadap minat mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta untuk menjadi wirausaha sosial. Dari hasil uji yang dilakukan, bahwa nilai signifikan 0,247 < 0,05 dan nilai *Original Sample* (O) pada *Path Coefisient* -0,055. Hasil tersebut menjelaskan bahwa kewajiban moral tidak memiliki hubungan positif terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial, dan nilai signifikansi menunjukan bahwa antara kewajiban moral dan minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial tidak memiliki pengaruh, demikian hal ini menunjukan bahwa H2 tidak didukung. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (Fikrianoor, 2021) yang meneliti terkait determinan minat siswa menjadi pengusaha bahwa kewajiban moral tidak memiliki pengaruh terhadap minat menjadi wirausaha. Penelitan tersebut mengungkapkan bahwa kewajiban moral seorang mahasiswa berbeda dengan kewajiban moral seorang wirausaha, kewajiban moral seorang mahasiswa masih pada tahap mencari pekerjaan, sedangkan kewajiban moral seorang wirausaha sudah pada tahap menciptakan lapangan pekerjaan.

Kewajiban moral dalam penelitian ini diartikan sebagai salah satu inti dari nilai keislaman yang didalamnya terdapat nilai-nilai moral pribadi sebagai pedoman hidup yang menghasilkan suatu perubahan dan tindakan (Azhom et al., 2021) dan (Tiwari et al., 2017). Dalam islam bahwa Rasulullah SAW merupakan suri teladan bagi umatnya, karena dalam diri beliau terdapat contoh-contoh atau nilai-nilai yang sangat wajib kita ikuti

yaitu: terdapat moral atau akhlak (Rubini, 2019). Seperti sifat Rasulullah SAW yaitu shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah. Dalam Al-Qur'an, surat Al-Ahzab ayat 21, Allah telah menjelaskan:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيْ رَسُوْلِ اللهِ اُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللهَ وَالْيَوْمَ الْاٰخِرَ وَذَكَرَ اللهَ كَثِيْرًاۗ

Artinya: "Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah."

Berdasarkan penelitian terdahulu, yang menjadikan kewajiban moral sebagai variabel penelitian, menghasilkan hubungan yang positif dan berpengaruh terhadap minat menjadi wirausaha sosial. Penelitian yang dilakukan oleh (Hartati et al., 2022) mengenai niat wirausaha sosial bahwa variabel kewajiban moral memiliki pengaruh yang positif signifikan.Pada penelitian yang penulis lakukan, justru menghasilkan bahwa kewajiban moral tidak berpengaruh terhadap minat menjadi wirausaha sosial. Kemungkinan yang menyebabkan perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah adanya pengaruh lain seperti keinginan untuk menjadi wirausaha sosial (Ustha, 2018). Bahwasanya setiap manusia mempunyai keinginan untuk membantu orang lain untuk mengubah keadaan orang lain, namun dalam hal ini keinginan tersebut masih hanya sebatas memberikan infak dan donasi, belum pada tingkat mereka ingin melakukan kegiatan yang lebih contohnya membuat sebuah organisasi sosial atau menjadi wirausaha sosial.

3. Dukungan sosial berpengaruh terhadap minat kewirausahaan sosial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta untuk menjadi wirausaha sosial. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, bahwa nilai signifikan 0,010 < 0,05 dan nilai *Original Sample* (O) pada *Path Coefisient* 0,207. Hasil tersebut menjelaskan bahwa dukungan sosial memiliki hubungan positif terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial, dan nilai signifikansi menunjukan bahwa antara dukungan sosial dan minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial memiliki pengaruh.

Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian oleh (Garaika, 2020a), (Garaika, 2020b), (Noerhartati, 2019a), (Fikrianoor, 2021), (Juwita et al., 2019) yang menyatakan bahwa dukungan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi wirausaha sosial. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi dukungan sosial yang diterima oleh seseorang memungkinkan seseorang untuk peduli terhadap persoalan sosial. Kondisi tersebut menguatkan minat seseorang untuk mengambil tindakan dengan menjadi seorang wirausaha sosial.

Dukungan sosial yang dirasakan dapat diartikan sebagai bantuan dan dukungan yang diharapkan dari teman terdekat dan lingkungan untuk menjadi wirausaha sosial (Garaika, 2020b). Dalam islam dukungan sosial yang diberikan oleh orang lain diartikan sebagai aspek fungsional dari suatu hubungan yang melibatkan kasih sayang, perhatian emosional atau bantuan instrumental atau nyata (Rubini, 2019). Hal ini seperti sabda Rasulullah SAW yang berbunyi "Orang-orang yang saling berkasih sayang akan disayang oleh Dzat yang maha penyayang. Maka sayangilah penduduk bumi maka Allah yang berada di atas langit akan menyayangi kalian." (HR. Abu Dawud, No. 4941).

(Lijun et al., 2011) Menjelaskan dukungan sosial mengandung 3 aspek dukungan yaitu, dukungan emosi seperti empati, kepedulian, cinta, dan kepercayaan; dukungan instrumental seperti waktu, finansial, ketersediaan fasilitas, dan energi; dukungan informasi seperti memberikan pandangan, umpan balik, melakukan penilaian, memberikan nasihat, dan saran (Nurhayati et al., 2019). Dukungan sosial yang didapatkan dari lingkungan sekitar sangat berpengaruh terhadap wirausaha sosial pemula untuk memulai organisasi sosial yang dapat membantu orang yang kurang beruntung secara sosial ekonomi, dan mendapatkan dukungan investor untuk organisasi yang dijalankan untuk menyelesaikan masalah sosial (Hockerts, 2017). Tidak hanya itu dukungan sosial yang didapatkan juga dapat meningkatkan rasa percaya diri bahwa mereka memiliki kemampuan untuk menjadi wirausaha sosial, sebaliknya lingkungan sekitar yang memberikan dukungan kepada seseorang untuk menjadi wirausaha sosial membuktikan bahwa lingkungan sekitar juga percaya bahwa seseorang tersebut mempunyai kemampuan dan layak menjadi wirausaha sosial dengan menjalankan organisasi sosial yang dapat membantu menyelesaikan permasalahan sosial (Garaika, 2020b).

4. Efikasi diri berpengaruh terhadap minat kewirausahaan sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta untuk menjadi wirausaha sosial. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, bahwa nilai signifikan 0,000 < 0,05 dan nilai *Original Sample* (O) pada *Path Coefisient* 0,659. Hasil tersebut menjelaskan bahwa empati memiliki hubungan positif terhadap minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial, dan nilai signifikansi menunjukan bahwa antara efikasi diri dan minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial memiliki pengaruh.

Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh (Fikrianoor, 2021), (Noerhartati, 2019a), (Sintya, 2019), dan (Bastomi & Sudaryanti, 2022) yang menyatakan bahwa efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswi

menjadi wirausaha sosial. Hal ini menggambarkan bahwa semakin tinggi efikasi dalam diri seseorang maka semakin kuat keyakinan dalam mempersiapkan usaha baru dan percaya diri dalam menghadapi resiko, serta memiliki ide terbaru berdasarkan pemikiran yang kreatif dan inovatif.

Efikasi diri telah dianggap sebagai salah satu pengaruh penting dalam berwirausaha sejalan dengan (Hassan, 2020) bahwa posisi efikasi diri dalam social enterprise sangat penting karena berkaitan dengan kemampuan individu dalam menghadapi tantangan secara sosial ekonomi. Konsep efikasi diri dalam islam berkaitan dengan persepsi individu tentang kemampuanya dalam mencapai tujuannya yang berpengaruh pada motivasi seseorang yang pada akhirnya akan mendorong individu tersebut berusaha yang lebih keras. Sesuai dengan penggalan surah Ar-Rad ayat 11 yang berbunyi :

اِنَّ اللّٰهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتّٰى يُغَيِّرُوْا مَا بِاَنْفُسِهِمْۗ وَاِذَآ اَرَادَ اللّٰهُ بِقَوْمٍ سُوْۤءًا فَلَا مَرَدَّ لَهٗۚ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُوْنِهٖ مِنْ وَّالٍ

yang artinya : “Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.

Dalam penelitian (Polas & Afshar Jahanshahi, 2021) yang membahas terkait pengaruh karakteristik individu terhadap niat perempuan menjadi wirausaha, membuktikan bahwa efikasi diri mempunyai peran penting dari karakteristik individu untuk meningkatkan minat kewirausahaan sosial. Adanya efikasi diri dapat mendorong seseorang untuk lebih percaya diri dalam membangun usaha baru dibandingkan dengan seseorang yang tidak memiliki rasa percaya diri atau seseorang yang memiliki efikasi diri yang rendah. Efikasi diri juga dapat menjadi penentu keberhasilan dalam

melaksanakan kerjaan, karena mempengaruhi pola pikir, reaksi emosional dalam membuat keputusan (Sintya, 2019).

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari 100 sampel yang merupakan mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta, yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, demikian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Empati berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta menjadi wirausaha sosial.
2. Kewajiban moral tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta menjadi wirausaha sosial.
3. Dukungan sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta menjadi wirausaha sosial.
4. Efikasi diri berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswi perguruan tinggi keislaman di D.I. Yogyakarta menjadi wirausaha sosial.

B. Saran

1. Bagi Perguruan Tinggi Keislaman

Diharapkan kepada perguruan tinggi keislaman dapat membantu meningkatkan minat menjadi wirausaha sosial pada lingkungan mahasiswi. Terkait kewajiban moral, diharapkan perguruan tinggi keislaman memberikan pengetahuan dan informasi mengenai pentingnya moral pada diri mahasiswi untuk membantu meningkatkan minat mahasiswi menjadi wirausaha sosial yang dapat membantu masyarakat yang kurang beruntung secara sosial ekonomi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adanya keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian, menjadi hal yang harus dikembangkan lagi pada penelitian selanjutnya. Agar ilmu dapat terus diluaskan dan tidak berhenti pada satu laporan tugas akhir saja. Saran bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menggunakan sampel yang lebih besar dan menambah variabel independent yang mempengaruhi minat mahasiswa menjadi wirausaha sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, W., & Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)* (Yogyakarta). Penerbit Andi.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211.

Antoni. (2014). MUSLIM ENTREPRENEURSHIP : Membangun Muslim Peneurs Characteristics Dengan Pendekatan Knowladge Based Economy Fenomena Pertumbuhan Entrepreneur di Indonesia Salah satu indikator yang mempengaruhi pertumbuhan strategis sehingga Indonesia dapat berubah dari. *EL-HIKAM: Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman*, *VII*(2), 326–352.

Armiati. (2013). Women Entrepreneurs Serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (Kasus pada pengrajin sulaman wanita di jorong lundang kanagarian panampuan Kab. Agam). *Economica, Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat*, *1*(2), 19–34.

Ascher, J. (2012). Female Entrepreneurship – An Appropriate Response to Gender Discrimination. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, *8*(4), 97–114.

Azhom, M. R. I., Vrahma, A. M., & Kifayatullah, A. (2021). Faktor Determinan Intensi Berwirausaha Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia dalam Perspektif Islam. *Researchgate.Net*, *November*.

Azira Amran, N., Nashriq Kamarudidin, M., & Siti aishah Radin A. Rahman, R. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembentukan Model Kecenderungan Keusahawanan Sosial*. 129–143.

Bastomi, M., & Sudaryanti, D. (2022). Analisis Faktor Penentu Minat Berwirausaha Pada Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda. *Ekuitas*, *3*(4), 875–882.

Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap,

S., Finn, C., Rayner, J., & Belal, N. (2020). Effect of the university on the social entrepreneurial intention of students. *New England Journal of Entrepreneurship*, *23*(1), 3–24.

Bikse, V., Rivza, B., & Riemere, I. (2015). The Social Entrepreneur as a Promoter of Social Advancement. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *185*, 469–478.

Bornstein, david. (1998). Changing the World on a Shoestring. *The Atlantic Monthly*, 34–39.

Cagarman, K., Kratzer, J., & Osbelt, K. (2020). Social entrepreneurship: Dissection of a phenomenon through a German lens. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(18), 1–18

Council, B. (2018). *Developing an Inclusive and Creative Economy The State of Social Enterprise in Indonesia*. 101.

Eagle, D. E., Hybels, C. F., & Proeschold-Bell, R. J. (2019). Perceived social support, received social support, and depression among clergy. *Journal of Social and Personal Relationships*, *36*(7), 2055–2073.

Fikrianoor, kahfi; (2021). Determinants of Student Interest to Become Entrepreneurs. *Notes and Queries*, *s1-IX*(228), 217–217.

Garaika. (2020a). Determinants of the social entrepreneurial intention of young entrepreneurs in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, *12*(3), 356–373.

Garaika. (2020b). The Impact of Empathy, Social Support, and Moral Obligation on Social Entrepreneur Intention. *International Journal of Scientific and Technology Research*, *9*(3), 5788–5792.

Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.

Badan penerbit Universitas Diponegoro.

Hamdani Lutfi, M. (2022). *The Effect of Past Experience , Empathy , Efficacy and Social Support on Social Entrepreneurial Intentions Pengaruh Pengalaman Terdahulu , Empati , Efikasi dan Dukungan Sosial terhadap Niat Wirausaha Sosial*. *3*(2), 118–128.

Hartati, A. S., Warsiki, C. A. Y. N., Kusmantini, T., & Diantoro, A. K. (2022). *Social Entrepreneurial Intentions : An Empirical Study at Ponpes Darul Qur ' am*. *5*(2), 361–368.

Hashim, H., Kiat, N. W., Fern, Y. S., & ... (2020). Intention of University Students To Become Social Entrepreneur. *International Journal of …*, *5*(30), 173–182.

Hassan, H. M. K. (2020). Intention towards social entrepreneurship of university students in an emerging economy: the influence of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurship education. *On the Horizon*, *28*(3), 133–151.

Herminarto, S., Sofyan, H., Soenarto, S., Mutohhari, F., & Nurtanto, M. (2022). Students' Career Decision-Making During Online Learning: The Mediating Roles of Self-Efficacy in Vocational Education. *European Journal of Educational Research*, *11*(3), 1669–1682.

Hockerts, K. (2017). Determinants of Social Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, *41*(1), 105–130.

Jadmiko, P. (2020). *Minat Berwirausaha Sosial Dikalangan Mahasiswa*. *17*(3), 445–456.

Juwita, S., Prasetyo, T., & Jadmiko, P. (2019). Peran empati dan persepsi dukungan sosial terhadap niat menjadi wirausaha sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *10*(1), 49–61.

Lijun, S., Joonmo, S., & Nan, L. (2011). Social Support. *Encyclopedia of Stress*, *September 2015*, 116–128.

Mahesa, A. D., & Rahardja, E. (2012). Analisis Faktor-Faktor Motivasi Yang

Mempengaruhi Minat Berwirausaha. *Diponegoro Journal of Management*, *1*(4), 130–137.

Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*, *26*(1), 33–39.

Maman Lesmana, R. (2017). Peran Perempuan Melalui Kewirausahaan Sosial dalam Pemberdayaan Perempuan. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, *14*(2), 13.

Marshall, J., & Wharton, M. (2014). Women In Entrepreneurship : Report. In *Women in Entrepreneurship*.

Morrisan, M. A. (2012). *Survey research methods*. Prenada Media.

Mostafa, A., Hoque, R., Mostafa, M., Rana, M. M., & Mostafa, F. (2014). Empathy in Undergraduate Medical Students of Bangladesh: Psychometric Analysis and Differences by Gender, Academic Year, and Specialty Preferences. *ISRN Psychiatry*, *2014*, 1–7.

Muhammad Isnan Nurfaqih., R. A. F. (2018). Social Entrepreneurship (Kewirausahaan Sosial) dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Social Entrepreneurship (Kewirausahaan Sosial) Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, *1*(8), 1–15.

Muhammad, M. M. (2020). Social Entrepreneurship Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat Berdasarkan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum*, *2*(2), 68.

Mujaddid, A. (2020). Persepsi Mahasiswa Tetang Islamic Entrepreneurship. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, *3*(2), 31.

Najma, S. (2016). Jurnal Pencerahan Intelektual Muslim Kewirausahaan Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pencerahan Intelektual Muslim*,

XV(I), 57–70.

Nandal, N., Nandal, N., & Aarushi. (2020). Women social entrepreneurs: A growing trend in Indian economy. *International Journal of Advanced Science and Technology*, *29*(4 Special Issue), 2246–2253.

Noerhartati, E. et al. (2019a). *Exploring the intentions of Social Enterpreneurship. An Empirical Study University Student in Indonesia*.

Noerhartati, E. et al. (2019b). Exploring the Intentions of Social Entrepreneurship : An Empirical Study University Student in Indonesia. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, *7*(2), 2899–2921.

Nurhadi, H. (2019). Jejak Sukses Gerakan Kewirausahaan Sosial. *Majalah Ilmiah Bijak*, *16*(2), 167–174.

Nurhayati, R., & Farradinna, S. (2019). *Efikasi Diri dan Dukungan Sosial Keluarga Memprediksi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa*. *14*(2), 151–161.

Nurhayati, R., Farradinna, S., & Nugroho, S. (2019). Efikasi Diri Dan Dukungan Sosial Keluarga Memprediksi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Proyeksi*, *14*(2), 151.

Polas, M. R. H., & Afshar Jahanshahi, A. (2021). The effects of individual characteristics on women intention to become social entrepreneurs? *Journal of Public Affairs*, *21*(2).

Ratten, V., Alamanda, D. T., Ramadani, V., Hashani, M., & Anggadwita, G. (2017). Entrepreneurial intentions from an Islamic perspective: a study of Muslim entrepreneurs in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *31*(2), 165.

Roscoe, J. T. (1982). *Research methods for business*. kent.

Rubini, R. (2019). Pendidikan Moral Dalam Perspektif Islam. *Al-Manar*, *8*(1), 225–271.

Shahverdi, M., Ismail, K., & Qureshi, M. I. (2018). The effect of perceived barriers

on social entrepreneurship intention in Malaysian universities: The moderating role of education. *Management Science Letters*, *8*(5), 341–352.

Sintya, N. M. (2019). *Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspetasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Universitas Mahasaraswati Denpasar*. *1*(1), 337–380.

Sugiyono. (2009). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kombinasi (MIxed Methods)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.

Sugiyono, D. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Suharti, L., & Sirine, H. (2012). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention) (Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *13*(2).

Suhartini, Y. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwiraswasta (Studi Pada Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta). *Akmenika Upy*, *7*, 44.

Taufik, A., Azhad, M. N., Achmad, D., & Hafidzi, H. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Factors Affecting Interest Business Students. *Jurnal Penelitian Ipteks*, *3*(1), p-ISSN.

Tenrinippi, A. (2019). Kewirausahaan Sosial di Indonesia (Apa , Mengapa , Kapan , Siapa Dan Bagaimana). *Meraja Journal*, *2*(3), 25–40.

Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017). An empirical analysis of the factors affecting social entrepreneurial intentions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, *7*(1), 1–25.

Ustha, E. (2018). Analisis faktor-Faktor yang Memotivasi Mahasiswa

Berkeinginan Menjadi Wirausaha di Pekanbaru (Studi Kasus Pada Empat Universitas di Pekanbaru).

Wijaya, R. H. (2021). Berkarya dengan Empati dan Memperkuat Ekonomi: Peran Mahasiswa Sociopreneur dalam Mencapai SDGs. *Widya Balina*, *6*(11), 61–69.

Wijaya, W., & Handoyo, S. E. (2022). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Empati dan Dukungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Sosial Mahasiswa*. *04*(02), 546–555.

LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian

a. Tabel kuesioner empati

No.	Indicator	Pertanyaan
1.	Empati (Hartati et al., 2022)	Saya memposisikan diri saya sebagai mereka saat melihat orang yang kurang beruntung secara sosial ekonomi.
2.		Saya merasa empati kepada seseorang yang kurang beruntung secara sosial ekonomi.

b. Tabel kuesioner kewajiban moral

No.	Indicator	Pertanyaan
1.	Kewajiban Moral (Noerhartati, 2019a)	Keadilan sosial mengharuskan saya untuk membantu mereka yang membutuhkan.
2.		Berusaha membantu mereka yang kurang beruntung secara sosial ekonomi merupakan salah satu prinsip hidup saya.
3.	(Hartati et al., 2022)	Saya memiliki kewajiban moral untuk membantu mereka yang membutuhkan.
4.		Membantu mereka yang membutuhkan merupakan tanggung jawab sosial yang harus saya lakukan.

c. Tabel kuesioner dukungan sosial

No.	Indicator	Pertanyaan
1.	Dukungan sosial (Noerhartati, 2019a) (Hartati et al., 2022)	Saya mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar untuk menjadi wirausaha sosial.
2.		Lingkungan sekitar saya percaya saya mampu membantu untuk mengatasi permasalahan sosial.
3.		Saya ingin memulai sebuah usaha sosial untuk membantu mengatasi permasalahan sosial.
5.		Lingkungan sekitar saya dapat membantu dalam memberikan ide-ide untuk pengembangan usaha sosial yang saya lakukan.
6.		Saya akan merasa dibutuhkan ketika melihat permasalahan sosial terjadi dihadapan saya.

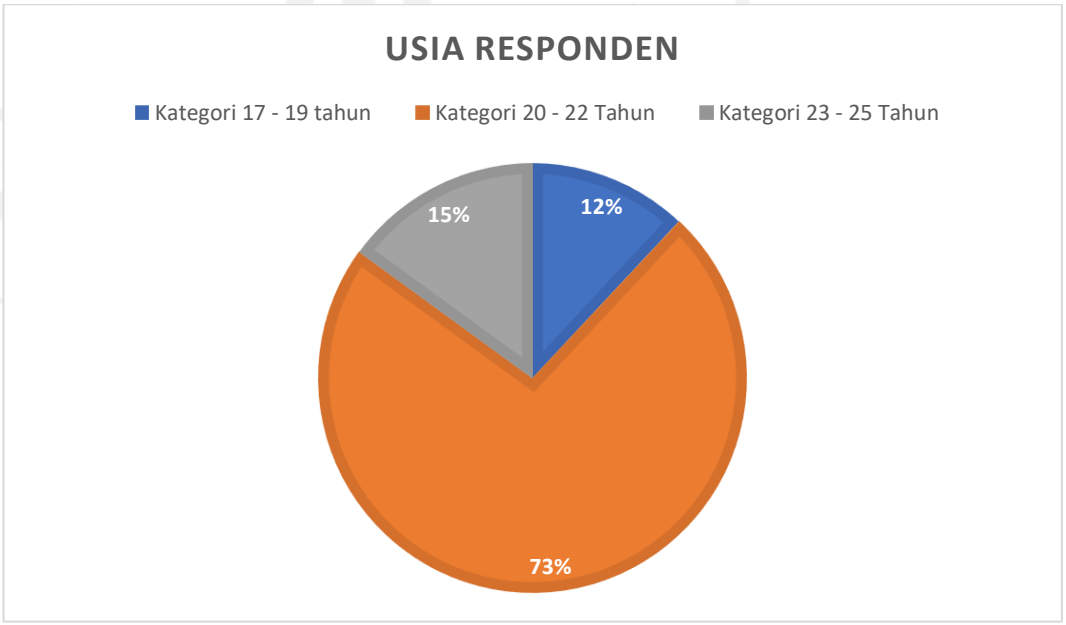
d. Tabel kuesioner efikasi diri

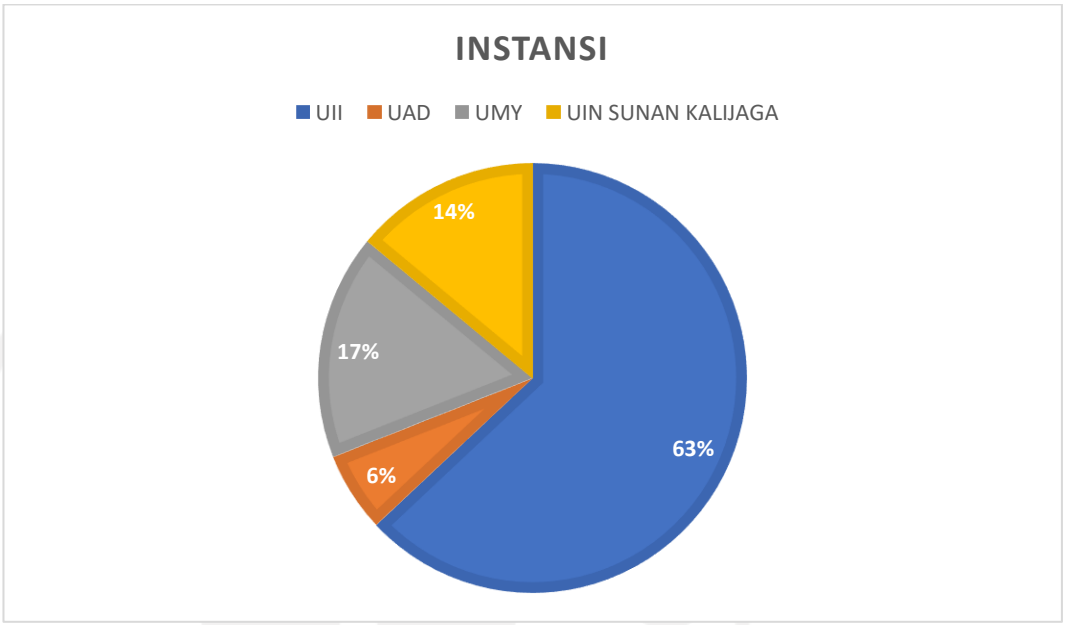
No.	Indicator	Pertanyaan
1.	Efikasi Diri (Herminarto et al., 2022) (Hartati et al., 2022)	Saya bertekad untuk menjadi wirausaha sosial di masa depan.
2.		Saya lebih suka menjadi wirausaha daripada menjadi karyawan di suatu perusahaan.
3.		Dengan menjadi wirausaha sosial saya yakin dapat membantu memecahkan masalah sosial.
4.		Saya memiliki keterampilan yang diperlukan untuk membantu memecahkan permasalahan sosial.

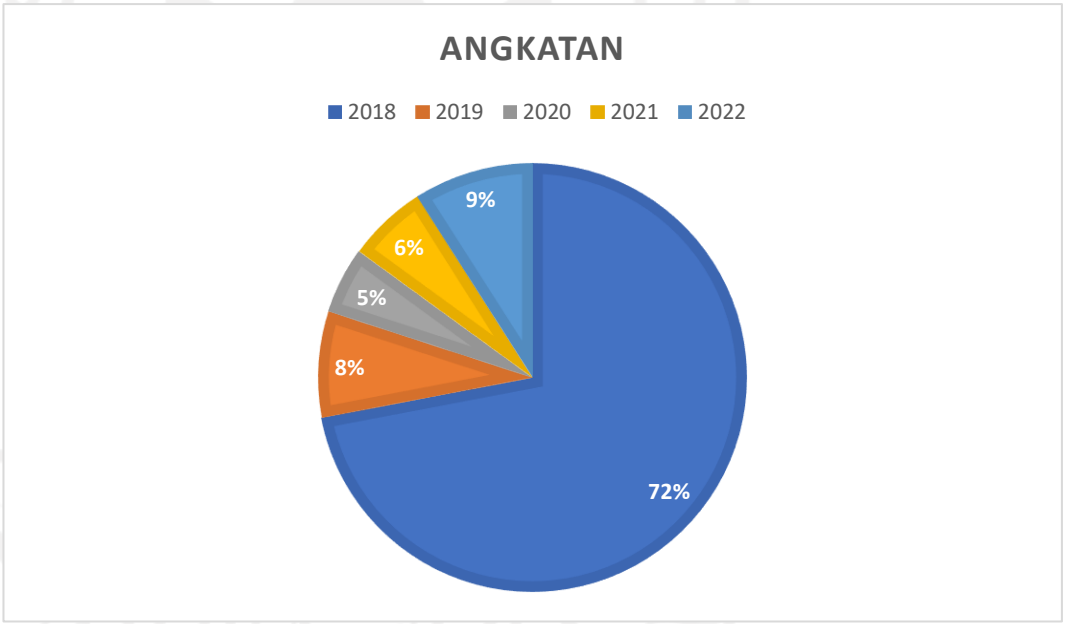
e. Tabel kuesioner minat kewirausahan sosial

No.	Indicator	Pertanyaan
1.	Minat kewirausahaan sosial (Hartati et al., 2022) (Noerhartati, 2019a)	Saya berharap dapat berpatisipasi dalam organisasi sosial untuk membantu mengatasi permasalahan sosial.
2.		Saya merasa tertarik dengan informasi yang berkaitan dengan kewirausahaan sosial lalu terdorong untuk berwirausaha sosial.
3.		Saya akan memulai usaha sosial setelah lulus nanti.
		Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi wirausaha sosial.
		Saya akan berusaha untuk memulai dan menjalankan usaha sosial saya.
		Saya memiliki niat yang kuat untuk menjadi wirausaha sosial.

f. Hasil kuesioner

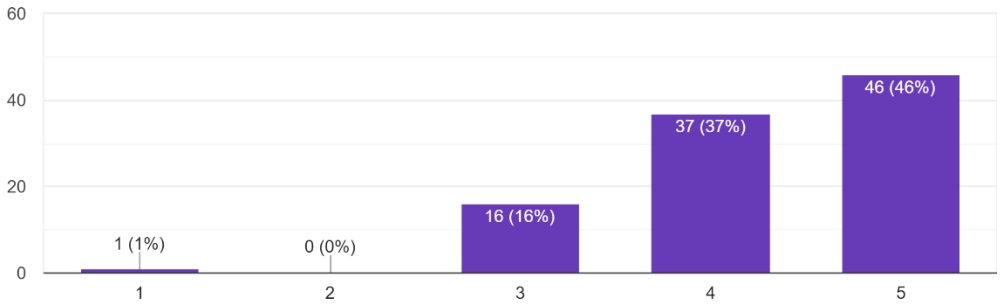



INSTANSI
UII
UAD
UMY
UIN SUNAN KALIJAGA
14%
17%
63%
6%


ANGKATAN
2018
2019
2020
2021
2022
9%
6%
5%
8%
72%

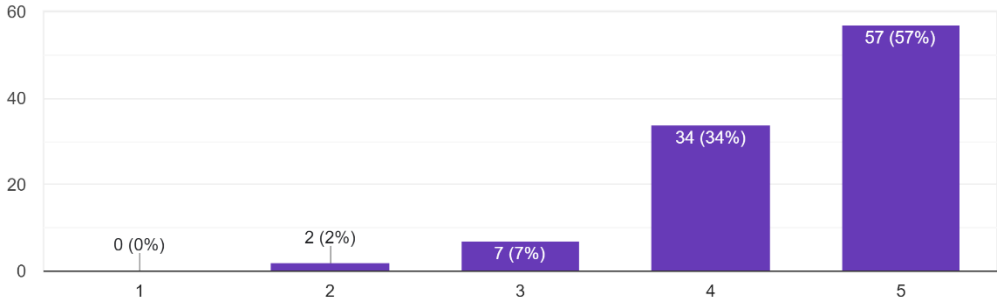
Saya memposisikan diri saya sebagai mereka saat melihat orang yang kurang beruntung secara sosial ekonomi.

100 responses



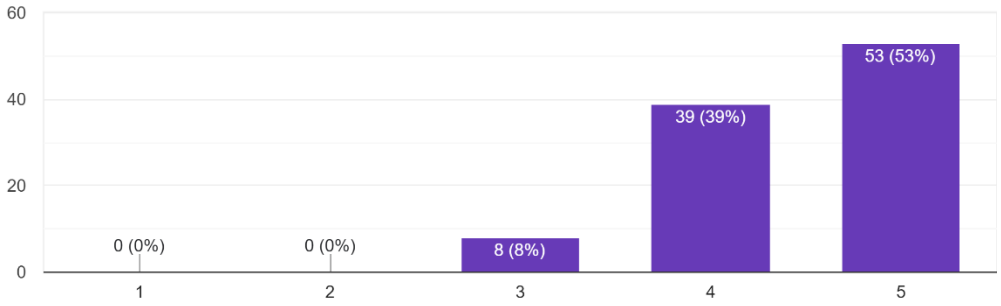
Saya merasa empati kepada seseorang yang kurang beruntung secara sosial ekonomi.

100 responses



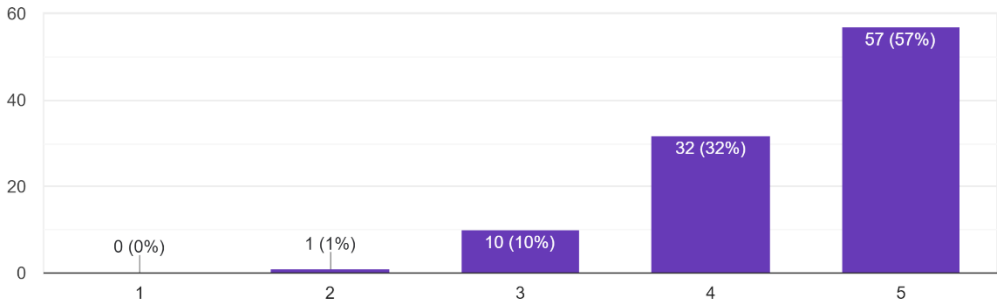
Keadilan sosial mengharuskan saya untuk membantu mereka yang membutuhkan.

100 responses



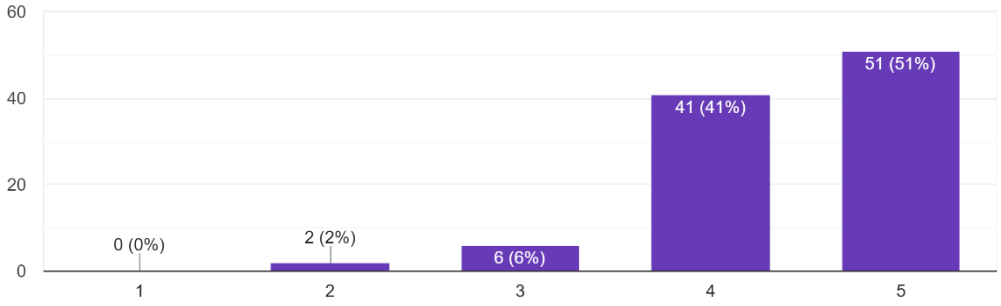
Berusaha membantu mereka yang kurang beruntung secara sosial ekonomi merupakan salah satu prinsip hidup saya.

100 responses



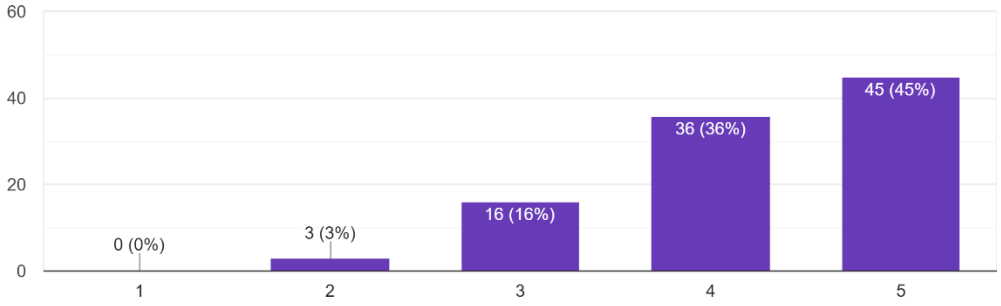
Saya memiliki kewajiban moral untuk membantu mereka yang membutuhkan.

100 responses

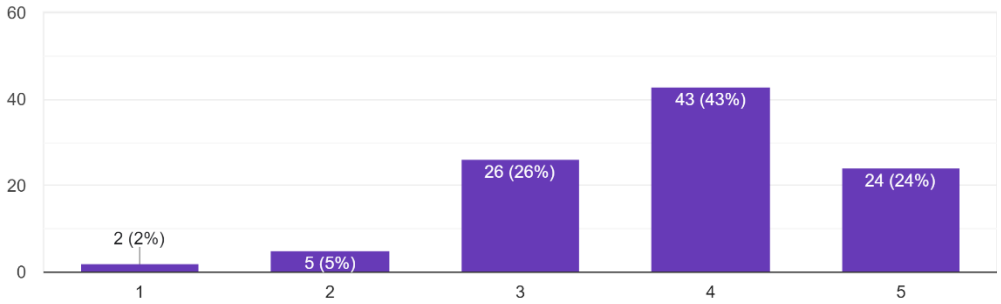


Membantu mereka yang membutuhkan merupakan tanggung jawab sosial yang harus saya lakukan.

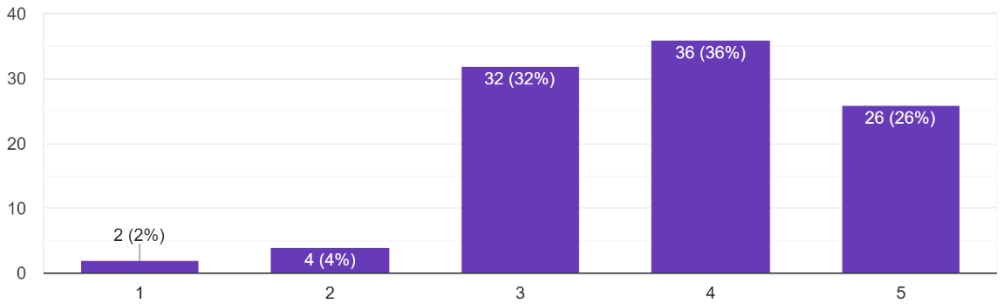
100 responses



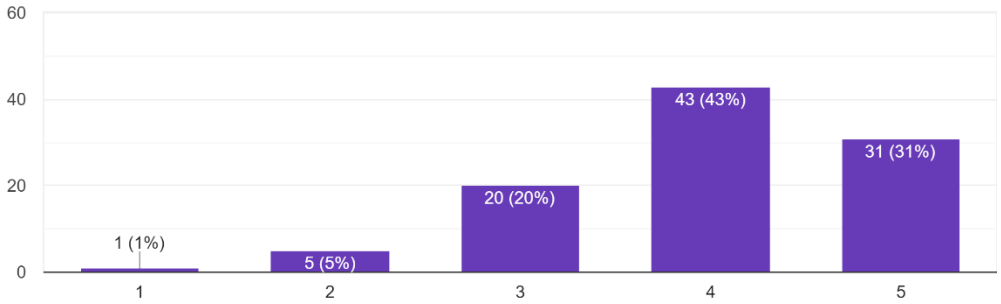
Saya mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar untuk menjadi wirausaha sosial.
100 responses



Lingkungan sekitar saya percaya saya mampu membantu untuk mengatasi permasalahan sosial
100 responses

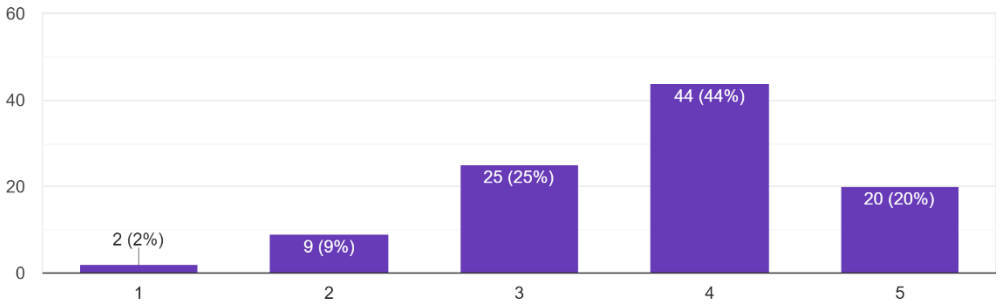


Saya ingin memulai sebuah usaha sosial untuk membantu mengatasi permasalahan sosial.
100 responses



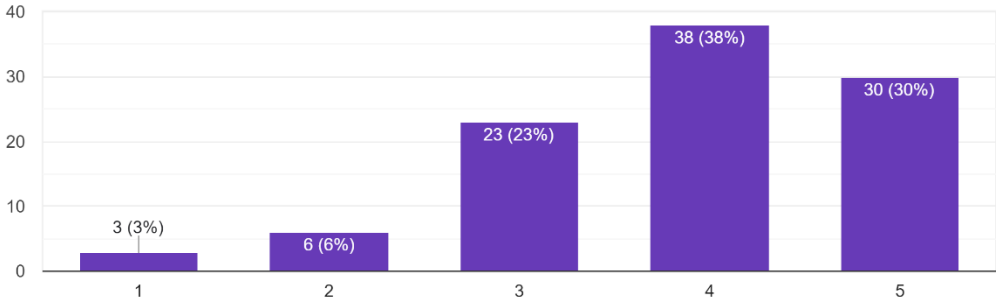
Lingkungan sekitar saya dapat membantu dalam memberikan ide-ide untuk pengembangan usaha sosial yang saya lakukan.

100 responses



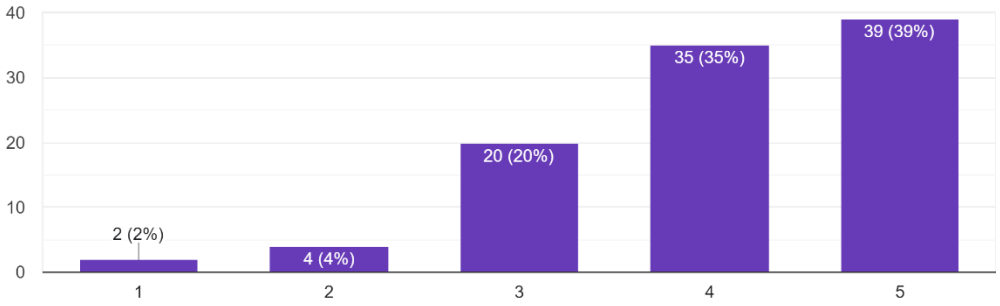
Saya akan merasa dibutuhkan ketika melihat permasalahan sosial terjadi dihadapan saya.

100 responses



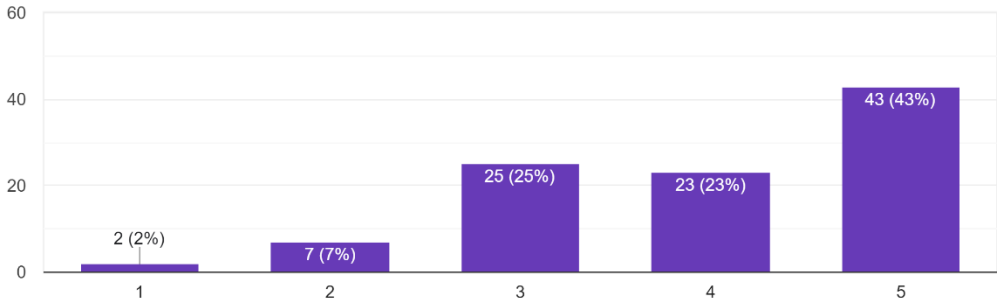
Saya bertekad untuk menjadi wirausaha sosial di masa depan.

100 responses



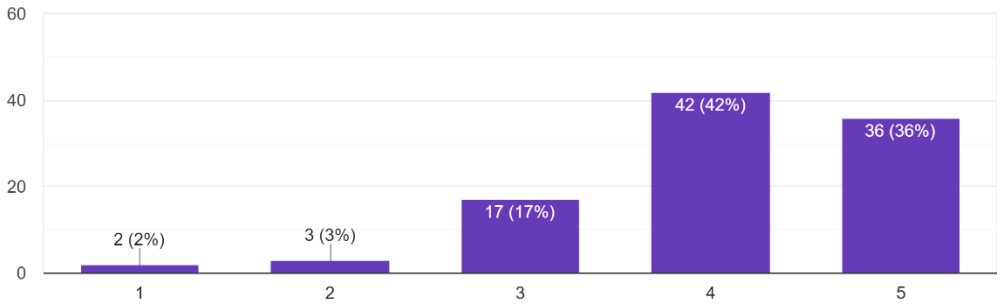
Saya lebih suka menjadi wirausaha daripada menjadi karyawan di suatu perusahaan.

100 responses



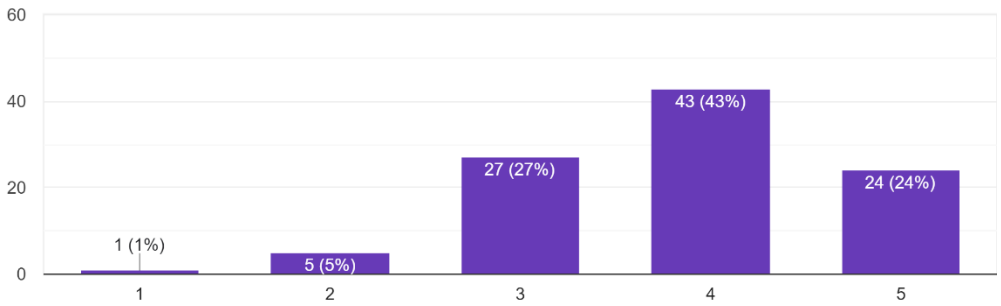
Dengan menjadi wirausaha sosial saya yakin dapat membantu memecahkan masalah sosial.

100 responses



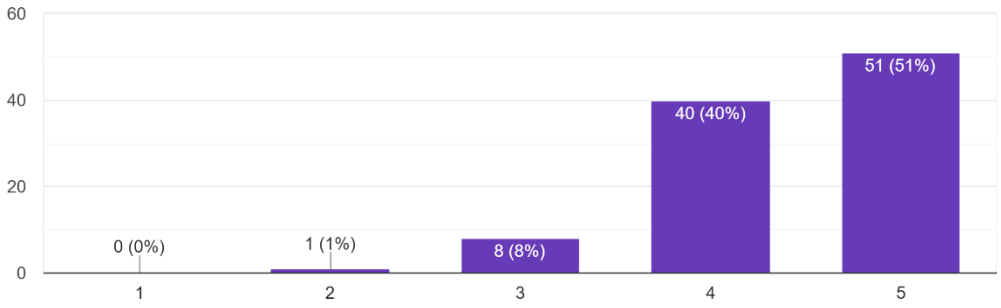
Saya memiliki keterampilan yang diperlukan untuk membantu memecahkan permasalahan sosial.

100 responses



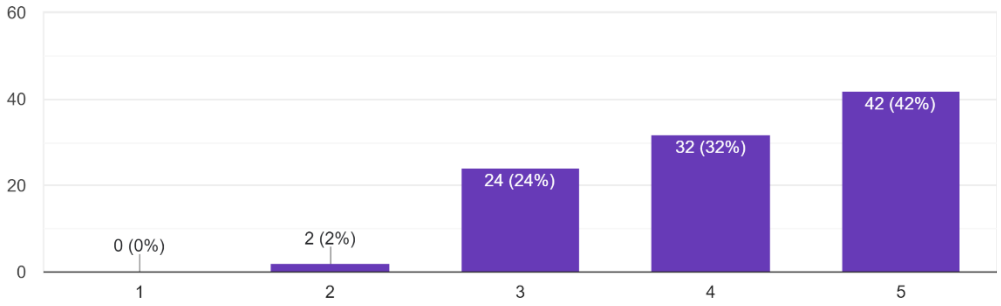
Saya berharap dapat berpatisipasi dalam organisasi sosial untuk membantu mengatasi permasalahan sosial.

100 responses



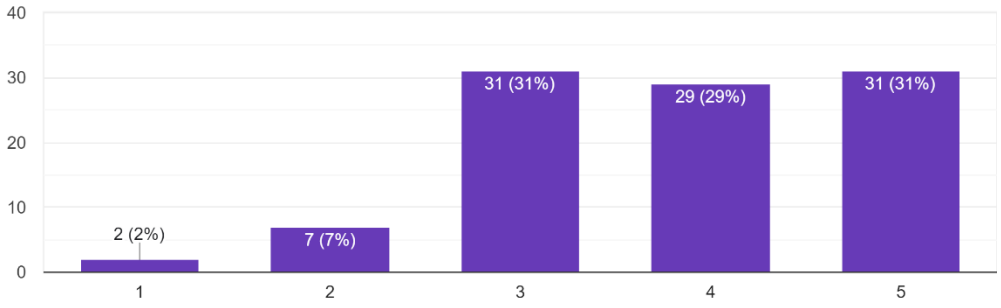
Saya merasa tertarik dengan informasi yang berkaitan dengan kewirausahaan sosial lalu terdorong untuk berwirausaha sosial.

100 responses



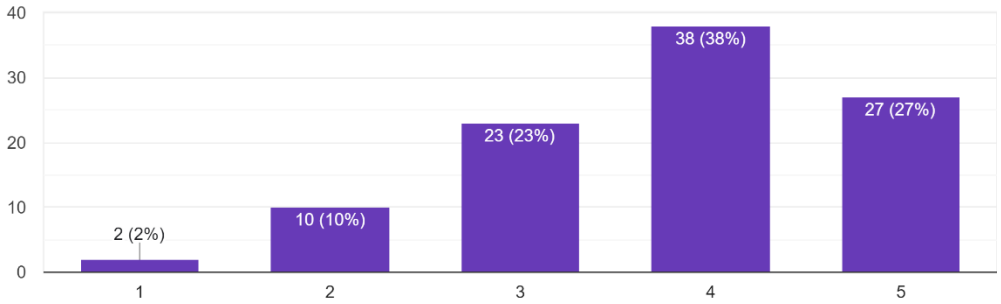
Saya akan memulai usaha sosial setelah lulus nanti.

100 responses



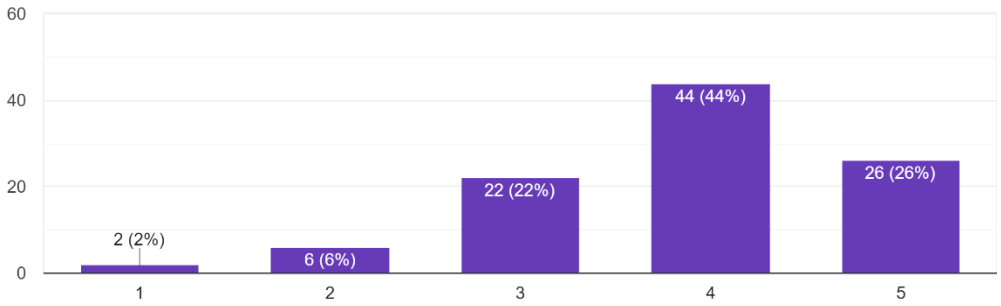
Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi wirausaha sosial.

100 responses



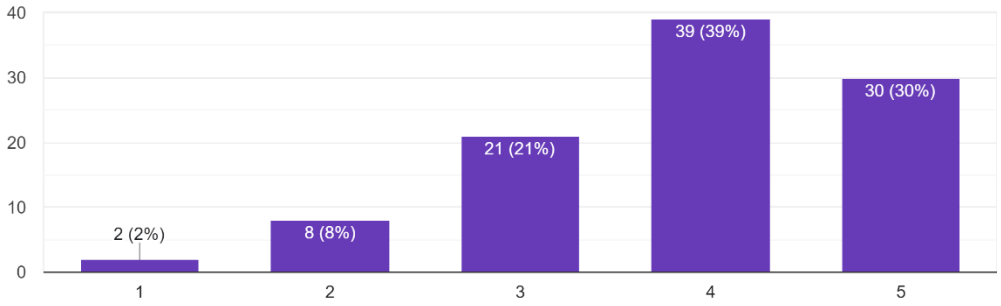
Saya akan berusaha untuk memulai dan menjalankan usaha sosial saya.

100 responses



Saya memiliki niat yang kuat untuk menjadi wirausaha sosial.

100 responses



RIWAYAT HIDUP

VENA LUFIANA, dilahirkan di kabupaten Karawang pada tanggal 02 Januari 2000. Anak kedua dari tiga bersaudara, pasangan dari bapak Wardoyo dan Ibu Mulik. Penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar pada tahun 2012. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di Ponpes Modern Islam Assalaam, kemudian melajutkan Sekolah Menengah Atas di SMA Ponpes Modern Islam Assalaam dan selesai pada tahun 2018. Pada jenjang selanjutnya, penulis melanjutkan studi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulis dapat dihubungi melalui 085693614599 atau melalui social media seperti E-mail pribadi venalufi@gmail.com, E-mail Instansi 18423162@students.uii.ac.id, atau Instagram @venalufiana.