

Determinasi Pengetahuan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, Inovasi terhadap *Social Entrepreneurship* Mahasiswa Wirausaha

Indri Murniawaty¹, Nina Farliana², Ahmad Sehabuddin³, Reifi Apsarining Tyas⁴

^{1,2,3,4}Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang

ARTICLE INFO

Article history:

DOI:

[10.30595/pssh.v3i.394](https://doi.org/10.30595/pssh.v3i.394)

Submitted:

February 21, 2022

Accepted:

April 20, 2022

Published:

June 1, 2022

Keywords:

Pengetahuan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, Inovasi, *Social Entrepreneurship*, HIPMI

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of entrepreneurial knowledge, self-efficacy and innovation on social entrepreneurship in student members of the Indonesian Young Entrepreneurs Association (HIPMI) Universitas Negeri Semarang. The research used is quantitative method. The research population is all entrepreneurial students who are members of Universitas Negeri Semarang HIPMI class 2019-2020. The total of samples as many as 83 respondents with the technique of determining the saturated sample. The collecting data method using a questionnaire. The data analysis method used is descriptive analysis and multiple regression analysis through the SPSS 21 program. The results show that the variables of entrepreneurial knowledge, self-efficacy, and innovation simultaneously affect social entrepreneurship by 65.3%. While partially self-efficacy has the greatest effect on social entrepreneurship by 15.9%, entrepreneurial knowledge has an effect of 9.20%, and innovation has an effect on social entrepreneurship by 6.90%. The variables of entrepreneurial knowledge, self-efficacy, and innovation simultaneously affect social entrepreneurship. Suggestions given to entrepreneurial students are expected not only to be entrepreneurship that prioritizes profit, but also to have a social mission. Suggestions for further researchers to examine research on social entrepreneurship using other variables.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Corresponding Author:

Indri Murniawaty

Jurusan Pendidikan Ekonomi,

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang

Gedung L, Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia.

Email: indri@mail.unnes.ac.id

1. PENDAHULUAN

Berwirausaha merupakan sebuah langkah inovatif yang kian menggeliat di berbagai kalangan untuk mewujudkan kemandirian. Berwirausaha dapat menjadi langkah solutif untuk mengurangi pengangguran. Angka pengangguran di Indonesia cukup besar dan dapat menimbulkan masalah sosial yaitu kemiskinan. Badan Pusat Statistik (BPS) [1] melansir data mengenai kondisi tenaga kerja di Indonesia. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Agustus 2019 sebesar 5,28 persen. Terdapat 5 orang penganggur dari 100 orang angkatan kerja di Indonesia. Dari data tersebut, penduduk bekerja masih didominasi oleh mereka yang berpendidikan SD ke bawah sebesar 2,41 persen, sementara penduduk bekerja dengan pendidikan Sarjana ke atas sebesar 5,67 persen. Indeks Sumber Daya Manusia (*Human Development Indeks*) yang dikeluarkan oleh *United Nations Development Programme* Indonesia menempati urutan ke- 111 dari 189 negara. Menurut catatan mereka, Indonesia masuk ke dalam kategori *medium human development*.

Melihat struktur perekonomian dunia yang telah mentransformasi dengan cepat dari perekonomian yang berbasis sumber daya alam (SDA) menjadi berbasis sumber daya manusia (SDM), sehingga untuk menciptakan pembangunan perekonomian dibutuhkan dalam menyediakan fasilitas untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, dibutuhkan semangat kewirausahaan dimana pengangguran terdidik dapat mengakses perkembangan industri dan jenis usaha melalui pelatihan agar dapat menggali diri dan mendukung mereka dalam bentuk moral dan material, sehingga dapat mengasah kemampuan dan berperan aktif bagi penciptaan lapangan kerja dan pembangunan daerah.

Berdasarkan penggalan realita ini, muncullah banyak pelaku bisnis yang mendedikasikan dirinya untuk mengembangkan potensi masyarakat untuk menciptakan sebuah usaha mandiri. Tidak hanya sebatas agar masyarakat dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, namun agar masyarakat juga dapat berkontribusi mengembangkan ekonomi kerakyatan yang mandiri, dan itu merupakan cita-cita bersama masyarakat dan pemerintah. Orang yang memiliki tujuan mulia ini disebut social entrepreneurship [2].

Social entrepreneurship belakangan ini telah menjadi konsep yang populer diberbagai negara. Istilah kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) sebenarnya mulai diperkenalkan pada tahun 1984, yaitu saat Bill Drayton dianugerahi MacArthur Award untuk karyanya membangun Asoka Foundation yang bertujuan untuk memberikan bantuan dana pendidikan bagi masyarakat miskin. Social entrepreneurship merupakan sebuah istilah turunan dari entrepreneurship. Gabungan dari dua kata, social yang artinya kemasyarakatan, dan entrepreneurship yang artinya kewirausahaan.

Konsep social entrepreneurship mencapai puncak pemahamannya pada dekade tahun 2006, dengan dibuktikan di mata dunia internasional seorang Mohammad Yunus pemenang nobel perdamaian dalam kiprahnya bidang ekonomi mikro yang khusus ditujukan oleh kaum wanita di Banglades. Social entrepreneurship bukanlah fenomena yang baru. Social entrepreneurship sebenarnya mulai diperkenalkan pada tahun 1984, yaitu saat Bill Drayton (2006) [3] dianugerahi MacArthur Award untuk karyanya membangun Ashoka Foundation yang bertujuan untuk memberikan bantuan dana pendidikan kepada masyarakat miskin. Asoka Foundation masih bertahan dan memiliki banyak cabang diberbagai negara.

Demikian juga dengan kehadiran Greemen Bank di Bangladesh yang didirikan Mohammed Yunus (penerima penghargaan nobel perdamaian 2006). Greemen Bank adalah organisasi keuangan mikro terbesar di dunia. Greemen Bank bertransformasi menjadi sebuah bisnis yang menguntungkan, dan telah membantu ribuan orang, khususnya para wanita, untuk dapat keluar dari kemiskinan. Hal inilah yang pada akhirnya membuat Greemen Bank menjadi sorotan dunia, karena keberhasilannya menyelesaikan permasalahan kemiskinan di Bangladesh [4].

Penelitian tentang kewirausahaan sosial ini pernah dilakukan [5], [6] menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial dipandang sebagai pengusaha sosial yang didorong untuk menciptakan nilai superior bagi masyarakat. Itu adalah pengakuan dan penghargaan untuk seorang social entrepreneur (Social Entrepreneurship) [6]. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian [7] yang menunjukkan bahwa satu langkah yang dapat diambil pemerintah dalam rangka memberdayakan dan melindungi masyarakat di era persaingan bebas adalah mendukung, mengembangkan dan melipatgandakan keberadaan social entrepreneurship.

Social entrepreneurship adalah sosok wirausaha yang digerakkan oleh sosial, bergerak tidak di motivasi profit, melainkan misi mengatasi problem sosial yang ada. Mereka adalah orang-orang yang berupaya menciptakan perubahan positif atas persoalan yang menimpa masyarakat, baik itu pendidikan, kesehatan, atau masalah kemasyarakatan lain, terutama ekonomi secara entrepreneurial, atau dengan kata lain wirausaha yang ulet dan berani ambil risiko. Tujuan social entrepreneurship adalah terjadinya perubahan sosial ke arah yang lebih baik atau positif dalam memecahkan permasalahan sosial untuk kepentingan masyarakat [8].

Perguruan tinggi sebagai wadah pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa perlu menanamkan jiwa entrepreneur agar mahasiswa mempunyai kepekaan sosial tersendiri, sehingga mahasiswa dapat melakukan edukasi pada masyarakat dengan efektif, terarah dan terukur terkait program meningkatkan kesejahteraan melalui social entrepreneur [9]. Perguruan tinggi dijadikan sebagai agen utama membangun entrepreneur. Pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang dipandang sebagai platform untuk menciptakan pengusaha baru dalam bidang social entrepreneurship [7].

Pengintegrasian nilai-nilai kewirausahaan dalam mata kuliah pembelajaran kewirausahaan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perguruan tinggi untuk mengembangkan pengetahuan kewirausahaan bagi mahasiswa dimana tujuannya adalah menyiapkan peserta didik menjadi entrepreneur. Dunia pendidikan nyatanya tidak hanya menguasai teori-teori melainkan juga harus menerapkannya di kehidupan sosial. Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan manusia dalam hal mengingat, mempelajari dan mengaplikasikan suatu informasi didalam otak, sehingga otak dapat mendorong tubuh untuk melakukan kegiatan wirausaha.

Pengetahuan kewirausahaan adalah keseluruhan apa yang diketahui tentang segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko. Pengetahuan kewirausahaan dapat diperoleh dari mata kuliah

kewirausahaan. Selain mendapatkan pengetahuan, mahasiswa juga dapat berpartisipasi dalam organisasi, menjadi aktivis kampus dan melakukan kegiatan wirausaha tentunya. Kegiatan seperti inilah yang dapat mengembangkan sikap mahasiswa dalam berwirausaha sosial.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi social entrepreneurship selain pengetahuan kewirausahaan adalah self efficacy dan inovasi. Pendapat [10] menyatakan efikasi diri mengacu pada keyakinan-keyakinan seseorang tentang kemampuan-kemampuan dirinya untuk belajar atau melakukan tindakan pada level-level yang ditentukan. Orang dengan pertimbangan self-efficacy yang kuat mampu menggunakan usaha terbaiknya untuk mengatasi hambatan, sedangkan orang dengan self-efficacy lemah cenderung mengurangi usahanya atau lari dari hambatan yang ada.

Self-efficacy adalah rasa kepercayaan seseorang bahwa ia dapat menunjukkan perilaku yang dituntut dalam suatu situasi yang spesifik. Self-efficacy lebih mengarah pada penilaian individu akan kemampuannya [11]. Pentingnya self-efficacy akan berpengaruh pada usaha yang diperlukan dan pada akhirnya terlihat dari performansi kerja. Disisi lain, self-efficacy merupakan keyakinan seorang individu terhadap kemampuan yang dimilikinya dalam mengatur dan melaksanakan tindakan atau tugas untuk mencapai suatu tujuan [12]. Self-efficacy adalah keyakinan individu untuk melakukan kegiatan yang spesifik sesuai kemampuannya [13].

Seseorang dengan efikasi diri tinggi, percaya bahwa mereka mampu melakukan sesuatu untuk mengubah kejadian-kejadian di sekitarnya kemudian seseorang dengan efikasi diri yang rendah menganggap dirinya tidak mampu mengerjakan segala sesuatu yang ada di sekitarnya. Wirausaha khususnya social entrepreneurship yang paling utama adalah membangun terlebih dahulu mental atau jiwa wirausaha dan keyakinan itu sendiri. Jika mental dan keyakinan diri tersebut telah terbangun, maka wirausaha yakin dapat memberikan kemampuannya untuk menggerakkan masyarakat dan mengembangkan kewirausahaan di lingkungannya.

Inovasi menurut Bill Drayton (2006) [3] selaku penggagas social entrepreneurship dan pendiri Ashoka Foundation, terdapat dua hal kunci dalam social entrepreneurship. Pertama, adanya inovasi sosial yang mampu mengubah sistem yang ada di masyarakat. Kedua, hadirnya individu bervisi, kreatif, berjiwa wirausaha (entrepreneurial), dan beretika dibelakang gagasan inovatif tersebut. Inovasi merupakan alat spesifik dan keunikan wirausaha [6]. Inovasi harus dijadikan sebagai suatu alat dan bukan suatu tujuan, tujuan dari suatu inovasi adalah perubahan atau perbaikan dari kondisi yang ada menjadi lebih baik, namun tidak semua perubahan dapat dikatakan sebagai suatu inovasi [14].

Inovasi sangat berkaitan dengan social entrepreneurship. Inovasi sosial adalah pondasi bagi seorang social entrepreneur dalam menjalankan bisnis atau kegiatannya untuk mencari kesempatan, memperbaiki sistem, menemukan pendekatan yang baru serta menciptakan solusi terhadap perubahan lingkungan yang lebih baik. Seorang social entrepreneur mencari cara yang inovatif untuk memastikan bahwa usahanya akan memiliki akses terhadap sumber daya yang dibutuhkan selama mereka dapat menciptakan nilai sosial.

Perlu adanya dorongan dalam diri mahasiswa untuk tergerak menjadi seorang mahasiswa yang tidak hanya berwirausaha namun juga menebarkan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Untuk mendorong berjalannya kegiatan wirausaha mahasiswa, Universitas Negeri Semarang (UNNES) membuka gedung kewirausahaan yang diperuntukkan bagi mahasiswa untuk melatih jiwa kewirausahaan dan masyarakat sekitar. Berbagai kegiatan kewirausahaan dilingkungan Universitas Negeri Semarang sebagian besar dikelola oleh mereka yang tergabung dalam Unit Kegiatan Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda (UKM HIPMI) PT UNNES dan BEM KM UNNES.

Tabel 1. Data Usaha Mahasiswa ke Arah Social Entrepreneurship

No.	Nama	Nama Organisasi/ Bisnis Sosial	Keterangan
1.	Srini Maria	Ibu Buncis dari Merapi	Menerapkan metode pola menanam kepada para petani di desa Sengi, Magelang, khususnya untuk petani wanita karena ingin mereka lebih berdaya dan aktif dalam perekonomian keluarga
2.	Siyam Sumartini	Bank Sampah Matahari	Mengajak warga dilingkungannya mengelola sampah rumah tangga dengan cara memilih dan memilah sampah dan dikreasikan menjadi produk daur ulang yang mempunyai nilai jual.
3.	Fajri Mulya Iresha	Zero Waste Indonesia	Mengedukasi masyarakat dalam mengumpulkan sampah organik dan non organik kemudian membina Bank Sampah di sekitaran wilayah Depok.
4.	Elang Gumilang	Kredit Pemilikan Rumah Sederhana bersubsidi (KPRS)	Bisnis properti sekaligus membantu golongan ekonomi menengah kebawah untuk memiliki rumah.

5.	Tri Mumpuni	Inkubasi Bisnis dan Ekonomi Kerakyatan (IBEKA)	Membuat pembangkit listrik skala makro di desa-desa terpencil di seluruh Indonesia yang sumber tenaganya dari sumber air setempat
----	-------------	--	---

Sumber: HIPMI UNNES (2020)

Tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat beberapa mahasiswa yang sudah mengarahkan usahanya ke arah social entrepreneurship, artinya kemampuan mahasiswa untuk menggerakkan masyarakat dan mengembangkan kewirausahaan di lingkungannya masih rendah. Kegiatan yang dilakukan mahasiswa tergabung HIPMI masih terbatas pada kegiatan sosial seperti melakukan bakti sosial ke panti asuhan dan penggalangan dana sosial.

Dari hasil pra penelitian ditemukan bahwa sebagian besar mahasiswa yang tergabung dalam HIPMI sudah mulai berwirausaha namun usaha mereka masih berorientasi pada profit dan belum pada tujuan sosial (*social value*). Selain itu, menurut wawancara dengan Eddy Santoso, mahasiswa wirausaha di HIPMI sudah mendapatkan mata kuliah pembelajaran kewirausahaan, didapatkan informasi bahwa sebagian besar mahasiswa tersebut sudah memahami terkait social entrepreneurship. Materi social entrepreneurship juga sering diberikan pada saat seminar atau workshop dalam kegiatan rutin HIPMI, namun untuk saat ini sebagian besar dari mereka belum dapat mengimplementasikannya.

Mahasiswa berani memulai sebuah bisnis masih terbatas karena ingin mendapatkan profit, entah itu digunakan untuk mengembangkan bisnisnya maupun mencukupi kebutuhan individu. Mahasiswa tergabung dalam HIPMI juga mempunyai self-efficacy yang tinggi karena sudah berani mulai mengembangkan bisnisnya, namun untuk ke arah social entrepreneurship mereka masih terbatas pada profit yang terbilang masih rendah dan kepentingan individu. Saat ini profit yang didapatkan lebih diarahkan untuk modal usaha kedepannya dibandingkan digunakan untuk ikut serta dalam menciptakan misi sosial.

Keterbatasan modal dan profit yang masih rendah juga menyebabkan keterbatasan dalam melakukan inovasi. Inovasi yang ada harus didukung dengan teknologi terbaru. Diperlukan anggaran yang besar untuk mendorong kreativitas serta pembaharuan metode dan teknologi yang dapat mendukung terciptanya sebuah usaha. Selain itu, mereka masih berstatus sebagai mahasiswa dan sementara berdomisili di wilayah Semarang. Untuk mengimplementasikan kemampuan usahanya ke arah social entrepreneurship diperlukan waktu yang banyak karena mahasiswa harus terlibat langsung dengan masyarakat agar dapat mengidentifikasi peluang dan ketersediaan sumber daya apa saja yang dapat dimanfaatkan.

Seharusnya mahasiswa wirausaha yang tergabung dalam HIPMI mampu mengembangkan kewirausahaan di lingkungannya karena mereka sudah dibekali dengan informasi terkait dunia wirausaha, sebagian besar dari mereka juga sudah memiliki usaha yang cukup berkembang. Artinya, mereka mempunyai pengalaman langsung dalam dunia wirausaha. Namun, kenyataannya saat ini mahasiswa wirausaha tersebut belum memiliki kemampuan untuk menggerakkan masyarakat dan mengembangkan kewirausahaan di lingkungannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh pengetahuan kewirausahaan, self efficacy dan inovasi terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan adalah metode survei. Data dalam penelitian ini diambil menggunakan angket sebagai instrumen dan menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa anggota HIMPI Universitas Negeri Semarang. Jumlah sampel sebanyak 83 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah penelitian populasi dengan menggunakan sampel jenuh, karena mengenai besar kecilnya sampel dari jumlah populasi menurut [15] yaitu sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua, sehingga dalam penelitian menggunakan seluruh populasi mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang yang berjumlah 83 mahasiswa wirausaha. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi dengan bantuan program olah data IBM SPSS Statistik 21.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif penelitian adalah mendeskripsikan variabel yang digunakan yaitu variabel kepuasan konsumen, harga produk, kualitas produk, dan lokasi penjualan agar mudah dipahami. Data tersebut berasal dari responden melalui analisis statistik deskriptif data yang berupa nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, dan standar deviasi. Tabel 2 dipaparkan hasil pengolahan dan interpretasi dari analisis deskriptif masing masing variabel.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel-Variabel Penelitian

No.	Variabel	Minimum	Maximum	Mean
1.	Self Efficacy	21	45	35,71
2.	Inovasi	27	60	47,62
3.	Pengetahuan Kewirausahaan	33	60	47,81
4.	Social Entrepreneurship	43	68	56,19

Sumber: Data diolah (2020)

Analisis statistik deskriptif pada Tabel 2 diperoleh hasil pada variabel social entrepreneurship dengan 4 indikator dan 14 butir pernyataan, nilai terendah adalah 43 sedangkan nilai tertinggi 68 dengan rata-rata 56,19 dan standar deviasi 5,164. Variabel pengetahuan kewirausahaan dengan 3 indikator dan 12 butir pernyataan, nilai terendah adalah 33 sedangkan nilai tertinggi adalah 60 dengan rata-rata 47,81 dan standar deviasi 5,646. Variabel self efficacy dengan 3 Indikator dan 9 butir pernyataan, nilai terendah adalah 21 sedangkan nilai tertinggi diperoleh hasil 45 dengan rata-rata 35,71 dan standar deviasi 4,508. Variabel inovasi dengan 4 indikator dan 12 butir pernyataan diperoleh hasil terendah 27 dan tertinggi 60, sedangkan untuk rata-rata dan standar deviasi diperoleh hasil 47,62 dan 6,349.

Tabel 3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji Normalitas	Asymp.Sig dari hasil uji normalitas KolmogorovSmirnov (K-S) dari 83 responden memiliki nilai residual $0,835 > 0,05$,	Data berdistribusi normal
Uji Linearitas	Nilai signifikansi pada Linierity untuk pengetahuan kewirausahaan, <i>self efficacy</i> dan inovasi sebesar $0,000 < 0,05$	Terdapat hubungan garis lurus
Uji Multikolinieritas	Tolerance $> 0,1$: 0,391; 0,470; 0,389	Tidak terjadi multikolinieritas
Uji Heteroskedastisitas	VIF $< 0,1$: 2,559; 2,126; 2,573 Tidak terjadi multikolinieritas Uji Heteroskedastisitas Sig. pada Correlations untuk pengetahuan kewirausahaan, <i>self efficacy</i> dan inovasi sebesar $0,000 > 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah (2020)

Tabel 3 menunjukkan hasil uji asumsi klasik: (1) Uji normalitas menunjukkan nilai *Asymp.Sig* dari hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), dari 83 responden memiliki nilai residual $0,853 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal. (2) Uji linearitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada *Linierity* untuk pengetahuan kewirausahaan, *self efficacy* dan inovasi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat di kesimpulan bahwa antara pengetahuan kewirausahaan, *self efficacy* dan inovasi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat hubungan yang garis lurus atau linier. (3) Uji Multikolinieritas menunjukkan hasil uji multikolinieritas pada ketiga variabel independen dalam penelitian ini menunjukkan nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas. (4) Uji Heteroskedastisitas menunjukkan hasil nilai signifikansi keempat variabel independen dalam penelitian ini $> 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas (berbeda).

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda dan Uji Hipotesis t Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18,614	3,045		6,114	,000
1 Pengetahuan Kewirausahaan	,269	,095	,294	2,821	,006
Self Efficacy	,418	,109	,365	3,851	,000
Inovasi	,206	,085	,253	2,421	,018

Sumber : Data diolah (2020)

Paparan Tabel 4 dapat diketahui persamaan regresi berganda:

$$Y' = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y' = 18,614 + (0,269) X_1 + (0,418) X_2 + (0,206) X_3$$

Konstanta sesuai dengan hasil output diatas adalah 18,614 yang berarti jika pengetahuann kewirausahaan (X1), self efficacy (X2), dan inovasi (X3) nilainya adalah 0, maka social entrepreneurship (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 18,614 dengan asumsi variabel dianggap tetap. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan kewirausahaan sebesar 0,269 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel pengetahuan kewirausahaan mengalami kenaikan 1% maka social entrepreneurship (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,269. Koefisien bernilai positif antara variabel pengetahuan kewirausahaan dan social entrepreneurship artinya terjadi hubungan positif antara pengetahuan kewirausahaan dan social entrepreneurship, semakin naik pengetahuan kewirausahaan maka akan semakin naik social entrepreneurship.

Nilai koefisien regresi variabel self efficacy sebesar 0,418, artinya jika variabel independen lainnya tetap dan variabel self efficacy mengalami kenaikan 1%, maka variabel social entrepreneurship (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,418. Koefisien bernilai positif artinya hubungan positif antara self efficacy dengan social entrepreneurship, semakin naik self efficacy maka semakin naik social entrepreneurship. Nilai koefisien regresi variabel inovasi sebesar 0,206, yang artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel inovasi (X3) mengalami kenaikan 1% maka variabel social entrepreneurship (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,206. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara inovasi dengan social entrepreneurship, semakin naik inovasi maka semakin naik social entrepreneurship. Nilai social entrepreneurship yang diprediksi (Y') dapat dilihat pada tabel *Casewisw Diagnostics* (kolom *Predicted Value*). Sedangkan residual (*unstandardized residual*) adalah selisih antara *social entrepreneurship* dengan *Predicted Value*, dan *Std. Residual* (*Standardized residual*) adalah nilai residual yang telah terstandarisasi (nilai semakin mendekati 0 maka regresi semakin baik dalam melakukan prediksi).

Tabel 4 juga menunjukkan hasil uji hipotesis, yaitu Pengetahuan Kewirausahaan (X1) terhadap Social Entrepreneurship (Y). Terlihat pada kolom *Unstandardized coefficients* model 1 terdapat nilai sig 0,006. Nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,006 < 0,05$, maka H1 diterima dan H0 ditolak. Variabel X1 mempunyai T_{hitung} yakni 2,821 dengan $t_{tabel} = 1,6643$. Jadi, $T_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X1 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel social entrepreneurship.

Self Efficacy (X2) terhadap Social Entrepreneurship. Terlihat pada kolom *Unstandardized coefficients* model 1 terdapat nilai sig. 0,000. Nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,000 < 0,05$, maka H1 diterima H0 ditolak. Variabel X2 mempunyai T_{hitung} yakni 3,851 dengan $t_{tabel} = 1,6643$. Jadi, $T_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel self efficacy (X2) memiliki kontribusi terhadap variabel social entrepreneurship (Y). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel self efficacy (X2), mempunyai hubungan yang searah dengan social entrepreneurship (Y). Sehingga dapat disimpulkan variabel bebas self-efficacy memiliki pengaruh yang signifikan terhadap social entrepreneurship.

Inovasi (X3) terhadap *Social Entrepreneurship* (Y), terlihat pada kolom *Unstandardized coefficients* model 1 terdapat nilai sig. 0,018. Nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,018 < 0,05$, maka H1 diterima dan H0 ditolak. Variabel X3 mempunyai T_{hitung} yakni 2,421 dengan $t_{tabel} = 1,6643$. Jadi $T_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi (X3) memiliki kontribusi terhadap variabel social entrepreneurship (Y). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel inovasi (X3), mempunyai hubungan yang searah dengan social entrepreneurship (Y), sehingga dapat disimpulkan variabel bebas inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap social entrepreneurship.

Tabel 5. Uji Hipotesis F Simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1455,270	3	485,090	52,378	,000 ^b
	Residual	731,646	79	9,261		
	Total	2186,916	82			

Sumber : Data diolah (2020)

Tabel 5 menunjukkan bahwa uji F hitung > F tabel yaitu $52,378 > 2,72$ dengan signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam

penelitian ini. Artinya terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan, self efficacy, inovasi terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang.

Tabel 6. Uji Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,816 ^a	,665	,653	3,04325

Sumber : Data diolah (2020)

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R square* (koefisien determinasi) sebesar 0,653, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan, self efficacy, inovasi berpengaruh sebesar 65,3% terhadap social entrepreneurship, sedangkan 34,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Karena nilai R Square dibawah 5% atau cenderung mendekati 0, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part order
(Constant)	18,614	3,045		6,114	,000			
1 Pengetahuan Kewirausahaan	,269	,095	,294	2,821	,006	.730	.303	.184
Self Efficacy	,418	,109	,365	3,851	,000	.737	.398	.251
Inovasi	,206	,085	,253	2,421	,018	.720	.263	.158

Sumber : Data diolah (2020)

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi parsial pada *correlations* untuk variabel pengetahuan kewirausahaan sebesar 0,303 yang berarti maka besarnya r^2 variabel $(0,303)^2$ atau 0,092. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap social entrepreneurship sebesar 9,20%. Kemudian untuk nilai koefisien determinasi parsial pada correlation untuk variabel self efficacy sebesar 0,398, dengan demikian besarnya r^2 variabel $(0,398)^2$ atau 0,159. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel self efficacy terhadap social entrepreneurship sebesar 15,9%.

Sedangkan koefisien determinasi parsial pada correlation untuk variabel inovasi sebesar 0,263 yang artinya besarnya r^2 variabel $(0,263)^2$ atau 0,069. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel inovasi terhadap social entrepreneurship sebesar 6,90%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap social entrepreneurship adalah variabel self efficacy sebesar 15,9% dan pengaruh terkecil terhadap social entrepreneurship adalah variabel inovasi sebesar 6,90%.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Social Entrepreneurship

Hasil penelitian diperoleh hasil bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang. Besarnya pengaruh parsial pengetahuan kewirausahaan terhadap social entrepreneurship adalah sebesar 0,092 atau menjadi 9,20%. Setiap peningkatan pada pengetahuan kewirausahaan maka akan menyebabkan peningkatan social entrepreneurship sebesar 0,269 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa wirausaha di HIPMI PT Universitas Negeri Semarang. Hal ini berarti pengetahuan kewirausahaan memberikan kontribusi untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang dalam menggerakkan masyarakat dan berkontribusi mengembangkan kewirausahaan (social entrepreneurship) di lingkungannya.

Variabel pengetahuan kewirausahaan diukur dengan tiga indikator yaitu pengetahuan dasar kewirausahaan, pengetahuan ide dan peluang usaha dan pengetahuan tentang aspek-aspek usaha. Indikator pengetahuan dasar kewirausahaan termasuk dalam kategori tinggi yang berarti bahwa mahasiswa wirausaha di HIPMI mampu berwirausaha dengan adanya informasi melalui pengetahuan dasar kewirausahaan yang didapatkan pada saat pembelajaran dikelas dan materi pada saat seminar di HIPMI.

Informasi tersebut dapat digunakan untuk menciptakan peluang bisnis yang membantu mewujudkan usaha mereka serta mengembangkan kewirausahaan di masyarakat. Indikator pengetahuan ide dan peluang usaha termasuk dalam kategori tinggi, berarti bahwa pengetahuan ide dan peluang berkontribusi dalam membentuk wirausaha sosial dengan menghasilkan suatu usaha yang memerlukan adanya pemikiran atau hal-

hal yang terstruktur. Penemuan ide dan identifikasi peluang yang baik dapat digunakan untuk bersama-sama menggerakkan masyarakat mewujudkan wirausaha di lingkungannya.

Indikator pengetahuan tentang aspek-aspek usaha termasuk dalam kategori sangat tinggi, yang berarti bahwa informasi yang didapatkan melalui pengetahuan kewirausahaan dapat menciptakan suatu proses untuk melalui berbagai hambatan serta resiko dalam mewujudkan usaha dan tujuan sosial mereka. Hal ini membuktikan bahwa pengetahuan kewirausahaan merupakan dasar untuk berwirausaha yang berperan penting sebagai landasan teoritis dan gambaran tentang konsep social entrepreneurship.

Kaitannya teori konsep social entrepreneurship dengan pengetahuan kewirausahaan adalah pengetahuan kewirausahaan berkaitan dengan faktor latar belakang yang berasal dari diri individu, salah satunya adalah pengetahuan kewirausahaan yang berkaitan dengan faktor informasi yaitu pengetahuan. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) pengetahuan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku atau tindakan seseorang. Melalui pengetahuan kewirausahaan, mahasiswa akan melakukan tindakan atau berperilaku sesuai informasi dan pengetahuan yang telah diperoleh.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [16] bahwa perguruan tinggi menawarkan pendidikan kewirausahaan dan penelitian yang berbasis data mengenai dampak pendidikan kewirausahaan pada proses motivasi yang mendasari jalan bagi mahasiswa untuk berwirausaha. Hal yang sama dengan penelitian [9] yang menyatakan pengembangan pengetahuan kewirausahaan sosial dilakukan dalam bentuk kompetisi dengan judul program *Social Project Competition*. Program ini diharapkan dapat menciptakan lulusan yang mempunyai kemandirian usaha sekaligus kepekaan sosial.

Hal ini membuktikan pengetahuan kewirausahaan yang diberikan oleh perguruan tinggi berperan penting dalam proses terbentuknya social entrepreneurship bagi para mahasiswa wirausaha. Semakin luas pengetahuan kewirausahaan baik secara umum maupun kewirausahaan sosial maka akan semakin tinggi kepekaan sosial dan kemampuan mahasiswa untuk menggerakkan masyarakat dan mengembangkan kewirausahaan (social entrepreneurship) mahasiswa di lingkungan masyarakat.

Pengaruh Self Efficacy terhadap Social Entrepreneurship

Hasil penelitian diperoleh hasil bahwa self efficacy berpengaruh terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang. Besarnya pengaruh parsial self efficacy terhadap social entrepreneurship adalah sebesar 0,159 atau menjadi 15,9%. Kemudian, berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, setiap peningkatan pada self efficacy maka akan menyebabkan peningkatan social entrepreneurship sebesar 0,418 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif self efficacy terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang.

Self-efficacy yang tinggi dapat mendorong dan menciptakan mahasiswa untuk memiliki keyakinan berwirausaha, sehingga dapat memanfaatkan kemampuannya untuk mengembangkan kewirausahaan di masyarakat. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel self efficacy memiliki nilai rata-rata yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti dorongan self efficacy pada mahasiswa wirausaha di HIPMI tinggi. Self-efficacy diukur dengan tiga indikator yaitu tingkat (*level*), kekuatan (*strength*), generalisasi (*generality*). Dari hasil analisis deskriptif indikator tingkat (*level*) termasuk kategori tinggi. Tingkat (*level*) mengacu pada tingkat kesulitan tugas yang dipersepsikan berbeda oleh masing-masing individu yang berarti bahwa sebagian menganggap masalah itu sulit, namun sebagian lain menganggap masalah itu mudah untuk dilakukan.

Indikator kekuatan (*strength*) termasuk dalam kategori tinggi. Indikator kekuatan yaitu kemantapan seseorang pada kemampuan yang dimiliki yang berarti bahwa tingkat efikasi diri yang lebih rendah akan mudah dipengaruhi, sedangkan mahasiswa wirausaha yang memiliki efikasi diri yang kuat akan meningkatkan usahanya meskipun dihadapi dengan rintangan. Indikator generalisasi (*generality*) berkaitan dengan penguasaan individu terhadap bidang atau tugas pekerjaan, dan termasuk dalam kategori sedang yang berarti bahwa sebagian mahasiswa anggota HIPMI memiliki pengalaman dan kegagalan berangsur-angsur yang dapat menimbulkan penguasaan terhadap bidang usahanya, artinya mahasiswa tersebut sudah tanggap apabila menemui kesulitan karena sudah pernah melalui banyak kegagalan. Pengalaman-pengalaman tersebut akan meningkatkan self-efficacy dari seseorang.

Kaitannya dengan konsep teori social entrepreneurship dengan self-efficacy dalam berwirausaha sosial yaitu pada kepercayaan kontrol dalam TPB atau disebut sebagai *perceived behavior control*. *Perceived behavioral control* adalah persepsi kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya (apakah sulit atau mudah) melakukan suatu perilaku dan diasumsikan merefleksikan pengalaman masa lalu serta dalam menghadapi halangan [17], [18]. Self efficacy sebagai penentu perilaku yang akan dilakukan dalam mengatur dan melaksanakan tugas, serta keyakinan akan kemampuan untuk menghadapi segala tantangan untuk mencapai tujuan yang akan dicapai dalam mengembangkan kewirausahaan di masyarakat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan [19]–[21] bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara self efficacy terhadap minat berwirausaha. Self-efficacy dalam berwirausaha sosial sebagai penentu perilaku yang akan dilakukan dalam mengembangkan kewirausahaan di masyarakat. Setelah diketahui adanya pengaruh antara self efficacy terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang maka penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan keyakinan diri yang tinggi memiliki kemampuan untuk menghadapi segala tantangan untuk mengembangkan social entrepreneurship di masyarakat.

Pengaruh Inovasi terhadap Social Entrepreneurship

Hasil penelitian diperoleh hasil bahwa inovasi berpengaruh terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang. Besarnya pengaruh parsial inovasi terhadap social entrepreneurship adalah sebesar 0,069 atau menjadi 6,90%. Kemudian berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, setiap peningkatan pada inovasi maka akan menyebabkan peningkatan social entrepreneurship sebesar 0,206 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap. Hasil penelitian menunjukkan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang. Inovasi sangat berkaitan dengan social entrepreneurship.

Inovasi dapat menjadi kontribusi sebagai pondasi bagi seorang social entrepreneurship dalam menjalankan bisnis atau kegiatannya. Variabel inovasi dapat diukur dengan empat indikator yaitu mengkreasikan produk baru, mengkreasikan proses, pengembangan produk, perbaikan proses (penambahan sentuhan kreatif dengan duplikasi dan pepaduan faktor produksi serta metode baru). Indikator mengkreasikan produk baru termasuk dalam kategori sangat tinggi yang berarti bahwa mahasiswa anggota HIPMI menggunakan keterampilan kreasi dan inovasinya untuk menggerakkan masyarakat dalam menciptakan sebuah produk yang sesuai dengan kebutuhan dan peluang yang ada di lingkungannya.

Indikator mengkreasikan proses termasuk dalam kategori sangat tinggi yang berarti bahwa mahasiswa wirausaha di HIPMI akan melibatkan masyarakat sekitar dalam menjalankan usaha untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Indikator pengembangan produk termasuk dalam kategori tinggi yang berarti bahwa mahasiswa wirausaha di HIPMI akan mengikuti perkembangan teknologi untuk terus melakukan pembaharuan pada produk yang dihasilkan. Indikator perbaikan proses termasuk dalam kategori sangat tinggi yang berarti bahwa mahasiswa wirausaha di HIPMI melakukan perubahan yang positif pada lingkungan dan masyarakat terkait produk dengan cara melahirkan gagasan/ ide baru.

Kaitannya inovasi dengan teori konsep social entrepreneurship yaitu pada faktor latar belakang pengetahuan. Inovasi termasuk dalam faktor pengetahuan yaitu inovasi dapat memberikan solusi dalam menciptakan ide baru yang didalamnya meliputi: mengadakan perubahan-perubahan melalui pengetahuannya dengan tujuan untuk mempertinggi efisiensi dalam berwirausaha, misalnya dengan tidak hanya berbisnis secara individu namun bergerak bersama dengan masyarakat untuk mengembangkan kewirausahaan yang sesuai dengan peluang yang ada di lingkungannya (social entrepreneurship). Dengan inovasi, maka seseorang dapat menambahkan nilai dari produk, pelayanan, dan proses kerja, pemasaran, sistem pengiriman, dan kebijakan tidak hanya bagi perusahaan tapi juga masyarakat. Social entrepreneurship memecahkan masalah sosial dengan cara-cara inovatif antara lain dengan memadukan kearifan lokal dan inovasi.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya [7], [22], [23] bahwa social entrepreneurship memiliki potensi untuk memberikan beberapa solusi sosial yang mempengaruhi suatu negara melalui inovasi, sehingga dalam pembentukan social entrepreneurship, inovasi sosial digunakan untuk solusi inovatif memecahkan masalah sosial. Kewirausahaan sosial memecahkan masalah sosial dengan cara-cara inovatif antara lain dengan memadukan kearifan lokal atau keunikan suatu wilayah dan inovasi. Setelah diketahui adanya pengaruh inovasi yang tinggi terhadap social entrepreneurship, maka penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi dalam kaitannya dengan meningkatkan social entrepreneurship mencakup: mengkreasikan produk baru, mengkreasikan proses, pengembangan produk, perbaikan proses (penambahan sentuhan kreatif dengan duplikasi dan pepaduan faktor produksi serta metode baru) yang dapat dilakukan oleh mahasiswa anggota HIPMI UNNES untuk mendorong usaha menggerakkan masyarakat dalam mewujudkan wirausaha di lingkungannya.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, dan Inovasi terhadap Social Entrepreneurship

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan kewirausahaan, self efficacy, dan inovasi terhadap social entrepreneurship sebesar 65,3% dan berpengaruh positif. Sedangkan dalam pengujian secara parsial menunjukkan bahwa self efficacy mempunyai pengaruh terhadap social entrepreneurship paling tinggi yaitu sebesar 15,9%, disusul dengan pengetahuan kewirausahaan mempunyai pengaruh terhadap social entrepreneurship yaitu 9,20%, dan yang terakhir inovasi sebesar 6,90%.

Sehingga dapat dikatakan jika variabel pengetahuan kewirausahaan, self efficacy, dan inovasi bersama-sama meningkat akan berdampak positif, maka social entrepreneurship juga akan meningkat.

Hasil analisis deskriptif variabel social entrepreneurship memiliki nilai rata-rata tinggi. Hal ini berarti bahwa kemampuan social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI sudah baik namun perlu ditingkatkan kembali menjadi sebuah usaha yang nyata. Variabel social entrepreneurship diukur dengan empat variabel yaitu wirausaha, ide/gagasan, peluang dan organisasi. Indikator wirausaha masuk dalam kategori sangat tinggi, yang berarti wirausaha merupakan salah satu faktor penting dalam terjadinya aktivitas kewirausahaan sosial. Indikator ide/gagasan termasuk kategori tinggi, yang berarti dimulai dari ide/gagasan digunakan untuk mengurangi atau mengatasi masalah. Indikator peluang masuk dalam kategori tinggi, yang berarti para wirausaha sosial tidak hanya tergerak karena melihat ada sesuatu yang kurang beres, namun mereka melihat kesempatan untuk menjadikan segala sesuatunya menjadi lebih baik.

Theory of Planned Behavior [24], yang di dalamnya meliputi kepercayaan-kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*) dijadikan sebagai teori yang menjelaskan mengenai social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI UNNES, dimana hal tersebut dipengaruhi oleh sikap seseorang dalam berwirausaha. TPB cocok untuk menjelaskan perilaku apa pun yang memerlukan perencanaan, seperti kewirausahaan. Dalam penelitian ini apakah mahasiswa dapat menggunakan kemampuan berwirausahanya untuk menggerakkan masyarakat dalam mengembangkan kewirausahaan di lingkungannya. Social entrepreneurship tercipta karena adanya kolaborasi bersama orang-orang dan masyarakat yang terlibat dalam penciptaan inovasi sosial dalam kegiatan ekonomi.

Kaitannya social entrepreneurship dengan pengetahuan kewirausahaan adalah social entrepreneurship merupakan turunan dari entrepreneurs atau kewirausahaan. Seseorang dapat memahami social entrepreneurship melalui pengetahuan tentang kewirausahaan terlebih dahulu. Kaitannya teori social entrepreneurship dengan self-efficacy dalam berwirausaha sosial sebagai penentu perilaku yang akan dilakukan dalam mengatur dan melaksanakan tugas, serta keyakinan akan kemampuan untuk menghadapi segala tantangan untuk mencapai tujuan yang akan dicapai dalam berwirausaha dan memecahkan masalah sosial. Kaitannya teori social entrepreneurship dengan inovasi adalah ketika seseorang dapat menambahkan nilai dari produk, pelayanan, proses kerja, pemasaran, sistem pengiriman, dan kebijakan yang tidak hanya bagi perusahaan tapi bagi masyarakat.

Sejalan dengan penelitian terdahulu [6], menjelaskan kewirausahaan sosial dipandang sebagai pengusaha sosial yang didorong untuk menciptakan nilai superior bagi masyarakat. Konsep ini telah berkembang diberbagai perguruan tinggi. Selanjutnya penelitian [7] yang menunjukkan satu langkah yang dapat diambil pemerintah dalam rangka memberdayakan dan melindungi masyarakat di era persaingan bebas adalah mendukung, mengembangkan, dan melipatgandakan keberadaan social entrepreneurship.

Berdasarkan hasil penelitian, teori, dan penelitian terdahulu dapat dikatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan, self efficacy, dan inovasi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap social entrepreneurship di HIPMI PT Universitas Negeri Semarang. Social entrepreneurship akan meningkat dengan adanya pengetahuan kewirausahaan yang luas, self efficacy yang tinggi, dan inovasi yang mampu mendorong kemampuan mahasiswa anggota HIPMI untuk menggerakkan masyarakat dan berkontribusi dengan masyarakat mengembangkan wirausaha di lingkungannya, sehingga dari tiga variabel tersebut diharapkan memberikan dampak yang baik terhadap meningkatnya kemampuan social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang, sehingga tujuan dari berwirausaha pada mahasiswa tidak hanya untuk mendapatkan profit namun juga mempunyai misi sosial.

4. SIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang. Terdapat pengaruh positif dan signifikan self efficacy terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang. Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang. Pengetahuan kewirausahaan, self efficacy dan inovasi secara simultan berpengaruh terhadap social entrepreneurship pada mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang.

Saran dari penelitian ini yaitu mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang perlu meningkatkan kemampuannya untuk menggerakkan masyarakat dalam mengembangkan kewirausahaan di lingkungannya. Mahasiswa perlu memahami lebih luas pengetahuan kewirausahaan, self efficacy dan inovasi yang dapat mendukung implementasi social entrepreneurship secara nyata sehingga mahasiswa tidak hanya berwirausaha namun ikut serta mewujudkan misi sosial. Diharapkan mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang tidak hanya berwirausaha yang mengutamakan profit, namun juga memiliki misi sosial dengan cara mengimplementasikan kemampuannya berwirausahanya ke arah social entrepreneurship.

Diharapkan mahasiswa anggota HIPMI Universitas Negeri Semarang juga dapat memahami lebih luas mengenai social entrepreneurship sehingga mahasiswa wirausaha dapat mengidentifikasi masalah sosial yang terjadi di lingkungan serta menciptakan solusi inovatif atas masalah tersebut. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penyempurnaan dengan menambah variabel bebas selain variabel yang terdapat di penelitian ini, sehingga dapat menjelaskan lebih banyak tentang social entrepreneurship dan dapat lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. P. Statistik, "Tingkat Pengangguran Terbuka," 2019. [Online]. Available: <http://bps.go.id>.
- [2] M. M. Muhammad, "Social Entrepreneurship Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat Berdasarkan Prinsip-prinsip Ekonomi Syariah," *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum*, vol. 2, no. 2, pp. 68–79, 2020.
- [3] B. Drayton, *Everyone a Changemaker, Social Entrepreneurs' Ultimate Goal*, Innovations. MIT Press, 2006.
- [4] D. Dhewanto, Wawan., *Inovasi dan Kewirausahaan Sosial*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [5] M. Palesangi, "Pemuda Indonesia dan kewirausahaan sosial," *Prosiding Seminas*, vol. 1, no. 2, 2012.
- [6] I. P. Sofia, "Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) sebagai gagasan inovasi sosial bagi pembangunan perekonomian," *WIDYAKALA: JOURNAL OF PEMBANGUNAN JAYA UNIVERSITY*, vol. 2, no. 1, pp. 2–23, 2017.
- [7] A. S. Dwianto, "Social Entrepreneur Ship: Inovasi dan Tantangannya di Era Persaingan Bebas," *Majalah Ilmiah Bijak*, vol. 15, no. 1, pp. 68–76, 2018.
- [8] M. Widiastuti, R., & Margaretha, "Socio entrepreneurship: tinjauan teori dan perannya bagi masyarakat," *Jurnal Manajemen Maranatha*, vol. 11, no. 1, p. 114870, 2011.
- [9] J. S. Pemuda, "Pengembangan Kewirausahaan Sosial Pada Perguruan Tinggi Melalui Social Project Competition," *Jurnal Studi Pemuda*, vol. 7, no. 2, 2018.
- [10] D. H. Schunk, *Learning theories an educational perspective sixth edition*. Pearson Education Inc, 2012.
- [11] D. R. Noviawati, "Pengaruh self efficacy terhadap kinerja karyawan dengan motivasi sebagai variabel intervening (studi pada karyawan divisi finance dan human resources PT. Coca-Cola Distribution Indonesia, Surabaya)," *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, vol. 4, no. 3, 2016.
- [12] K. Harjono, G. J., Lumanauw, B., & Kaisar, "Pengaruh kepemimpinan transformasional dan self efficacy terhadap kinerja pegawai PT. Air Manado," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, vol. 3, no. 3, 2015.
- [13] F. C. Lunenburg, "Self-efficacy in the workplace: Implications for motivation and performance," *International journal of management, business, and administration*, vol. 14, no. 1, pp. 1–6, 2011.
- [14] M. Saiman, "Inovasi metode pembelajaran sejarah," *LENTERA (Jurnal Ilmu-Ilmu Sejarah, Budaya, dan Sosial)*, vol. 2, no. 04, pp. 73–85, 2011.
- [15] S. Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- [16] E. Vanevenhoven, J., & Liguori, "The impact of entrepreneurship education: Introducing the entrepreneurship education project," *Journal of small business management*, vol. 51, no. 3, pp. 315–328, 2013.
- [17] I. Fishbein, M., & Ajzen, "Theory-based behavior change interventions: Comments on Hobbis and Sutton," *Journal of health psychology*, vol. 10, no. 1, pp. 27–31, 2005.
- [18] I. Ajzen, *Attitudes, personality and behaviour*. McGraw-Hill Education (UK), 2005.
- [19] M. A. Mustofa, "Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, self efficacy, dan karakter wirausaha terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XI SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman," Skripsi. Yogyakarta: UNY, 2014.
- [20] T. Bullough, A., Renko, M., & Myatt, "Danger zone entrepreneurs: The importance of resilience and self-efficacy for entrepreneurial intentions," *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 38, no. 3, pp. 473–499, 2014.
- [21] B. Urban, "Social entrepreneurship in an emerging economy: A focus on the institutional environment and social entrepreneurial self-efficacy," *Managing Global Transitions: International Research Journal*, vol. 11, no. 1, 2013.
- [22] B. Groot, A., & Dankbaar, "Does social innovation require social entrepreneurship?," *Technology Innovation Management Review*, vol. 4, no. 12, 2014.
- [23] A. Shaw, E., & de Bruin, "Reconsidering capitalism: the promise of social innovation and social entrepreneurship?," *International Small Business Journal*, vol. 31, no. 7, pp. 737–746, 2013.
- [24] I. Ajzen, "The theory of planned behavior: Frequently asked questions," *Human Behavior and Emerging Technologies*, vol. 2, no. 4, pp. 314–324, 2020.