



Journal of Finance, Entrepreneurship, and Accounting Education Research

Journal homepage: <https://ejournal.upi.edu/index.php/finetech>



Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Intensi Kewirausahaan Sosial Dimoderasi Penggunaan Media Sosial

¹Gardiana Gardiana, ²Kurjono Kurjono, ³Badria Muntashofi

¹²³Program Studi Pendidikan Akuntansi, FPEB, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

Correspondence: E-mail: gardiana@upi.edu

ABSTRACT

This study aims to determine the description of self-efficacy, social entrepreneurial intentions, and the use of social media, as well as the effect of self-efficacy on social entrepreneurial intentions, and how the use of social media moderates the effect of self-efficacy on social entrepreneurial intentions in UPI Accounting Education Students Class of 2019 to 2021. This research uses the Entrepreneurial Event Model, with descriptive and verification methods through approaches. The sampling technique used simple random sampling with a sample of 140 students. The instrument validity test uses product moment correlation and the reliability test uses the Cronbach Alpha formula. The data collection technique used was a questionnaire. The classical assumption test includes normality test, linearity test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. Data analysis techniques using simple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA). The results of the calculation show that self-efficacy has a positive effect on social entrepreneurial intentions, and the use of social media strengthens the influence of self-efficacy on the social entrepreneurial intentions of UPI accounting education students from Class of 2019 to Class of 2021.

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 1 July 2024

First Revised 1 August 2024

Accepted 10 November 2024

First Available online 10 December 2024

Publication Date 10 December 2024

Keyword:

Self-efficacy, Social Entrepreneurial Intention, Social Media Use

1. INTRODUCTION

Di negara yang sedang mengalami perkembangan seperti Indonesia, dua permasalahan sosial utama yang dihadapi adalah pengangguran dan kemiskinan (Sofia, 2017). Setiap negara di dunia menghadapi tantangan terkait pengangguran, di negara Indonesia, masalah tenaga kerja dan pengangguran menjadi hal mendesak yang harus ditangani dengan serius (Sofia, 2017). Saat ini, Indonesia menempati peringkat ke-101 di antara negara-negara dengan tingkat pendapatan rendah selama 58 tahun terakhir. Tingginya tingkat pengangguran di negara ini tidak diragukan lagi dapat berkontribusi pada berbagai masalah sosial, terutama masalah kemiskinan (Sofia, 2017). Dampaknya, kemiskinan menjadi sebuah isu yang harus segera diatasi oleh pemerintah guna mencegah munculnya masalah-masalah lain, seperti peningkatan tingkat kejahatan, pertumbuhan pengangguran, kompleksitas masalah kesehatan, dan penurunan kualitas generasi selanjutnya (Munawar, 2011).

Kondisi perekonomian Indonesia mengalami dekonstruksi akibat dampak pandemi Covid-19. Berdasarkan data Institute for Development of Economics and Finance (Indef), perekonomian Indonesia menunjukkan perlambatan yang signifikan bahkan mengalami penyusutan pada kondisi awal pandemi. Hal ini terlihat dari pertumbuhan ekonomi yang melambat hingga di bawah 5% sepanjang tahun 2020 hingga akhir tahun 2020. Berdasarkan data Biro Pusat Statistik, Survei Angkatan Kerja Nasional per agustus 2022, Jawa Barat menempati posisi pertama sebagai provinsi di Indonesia dengan tingkat pengangguran tertinggi yaitu sebesar 8,31% (Sakernas, 2022).

Konsep kewirausahaan telah terbukti mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru dan mengurangi tingkat pengangguran, yang merupakan aspek krusial dalam mendukung pembangunan negara. Indonesia secara signifikan mendapat manfaat dari peran kewirausahaan, tidak hanya dalam penyelesaian masalah ekonomi, melainkan juga dalam penanganan permasalahan pengangguran (Iswahyudi, 2018). Namun, disayangkan bahwa pandangan terhadap bisnis kewirausahaan mulai mendapat kritik dari berbagai pihak, dengan argumentasi bahwa konsep tersebut terlalu memprioritaskan aspek keuntungan tanpa mempertimbangkan isu-isu sosial dan lingkungan (Jadmiko, 2020). Kritik ini timbul karena masih ada banyak pelaku usaha yang hanya fokus pada keuntungan semata. Oleh karena itu, diperlukan bentuk kewirausahaan yang mengadopsi model yang lebih memperhatikan nilai-nilai sosial dalam masyarakat (Jadmiko, 2020). Dengan kata lain, fokus utama para pelaku usaha seharusnya adalah mengembangkan kegiatan usahanya dari orientasi profit ke orientasi pada kepentingan masyarakat, dengan melibatkan kegiatan pemberdayaan masyarakat.

Peran sociopreneur menjadi kontribusi penting agar pemberdayaan masyarakat berhasil. Melalui keterlibatan mereka dalam kewirausahaan sosial, sociopreneur memberikan dampak yang signifikan terhadap pengurangan kemiskinan dan penurunan tingkat pengangguran di Indonesia. Kewirausahaan sosial memiliki tujuan untuk meningkatkan kehidupan masyarakat dengan menemukan solusi dan manfaat yang berkesinambungan (Gupta et al., 2012). Masturin (2015) menyatakan bahwa pemberdayaan human capital

memiliki kemampuan untuk mengantarkan manusia pada pemikiran-pemikiran yang rasional, sadar, dan kritis untuk keluar dari problematiknya dan memberikan dampak timbal balik untuk membantu persoalan sosial lainnya sehingga peran lembaga pendidikan pada kenyataannya mampu menerapkan pemberdayaan melalui sociopreneur ship.

Penerapan strategi untuk menghasilkan generasi yang memiliki jiwa wirausaha berbasis sosial masyarakat menjadi sebuah prestasi tersendiri bagi perguruan tinggi tersebut. Selain itu, sociopreneur ship menjadi tren pemuda masa kini sebagai alternatif dalam bertahan hidup di tengah kesempitan dalam mencari pekerjaan (Suyatna dan Nurhasanah 2017). Dalam materi perkuliahan dan lingkup mahasiswa, intensi kewirausahaan sosial inilah yang sebenarnya belum teridentifikasi dalam proses pembelajaran kewirausahaan selama ini. Intensi kewirausahaan sosial ini yang akan menggerakkan setiap pemikiran dan aksi bisnis mahasiswa yang berorientasi dalam inovasi pemecahan masalah sosial. Namun sangat disayangkan, pada kenyataannya kewirausahaan sosial mahasiswa Pendidikan Akuntansi UPI masih rendah. Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi 2019 dan 2020 mengambil dari data 30 mahasiswa Pendidikan Akuntansi sebagai sampling aksidental yang sudah menempuh mata kuliah kewirausahaan dinyatakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Intensi Kewirausahaan Sosial Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

KRITERIA	FREKUENSI	PRESENTASE
Tinggi	7	27%
Sedang	9	30%
Rendah	13	43%
TOTAL	30	100%

Sumber: Hasil Angket Pra Penelitian (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan hasil pra penelitian menyatakan hanya 27% mahasiswa yang memiliki intensi kewirausahaan sosial tinggi sebagiannya dinyatakan memiliki intensi kewirausahaan sosial rendah sebesar 43% dan sedang 30%. Dengan ini menunjukkan bahwa intensi kewirausahaan sosial mahasiswa Pendidikan Akuntansi dalam kondisi rendah. Hal ini membuktikan bahwa intensi kewirausahaan sosial di Pendidikan Akuntansi UPI harus ditingkatkan lagi.

Rendahnya intensi kewirausahaan sosial ini berdampak pada rendahnya pemberdayaan sociopreneurship, dimana mahasiswa ketika lulus tidak mampu menjadi job creator, hal ini menyebabkan semakin bertambahnya angka pengangguran pada lulusan sarjana. Mahasiswa dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan berwirausaha sosial. Sebab pemikiran mereka masih terbilang produktif sehingga mampu menghasilkan sebuah inovasi-inovasi baru. Namun, sangat diperlukan adanya jiwa wirausaha dan intensi yang tinggi. Selain itu, juga disertai dengan motivasi-motivasi pendukung yang tertanam dalam diri mereka.

2. METHODS

Penelitian ini merupakan penelitian survei dan jenis penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai efikasi diri, intensi kewirausahaan sosial, dan penggunaan media sosial. Sedangkan penelitian verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial dengan penggunaan media sosial sebagai variabel moderasi

Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas yang terdiri dari variabel efikasi diri. Sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah intensi kewirausahaan sosial, serta variabel moderasi adalah penggunaan media sosial. Dengan populasi data dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Akuntansi UPI angkatan aktif tahun 2019-2021 sebanyak 216 mahasiswa. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi digunakan rumus slovin dengan taraf signifikansi 5%. Dari jumlah sampel sebanyak 140 mahasiswa dari seluruh total populasi mahasiswa pendidikan akuntansi Lalu menggunakan teknik Simple Random Sampling untuk proporsional tiap angkatan.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesoner (angket). Skala pengukuran dalam instrumen penelitian ini menggunakan skala numerik scale. Teknik Pengolahan Data pada penelitian ini adalah Uji validitas, Uji reliabilitas, Analisis Deskriptif. Untuk Uji Hipotesis dari penelitian ini terdiri dari Uji Asumsi Klasik meliputi Uji Normalitas; Uji Linearitas; Uji Multikolinearitas; Uji Heteroskedastisitas, lalu menggunakan Model regresi linier berganda serta Uji F dan Uji T.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Pembahasan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti. Peneliti melakukan penyebaran angket terlebih dahulu yang didalamnya terdapat beberapa item pertanyaan yang sesuai dengan variabel agar dapat memenuhi tujuan yang telah dibuat. Variabel dalam penelitian ini memiliki 3 variabel, yakni variabel Intensi Kewirausahaan Sosial (Y), variabel Efikasi Diri (X) dan variabel Penggunaan Media Sosial (M). Beberapa variabel diatas memiliki jumlah item yang berbeda-beda dalam mengukur variabel yang ada. Variabel Intensi Kewirausahaan Sosial diukur dengan menggunakan 9 item pertanyaan, variabel Efikasi Diri diukur dengan 11 item pertanyaan dan yang terakhir terdapat variabel Penggunaan Media Sosial yang diukur dengan 11 item pertanyaan. Pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti disusun dengan menggunakan 5 alternatif jawaban. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi angkatan 2019 sampai 2021 di Universitas Pendidikan Indonesia.

Tabel 1. 1
Rekapitulasi Variabel Penelitian

Variabel	Persentase	Kriteria
Efikasi Diri	76,95%	Tinggi
Intensi Kewirausahaan Sosial	76,18%	Tinggi
Penggunaan Media Sosial	79,71%	Tinggi

Sumber: Data Diolah

Hasil penelitian menunjukkan gambaran efikasi diri mahasiswa program studi pendidikan akuntansi UPI berada pada kategori tinggi. Adapun indikator tertinggi terdapat pada indikator tingkat kesulitan yang berarti mahasiswa sudah memiliki keyakinan diri terhadap usaha sosial yang dipilih dan berusaha untuk meraih prestasinya, selanjutnya terdapat pada indikator tingkat kekuatan keyakinan dengan kategori tinggi artinya mahasiswa memiliki keyakinan yang sangat tinggi untuk bertahan menjalankan dan mampu menghadapi tantangan usaha sosial, lalu pada indikator tingkat keluasaan bidang tingkah laku memiliki nilai persentase termasuk kepada kriteria tinggi pula yang disebabkan oleh mahasiswa yang sudah memiliki rasa percaya diri dan komitmen yang sangat tinggi terhadap keyakinan berwirausaha sosial.

Hasil penelitian menunjukkan gambaran intensi kewirausahaan sosial mahasiswa program studi pendidikan akuntansi UPI berada pada kategori tinggi. Adapun indikator tertinggi terdapat pada indikator keinginan yang dirasakan (*Desirability*) artinya mahasiswa memiliki daya tarik yang tinggi dalam menghasilkan kegiatan wirausaha sosial. Selanjutnya terdapat pada indikator kelayakan yang dirasakan (*Feasibility*) termasuk pada kriteria tinggi, artinya mahasiswa memiliki kepercayaan pada kemampuan mereka sendiri untuk menciptakan usaha sosial.

Hasil penelitian menunjukkan gambaran penggunaan media sosial mahasiswa program studi pendidikan akuntansi UPI berada pada kategori tinggi. Adapun indikator tertinggi terdapat pada indikator keefektifan kerja, artinya mahasiswa sangat mampu menggunakan media sosial untuk mengefektifkan kerja, lalu indikator mendidik dengan kriteria tinggi, artinya mahasiswa sangat mampu menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi dan pengetahuan untuk memulai dan mengembangkan usaha sosial. Selanjutnya, indikator membangun dan menjaga hubungan termasuk kategori tinggi artinya mahasiswa sangat mampu menggunakan media sosial untuk membangun dan menjaga hubungan komunikasi sosial, dan yang terakhir indikator mengekspresikan diri termasuk kategori tinggi artinya mahasiswa sangat mampu menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri dan produk usaha sosial.

Hasil analisis pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa Pengaruh efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial dimoderasi penggunaan media sosial diperoleh dengan hasil hipotesis diterima yang artinya efiaksi diri dan penggunaan medias sosial berarti sehingga regresi dapat digunakan untuk mengambil suatu kesimpulan.

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.385	1.804		2.431	.016
	Efikasi Diri	.707	.042	.819	16.781	.000

a. Dependent Variabel: Intensi Kewirausahaan Sosial

Dari hasil analisis regresi linear sederhana pada tabel 4.21 maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4.385 + 0.707X$$

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa nilai koefisien Efikasi Diri (X) bernilai positif memiliki arti bahwa arah pengaruh dari efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial adalah positif, dan dari nilai signifikansi terlihat bahwa $0.000 < 0.05$, maka variabel ini dinyatakan signifikan.

2. Analisis Regresi Moderasi (*Moderated Regression Analysis*)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.584	9.610		3.599	.000
	Efikasi Diri	-.271	.244	-.314	-1.109	.269
	Penggunaan media Sosial	-.546	.223	-.693	-2.450	.016
	Efikasi Diri*Penggunaan media sosial	.019	.005	1.758	3.455	.001

a. Dependent Variabel: Intensi Kewirausahaan Sosial

Dari hasil analisis regresi moderasi pada tabel 4.22, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 34.584 - 0.271X - 0.546Z + 0.019XZ + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- Nilai koefisien Efikasi Diri (X) menunjukkan nilai sebesar -0,271 bernilai negatif memiliki arti bahwa arah pengaruh dari efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial adalah negatif.
- Nilai Koefisien Penggunaan Media Sosial (Z) menunjukkan nilai sebesar -0,546 bernilai negatif memiliki arti bahwa arah pengaruh penggunaan media sosial terhadap intensi kewirausahaan sosial adalah negatif.
- Nilai Koefisien regresi Efikasi Diri*Penggunaan Media Sosial (X*Z) menunjukkan nilai sebesar 0.019 bernilai positif memiliki arti bahwa arah pengaruh dari variabel interaksi efikasi diri*penggunaan media sosial terhadap intensi kewirausahaan sosial memperkuat pengaruh penggunaan media sosial terhadap intensi kewirausahaan sosial.

3. Uji F persamaan Pertama

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2674.724	1	2674.724	281.589	.000 ^b
	Residual	1310.818	138	9.499		
	Total	3985.543	139			
a. Dependent Variabel: Intensi Kewirausahaan Sosial						
b. Predictors: (Constant), Efikasi Diri						

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 281.589 dengan probabilitas 0.000. nilai probabilitas berada dibawah 0.05. untuk nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0.05 dengan dk pembilang adalah $k=1$, dan dk penyebutnya adalah $(n-k-1) = (140-1-1) = 138$, maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3.91. berdasarkan kaidah keputusan, maka nilai F_{hitung} 281.589 > 3.91 nilai F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya regresi berarti. Maka model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan untuk membuat kesimpulan.

4. Uji F Persamaan Kedua

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2913.007	3	971.002	123.125	.000 ^b
	Residual	1072.536	136	7.886		
	Total	3985.543	139			
a. Dependent Variabel: Intensi Kewirausahaan Sosial						
b. Predictors: (Constant), Efikasi Diri*Penggunaan media sosial, Efikasi Diri, Penggunaan media Sosial						

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 123.125 dengan probabilitas 0.000. Nilai probabilitas berada dibawah 0.05. untuk nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0.05 dengan dk pembilang adalah $k=3$, dan dk penyebutnya adalah $(n-k-1) = (140-3-1) = 136$, maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2.67. berdasarkan kaidah keputusan, maka nilai F_{hitung} 123.125 > 2.67 nilai F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya regresi berarti. Maka model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan untuk membuat kesimpulan.

5. Uji T Persamaan Pertama

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.385	1.804		2.431	.016
	Efikasi Diri	.707	.042	.819	16.781	.000
a. Dependent Variabel: Intensi Kewirausahaan Sosial						

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% melalui langkah – langkah sebagai berikut.

- 1) Merumuskan hipotesis penelitian
 $H_0: \beta_1 = 0$ Efikasi diri tidak berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan sosial.
 $H_1: \beta_1 > 0$ Efikasi diri berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan sosial.
- 2) Menentukan nilai t
 Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel efikasi diri adalah sebesar 10.083. sementara nilai t_{tabel} uji pihak kanan dengan tingkat signifikansi 5% dan $dk = n-k-1 = 140-1-1 = 138$ adalah 1.65597
- 3) Kriteria pengujian
 Jika nilai $t_{hitung} \leq$ nilai t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
 Jika nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- 4) Hasil Pengujian
 Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel efikasi diri memiliki nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , yaitu sebesar $10.083 > 1.65597$ dengan nilai signifikansi 0.000, artinya efikasi diri berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan sosial. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.

6. UJI T Persamaan Kedua

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.584	9.610		3.599	.000
	Efikasi Diri	-.271	.244	-.314	-1.109	.269
	Penggunaan media Sosial	-.546	.223	-.693	-2.450	.016
	Efikasi Diri*Penggunaan media sosial	.019	.005	1.758	3.455	.001

a. Dependent Variabel: Intensi Kewirausahaan Sosial

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% melalui langkah – langkah sebagai berikut.

- 1) Merumuskan hipotesis penelitian
 $H_0: \beta_2 = 0$, Penggunaan media sosial tidak memoderasi efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial.
 $H_1: \beta_2 \neq 0$, Penggunaan media sosial memoderasi efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial.
- 2) Menentukan nilai t
 Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel interaksi efikasi diri dan penggunaan media sosial adalah sebesar 3.455. sementara nilai t_{tabel} uji pihak kanan dengan tingkat signifikansi 5% dan $dk = n-k-1 = 140-3-1 = 136$ adalah 1.65613

3) Kriteria pengujian

Jika nilai $t_{hitung} \leq$ nilai t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Jika nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

4) Hasil Pengujian

Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel interaksi efikasi diri dengan penggunaan media sosial memiliki nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , yaitu sebesar $3.455 > 1.65613$ dengan nilai signifikansi 0.000, artinya penggunaan media sosial memperkuat pengaruh efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

a. Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Intensi Kewirausahaan Sosial

Diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 4.385 + 0.707X$, tanda positif menunjukkan hubungan satu arah antara variabel bebas dengan variabel terikat, yang artinya semakin tinggi efikasi diri maka semakin tinggi pula intensi kewirausahaan sosial begitupun sebaliknya. Berdasarkan perhitungan Uji F diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $281.589 > 3.91$ dengan taraf signifikansi di bawah 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa model regresi berarti dan dapat digunakan untuk mengambil kesimpulan. Dari perhitungan Uji T diketahui bahwa nilai $t_{hitung} >$ t_{tabel} , yaitu sebesar $10.083 > 1.65597$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan ditolaknya H_0 maka dapat diambil kesimpulan bahwa efikasi diri berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan sosial mahasiswa Pendidikan akuntansi UPI.

Hasil analisis efikasi diri berpengaruh positif terhadap Intensi kewirausahaan sosial, variabel tersebut didasari oleh Teori *Entrepreneurial Event Model* Shapero & Sokol, dengan menggunakan efikasi diri sebagai faktor utama kelayakan yang dirasakan (*perceived feasibility*). Hal ini mendukung pada penelitian yang dikemukakan oleh Mair dan Noboa (2003) bahwa intensi kewirausahaan sosial dipengaruhi oleh beberapa variabel salah satunya efikasi diri.

b. Penggunaan Media Sosial Memoderasi Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Intensi Kewirausahaan Sosial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memoderasi pengaruh efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial. Hal ini berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis atau uji t bahwa nilai $t_{hitung} >$ t_{tabel} , yaitu sebesar $2.059 > 1.65$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan ditolaknya H_0 maka dapat diambil kesimpulan bahwa penggunaan media sosial memoderasi pengaruh efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial. Nilai Koefisien regresi Efikasi Diri*Penggunaan Media Sosial ($X*Z$) menunjukkan nilai sebesar 0.019 bernilai positif memiliki arti bahwa arah pengaruh dari variabel interaksi efikasi diri*penggunaan media sosial terhadap intensi kewirausahaan sosial memperkuat pengaruh efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial.

Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fadi (2022) menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan media sosial dalam memprediksi intensi untuk menjadi wirausaha di dunia digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mereka yang menggunakan media sosial secara aktif memiliki

intensi berwirausaha lebih tinggi. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial memperkuat pengaruh efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial. Dalam rangka menanamkan intensi kewirausahaan sosial, dapat dilakukan melalui efikasi diri dengan bantuan penggunaan media sosial sebagai sarana dalam memperkuat pengaruh efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial sehingga diperlukan penguatan bagi mahasiswa yaitu penggunaan media sosial untuk berwirausaha sosial.

4. CONCLUSION

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial dimoderasi penggunaan media sosial (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi UPI) maka kesimpulan dalam penelitian Mahasiswa program studi Pendidikan Akuntansi UPI rata-rata memiliki tingkat Efikasi Diri yang tinggi, kemudian memiliki tingkat Intensi Kewirausahaan Sosial yang tinggi dan memiliki tingkat Penggunaan Media Sosial yang tinggi.
2. Efikasi Diri berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan Sosial mahasiswa Pendidikan Akuntansi UPI. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi efikasi diri maka semakin tinggi pula intensi kewirausahaan sosial yang dirasakan.
3. Penggunaan media sosial memoderasi pengaruh efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial mahasiswa Pendidikan Akuntansi UPI. Artinya, semakin aktif mahasiswa menggunakan media sosial, dapat memperkuat pengaruh efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan sosial.

6. REFERENCES

- Abdelfattah, F., Al Halbusi, H., & Al-Brwani, R. M. (2022). Influence of self-perceived creativity and social media use in predicting E-entrepreneurial intention. *International Journal of Innovation Studies*, 6(3), 119-127.
- BPS, Sakernas. (2022). Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2022. Diakses tanggal 14 Januari 2023 dari <http://www.bps.go.id>
- Gupta, R., Ratan, A., Rajesh, C., Chen, R., Kim, H. L., Burhans, R., Miller, W., Santhosh, S., Davuluri, R. V., Butte, A. J., Schuster, S. C., Seshagiri, S., & Thomas, G. (2012). Sequencing and analysis of a South Asian-Indian personal genome. *BMC Genomics*, 13(1), 1. <https://doi.org/10.1186/1471-2164-13-440>
- Iswahyudi, M., & Iqbal, A. (2018). Minat Generasi Milenial Untuk Berwirausaha. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 7(2), 95. <https://doi.org/10.25273/jap.v7i2.3320>
- Jadmiko, P. (2020). Minat Berwirausaha Sosial Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 445. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2532>
- Mair, J. and Noboa, E. (2003), Social entrepreneurship: how intentions to create a social enterprise get formed, Working Paper No. 521.

- Masturin. (2015). Model Pemberdayaan Masyarakat Dengan Pendekatan Social Entrepreneurship: Analisis Ketokohan Para Pewirausaha Sosial." *INFERENSI, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 9(1):159–82.
- Munawar, N. (2011). Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, 1 (2), 87–99.
- Sofia, I. P. (2017). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) sebagai gagasan inovasi sosial bagi pembangunan perekonomian. *Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University*, 2(1), 2-23.
- Suyatna, H., & Nurhasanah, Y. (2017). Sociopreneur ship sebagai tren karir anak muda. *Jurnal Studi Pemuda*, 6(1), 527-537.