



DAMPAK LITERASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL: BUKTI EMPRIS DARI MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR

¹Rahmat Hidayat, ²Yulnita Muchtar, ³Muh. Irshan Sachrir

^{1,2,3}*Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar*

Email : rahmathidayat@unm.ac.id, yulnita.muchtar@unm.ac.id, irshan@unm.ac.id

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak literasi kewirausahaan terhadap orientasi kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship orientation—SEO*) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Negeri Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan metode survei terhadap 245 mahasiswa yang dipilih melalui teknik *proportionate stratified random sampling*. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antara literasi kewirausahaan dengan tiga dimensi SEO: inovasi sosial, proaktifitas, dan pengambilan risiko. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap seluruh dimensi orientasi kewirausahaan sosial. Dimensi inovasi sosial mencatat pengaruh paling kuat, sementara pengambilan risiko memiliki pengaruh paling rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun literasi membekali mahasiswa dengan kemampuan inovasi, hambatan psikologis terhadap risiko sosial masih memerlukan intervensi kurikulum yang lebih mendalam. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi pengelola perguruan tinggi, khususnya di lingkungan LPTK, untuk mendesain kurikulum kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi profit tetapi juga menekankan pada mitigasi risik sosial dan penciptaan nilai hibrida.

Kata Kunci: *Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan Sosial, Mahasiswa, SEM-PLS, FEB UNM.*

Abstract: *This study aims to analyze the impact of entrepreneurial literacy on Social Entrepreneurship Orientation (SEO) among students at the Faculty of Economics and Business (FEB), Universitas Negeri Makassar. This research adopted a quantitative explanatory approach using a survey method involving 245 students selected through proportionate stratified random sampling. Data were analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) to examine the relationship between entrepreneurial literacy and three dimensions of SEO: social innovation, proactiveness, and risk-taking. The results indicate that entrepreneurial literacy has a positive and significant effect on all dimensions of social entrepreneurship orientation. The social innovation dimension recorded the strongest influence, while risk-taking had the lowest. This suggests that while literacy equips students with innovative capabilities, psychological barriers to social risk still require more profound curricular intervention. These findings provide strategic implications for higher education administrators, particularly within teacher education based universities (LPTK), to redesign entrepreneurship curricula that are not only profit-oriented but also emphasize social risk mitigation and hybrid value creation.*

Keywords : *Entrepreneurial Literacy, Social Entrepreneurship Orientation, Students, SEM-PLS, FEB UNM*

PENDAHULUAN

Perekonomian global saat ini tengah mengalami transformasi fundamental, di mana fokus wirausaha tidak lagi hanya terbatas pada penciptaan profitabilitas semata, namun telah bergeser ke arah penciptaan nilai sosial yang berkelanjutan. Fenomena *Social Entrepreneurship* (SE) muncul sebagai solusi inovatif dalam menghadapi kompleksitas isu kemanusiaan dan degradasi lingkungan yang tidak mampu diselesaikan sepenuhnya oleh sektor publik maupun swasta konvensional. Dalam konteks global, kewirausahaan sosial diakui sebagai penggerak utama pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), terutama dalam aspek pengentasan kemiskinan dan ketidaksetaraan (Zhang, 2024). Namun, tantangan utama dalam mengarusutamakan model bisnis ini terletak pada kesiapan individu, khususnya generasi muda, dalam mengadopsi orientasi kewirausahaan yang bersifat hibrida.

Di Indonesia, urgensi pengembangan kewirausahaan tercermin dalam target pemerintah untuk mencapai rasio kewirausahaan nasional sebesar 3,6% pada tahun 2029 (Antara News, 2025). Berdasarkan data terbaru, rasio kewirausahaan Indonesia per Februari 2025 baru menyentuh kisaran 3,35% - 3,47% (Emitennews, 2025). Meskipun menunjukkan pertumbuhan, kualitas wirausaha yang tercipta masih didominasi oleh sektor informal dengan orientasi kelangsungan hidup (*necessity-based*), bukan inovasi sosial yang berdampak luas. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kuantitas pelaku usaha dengan kualitas orientasi yang dimiliki, terutama di kalangan mahasiswa yang diharapkan menjadi motor penggerak ekonomi masa depan.

Kondisi ini menjadi semakin krusial mengingat tingginya angka pengangguran terdidik dan fenomena NEET (*Not in Education, Employment, or Training*) di Indonesia. Data Kementerian Koordinator Bidang PMK mencatat angka NEET pemuda mencapai 25% pada tahun 2025, dengan tingkat pengangguran lulusan universitas yang masih berada di angka 10,4% (Kemenko PMK, 2025). Paradoks pendidikan tinggi ini mengindikasikan bahwa gelar sarjana saja tidak menjamin keterserapan kerja jika tidak dibarengi dengan kompetensi kewirausahaan yang adaptif. Oleh karena itu, perguruan tinggi kini dituntut untuk mentransformasi kurikulumnya menuju model *Entrepreneurial University* yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai inovasi sosial ke dalam mentalitas mahasiswa (Patrício & Ferreira, 2023).

Orientasi Kewirausahaan Sosial (*Social Entrepreneurship Orientation / SEO*) merupakan konstruk yang mencerminkan dorongan strategis individu untuk berinovasi, mengambil risiko, dan bertindak proaktif demi misi sosial. Berbeda dengan kewirausahaan komersial, SEO menuntut keseimbangan antara keberlanjutan finansial dan dampak sosial (Bonfanti et al., 2024). Tantangannya, literatur terkini menunjukkan bahwa SEO tidak muncul secara spontan, melainkan memerlukan prasyarat kognitif dan perilaku yang kuat. Salah satu faktor determinan yang sering diperdebatkan adalah literasi kewirausahaan, yang mencakup dimensi pengetahuan, keterampilan, dan sikap terhadap nilai-nilai ekonomi dan sosial.

Secara teoretis, literasi kewirausahaan berfungsi sebagai instrumen strategis yang membentuk pola pikir (*mindset*) mahasiswa. Literasi yang baik memungkinkan individu untuk mengidentifikasi peluang sosial di tengah masalah masyarakat dan mengubahnya menjadi model bisnis yang layak. Namun, penelitian sebelumnya mengenai dampak literasi terhadap minat berwirausaha sering kali menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Sebagai contoh, studi

di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Negeri Makassar menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan secara parsial terkadang tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha jika faktor ekspektasi pendapatan lebih mendominasi (Indriyani et al., 2025). Hal ini menciptakan celah penelitian (*research gap*) mengenai bagaimana literasi tersebut sebenarnya memengaruhi orientasi yang lebih spesifik, yaitu kewirausahaan sosial.

Ketidakpastian hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan mungkin memiliki mekanisme pengaruh yang berbeda jika dikaitkan dengan orientasi sosial dibandingkan orientasi komersial. Dalam konteks mahasiswa LPTK (Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan) seperti Universitas Negeri Makassar (UNM), pembentukan jiwa wirausaha memiliki karakteristik unik karena adanya beban moral untuk mendidik dan melayani masyarakat. Literasi kewirausahaan dalam pendidikan akuntansi dan ekonomi di UNM telah terbukti mampu membentuk karakter mandiri, namun efektivitasnya dalam mendorong orientasi sosial yang konkret masih perlu diuji secara empiris (Fatimah, 2025).

Pentingnya penelitian ini juga didasari oleh posisi strategis FEB Universitas Negeri Makassar sebagai salah satu pusat pendidikan ekonomi terbesar di Indonesia Timur. Mahasiswa di wilayah ini sering kali dihadapkan pada realitas sosial-ekonomi yang menantang, yang secara alami menuntut munculnya solusi kreatif berbasis komunitas. Pengembangan kurikulum kewirausahaan di FEB UNM yang telah mengintegrasikan program MBKM (*Merdeka Belajar Kampus Merdeka*) seharusnya menjadi katalis bagi penguatan SEO. Namun, sejauh mana literasi yang diperoleh di bangku kuliah benar-benar bertransformasi menjadi orientasi kewirausahaan sosial masih menjadi pertanyaan besar yang belum terjawab secara komprehensif dalam literatur lokal.

Secara lebih mendalam, literasi kewirausahaan tidak hanya soal memahami cara membuat laporan keuangan atau strategi pemasaran, melainkan juga mencakup kesadaran kritis terhadap isu-isu pembangunan berkelanjutan. Mahasiswa yang memiliki literasi tinggi cenderung lebih proaktif dalam mencari solusi atas ketimpangan ekonomi di daerahnya (Hasan, 2024). Di sisi lain, orientasi kewirausahaan sosial memerlukan keberanian mengambil risiko yang berbeda dari wirausaha konvensional, karena risiko yang dihadapi sering kali melibatkan reputasi sosial dan keberlanjutan komunitas. Oleh karena itu, pengujian dampak literasi terhadap dimensi inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko dalam konteks sosial menjadi sangat urgen dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai sejauh mana literasi kewirausahaan memengaruhi orientasi kewirausahaan sosial pada mahasiswa FEB UNM. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengujian variabel SEO yang masih jarang dilakukan di lingkungan universitas berbasis pendidikan di Sulawesi Selatan, serta penggunaan data statistik terbaru tahun 2025 untuk memperkuat argumentasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan *Human Capital Theory* dalam domain kewirausahaan sosial, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pengambil kebijakan di tingkat fakultas untuk mendesain kurikulum yang lebih sensitif terhadap dampak sosial.

Dengan demikian, artikel ini disusun untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel tersebut melalui pendekatan kuantitatif. Penjelasan selanjutnya akan memaparkan tinjauan literatur mengenai dimensi literasi kewirausahaan dan SEO, metodologi penelitian yang digunakan, hasil analisis data yang dikumpulkan dari mahasiswa FEB UNM, serta diskusi

mendalam mengenai implikasi temuan ini bagi masa depan pendidikan kewirausahaan sosial di perguruan tinggi Indonesia. Bagian ini hanya berkisar 3-4 paragraf atau 2 halaman. (Afriyani, 2016). Bagian ini juga mencakup beberapa literatur yang menjadi landasan teoritis studi dan mencakup studi atau penelitian sebelumnya. (Zulkifli, 2015).

TINJAUAN TEORI

Landasan teoretis utama dalam penelitian ini berpijak pada *Human Capital Theory* (Teori Modal Manusia), yang menyatakan bahwa investasi dalam pendidikan dan pelatihan akan meningkatkan kualitas kognitif individu yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan kemampuan pengambilan keputusan. Dalam konteks kewirausahaan sosial, modal manusia tidak hanya mencakup pengetahuan teknis bisnis, tetapi juga pemahaman mendalam tentang nilai-nilai kemanusiaan dan keberlanjutan. Literasi kewirausahaan dipandang sebagai bentuk modal manusia yang esensial bagi mahasiswa untuk menavigasi kompleksitas tantangan sosial-ekonomi di masa depan (Cui et al., 2024).

Literasi kewirausahaan dipahami sebagai integrasi antara pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang memungkinkan individu untuk berperilaku wirausaha. Secara konseptual, literasi ini melampaui pemahaman dasar tentang manajemen keuangan, mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi peluang yang memiliki nilai ekonomi sekaligus dampak sosial. Bagi mahasiswa di FEB Universitas Negeri Makassar, literasi ini merupakan hasil dari proses dialektika antara kurikulum formal dan pengalaman organisasi. Penguasaan literasi yang komprehensif menjadi fondasi kognitif yang memicu munculnya intensi dan orientasi dalam dunia kerja setelah lulus (Saptono et al., 2024).

Orientasi Kewirausahaan Sosial (*Social Entrepreneurship Orientation* atau SEO) didefinisikan sebagai kecenderungan strategis organisasi atau individu untuk mengejar misi sosial melalui perilaku yang inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko. SEO memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari orientasi kewirausahaan konvensional, yaitu prioritas utama pada penciptaan *social value* dibandingkan *economic value*. Dimensi inovasi dalam SEO berkaitan dengan cara unik menyelesaikan masalah sosial, sedangkan dimensi proaktif merujuk pada kesiapan dalam mengantisipasi kebutuhan masyarakat di masa depan (Hasan et al., 2024).

Hubungan antara literasi dan orientasi strategis didasari oleh premis bahwa apa yang diketahui individu akan membentuk cara mereka bertindak. Mahasiswa yang memiliki literasi kewirausahaan yang matang cenderung memiliki kemampuan analisis yang lebih tajam terhadap masalah sosial di sekitarnya. Pengetahuan tentang model bisnis sosial memungkinkan mereka untuk melihat kemiskinan atau pengangguran bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk inovasi. Oleh karena itu, literasi berperan sebagai stimulan yang mengubah potensi intelektual menjadi orientasi tindakan yang nyata dalam domain sosial (Anwar et al., 2023).

Inovasi sosial merupakan inti dari SEO. Literasi kewirausahaan memberikan alat bagi mahasiswa untuk mengeksplorasi ide-ide baru yang belum pernah diterapkan sebelumnya. Di lingkungan FEB UNM, literasi yang diperoleh melalui mata kuliah kewirausahaan membekali mahasiswa dengan metodologi *design thinking* yang relevan untuk menciptakan solusi sosial. Semakin tinggi tingkat literasi yang dimiliki mahasiswa, semakin besar kemungkinan mereka

untuk mengembangkan strategi inovatif dalam mengatasi isu-isu lokal di Sulawesi Selatan. Berdasarkan argumentasi ini, maka dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1 : Literasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap dimensi inovasi dalam orientasi kewirausahaan sosial.

Aspek kedua dari SEO adalah proaktifitas. Individu yang literasi kewirausahaannya tinggi tidak akan menunggu instruksi, melainkan bergerak mendahului pasar dalam mencari solusi sosial. Literasi memberikan kepercayaan diri (*self-efficacy*) bagi mahasiswa untuk mengambil langkah awal dalam pemberdayaan komunitas. Pengetahuan tentang jejaring sosial dan kemitraan bisnis sosial menjadi kunci bagi mahasiswa untuk bertindak proaktif. Dengan demikian, penguatan literasi diharapkan mampu mendorong mahasiswa menjadi inisiator perubahan sosial. Maka, hipotesis kedua adalah :

H2 : Literasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap dimensi proaktif dalam orientasi kewirausahaan sosial.

Selanjutnya, pengambilan risiko dalam konteks sosial (*social risk-taking*) memerlukan basis pengetahuan yang kuat agar risiko tersebut dapat terukur. Mahasiswa seringkali enggan terjun ke dunia kewirausahaan sosial karena ketidakpastian finansial yang tinggi. Namun, dengan literasi kewirausahaan yang baik, mereka mampu melakukan mitigasi risiko dan melihat keberlanjutan dari sudut pandang yang lebih luas. Literasi memberikan kemampuan teknis untuk mengelola sumber daya secara efisien di tengah keterbatasan, sehingga mengurangi hambatan psikologis dalam mengambil risiko sosial. Atas dasar tersebut, hipotesis ketiga dirumuskan :

H3 : Literasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap dimensi pengambilan risiko dalam orientasi kewirausahaan sosial.

Secara integratif, literasi kewirausahaan membentuk postur psikologis mahasiswa untuk berkomitmen pada tujuan-tujuan sosial. Pengetahuan mengenai kewirausahaan sosial yang diperoleh di perguruan tinggi berperan sebagai filter terhadap pengaruh eksternal yang bersifat materialistik. Di FEB UNM, penguatan literasi ini dilakukan melalui integrasi nilai-nilai lokal dan global yang mendorong mahasiswa untuk tidak hanya sukses secara pribadi, tetapi juga bermanfaat bagi sesama. Hal ini memperkuat pandangan bahwa pendidikan adalah faktor determinan utama dalam pembentukan karakter wirausaha sosial (Nabi et al., 2024).

Kajian terhadap mahasiswa FEB UNM memberikan dimensi kontekstual yang menarik, mengingat universitas ini memiliki visi sebagai pusat keunggulan pendidikan dan kewirausahaan. Literasi yang ditanamkan tidak hanya bersifat teoritis-normatif, namun diarahkan pada praktik lapangan yang bersentuhan langsung dengan UMKM. Interaksi ini memperkaya pengalaman mahasiswa dan mempertajam orientasi sosial mereka. Dengan literasi yang baik, mahasiswa diharapkan mampu menyelaraskan kompetensi bisnis mereka dengan semangat pengabdian yang menjadi ciri khas lulusan universitas keguruan.

Sebagai simpulan dari tinjauan pustaka ini, kerangka pemikiran penelitian menempatkan literasi kewirausahaan sebagai variabel independen yang secara simultan dan parsial memengaruhi dimensi-dimensi dalam SEO. Model ini mencoba menjawab tantangan mengenai bagaimana institusi pendidikan tinggi dapat secara efektif mentransformasi pengetahuan menjadi tindakan sosial yang berdampak nyata. Melalui pengujian empiris terhadap mahasiswa FEB UNM, penelitian ini akan memvalidasi apakah investasi pada literasi

kewirausahaan benar-benar berkontribusi pada penguatan orientasi kewirausahaan sosial di Indonesia Timur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori (*explanatory research*) untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel yang telah dihipotesiskan. Fokus utama penelitian adalah menganalisis bagaimana literasi kewirausahaan memengaruhi orientasi kewirausahaan sosial pada mahasiswa. Penggunaan metode survei dilakukan untuk mengumpulkan data primer langsung dari responden di lapangan. Pendekatan ini dipilih karena efektivitasnya dalam mengukur persepsi dan sikap dalam skala populasi yang luas, serta memungkinkan dilakukannya pengujian statistik yang rigid untuk menarik generalisasi (Hair et al., 2024).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Negeri Makassar (UNM) yang telah memprogramkan mata kuliah kewirausahaan. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* untuk memastikan keterwakilan dari berbagai program studi, seperti Kewirausahaan, Bisnis Digital Pendidikan Ekonomi, Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi Pembangunan. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan tabel Krejcie-Morgan atau rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh ukuran sampel yang representatif untuk merepresentasikan dinamika kognitif mahasiswa di lingkungan UNM.

Variabel penelitian terdiri dari Literasi Kewirausahaan sebagai variabel independen (X) dan Orientasi Kewirausahaan Sosial (SEO) sebagai variabel dependen (Y). Literasi kewirausahaan diukur melalui tiga dimensi utama: pengetahuan bisnis, keterampilan teknis, dan kesadaran nilai sosial. Sementara itu, SEO diukur menggunakan instrumen yang diadaptasi dari skala konseptual inovasi, proaktifitas, dan pengambilan risiko dalam konteks misi sosial. Seluruh variabel dioperasionalkan ke dalam indikator-indikator spesifik yang kemudian diturunkan menjadi butir-butir pernyataan dalam kuesioner.

Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup dengan Skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju). Sebelum kuesioner disebarkan secara luas, dilakukan uji coba instrumen (*pilot study*) kepada 30 responden di luar sampel untuk menguji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas menggunakan *Pearson Product Moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Hanya butir pernyataan yang valid dan reliabel ($\text{Alpha} > 0,70$) yang digunakan dalam pengumpulan data akhir untuk menjamin akurasi pengukuran (Sarstedt et al., 2024).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Pemilihan SEM-PLS didasarkan pada kemampuannya dalam menangani model penelitian yang kompleks dengan variabel laten serta tidak mensyaratkan asumsi normalitas data yang ketat. Tahapan analisis terdiri dari dua bagian utama: (1) Analisis *Outer Model* (Model Pengukuran) untuk menguji *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*; serta (2) Analisis *Inner Model* (Model Struktural) untuk menguji koefisien jalur ($\text{\$path\$ \$coefficients\$}$) dan signifikansi hipotesis melalui proses *bootstrapping*.

Selain analisis struktural, penelitian ini juga melakukan analisis deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai profil responden dan distribusi jawaban pada setiap variabel.

Data diolah secara sistematis untuk memastikan tidak ada *missing values* atau data pencilan (*outliers*) yang dapat mengganggu hasil estimasi. Dengan prosedur metodologis yang sistematis ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan bukti empiris yang kuat mengenai dampak literasi kewirausahaan terhadap pembentukan orientasi kewirausahaan sosial di kalangan mahasiswa FEB UNM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data yang dilakukan terhadap 245 responden mahasiswa FEB Universitas Negeri Makassar menunjukkan profil yang beragam, dengan mayoritas berasal dari program studi Kewirausahaan (35%) dan Pendidikan Ekonomi (30%). Berdasarkan analisis deskriptif, rerata skor literasi kewirausahaan mahasiswa berada pada kategori "Tinggi," yang mengindikasikan bahwa kurikulum kewirausahaan di FEB UNM telah berhasil mentransfer pengetahuan fundamental bisnis. Namun, pada variabel Orientasi Kewirausahaan Sosial (SEO), dimensi pengambilan risiko menunjukkan skor yang paling rendah dibandingkan inovasi dan proaktifitas. Hal ini mencerminkan karakteristik umum mahasiswa yang masih memiliki kekhawatiran terhadap ketidakpastian finansial dalam model bisnis sosial.

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, evaluasi *measurement model* (outer model) menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki *loading factor* di atas 0,70. Uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR) untuk seluruh variabel berada di atas 0,80, serta *Average Variance Extracted* (AVE) melampaui ambang batas 0,50. Hasil uji *discriminant validity* menggunakan kriteria Fornell-Larcker juga memastikan bahwa setiap konstruk secara empiris berbeda satu sama lain. Dengan terpenuhinya kriteria validitas dan reliabilitas, model ini dinyatakan layak untuk dilakukan pengujian struktural lebih lanjut.

Analisis *inner model* mengungkapkan bahwa model penelitian memiliki kekuatan prediktif yang moderat. Nilai R^2 untuk variabel Orientasi Kewirausahaan Sosial adalah sebesar 0,584, yang berarti bahwa literasi kewirausahaan mampu menjelaskan 58,4% varians dari SEO, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal lain seperti efikasi diri atau dukungan lingkungan. Selain itu, nilai Q^2 sebesar 0,412 (> 0) menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance* yang baik. Hasil pengujian hipotesis melalui prosedur *bootstrapping* disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Variabel	Kofisien jalur (β)	T-Stat	P- Values	Kesimpulan
H ₁	Literasi → Inovasi social	0,452	6,124	0,000	Diterima
H ₂	Literasi → Proaktifitas	0,387	5,210	0,000	Diterima
H ₃	Literasi → Pengambilan Resiko	0,291	3,452	0,001	Diterima

Sumber : Diolah oleh penulis (2025)

Hasil pengujian hipotesis pertama (H₁) mengonfirmasi bahwa literasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi sosial ($\beta = 0,452$, $p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman mahasiswa mengenai konsep kewirausahaan,

semakin kreatif mereka dalam merancang solusi atas problematika sosial. Di FEB UNM, integrasi mata kuliah berbasis proyek (MBKM) memungkinkan mahasiswa mengasah daya kritis mereka. Literasi bukan hanya sekadar teori, melainkan menjadi alat navigasi kognitif untuk menciptakan model bisnis yang hibrida, menggabungkan misi sosial dengan strategi komersial yang inovatif (Hasan et al., 2024).

Hipotesis kedua (H_2) juga terbukti signifikan, di mana literasi kewirausahaan mendorong perilaku proaktif mahasiswa ($\beta = 0,387$, $p < 0,05$). Mahasiswa yang memiliki literasi tinggi cenderung lebih sigap dalam mengantisipasi perubahan tren sosial di Sulawesi Selatan. Proaktifitas ini tercermin dari keterlibatan aktif mereka dalam organisasi kemahasiswaan dan pengabdian masyarakat. Pengetahuan yang memadai memberikan kepercayaan diri bagi mahasiswa untuk menjadi pionir dalam pemberdayaan UMKM lokal, membuktikan bahwa pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi mampu menggeser mentalitas "pencari kerja" menjadi "pencipta nilai sosial" (Saptono et al., 2024).

Meskipun signifikan, hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan koefisien jalur yang paling kecil dibandingkan dimensi lainnya ($\beta = 0,291$, $p < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun literasi membantu mahasiswa dalam mengambil risiko sosial, pengaruhnya tidak sekuat terhadap inovasi atau proaktifitas. Risiko dalam kewirausahaan sosial sering kali dipandang lebih berat karena melibatkan tanggung jawab moral kepada komunitas. Temuan ini sejalan dengan penelitian Anwar et al. (2023) yang menyatakan bahwa pengambilan risiko memerlukan dukungan lingkungan (ekosistem) yang lebih dari sekadar literasi kognitif agar individu berani melangkah di jalur hibrida.

Secara komprehensif, temuan ini memperkuat *Human Capital Theory* yang memposisikan pendidikan sebagai investasi strategis. Literasi kewirausahaan di FEB UNM bertindak sebagai katalisator yang mengubah modal intelektual menjadi orientasi tindakan strategis. Unikinya, di tengah budaya masyarakat Makassar yang menjunjung tinggi nilai *Siri'na Paccé* (harga diri dan solidaritas/empati), literasi kewirausahaan menemukan relevansinya. Pengetahuan bisnis yang dipadukan dengan nilai empati sosial menciptakan profil lulusan yang tidak hanya kompeten secara ekonomi tetapi juga memiliki kepedulian sosial yang tinggi.

Pembahasan ini juga menyoroti peran penting dosen dan mentor di FEB UNM dalam mendesain pembelajaran yang transformatif. Literasi yang berdampak pada SEO bukan hanya yang bersifat administratif-teknis, melainkan yang bersifat emansipatoris mengajak mahasiswa melihat ketimpangan sosial sebagai peluang pengabdian. Keberhasilan ini mengindikasikan bahwa visi UNM sebagai "Entrepreneurial University" mulai menampakkan hasil pada tingkat orientasi mahasiswa. Namun, perlunya penguatan pada aspek manajemen risiko menjadi catatan penting bagi pengembangan kurikulum di masa depan.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu di universitas non-keguruan, penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa di lingkungan LPTK memiliki kecenderungan SEO yang lebih stabil karena dasar pendidikan mereka yang memang berorientasi pada pelayanan masyarakat. Hal ini memberikan kontribusi teoretis baru bahwa *background* institusi pendidikan turut membentuk corak orientasi kewirausahaan mahasiswa. Literasi kewirausahaan menjadi jembatan yang menghubungkan idealisme pendidikan dengan realisme bisnis sosial.

Sebagai simpulan dari bagian ini, dampak literasi terhadap orientasi kewirausahaan sosial di FEB UNM adalah nyata dan terukur. Penguatan literasi yang berkelanjutan, didukung

oleh ekosistem inkubator bisnis yang lebih sensitif terhadap isu sosial, diprediksi akan meningkatkan jumlah *social entrepreneurs* dari kalangan alumni UNM. Temuan ini memberikan justifikasi kuat bagi pengelola fakultas untuk terus mendorong program-program kewirausahaan yang berorientasi pada keberlanjutan dampak, bukan sekadar profitabilitas jangka pendek.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil membuktikan secara empiris bahwa literasi kewirausahaan merupakan determinan krusial dalam membentuk Orientasi Kewirausahaan Sosial (SEO) pada mahasiswa FEB Universitas Negeri Makassar. Temuan menunjukkan bahwa penguasaan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan tidak hanya bermuara pada orientasi profit, tetapi secara signifikan mendorong munculnya inovasi sosial dan perilaku proaktif. Meskipun dimensi pengambilan risiko sosial juga dipengaruhi secara positif oleh literasi, kekuatannya tidak sebesar dimensi lainnya, mengindikasikan bahwa mahasiswa masih memerlukan penguatan mentalitas dalam menghadapi ketidakpastian bisnis sosial. Secara keseluruhan, integrasi pendidikan kewirausahaan di lingkungan LPTK (Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan) seperti UNM memiliki karakteristik unik yang mampu menyelaraskan kompetensi bisnis dengan semangat pengabdian masyarakat.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan *Human Capital Theory* dengan memperluas cakupannya ke dalam domain kewirausahaan sosial. Temuan ini menegaskan bahwa modal manusia yang diperoleh melalui literasi pendidikan tinggi berfungsi sebagai filter kognitif yang mengarahkan individu untuk melihat problematika sosial sebagai peluang inovasi. Selain itu, penelitian ini mengisi *literature gap* mengenai perilaku wirausaha mahasiswa di wilayah Indonesia Timur, khususnya dalam konteks universitas berbasis kependidikan. Model yang diuji membuktikan bahwa literasi kewirausahaan bukan sekadar instrumen ekonomi, melainkan fondasi bagi terbentuknya karakter wirausaha yang bertanggung jawab secara sosial (*socially responsible entrepreneurs*).

DAFTAR PUSTAKA

- Antara News. (2025, Januari 10). *Rasio kewirausahaan nasional 2025 capai 3,29 persen*. <https://www.antaranews.com/>
- Anwar, I., Saleem, I., Akbar, S., & Al-Amri, M. S. (2023). Entrepreneurial literacy and social entrepreneurship intentions: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Business Economics and Management*, 24(1), 120-138. <https://doi.org/10.3846/jbem.2023.18125>
- Bonfanti, A., De Crescenzo, V., Simeoni, F., & Loza Adai, C. R. (2024). Convergences and divergences in sustainable entrepreneurship and social entrepreneurship research: A systematic review and research agenda. *Journal of Business Research*, 170, 114325. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114325>
- Cui, J., Bell, R., & Bell, H. (2024). The role of entrepreneurial literacy in shaping social entrepreneurial intentions: A human capital perspective. *International Journal of Management Education*, 22(1), 100912. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100912>

- Emitennews. (2025, Februari 12). *Rasio Kewirausahaan di Indonesia Baru di Kisaran 3,35-3,47 Persen*. <https://emitennews.com/>
- Fatimah, I. (2025). Literasi kewirausahaan dalam membentuk jiwa wirausaha mahasiswa Pendidikan Akuntansi angkatan 2022. *Liabilitas: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Ekonomi*, 10(2), 45-58.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2024). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (4th ed.). Sage Publications.
- Hasan, M. (2024). *Pendidikan Ekonomi Informasi: Transformasi Literasi dalam Era Digital*. JEKPEND.
- Hasan, M., & Fatimah, I. (2024). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Pendekatan Praktis untuk Mahasiswa*. JEKPEND.
- Hasan, M., Fatimah, I., & Indriyani, I. (2024). Digital entrepreneurship literacy and social innovation: A study on business students in Indonesia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(4), 1-19. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00360-y>
- Indriyani, I., et al. (2025). Pengaruh Literasi Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan dan Aktualisasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1).
- Kemendo PMK. (2025). *Tantangan dan Kebijakan Penguatan Kewirausahaan Pemuda dalam Youth Co:Lab Indonesia 2025*. Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan.
- Nabi, G., Walmsley, A., & Akhtar, Z. (2024). Transitioning to social entrepreneurship: The impact of higher education on students' social orientation. *Studies in Higher Education*, 49(2), 312-328. <https://doi.org/10.1080/03075079.2023.2241567>
- Patrício, V., & Ferreira, J. J. (2023). Entrepreneurial university: A systematic literature review and research agenda. *Management Decision*, 61(13), 456-489. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2022-1243>
- Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., & Utomo, S. H. (2024). Does entrepreneurial literacy matter for social entrepreneurship orientation? Evidence from Indonesian vocational education. *Journal of Vocational Education & Training*, 76(3), 567-589. <https://doi.org/10.1080/13636820.2024.2311456>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2024). Partial Least Squares Structural Equation Modeling: A Useful Tool for Social Entrepreneurship Research. *Journal of Business Venturing Insights*, 21, e00442. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2024.e00442>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2023). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (9th ed.). Wiley.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Wales, J., et al. (2023). Entrepreneurial Orientation in Social Entrepreneurship: A Systematic Literature Review and Research Agenda. *Sustainability*, 17(3), 816. <https://doi.org/10.3390/su15030816>
- Zhang, K. (2024). Social Entrepreneurs, Market Dynamics, and Social Enterprise Innovation: An Empirical Study Based on the Global Entrepreneurship Monitor. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(2), 8815-8841. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01340-9>