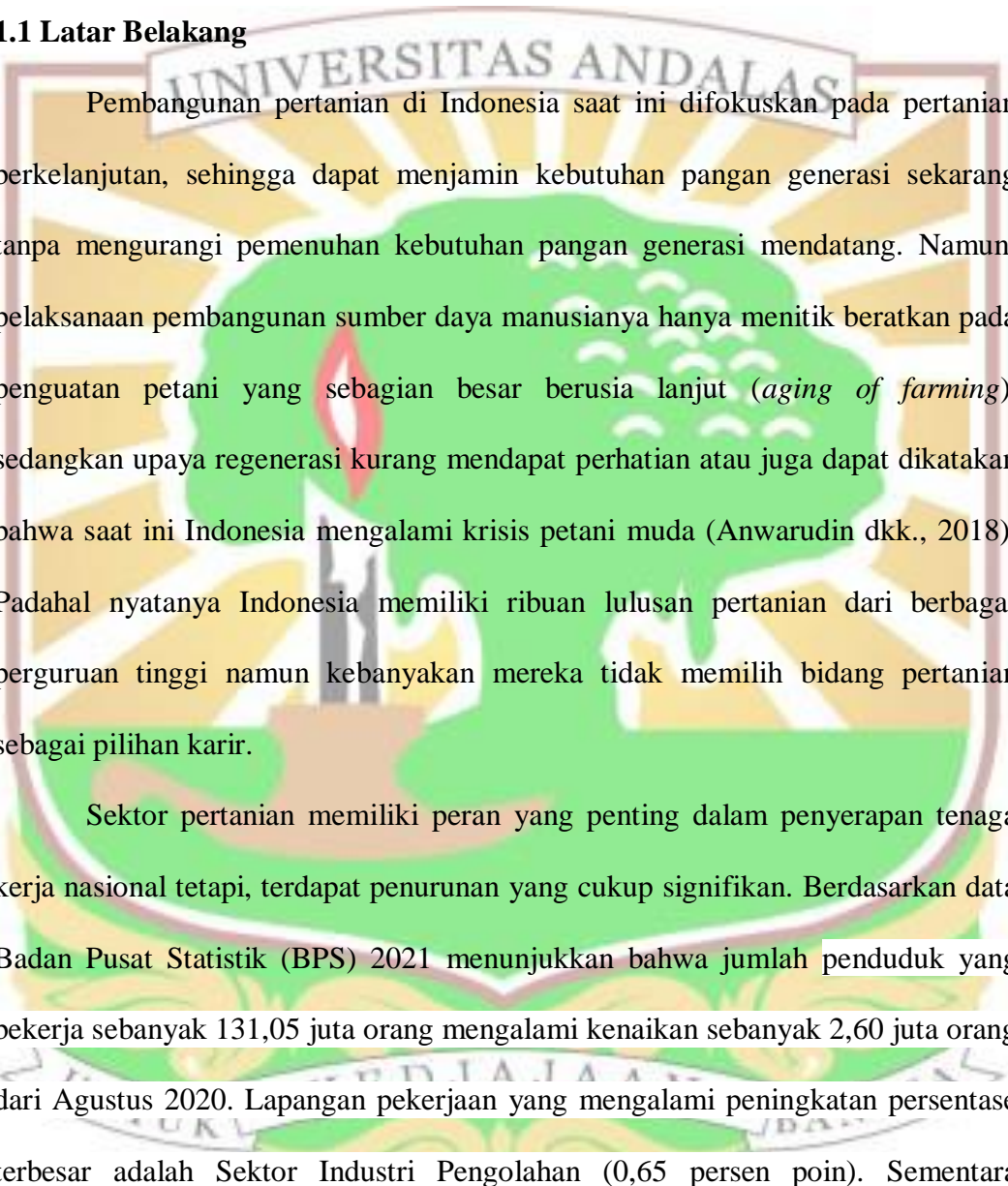


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang



Pembangunan pertanian di Indonesia saat ini difokuskan pada pertanian berkelanjutan, sehingga dapat menjamin kebutuhan pangan generasi sekarang tanpa mengurangi pemenuhan kebutuhan pangan generasi mendatang. Namun, pelaksanaan pembangunan sumber daya manusianya hanya menitik beratkan pada penguatan petani yang sebagian besar berusia lanjut (*aging of farming*), sedangkan upaya regenerasi kurang mendapat perhatian atau juga dapat dikatakan bahwa saat ini Indonesia mengalami krisis petani muda (Anwarudin dkk., 2018). Padahal nyatanya Indonesia memiliki ribuan lulusan pertanian dari berbagai perguruan tinggi namun kebanyakan mereka tidak memilih bidang pertanian sebagai pilihan karir.

Sektor pertanian memiliki peran yang penting dalam penyerapan tenaga kerja nasional tetapi, terdapat penurunan yang cukup signifikan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) 2021 menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang bekerja sebanyak 131,05 juta orang mengalami kenaikan sebanyak 2,60 juta orang dari Agustus 2020. Lapangan pekerjaan yang mengalami peningkatan persentase terbesar adalah Sektor Industri Pengolahan (0,65 persen poin). Sementara lapangan pekerjaan yang mengalami penurunan terbesar yaitu Sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan (1,43 persen poin).

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi Pertanian yang sangat potensial, baik dari segi geografis maupun ekonomi. Dari segi geografis Sumatera Barat memiliki tanah yang subur dengan berbagai macam hasil pertanian yang ada. Sedangkan dari segi ekonomi sektor pertanian menjadi lapangan usaha terbesar diikuti dengan kewirausahaan. Hal ini sesuai dengan data BPS lima tahun terakhir (2016-2020) menunjukkan bahwa struktur perekonomian Sumatera Barat didominasi oleh lima kategori lapangan usaha diantaranya: Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan; Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil, dan Sepeda Motor; Transportasi dan Pergudangan dan Konstruksi dan Industri Pengolahan.

Fakta menunjukkan bahwa sektor pertanian sangat dibutuhkan oleh masyarakat sebagai penunjang perekonomian, namun saat ini masih kurang diminati oleh kalangan generasi muda. Berdasarkan data yang ditunjukkan SUTAS (Survei Pertanian Antar Sensus) (2018) diketahui bahwa petani di Indonesia kebanyakan berusia tua, usia petani di Indonesia sendiri yang berusia > 25 tahun sebanyak 33.257 orang, usia 25-34 tahun sebanyak 219.556 orang, usia 35-44 sebanyak 562.086 orang dan yang terbanyak yakni di usia 45-54 tahun sebanyak 920.249 orang. Sedangkan di Sumatera Barat sendiri yang berusia > 25 tahun sebanyak 766 orang, usia 25-34 tahun sebanyak 8.261 orang, usia 35-44 sebanyak 23.007 orang dan yang terbanyak yakni diusia 45-54 tahun sebanyak 36.676 orang padahal Sumatera Barat menghasilkan ratusan sarjana pertanian setiap tahunnya. Menurut Mukti dkk., (2018) krisis minat ini dikarenakan adanya stigma bahwa

pertanian dianggap kuno dan miskin dan belum mampu memberikan kepastian bagi kehidupan di masa yang akan datang jika dijadikan sebagai pilihan karir.

Kewirausahaan adalah salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan krisis minat dan stigma yang ada tersebut. Kewirausahaan dapat menciptakan kemandirian dan juga dapat memberikan banyak lapangan pekerjaan baru termasuk juga pada generasi muda. Kewirausahaan juga dianggap sebagai faktor utama dalam pembangunan ekonomi (Shahverdi dkk., 2018). Selain itu terdapat jenis kewirausahaan yang bergerak dalam bidang sosial yang memiliki dampak membantu mengangkat ratusan ribu petani pedesaan keluar dari kemiskinan kewirausahaan ini biasa dikenal dengan kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) (Skoll, 2009).

Kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) adalah kewirausahaan yang menghasilkan keuntungan yang tujuannya adalah untuk mengatasi misi sosial, dan dua fitur yang terlibat, yaitu menekankan nilai ekonomi dari keberlanjutan usaha sosial dan menciptakan nilai sosial dengan memberikan solusi untuk masalah sosial (Dacin dkk, 2011). Selain itu, menurut Mair dan Martí (2006) kewirausahaan sosial merupakan proses menciptakan nilai dengan menggabungkan sumber daya dengan cara baru. Kombinasi sumber daya ini dimaksudkan terutama untuk mengeksplorasi dan memanfaatkan peluang untuk menciptakan nilai sosial dengan merangsang perubahan sosial atau memenuhi kebutuhan sosial.

Kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) di Indonesia didominasi oleh sektor-sektor seperti industri kreatif, pendidikan dan pertanian. *Social*

entrepreneurship bekerja dengan masyarakat dan untuk masyarakat, membuka peluang kerja yang lebih inklusif yang menjangkau berbagai kelompok minoritas seperti perempuan dan penyandang disabilitas dan dapat menjadi jawaban untuk mengatasi kemiskinan dan distribusi kekayaan yang tidak merata di negara ini selain itu, model komunitas perusahaan sosial sering beroperasi di luar ibu kota dan kota-kota besar yang memperluas jangkauan pembangunan ekonomi ke daerah pedesaan. Berdasarkan survey yang telah dilakukan pendiri wirausaha sosial di Indonesia didominasi oleh kaum muda yakni 67% adalah individu berusia antara 18-34 dan 40% adalah perempuan namun, penelitian juga menemukan bahwa *social entrepreneurship* sangat terkonsentrasi di Jawa dan wirausaha sosial di provinsi dengan banyak lulusan universitas lebih cenderung dipimpin dan didirikan oleh kaum muda (Council, 2018).

Jenis *social entrepreneurship* yang dilakukan di Indonesia menurut UKM Indonesia (2021) yakni bisnis sosial berbasis komunitas (*Community Based Social Enterprise*) yakni jenis *social entrepreneurship* yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan komunitasnya sendiri contohnya koperasi. Selanjutnya, bisnis sosial nirlaba (*Not-for Profit Social Enterprise*) yakni mengatasi persoalan masyarakat yang cakupannya lebih luas sehingga pengelolaan bisnisnya lebih profesional dengan mempekerjakan tenaga kerja yang kompeten. Selanjutnya bisnis sosial gabungan (*Hybrid Social Enterprise*) yakni bentuk *social entrepreneurship* yang umumnya memiliki sumber dana yang beragam, ada yang diperoleh dari dana sosial, semi-komersial, hingga komersial. Terakhir bisnis sosial berorientasi laba. Bisnis sosial tipe ini berorientasi pada pembangunan,

pertumbuhan, dan kelancaran operasional perusahaan agar dapat sepenuhnya mandiri tanpa bergantung pada bantuan pihaklain. Tipe bisnis sosial seperti melakukan aktivitas bisnis dengan memberdayakan para petani untuk mengangkat dan mempromosikan produk pertanian lokal contohnya mengembangkan sistem *home delivery* untuk hasil pertanian atau teknik hidroponik yang menjadi tren saat ini.

Sebelum memulai kewirausahaan, terdapat beberapa literatur yang membahas niat kewirausahaan dan menjelaskan bahwa pembentukan niat adalah langkah pertama dalam proses memulai sebuah kewirausahaan termasuk dalam kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) (Engle dkk., 2010; Schlaegel & Koenig, 2014). Selain itu wirausahawan sosial sebagai seorang individu adalah kekuatan tingkat pertama yang menjelaskan kewirausahaan di mana seluruh proses kewirausahaan dapat dilakukan karena individu yang berwirausaha bertindak dan berniat untuk memulai suatu usaha (Urban, 2020). Niat individu untuk melakukan perilaku tertentu meningkat dengan kemampuan yang dirasakan dan bahwa orang memulai bisnis jika mereka percaya bahwa mereka memiliki kemampuan untuk melakukannya dan aktivitas tersebut diterima secara sosial (Kirby & Ibrahim, 2011). Selain itu juga memiliki relevansi langsung untuk memprediksi tindakan kewirausahaan selanjutnya (Linan & Fayolle, 2015).

Beberapa penelitian menghubungkan antara niat dengan kognisi dalam membentuk kewirausahaan sosial. Dalam tinjauan literatur sistematis tentang niat kewirausahaan oleh Linan dan Fayolle (2015), yang mengidentifikasi penelitian berbeda yang muncul dari psikologi sosial, berdasarkan pemahaman proses

mental (kognisi) yang mengarah dari sikap dan keyakinan untuk bertindak. Dalam teori kognitif, orang memotivasi diri mereka sendiri dan membimbing tindakan mereka antisipatif melalui latihan pemikiran yang disengaja (Bandura, 1997). Hubungan antara kognisi dan niat ini penting mengingat wirausahawan sosial bertindak sebagai agen perubahan dan di mana "kemampuan mereka untuk bertindak seperti itu terletak pada kognisi mereka" (Corbett dkk., 2018; Munoz, 2018). Sehingga penting untuk mengetahui niat pada kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship intention*).

Theory plan of behavior (TPB) Ajzen (1991) adalah teori terkemuka dari psikologi sosial yang telah digunakan dalam domain *entrepreneurial intention*, dan merupakan satu-satunya teori dalam psikologi sosial yang memandang niat sebagai prediktor perilaku yang berpengaruh, terutama dalam kasus terencana dan tujuan perilaku yang berorientasi. Model TPB, sebagaimana diterapkan dalam domain penelitian *social entrepreneurship*, didasarkan pada gagasan bahwa niat untuk melakukan perilaku tertentu dibentuk oleh kebutuhan individu untuk mencapai perilaku tersebut dan memiliki keyakinan akan kemampuan mereka untuk mencapainya. Studi juga menunjukkan bahwa model TPB tampaknya memadai sebagai latar belakang teoritis untuk pembentukan *social entrepreneurship intention* (Ernst, 2011; Forster & Grichnik, 2013; Hockerts, 2017; Mair & Noboa, 2006; Tiwari, Bhat, & Tikoria, 2017; van Gelderen, Kautonen, & Fink, 2013).

Social entrepreneurship intention adalah subjek minat yang berkembang dalam literatur kewirausahaan di mana *social entrepreneurship intention* secara

umum dapat dipahami sebagai niat untuk mengejar misi sosial dengan memulai bisnis atau meluncurkan usaha sosial (Bacq & Alt, 2018). Selanjutnya *social entrepreneurship intention* adalah keyakinan yang diakui sendiri oleh seseorang bahwa mereka berniat untuk mendirikan usaha bisnis baru dan secara sadar berencana untuk melakukannya di beberapa titik di masa depan selain itu juga didefinisikan sebagai keyakinan dan persiapan yang dilakukan oleh seseorang yang berniat untuk membangun lingkungan usaha sosial baru (Ip dkk., 2017). Selanjutnya niat kewirausahaan sosial mengacu pada niat untuk memulai usaha sosial (Shahverdi dkk., 2018).

Terdapat perbedaan karakteristik pribadi antara seseorang yang memiliki niat kewirausahaan sosial dengan seseorang yang memiliki niat kewirausahaan komersial, serta seseorang yang tidak memiliki niat kewirausahaan dan *compassionate love on humanity* adalah yang paling membedakannya. Hal ini sesuai dengan penelitian Kemenag dkk., (2015) diketahui bahwa perbedaannya pertama yakni, terkait kreativitas dan inovasi seseorang dengan niat kewirausahaan sosial menunjukkan tingkat kreativitas tertinggi namun perbedaannya tidak signifikan secara statistik. Selanjutnya, orang dengan niat wirausaha sosial memiliki tingkat proaktif yang kurang lebih sama dengan orang dengan niat wirausaha komersial, dan tingkat ini lebih tinggi daripada orang tanpa niat wirausaha. Selanjutnya karakteristik pribadi yang paling membedakan yakni responden dengan niat wirausaha sosial mengungkapkan tingkat *compassionate love on humanity* yang penting untuk diteliti karena kemungkinan mengarah pada perilaku prososial yang diarahkan pada orang lain. termasuk orang lain yang

kurang beruntung yang pada akhirnya dapat meningkatkan *well-being* seseorang dan memiliki kontribusi bagi perkembangan dan kebahagiaan manusia (Sprecher & Fehr, 2005).

Mair dan Noboa (2006) adalah salah satu yang pertama berkontribusi pada gambaran yang lebih komprehensif tentang *social entrepreneurship intention* dengan melihat sumber dan anteseden niat untuk mendirikan usaha sosial. Model *social entrepreneurship intention* (2006) Mair dan Noboa didasarkan pada keinginan yang dirasakan dan kelayakan usaha, di mana anteseden kelayakan termasuk *self-efficacy* dan dukungan sosial. Mair dan Noboa (2006) mengemukakan bahwa empati, penilaian moral, *self-efficacy* kewirausahaan sosial, dan dukungan sosial yang dirasakan adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat kewirausahaan sosial (Ip dkk., 2017).

Terdapat hambatan yang mempengaruhi *social entrepreneurship intention*. Berdasarkan teori perilaku terencana (*theory of plan behaviour*) Ajzen's (1991) sebagai kerangka kerja untuk menyelidiki hambatan niat kewirausahaan sosial penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan siswa menganggap kurangnya kompetensi, kurangnya kepercayaan diri dan kurangnya sumber daya adalah hambatan yang mempengaruhi niat kewirausahaan sosial. Hasil juga menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan sosial dapat membantu mengurangi hambatan yang dirasakan tersebut (Shahverdi dkk., 2018).

Berdasarkan *open question* yang diberikan kepada 20 partisipan yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa 15 dari 20 mahasiswa fakultas pertanian universitas di masa depan memiliki keinginan untuk bekerja di bidang pertanian

dan melakukan wirausaha sosial serta meningkatkan kesejahteraan petani. Selanjutnya terkait dimensi nilai budaya, seluruh partisipan merasa perlu untuk mendengarkan pendapat orang lain yang bahkan memiliki posisi dibawahnya, dan penting untuk mengikuti prosedur yang ada ketika memulai usaha. Selain itu juga akan mengorbankan kepentingan pribadi untuk kepentingan kewirausahaan, selalu mempunyai rencana jangka panjang, dan merasa perempuan juga penting untuk bisa berkarir juga di bidang kewirausahaan tidak hanya laki-laki saja.

Universitas Andalas memiliki peran penting dalam menumbuhkan *social entrepreneurship intention* pada mahasiswanya. Berdasarkan *theory of planned behavior* Ajzen (1991) diketahui terdapat 3 anteseden niat berwirausaha yakni pertama, terkait dimensi *behavior attitude* kegiatan sosial bukanlah hal yang baru bagi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Hal ini diketahui dari wawancara awal yang dilakukan kepada anggota Himpunan Mahasiswa Fakultas Pertanian dan diketahui bahwa mahasiswa fakultas pertanian telah melakukan berbagai kegiatan sosial untuk membantu yang membutuhkan. Kegiatan sosial yang dilakukan seperti pengabdian masyarakat seperti kegiatan menanam pohon yang hasilnya untuk masyarakat sekitar, melakukan pembagian bibit pada petani sekitar Universitas Andalas seringkali bersosialisasi dengan petani maupun ikut serta melakukan penyuluhan hidroponik dan pemberdayaan petani, membantu memasarkan produk umkm, melakukan pengabdian masyarakat dan membuat desa binaan, menjadi volunteer serta membantu sesama maupun.

Selanjutnya, terkait dimensi *subjective norms* di Universitas Andalas sangat memberikan dukungan positif terkait kewirausahaan termasuk

kewirausahaan social. Salah satunya yakni dengan mata kuliah kewirausahaan yang diwajibkan bagi setiap jurusan yang ada di Universitas Andalas termasuk fakultas pertanian yakni mata kuliah agribisnis dan kewirausahaan selain itu, juga terdapat pilihan mata kuliah peminatan terkait kewirausahaan sehingga dapat meningkatkan keyakinan-keyakinan terkait kewirausahaan sosial. Terdapat juga praktek dari mata kuliah kewirausahaan mengharuskan mahasiswa menciptakan ide usaha dan memasarkannya pada bazar yang diadakan.

Selanjutnya, terkait dimensi *perceived behavioural control* Universitas Andalas memberikan dukungan positif kepada mahasiswanya. Universitas Andalas terlibat sebagai bagian dari proyek *Introducing Social Entrepreneurship in Indonesian Higher Education* (INSPIRE) yang juga bekerjasama dengan universitas di uni eropa. Kegiatan ini mengenalkan kewirausahaan sosial di pendidikan tinggi di Indonesia dengan mengadakan serangkaian kegiatan seperti *social business plan competition* yang pemenangnya dapat mengikuti *workshop nasional* dan *mentoring* terkait kewirausahaan sosial oleh mentor profesional selama 1 tahun yang memberikan dukungan terkait kewirausahaan sosial (Unand.ac.id, 2021). Selain itu dengan terdapatnya unit kewirausahaan kampus, organisasi kewirausahaan mahasiswa seperti Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Universitas Andalas dan juga terdapat banyak program-program kewirausahaan yang dapat diikuti mahasiswa mulai dari kuliah umum, seminar, workshop dan lainnya termasuk juga banyaknya mahasiswa yang berwirausaha yang didanai oleh kampus.

Berdasarkan teori kognitif sosial (Bandura, 2001) menunjukkan bahwa lingkungan sosial di sekitar individu memainkan peran penting dalam membentuk kognisi seseorang termasuk juga lingkungan universitas yakni terkait budaya individu di lingkungannya. Penelitian mendukung gagasan bahwa niat kewirausahaan tertanam dalam konteks sosial dan budaya (García dkk. 2015; Krueger 2009). Budaya adalah konsep multidimensi dan karena itu sulit untuk didefinisikan secara tepat (Ribeiro-Soriano & Urbano, 2011). Ini mewakili sistem nilai yang mendasari karakteristik kelompok tertentu (Mueller & Thomas, 2001) dan terkait dengan cara masyarakat mengatur perilaku dan pengetahuan sosial. Nilai-nilai budaya menurut Hofstede (2011) yakni adalah pemrograman kolektif dari pikiran yang membedakan anggota satu kelompok manusia dari yang lain, dan tanggapan mereka masing-masing terhadap lingkungan mereka. Hofstede (1980) membedakan lima dimensi nilai budaya yang dapat diukur yakni: *power distance, individualism, collectivism, long-term orientation, masculinity and uncertainty avoidance*.

Selanjutnya, berdasarkan penjelasan sifat psikologis agregat dan teori legitimasi sosial, para peneliti umumnya berasumsi bahwa kewirausahaan didukung oleh tingkat individualisme yang tinggi, penghindaran ketidakpastian yang rendah, jarak kekuasaan yang rendah dan *masculinity* yang tinggi. Sesuai dengan hipotesis ketidakpuasan, wirausahawan potensial adalah orang-orang yang kurang terintegrasi dalam struktur arus utama dalam masyarakat dengan jarak kekuasaan yang tinggi, penghindaran ketidakpastian yang tinggi, *masculinity* yang rendah, dan individualisme yang rendah (Kedmenec & Strašek, 2017).

Konseptualisasi hubungan antara dimensi budaya Hofstede (2011) dan kewirausahaan sosial yakni orang-orang dalam masyarakat yang menunjukkan tingkat jarak kekuasaan (*power distance*) kewirausahaan sosial memperhitungkan pendapat orang lain dan menerapkan pengambilan keputusan partisipatif. Terkait individualism (*individualism*), wirausahawan sosial dikenal sebagai kolektivistik terutama berfokus pada kebutuhan orang lain. Terkait penghindaran ketidakpastian (*uncertainty avoidance*) kewirausahaan sosial adalah konsep inovatif, itu tidak akan didukung dalam masyarakat yang tidak toleran terhadap perilaku baru. Terkait dimensi *masculinity (masculinity)*, yang rendah mengacu pada preferensi untuk kerjasama, kesopanan, merawat yang lemah dan kualitas hidup. Dimensi orientasi jangka panjang (*long-term orientation*) wirausahawan sosial bersemangat tentang misi mereka dan pragmatis tentang realitas pasar, serta dikenal karena solusi praktis mereka untuk masalah sosial (Kedmenec & Strašek, 2017).

Selain itu, ditemukan bahwa budaya berdampak pada niat wirausaha, budaya yang berbeda memiliki cara yang berbeda untuk mempengaruhi niat wirausaha dan cara yang berbeda untuk berdampak pada niat terhadap kelayakan yang dirasakan dan keinginan yang dirasakan (Sajjad dkk., 2012). Nilai-nilai budaya menentukan sejauh mana suatu masyarakat memandang aktivitas kewirausahaan sebagai menarik atau tidak (Liñan dkk. 2013). Banyak penelitian yang menyebutkan dampak langsung budaya pada orientasi kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan di antara anggota komunitas budaya tertentu (Castaño, Méndez, & Galindo, 2016; Hechavarría, 2016; Radziszewska, 2014; Tschauer

&Engelen, 2016; Wach, 2015). Selain itu ketika menyangkut keputusan karir, tampaknya masuk akal bahwa budaya akan mempengaruhi niat kewirausahaan seseorang (Shiri dkk., 2017).

Penelitian yang telah dilakukan Kemeneg & Strašek (2017) menjelaskan bahwa dimensi budaya nasional tertentu memfasilitasi atau menghambat kewirausahaan sosial. Selain itu penelitian oleh (Shiri dkk., 2017; Sajjad dkk., 2012; Yang dkk., 2015)) yang menguji niat kewirausahaan menunjukkan budaya mempengaruhi niat kewirausahaan seseorang. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan diketahui bahwa budaya tertentu dapat memfasilitasi atau menghambat suatu kewirausahaan sosial dan budaya memiliki dampak terhadap *entrepreneurial intention* namun, masih minimnya penelitian terkait niat dalam berwirausaha sosial di Indonesia yang juga memiliki nilai kebudayaan yang khas yang kemungkinan terjadinya perbedaan dan bias budaya.

Berdasarkan penjelasan, pemaparan berbagai penelitian dan fenomena yang dijumpai, peneliti percaya bahwa terdapat hubungan *culture value* dengan *social entrepreneurship intention* sehingga menurut peneliti ini penting untuk diteliti selanjutnya terkait bangsa Indonesia yang merupakan negara agraris namun generasi muda yang berkompeten enggan untuk menjadikannya sebagai pilihan karir. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti, terkait bagaimana hubungan *social entrepreneurship intention* dan nilai budaya pada mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah terdapat hubungan *culture value* dengan *social entrepreneurship intention* pada mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *culture value* dengan *social entrepreneurship intention* pada mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan dalam bidang psikologi yang berhubungan dengan *social entrepreneurship intention* dan *culture value*

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, *social entrepreneurship intention* dan *culture value* yang diteliti memiliki banyak manfaat bagi berbagai pihak, yaitu perguruan tinggi, mahasiswa dan masyarakat.

1. Perguruan tinggi dapat mengetahui dan memahami pentingnya *social entrepreneurship intention* pada mahasiswa. Selanjutnya perguruan tinggi

dapat mengambil tindakan dalam membantu mahasiswa dalam meningkatkan *social entrepreneurship intention* nya.

2. Bagi mahasiswa, khususnya calon lulusan fakultas pertanian penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan mengenai pentingnya *social entrepreneurship intention* pada mahasiswa.
3. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan terkait *social entrepreneurship intention*

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian merupakan gambaran secara umum mengenai isi dari keseluruhan pembahasan, yang bertujuan untuk mengetahui alur dari pembahasan pada skripsi ini. Dalam penelitian ini, sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisikan uraian singkat mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: Landasan Teori

Bab ini menguraikan tentang tinjauan teoritis dan penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan fokus penelitian. Adapun yang dibahas dalam bab ini adalah definisi, aspek, faktor-faktor yang mempengaruhi, tujuan, dinamika hubungan antara kedua variabel, dan diakhiri dengan pembuatan kerangka berfikir.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini berisikan penjelasan mengenai metode penelitian, identifikasi variabel penelitian, definisi konseptual dan operasional, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, lokasi penelitian, instrumen penelitian, dan metode analisa data.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bab empat berisi hasil penelitian berdasarkan data yang diperoleh, berupa gambaran subjek penelitian, gambaran variabel penelitian, pengujian hipotesis penelitian, serta analisis pembahasan hasil penelitian.

BAB V: Penutup

Bab lima berisikan kesimpulan dari penelitian dan saran dari penulis



