

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DI MASA WEB 2.0

Jimmy Sab Sudirman¹⁾, Chrisanty V. Layman^{2)*}

1)Faculty of Economics and Business, Pelita Harapan University, Tangerang

2)Faculty of Economics and Business, Pelita Harapan University, Tangerang

e-mail: chrisanty.layman@uph.edu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh positif dukungan strategi web 2.0, penggunaan teknologi web 2.0, daya serap, pembelajaran CSR terhadap kewirausahaan sosial. Sedangkan teknik pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah *non-probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 266 responden yang telah berkomitmen sebagai mahasiswa yang sedang belajar dan belajar tentang kewirausahaan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket elektronik skala Likert melalui media sosial dengan Google Form. Selain itu penelitian ini *Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* untuk metode statistik analitik. Penelitian ini juga menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan data kuantitatif. Hasil uji dari penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel yang ditentukan saling berpengaruh positif.

Kata Kunci: dukungan strategis web 2.0; penggunaan teknologi web 2.0; daya serap; belajar CSR; kewirausahaan sosial

ABSTRACT

This study aims to examine the positive influence of web 2.0 strategic support, web 2.0 technology use, absorptive capacity, learning CSR against social entrepreneurship, Whereas the sampling technique for this study determined as a non-probability sampling with purposive sampling technique. Samples were taken in the amount of 266 respondents who have been committed as students who are studying and learning about entrepreneurship. The data were collected by distributing electronic questionnaires Likert scale through social media with Google Form. Moreover, this research uses Partial Least Square - Structural Equation Modelling (PLS-SEM) for the statistical analytic method. This study also uses a descriptive type of research with quantitative data. The test results from this study concluded that the specified variables are positive influence on each other.

Keywords: *web 2.0 strategic support; web 2.0 technology use; absorptive capacity; learning CSR; social entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan kita tentunya sangat menginginkan kehidupan yang berkualitas. Dengan memiliki kualitas hidup yang baik akan menciptakan masyarakat yang memiliki kehidupan yang sejahtera pula. Sebagai generasi milenial, kita harus dapat mengikuti perkembangan zaman yang selalu berubah dan mempersiapkan diri untuk memikirkan cara untuk memperoleh penghasilan untuk bertahan hidup. Untuk menciptakan masyarakat yang berkualitas kita harus dapat juga memberikan pengaruh positif terhadap masyarakat. Hal ini bisa seperti memecahkan masalah yang ada dalam masyarakat atau menyediakan lapangan pekerjaan baru. Sebagai mahasiswa kita harus dapat membuat perubahan-perubahan yang berdampak baik seperti melakukan inovasi-inovasi yang dapat memecahkan permasalahan. Seperti kewirausahaan sosial misalnya, hal ini merupakan perubahan-perubahan yang berdampak baik bagi masyarakat karena dengan menciptakan kewirausahaan sosial dapat membangun bisnis yang memungkinkan untuk memecahkan masalah sosial ekonomi masyarakat atau lingkungan.

Perusahaan dan masyarakat merupakan kedua hal yang saling berkontribusi satu sama lain yang dapat menciptakan ekonomi yang baik dalam suatu negara. Dalam menjaga kedua hal yang berkontribusi tersebut, maka perusahaan tidak hanya berfokus terhadap perusahaan itu sendiri saja tetapi menyadari hal yang menjadi tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri. Perusahaan harus peka terhadap kehidupan sosialnya sehingga hal ini tidak dapat menyebabkan sesuatu yang menyimpang terhadap sosial karena segala sesuatu pasti terdapat positif dan negatifnya. *Corporate Social Responsibility* dibentuk agar seluruh usaha yang dibangun dapat memikirkan dan meminimalisir terjadinya dampak sosial yang terjadi akibat aktivitasnya suatu perusahaan atau usaha. Hal ini menjadikan *CSR* sebagai tanggung jawab dari perbuatan perusahaan yang menyebabkan kerugian terhadap sosial atau yang terkena dampaknya sehingga hal ini memungkinkan untuk perusahaan yang akan berusaha di masa yang akan datang dapat menyadari tentang dampak-dampak yang kemungkinan terjadi oleh aktivitas perusahaan sehingga hal ini dapat diminimalisir (Pradnyani & Sisdyani, 2015).

Peran pengetahuan merupakan kemampuan dasar yang penting untuk pengelolaan pengetahuan dalam perusahaan sangat diperlukan. Dengan mengelola pengetahuan-pengetahuan yang diperlukan dalam perusahaan dapat meningkatkan peran perusahaan dalam menghasilkan produk maupun jasa. Dengan memanfaatkan pengetahuan pengetahuan dalam perusahaan, perusahaan dapat meningkatkan bidang teknologi sehingga perusahaan dapat berkembang dan maju. Kapasitas serap (*absorptive capacity*) termasuk bagian dari kapabilitas dinamis yang berperan dalam pengembangan dan penyerapan ilmu pengetahuan baru lalu diperbaharui sumber dayanya serta kapabilitas perusahaan yang sudah ada (Rakthin et al., 2016). Perkembangan zaman selalu berkembang dari waktu ke waktu. Pada zaman era digital ini kita dengan sangat mudah melakukan segala sesuatu seperti mencari informasi kita tidak perlu membaca koran atau mencari buku- buku yang sedang kita telusuri. Perkembangan digital terus menerus berkembang pesat hal ini menyebabkan banyak perubahan dalam berbagai hal kehidupan manusia seperti yang terjadi di Indonesia seperti lahirnya aturan-aturan baru dalam menggunakan *internet* yang dirancang untuk kebaikan bersama yang wajib dipatuhi dan dilaksanakan oleh seluruh masyarakat tanpa pengecualian (Barkatullah, 2017).

Untuk dapat bertahan dalam melakukan usaha, tentu kita harus membuat atau menciptakan sesuatu yang berbeda agar memberikan sesuatu yang berbeda dari toko lain sehingga hal ini dapat menggambarkan dan memberikan suatu keistimewaan pada toko. Salah satunya melakukan sebuah inovasi. Inovasi merupakan salah satu yang paling penting untuk membuat perusahaan menjadi lebih berkembang dan luas. Menurut McDaniel (2002, dalam Djodjobo & Tawas, 2014), sesuatu produk yang diciptakan dari sebuah inovasi yang temporer

dapat menimbulkan persaingan yang luas dan lebih besar. Menurut Urbancova (2013, dalam Djodjoko & Tawas, 2014), dengan adanya perusahaan menciptakan sebuah inovasi baru akan menjadikan inovasi itu sendiri menjadi kunci sukses dari keunggulan dalam bersaing antar perusahaan. Menurut Hasan (2013, dalam Djodjoko & Tawas, 2014), perusahaan yang memiliki keunggulan dalam bersaing dapat bertahan dalam mengembangkan suatu usaha dan dengan memiliki keunggulan bersaing juga mendukung kinerja lainnya.

Website merupakan sesuatu yang dibutuhkan di dalam masyarakat yang modern ini. Masyarakat modern sekarang ini memerlukan *website* untuk mengakses dalam pencarian informasi, penyebaran informasi bahkan hingga transaksi. Tidak hanya alat-alat elektronik yang mengalami perkembangan tetapi *website* juga mengalami perkembangan menjadi web 2.0. Zaman sekarang pasti sudah tidak asing lagi mendengar web 2.0 karena hampir seluruh masyarakat sekarang menggunakan web 2.0 dalam keadaan sadar maupun tidak sadar. Pada web generasi pertama yaitu web 1.0 untuk mengakses suatu web memerlukan navigasi atau link dalam website untuk mengantarkan pengguna ke dalam tempat yang dituju. Dalam web 2.0 membuat para pengguna dapat berbagi atau berkolaborasi. Dalam penggunaan teknologi ini dapat memberikan suatu manfaat positif yang diberikan kepada pengguna untuk mencari informasi atau berdiskusi mengenai hal yang diinginkan. Sederhananya, web 2.0 merupakan sesuatu yang dapat menghubungkan semua orang ke web yang di mana dapat menyediakan segala bentuk konten atau membuat *text*, *design* dan lain-lain (Salatalohi, 2015). Setelah web 2.0, terbentuklah web 3.0 yang di mana web 3.0 ini dapat membaca halaman pada web dan digunakan untuk mencari berbagai informasi dalam berinternet untuk menjawab pertanyaan yang kita butuhkan (Prasetyadi, 2011). Terakhir, web 4.0 yang di mana web 4.0 ini lebih tertuju kepada membangun sistem-sistem otomatis antara AI atau *artificial intelligence* (AI) (Achmad et al., 2020). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh positif dukungan strategi web 2.0, penggunaan teknologi web 2.0, daya serap, pembelajaran CSR terhadap kewirausahaan sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

Web 2.0 strategic support merupakan hal yang dapat dikatakan penting dalam proses pembelajaran tepatnya pada zaman era digital sekarang karena hal ini sangat membantu mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan dalam proses pendidikan (Hirsh-Pasek et al., 2015). *Web 2.0 strategic support* merupakan media yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari pada zaman sekarang untuk membantu dalam proses belajar mengajar yang di mana media ini menyediakan tempat bagi penggunanya untuk mencari atau membaca informasi dan dapat menulis juga (*read and write*), waktu penggunaan yang bebas, dan digunakan sesuai dengan budaya pengguna tersebut (Santika et al., 2017). Pada zaman sekarang juga para mahasiswa sudah tidak asing dalam menggunakan web 2.0 untuk melakukan berbagai kegiatan seperti belajar ataupun menjadikan platform untuk kegiatan berwirausaha sehingga hal ini dapat mempermudah mahasiswa dalam menggunakan web 2.0 (Scott et al., 2016). *Strategic support* yang dimaksud di sini adalah *strategic support* yang harus dapat mencakup aplikasi web 2.0 yang dapat memungkinkan proses pembelajaran informal (Lin & Jou, 2012). Kami mengerti bahwa *strategic support* dapat menjadi dukungan inisiatif yang diperlukan di dalam organisasi yang melibatkan penerapan alat yang bertujuan untuk membantu para staff dalam menggunakannya dan juga mendukung dalam penggunaan teknologi (Baxter & Connolly, 2014). Teknologi web 2.0 ini digunakan oleh hampir seluruh orang di dunia dan sudah seperti menjadi kebutuhan sehari-hari dengan aneka ragam tujuannya sehingga mereka melakukan perubahan cara individu atau organisasi dalam berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya. Seperti mahasiswa pada zaman sekarang sudah sangat membutuhkan teknologi web 2.0 ini

untuk mengerjakan tugas atau berkomunikasi antar sesama sehingga teknologi web 2.0 menjadi sangat penting untuk memperoleh pengetahuan (Faizi et al., 2015).

Penggunaan teknologi web 2.0 dalam penelitian ini diartikan sebagai “penggunaan aplikasi internet canggih yang memiliki kemampuan untuk membantu mencari sesuatu dalam internet dengan cepat, praktis dan kuat serta dapat membangun hubungan sosial yang dapat menjadikan suatu kolaborasi antar pengguna” (Ertmer et al., 2011). Hal ini melibatkan pengguna lebih mengarah profesional daripada pengguna pribadi sehingga hal ini dapat juga dapat menciptakan interaksi antar pengguna dan membantu pengguna dalam melakukan praktik dalam bidang pendidikan. Ini merupakan hal yang cukup penting bagi pengguna untuk menggunakan dan memahami dalam penggunaan teknologi web 2.0 yang merupakan bagian strategis para mahasiswa dalam proses pembelajarannya agar hasil pembelajaran yang ingin dicapai merupakan hasil yang baik (Englund et al., 2017). Penggunaan teknologi web 2.0 ini mendukung para mahasiswa dalam proses pengembangan ilmu pengetahuannya seperti cara menyelesaikan permasalahan, berpikir kritis dan meningkatkan kemampuan berkomunikasi (Instefjord & Munthe, 2017). Teori-teori yang cukup dapat mendukung kebutuhan untuk memperluas dalam pengajaran mengenai kewirausahaan dalam pendidikan yang lebih tinggi dari pelajaran di dalam lingkungan kelas. Dalam suatu pengajaran tersebut harus berfokus pada pengalaman yang pernah dialami atau penemuan dan mendorong kapasitas penyerapan melalui hal-hal baru dalam proses pembelajaran seperti yang disediakan melalui teknologi web 2.0 yang bermaksud untuk mengembangkan kapasitas, kesadaran sosial dan kompetensi (García-Morales et al., 2020).

Absorptive Capacity adalah kemampuan dalam memahami pengetahuan baru yang nantinya digunakan untuk menciptakan inovasi (Indriartiningtias, 2015). *Absorptive Capacity* merupakan kemampuan yang dapat ditingkatkan atau dikembangkan dalam waktu ke waktu yang dapat juga merupakan hasil dari sebuah latihan atau rutinitas yang sering dilakukan tertentu (Yildiz et al., 2019). Menurut Grandinetti (2016), *Absorptive Capacity* merupakan proses evaluasi, pengamatan, dan memperoleh pengetahuan eksternal yang dapat didefinisikan sebagai *absorptive capacity* yaitu kemampuan dari suatu perusahaan yang dapat mengamati, memperoleh pengetahuan eksternal dan mengevaluasi yang nantinya dijadikan sebagai keunggulan dalam perusahaan perusahaan (Afifah & Cahyono, 2020). *Absorptive capacity* dapat mengambil peran untuk berkontribusi dalam perusahaan dengan cara menyediakan pengetahuan-pengetahuan yang akan dikembangkan menjadi inovasi oleh perusahaan pada kinerja inovatif perusahaan (Kostopoulos et al., 2011). Dengan mengintegrasikan konsep dari *absorptive capacity* ke dalam suatu pembelajaran mengenai pendidikan bisnis sehingga hal ini dapat memberikan pengetahuan kepada mahasiswa secara baik dan efisien yang nantinya akan diterapkan saat mereka memasuki dunia pekerjaan (García-Morales et al., 2020). *Absorptive Capacity* adalah domain spesifik yang mampu untuk menetapkan nilai dari pengetahuan eksternal yang berhubungan atau tergantung kepada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya (Božič & Dimovski, 2019).

Pembelajaran CSR didefinisikan sebagai suatu proses pendidikan yang dibentuk dalam suatu organisasi pendidikan untuk memfokuskan lingkungan, hak asasi manusia, etika, masalah sosial dan pelanggan ke dalam strategi bisnis yang telah ditetapkan dengan memegang kepentingannya (Europe Environment Agency, 2012). CSR merupakan suatu elemen yang berperan cukup penting dalam menjalankan kewirausahaan sosial (García-Morales et al., 2020). *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bentuk janji yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat untuk mengatasi masalah yang disebabkan oleh perusahaan dalam jangka panjang seperti menjaga lingkungan dalam masyarakat. Bentuk janji yang dapat dilakukan oleh perusahaan bisa berbagai macam hal diantaranya yaitu berupa bantuan

ekonomi, bantuan barang dan lainnya (Walker-Said, 2015). *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab dari sebuah perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan hubungan atau suasana yang harmonis dan tetap menjaga norma atau nilai yang telah ditetapkan sehingga selalu selaras dengan masyarakat. Tanggung jawab yang diberikan oleh sebuah perusahaan ini merupakan salah satu bentuk etika dalam menjalankan sebuah bisnis yang memikirkan tentang kepentingan perusahaan dengan kebutuhan masyarakat baik yang dilakukan secara tidak langsung maupun langsung (Utama, 2018).

Social Entrepreneurship ini merupakan gabungan dari kata *social* dan *entrepreneurship* yang masing-masing katanya memiliki arti. *Social* berarti kemasyarakatan sedangkan *entrepreneurship* berarti kewirausahaan. Definisi sederhana dari *social entrepreneur* adalah seorang yang menggunakan kemampuan *entrepreneurship* untuk memecahkan masalah sosial seperti masalah-masalah perubahan sosial, kesehatan, pendidikan, dan kesejahteraan (Cukier et al., 2011). Dalam *social entrepreneurship* menganggap bahwa kita dapat menciptakan ide-ide yang menarik dan mengesankan tetapi tidak semua ide dapat dikembangkan untuk menjadi peluang dalam mempertahankan atau menanamkan nilai sosial sedangkan peluang merupakan sesuatu yang baru tetapi menggunakan cara yang berbeda dalam mempertahankan dan menanamkan nilai sosial (Sofia, 2017). Kewirausahaan sosial merupakan bentuk dari pelayanan sosial yang berperan untuk melakukan perubahan sosial ke arah yang lebih positif seperti memperoleh penghasilan atau pendapatan, dan menjadi lebih baik. Kewirausahaan sosial merupakan salah satu dari cara untuk melakukan perubahan sosial dengan metode bisnis. Kami juga mendefinisikan kewirausahaan sosial sebagai salah satu cara efektif, inovatif dan berkelanjutan yang dapat dijadikan sebagai solusi dari tantangan sosial. Kewirausahaan sosial ini juga sudah berkembang jauh dengan sebelumnya karena para professional-professional muda hingga mahasiswa mempertanyakan tentang kinerja yang ditetapkan oleh generasi sebelumnya (Cahine, 2016).

Hubungan antara *web 2.0 strategic support* terhadap *web 2.0 technology use*

Teori pembelajaran yang dibuat oleh Millwood et al. (2013) mengemukakan bahwa metode proses pembelajaran ini harus dapat segera diterapkan dalam bidang pendidikan karena hal ini cukup efektif dalam membantu proses pembelajaran. Institusi pendidikan tinggi mulai memasukan metode pembelajaran mereka secara perlahan-lahan melalui teknologi web 2.0 dan tidak lupa untuk memberikan dukungan-dukungan yang dapat mencapai keberhasilan dengan menggunakan teknologi ini. Maka dari itu *web 2.0 strategic support* memberikan jawaban atas kebutuhan mahasiswa terhadap teknologi tersebut (European Commission, 2013), menyadari bahwa teknologi web 2.0 memiliki peluang yang sangat besar untuk meningkatkan bidang pendidikan menjadi lebih baik dengan pembelajaran mandiri, kecerdasan kolektif dan memicu kreativitas (Arquero & Romero-Frías, 2013). Pada waktu yang sama juga mahasiswa atau mahasiswi sudah cukup terbiasa dalam menggunakan web 2.0 (Scott et al., 2016).

H1: *Web 2.0 strategic support* berpengaruh positif terhadap *web 2.0 technology use*.

Hubungan antara *web 2.0 strategic support* terhadap *absorptive capacity*

Web 2.0 strategic support dalam bidang pendidikan merupakan suatu hal yang penting karena hal ini membantu proses belajar mengajar mahasiswa atau mahasiswi yang dapat meningkatkan daya serap mahasiswa atau mahasiswi. Dengan ini, mahasiswa-mahasiswi dapat memperoleh informasi dengan mudah dan efektif sehingga meningkatkan pengetahuan mahasiswa-mahasiswi (Lin & Jou, 2012). Dengan ini, institusi pendidikan tinggi mulai bersama-sama untuk menyediakan *web 2.0 strategic support* untuk proses pembelajaran mahasiswa-mahasiswi ini (European Commission, 2013). Institusi pendidikan tinggi memiliki

pengetahuan yang lebih berkualitas untuk diberikan kepada mahasiswa atau mahasiswi jika institusi tersebut memiliki hubungan dengan pendukung atau pemasok teknologi web 2.0 dibanding institusi yang tidak memiliki hubungan dengan pendukung atau pemasok teknologi web 2.0 (Joo, 2011).

H2: *Web 2.0 strategic support* berpengaruh positif terhadap *absorptive capacity*.

Hubungan antara *web 2.0 technology use* terhadap *absorptive capacity*

Proses pembelajaran dengan menggunakan teknologi web 2.0 seperti penandaan sosial, kolaborasi secara *online*, dan *blogging* dapat memberikan mahasiswa-mahasiswi pengetahuan yang lebih luas dan mendalam lebih cepat dari pada menggunakan pembelajaran yang tradisional dan dengan menggunakan teknologi web 2.0 mendorong *absorptive capacity* mahasiswa-mahasiswi (Leonardi et al., 2013). Dengan menggunakan teknologi web 2.0 dapat memberikan banyak manfaat dan keuntungan bagi pengguna, salah satunya adalah teknologi tersebut dapat memberikan proses pembelajaran baru yang mendorong pengguna dan memberikan pandangan baru terhadap proses pembelajaran sehingga hal ini juga memotivasi instruktur dan mahasiswa-mahasiswi dalam proses penyerapan pengetahuan tersebut (Lin & Jou, 2012). Terdapat studi yang menunjukkan bahwa mahasiswa-mahasiswi yang menerapkan penggunaan teknologi web 2.0 lebih unggul dibanding dengan mahasiswa-mahasiswi yang menerapkan format kuliah dengan proses pembelajaran yang tradisional. Hal ini karena teknologi web 2.0 menyediakan fleksibilitas dalam memperoleh informasi dan pengetahuan serta kenyamanan dalam proses pembelajaran (Wei & Ram, 2016).

H3: *Web 2.0 technology use* berpengaruh positif terhadap *absorptive capacity*.

Hubungan antara *absorptive capacity* terhadap *social entrepreneurship*

Di dalam perguruan tinggi menyediakan pelatihan kewirausahaan untuk membantu mahasiswa-mahasiswi untuk menciptakan sesuatu yang berguna dalam masyarakat seperti produk atau jasa, menerapkan strategi-strategi untuk digunakan dan juga latihan ini tentunya untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai (Al-Awlaqi et al., 2021). Hal ini juga mendukung dalam peningkatan ekonomi yang di mana menciptakan lapangan pekerjaan dan menemukan rencana-rencana yang nantinya dapat meningkatkan ekonomi yang nantinya dana tersebut dikumpulkan dan digunakan untuk sosial. Tidak hanya aktor ekonomi saja yang terlibat tetapi aktor sosial juga terlibat (Rhisiart & Jones-Evans, 2016). *Absorptive capacity* mahasiswa-mahasiswi yang meningkat memungkinkan mahasiswa-mahasiswi untuk berwirausaha dan menghasilkan kinerja ekonomi yang lebih tinggi (Fellnhöfer, 2019).

H4: *Absorptive capacity* berpengaruh positif terhadap *social entrepreneurship*.

Hubungan antara *absorptive capacity* terhadap *learning CSR*

Menurut Hofmann et al. (2012), universitas, lembaga pendidikan tinggi hingga perusahaan harus mengembangkan kompetensi tertentu sebelum berkomitmen pada inisiatif yang bersifat berkelanjutan. Implementasi yang efektif terhadap kebijakan perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial juga memerlukan penyerapan informasi yang dapat digunakan untuk menciptakan strategi, membentuk kebijakan dan proses yang bersifat berkelanjutan berkelanjutan (Upstill-Goddard et al., 2016). Menurut Millwood et al. (2013), mahasiswa-mahasiswi memiliki penjelasan tertentu yang dapat membentuk pengetahuan mereka. Dalam bidang bisnis, perusahaan harus memiliki kemampuan dasar sebelum melakukan inisiatif bisnis untuk menerapkan dan melaksanakan kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

(Hofmann et al., 2012). Untuk kasus tersebut, Galbreath et al. (2016) juga sepakat bahwa pengetahuan baru berasal dari keyakikan dan pemahaman sebelumnya yang disimpulkan.

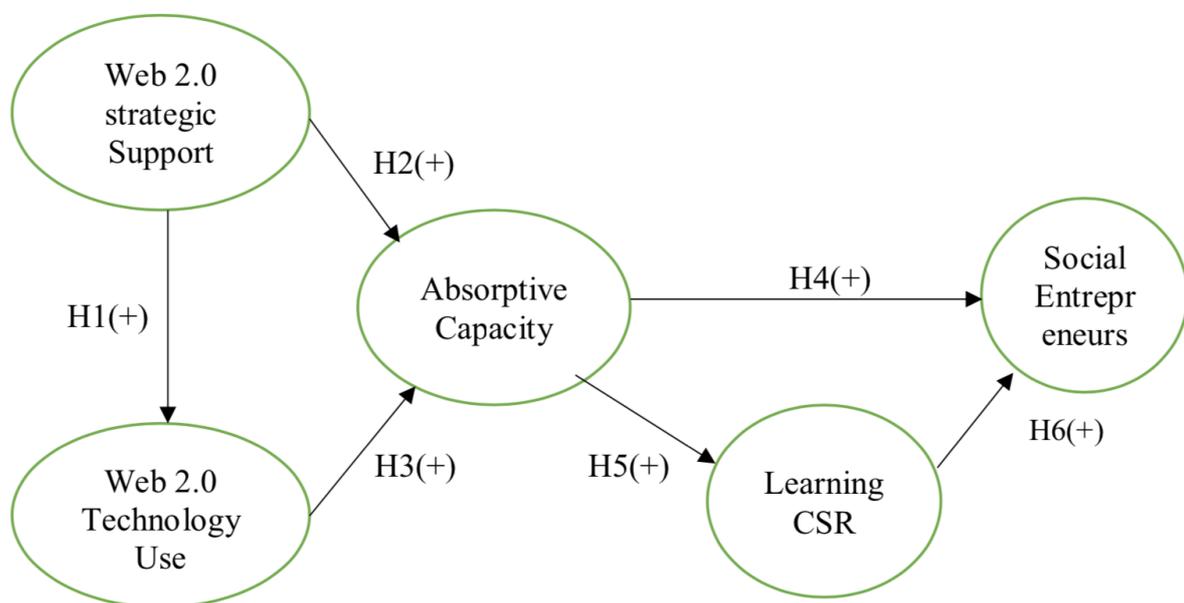
H5: *Absorptive capacity* berpengaruh positif terhadap *learning CSR*

Hubungan antara *learning CSR* terhadap *social entrepreneurship*

Menggabungkan CSR dan *social entrepreneurship* merupakan hal yang cukup penting untuk menciptakan peluang sosial yang berkelanjutan (Crisan & Borza, 2012). Universitas tidak hanya memiliki peluang untuk menciptakan perubahan sosial tetapi universitas juga memiliki tanggung jawab untuk memberikan dan mengembangkan pengetahuan-pengetahuan yang dibutuhkan seperti nilai-nilai sosial, kesadaran untuk melakukan perubahan sosial yang berkelanjutan dan keterampilan yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah sosial (Fichter & Tiemann, 2018; Wakkee et al., 2019). Segala pertanyaan yang berhubungan dengan *social entrepreneurship* harus didiskusikan, pendekatan serta dibudayakan melalui pendidikan yang berkelanjutan dan CSR akan menjadi landasan dalam bisnis yang bertanggung jawab secara sosial diantara mahasiswa-mahasiswi yang dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat sosial (Othman & Ab Wahid, 2014).

H6: *Learning CSR* berpengaruh positif terhadap *social entrepreneurship*.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian
Sumber: (García-Morales et al., 2020)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang di mana penelitian ini dapat terukur, terlihat dan dapat dijelaskan serta pendekatan ini merupakan penelitian yang bersifat fenomena nyata atau sesuai dengan realita dan peneliti ingin mendapatkan jawaban mengenai sebab akibat hubungan antara variabel sehingga peneliti menggunakan paradigma positivisme (Sugiyono, 2015).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah mahasiswa- mahasiswi yang sedang menjalani kuliah di Indonesia dan merupakan mahasiswa-mahasiswi yang berfokus kepada pembelajaran kewirausahaan atau tertarik dalam belajar kewirausahaan. Penelitian ini berfokus dalam menentukan responden yaitu mahasiswa- mahasiswi yang sedang belajar kewirausahaan supaya peneliti dapat mendapatkan data yang valid dalam pengumpulan data yang dibutuhkan. Tidak hanya untuk memperoleh data yang valid, hal tersebut juga dapat mempermudah responden dalam memahami dan mengerti mengenai variabel yang ditanyakan. Sampel yang digunakan oleh peneliti adalah mahasiswa- mahasiswi yang pernah belajar dan tertarik untuk belajar mengenai kewirausahaan di negara Indonesia. Maka dari itu, jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah jumlah indikator yaitu 38 dikali 7 sehingga menjadi 266 responden. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *non probability* sampling yang menggunakan teknik *purposive sampling* di mana peneliti memilih populasi untuk dijadikan sebagai responden secara sengaja agar mendapatkan informasi yang lebih akurat. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* karena sesuai dengan menggunakan penelitian kuantitatif di mana penelitian ini yang tidak menggunakan generalisasi (Sugiyono, 2015).

Dalam melakukan pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuesioner yang di mana peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang dibutuhkan oleh peneliti untuk dijawab oleh responden. Peneliti menggunakan Google Form dalam pembuatan kuesioner dan kuesioner tersebut disebarkan secara *online* melalui *social media*. Pertanyaan tersebut berhubungan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

HASIL DAN DISKUSI

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan sebanyak 266 kuesioner yang terdiri dari 38 indikator yang saling berhubungan. Peneliti menyebarkan kuesioner melalui *online* atau melalui media sosial dengan cara menyebarkan kuesioner tersebut menggunakan *Google Form* yang dibagikan kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan kuesioner yang di mana peneliti menyebarkan kuesioner melalui grup pada media sosial dan meminta bantuan teman untuk membantu menyebarkan kuesioner peneliti. Kriteria yang ditentukan oleh peneliti yaitu mahasiswa-mahasiswi yang pernah belajar mengenai kewirausahaan. Profil responden yang terdapat dalam kuesioner ini adalah jenis kelamin, usia, universitas, fakultas, tahun angkatan dan domisili.

Tabel 1. Usia Persentase

Kategori		Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Laki - Laki	154	57.9%
	Perempuan	112	42.1%
Total		266	100%

Sumber: Hasil Data Kuesioner 266 Responden

Tabel 2. Nama Universitas Persentase

Kategori		Jumlah Responden	Persentase
Nama Universitas	Universitas Pelita Harapan	193	72.6%
	Universitas Multimedia Nusantara	22	8.3%
	Universitas Binus	15	5.6%
	Universitas Tarumanagara	15	5.6%
	Universitas Atma Jaya	17	6.4%
	Universitas lainnya	4	1.6%
Total		266	100

Sumber: Hasil Data Kuesioner 266 Responden

Tabel 3. Fakultas Persentase

Kategori		Jumlah Responden	Persentase
Fakultas	Ekonomi dan Bisnis	252	94.7%
	Hukum	3	1.1%
	Ilmu Komunikasi	5	1.9%
	Perhotelan dan Parawisata	2	0.8%
	Kedokteran	0	0
	Fakultas lainnya	4	1.5%
Total		266	100%

Sumber: Hasil Data Kuesioner 266 Responden

Tabel 4. Angkatan Persentase

Kategori	Tahun	Jumlah Responden	Persentase
----------	-------	------------------	------------

Angkatan	2017	38	14.3 %
	2018	228	85.7%
	2019	0	0
	Angkatan lainnya	0	0
Total		266	100%

Sumber: Hasil Data Kuesioner 266 Responden

Tabel 5. Domisili Persentase

Kategori		Jumlah Responden	Persentase
Domisili	Jabodetabek	219	82.3%
	Pekanbaru	10	3.8%
	Bandung	7	2.6%
	Surabaya	13	4.9%
	Bali	12	4.5%
	Domisi lainnya	5	1.9%
Total		266	100%

Sumber: Hasil Data Kuesioner 266 Responden

Validitas Konvergen

Dalam penelitian ini, validitas konvergen diuji melalui *Outer Loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. *Outer Loading* dapat dikatakan valid jika memiliki nilai di atas 0.5 sedangkan *Average Variance Extracted (AVE)* dapat dikatakan valid jika memiliki nilai di atas 0.5.

Tabel 6. *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	AVE	Kategori
AC	0.676	Valid
LC	0.770	Valid
SE	0.585	Valid
WSS	0.675	Valid
WTU	0.814	Valid

Sumber: Hasil Data Analisis SmartPLS (2021)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kelima variabel di atas memiliki nilai *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,5 yang berarti dapat dikatakan memiliki nilai yang valid.

Tabel 7. *Outer Loading*

Variabel	Kode Indikator	Outer Loading	Kategori
<i>Absorptive Capacity (AC)</i>	AC1	0.841	<i>Valid</i>
	AC2	0.802	<i>Valid</i>
	AC3	0.765	<i>Valid</i>
	AC4	0.851	<i>Valid</i>
	AC5	0.879	<i>Valid</i>
	AC6	0.857	<i>Valid</i>
	AC7	0.753	<i>Valid</i>
<i>Learning CSR (LC)</i>	LC1	0.822	<i>Valid</i>
	LC2	0.879	<i>Valid</i>
	LC3	0.891	<i>Valid</i>
	LC4	0.904	<i>Valid</i>
	LC5	0.888	<i>Valid</i>
<i>Social Entrepreneurship (SE)</i>	SE1	0.780	<i>Valid</i>
	SE2	0.798	<i>Valid</i>
	SE3	0.761	<i>Valid</i>
	SE4	0.766	<i>Valid</i>
	SE5	0.721	<i>Valid</i>
	SE6	0.796	<i>Valid</i>
	SE7	0.711	<i>Valid</i>
	SE8	0.727	<i>Valid</i>
	SE9	0.808	<i>Valid</i>
	SE10	0.765	<i>Valid</i>
	SE11	0.748	<i>Valid</i>
	SE12	0.789	<i>Valid</i>
<i>Web 2.0 Strategic Support (WSS)</i>	WSS1	0.794	<i>Valid</i>
	WSS2	0.859	<i>Valid</i>
	WSS3	0.825	<i>Valid</i>
	WSS4	0.789	<i>Valid</i>
	WSS5	0.808	<i>Valid</i>
	WSS6	0.842	<i>Valid</i>
	WSS7	0.806	<i>Valid</i>
	WSS8	0.849	<i>Valid</i>
	WSS9	0.820	<i>Valid</i>
<i>Web 2.0 Technology Use (WTU)</i>	WTU1	0.902	<i>Valid</i>
	WTU2	0.898	<i>Valid</i>
	WTU3	0.886	<i>Valid</i>
	WTU4	0.905	<i>Valid</i>
	WTU5	0.920	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Data Analisis SmartPLS (2021)

Dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dari masing- masing variabel di atas menunjukkan nilai valid.

Validitas Diskriminan

Dalam penelitian ini, validitas diskriminal aktual diuji menggunakan *Fornell-Larcker* yang di mana *Fornell-Larcker* dapat dikatakan valid jika nilai akar kuadrat AVE lebih besar dibanding nilai-nilai yang berkolerasi (Ghozali, 2016).

Tabel 8. *Fornell-Larcker*

	AC	LC	SE	WSS	WTU
AC	0.822				

LC	0.770	0.877			
SE	0.598	0.590	0.765		
WSS	0.618	0.612	0.752	0.821	
WTU	0.674	0.675	0.602	0.596	0.902

Sumber: Hasil Data Analisis SmartPLS (2021)

Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Fornell-Larcker* menunjukkan nilai yang signifikan atau dapat diterima.

Reliabilitas

Metode yang dapat dilakukan untuk menguji reliabilitas adalah menggunakan *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability* yang di mana suatu variabel dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* melebihi nilai 0,6 (Wati, 2020)

Tabel 9. Reliabilitas *Cronbach's Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha	Kategori
<i>Absorptive Capacity (AC)</i>	0.920	Reliabel
<i>Learning CSR (LC)</i>	0.925	Reliabel
<i>Social Entrepreneurship (SE)</i>	0.935	Reliabel
<i>Web 2.0 Strategic Support (WSS)</i>	0.940	Reliabel
<i>Web 2.0 Technology Use (WTU)</i>	0.943	Reliabel

Sumber: Hasil Data Analisis SmartPLS (2021)

Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai reliabel.

Tabel 10. Reliabilitas *Composite Reliability*

Variabel	Composite Reliability	Kategori
<i>Absorptive Capacity (AC)</i>	0.936	Reliabel
<i>Learning CSR (LC)</i>	0.943	Reliabel
<i>Social Entrepreneurship (SE)</i>	0.944	Reliabel
<i>Web 2.0 Strategic Support (WSS)</i>	0.949	Reliabel
<i>Web 2.0 Technology Use (WTU)</i>	0.956	Reliabel

Sumber: Hasil Data Analisis SmartPLS (2021)

Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Composite Reliability* menunjukkan nilai reliabel.

R-Square

R-Square merupakan koefisien yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel independen. *R-Square* ini juga digunakan untuk memprediksi variabel dependen dan nilai determinansinya adalah nol hingga satu (Ghozali, 2013).

Tabel 11. Hasil Uji *R-Square*

Variabel	R-Square
AC	0.527
LC	0.593
SE	0.399

WTU	0.355
-----	-------

Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel di atas menunjukkan bahwa nilai uji *R-Square* masih berada pada nilai yang ditetapkan yaitu nol hingga satu.

Sumber: Hasil Data Analisis SmartPLS (2021)

T-Statistik (Bootstrapping)

Uji t-statistik ini dilakukan untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel independen dengan dependen (Ghozali, 2013). Metode *bootstrap* digunakan untuk menafsirkan suatu variabel atau tingkat kesalahan dengan nilai signifikan 1.65 dan value di bawah 0.05.

Tabel 12. T-Statistik (*Bootstrapping*)

Hipotesis	Variabel	T-Statistik	P-Values	Kategori
H1	WSS → WTU	9.860	0.000	Signifikan
H2	WSS → AC	4.819	0.000	Signifikan
H3	WTU → AC	6.036	0.000	Signifikan
H4	AC → SE	4.397	0.000	Signifikan
H5	AC → LC	19.313	0.000	Signifikan
H6	LC → SE	4.476	0.000	Signifikan

Sumber: Hasil Data Analisis SmartPLS (2021)

Dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis variabel di atas menunjukkan bahwa keenam hipotesis tersebut signifikan.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian untuk menemukan adanya hubungan antara variabel independen yang dapat dilihat melalui *Collinearity Statistic*, *variance inflation factor* (VIF). Nilai yang dipakai adalah nilai toleransi 0.10 atau sama dengan <10 (Ghozali, 2013).

Tabel 13. *Collinearity Statistics* (VIF)

	AC	LC	SE	WSS	WTU
AC		1.000	2.454		
LC			2.454		
SE					
WSS	1.550				1.000
WTU	1.550				

Sumber: Hasil Data Analisis SmartPLS (2021)

Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengujian hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh positif antara variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan. Peneliti lakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan hasil *bootstrapping*. Hasil uji hipotesis dapat diterima jika nilai original sampel bernilai positif, nilai t-statistik 1.65 dan nilai p-value di bawah 0.05.

Tabel 14. *Path Coefficients*

Hipotesis	Variabel	Original Samples	T-Statistik	P-Values	Kategori
H1	WSS → WTU	0.596	9.860	0.000	Signifikan
H2	WSS → AC	0.336	4.819	0.000	Signifikan
H3	WTU → AC	0.474	6.036	0.000	Signifikan
H4	AC → SE	0.352	4.397	0.000	Signifikan
H5	AC → LC	0.770	19.313	0.000	Signifikan
H6	LC → SE	0.319	4.476	0.000	Signifikan

Sumber: Hasil Data Analisis SmartPLS (2021)

Dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis variabel di atas menunjukkan bahwa keenam hipotesis tersebut signifikan.

H1: *Web 2.0 strategic support* berpengaruh positif terhadap *web 2.0 technology use*.

Hasil hipotesis pertama *web 2.0 strategic support* berpengaruh positif terhadap *web 2.0 technology use* memiliki nilai *original samples* sebesar 0.596 dan nilai t-statistik sebesar 9.860. Dapat dilihat bahwa nilai *original samples* bersifat positif dan nilai t-statistik memiliki nilai lebih besar dari 1.65. Nilai p-value pada hipotesis pertama ini adalah 0.000 sehingga hal ini dapat dikatakan signifikan karena nilai p-value tidak melewati batas signifikan yaitu 0.05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *web 2.0 strategic support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *web 2.0 technology use* (sumber: tabel 14).

H2: *Web 2.0 strategic support* berpengaruh positif terhadap *absorptive capacity*.

Hasil hipotesis kedua *web 2.0 strategic support* berpengaruh positif terhadap *absorptive capacity* memiliki nilai *original samples* sebesar 0.336 dan nilai t-statistik sebesar 4.819. Dapat dilihat bahwa nilai *original samples* bersifat positif dan nilai t-statistik memiliki nilai lebih besar dari 1.65. Nilai p-value pada hipotesis kedua ini adalah 0.000 sehingga hal ini dapat dikatakan signifikan karena nilai p-value tidak melewati batas signifikan yaitu 0.05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *web 2.0 strategic support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *absorptive capacity* (sumber: tabel 14).

H3: *Web 2.0 technology use* berpengaruh positif terhadap *absorptive capacity*.

Hasil hipotesis ketiga *web 2.0 technology use* berpengaruh positif terhadap *absorptive capacity* memiliki nilai *original samples* sebesar 0.474 dan nilai t-statistik sebesar 6.036. Dapat dilihat bahwa nilai *original samples* bersifat positif dan nilai t-statistik memiliki nilai lebih besar dari 1.65. Nilai p-value pada hipotesis ketiga ini adalah 0.000 sehingga hal ini dapat dikatakan signifikan karena nilai p-value tidak melewati batas signifikan yaitu 0.05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *web 2.0 technology use* berpengaruh positif terhadap *absorptive capacity* (sumber: tabel 14).

H4: *Absorptive capacity* berpengaruh positif terhadap *social entrepreneurship*.

Hasil hipotesis keempat *absorptive capacity* berpengaruh positif terhadap *social entrepreneurship* memiliki nilai *original samples* sebesar 0.352 dan nilai t-statistik sebesar 4.397. Dapat dilihat bahwa nilai *original samples* bersifat positif dan nilai t-statistik memiliki nilai lebih besar dari 1.65. Nilai p-value pada hipotesis keempat ini adalah 0.000 sehingga hal ini dapat dikatakan signifikan karena nilai p-value tidak melewati batas signifikan yaitu 0.05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *absorptive capacity* berpengaruh positif terhadap *social entrepreneurship* (sumber: tabel 14).

H5: *Absorptive capacity* berpengaruh positif terhadap *Learning CSR*.

Hasil hipotesis kelima *absorptive capacity* berpengaruh positif terhadap *learning CSR* memiliki nilai *original samples* sebesar 0.770 dan nilai t-statistik sebesar 19.313. Dapat dilihat bahwa nilai *original samples* bersifat positif dan nilai t-statistik memiliki nilai lebih besar dari 1.65. Nilai p-value pada hipotesis kelima ini adalah 0.000 sehingga hal ini dapat dikatakan signifikan karena nilai p-value tidak melewati batas signifikan yaitu 0.05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *absorptive capacity* berpengaruh positif *learning CSR* (sumber: tabel 14).

H6: *Learning CSR* berpengaruh positif terhadap *social entrepreneurship*.

Hasil hipotesis keenam *learning CSR* berpengaruh positif terhadap *social entrepreneurship* memiliki nilai *original samples* sebesar 0.319 dan nilai t-statistik sebesar 4.476. Dapat dilihat bahwa *original samples* bersifat positif dan nilai t-statistik memiliki nilai lebih besar dari 1.65. Nilai p-value pada hipotesis keenam ini adalah 0.000 sehingga hal ini dapat dikatakan signifikan karena nilai p-value tidak melewati batas signifikan yaitu 0.05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *learning CSR* berpengaruh positif terhadap *social entrepreneurship* (sumber: tabel 14).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, dapat disimpulkan bahwa kelima variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diterima. Berikut adalah hasil penelitian tentang *web 2.0 strategic support* terhadap *web 2.0 technology use*, *web 2.0 strategic support* terhadap *absorptive capacity*, *web 2.0 technology use* terhadap *absorptive capacity*, *absorptive capacity* terhadap *social entrepreneurship*, *absorptive capacity* terhadap *learning CSR*, dan *learning CSR* terhadap *social entrepreneurship* bahwa *web 2.0 strategic support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *web 2.0 technology use*, *web 2.0 strategic support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *absorptive capacity*, *web 2.0 technology use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *absorptive capacity*, *absorptive capacity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social entrepreneurship*, *absorptive Capacity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *learning CSR* diterima dan *learning CSR* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social entrepreneurship*.

Implikasi Teoritis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *web 2.0 strategic support* pada universitas dapat berpengaruh positif terhadap *web 2.0 technology use* yang di mana hal ini akan berdampak baik kepada pemahaman mahasiswa-mahasiswi dalam proses pembelajaran. Hal ini juga akan meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan mahasiswa-mahasiswi serta mendapatkan pandangan-pandangan baru. *Absorptive Capacity* yang baik juga akan meningkatkan kesadaran sosial mahasiswa-mahasiswi sehingga dapat memunculkan minat mahasiswa-mahasiswi untuk menjadi *social entrepreneurship*. Dengan adanya pembelajaran mengenai *Corporate Social Responsibility* pada universitas akan mendorong terbentuknya *social entrepreneurship*.

Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial pada penelitian ini dapat diberikan kepada mahasiswa-mahasiswi dan universitas. Penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa-mahasiswi yang tertarik untuk belajar mengenai kewirausahaan karena isi penelitian ini merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan *social entrepreneurship* dengan melalui proses pembelajarannya. Faktor tersebut adalah *web 2.0 strategic support*, *web 2.0 technology use*, *absorptive capacity*, *learning CSR*, dan *social entrepreneurship*. Untuk menjadi seorang wirausahawan sosial

memerlukan dukungan yang dapat membangkitkan kesadaran sosial sehingga dengan bangkitnya kesadaran sosial dapat memotivasi mahasiswa-mahasiswi untuk memecahkan masalah sosial.

Dengan adanya pembelajaran pada universitas mengenai *web 2.0 strategic support*, *web 2.0 technology use*, *absorptive capacity*, *learning CSR*, terhadap *social entrepreneurship*. Hal ini dapat mendorong mahasiswa-mahasiswi untuk menjadi seorang wirausahawan karena melalui proses tersebut, mahasiswa-mahasiswi dibekali dengan pembelajaran-pembelajaran mengenai kewirausahaan yang dimana membentuk kesadaran akan sosial.

Keterbatasan Penelitian

Sebagian besar responden berasal dari domisili Jabodetabek sehingga keterbatasan pada penelitian ini adalah penelitian ini tidak bisa dibilang mempresentasikan Indonesia.

Terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama yaitu menargetkan responden mahasiswa-mahasiswi lebih luas seperti di luar Jabodetabek sehingga hasil yang didapat mengenai variabel ini dapat lebih luas.

REFERENSI

- Achmad, R. W., Poluakan, M. V., Dikayuana, D., Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2020). Potret generasi milenial pada era revolusi industri 4.0. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2), 187–197. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i2.26241>
- Afifah, A. L., & Cahyono, B. (2020). Meningkatkan innovation performance: Melalui absorptive capacity, knowledge management capability, dan generational diversity. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(1), 58–71. <https://doi.org/10.30659/ekobis.21.1.58-71>
- Al-Awlaqi, M. A., Aamer, A. M., & Habtoor, N. (2021). The effect of entrepreneurship training on entrepreneurial orientation: Evidence from a regression discontinuity design on micro-sized businesses. *International Journal of Management Education*, 19(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2018.11.003>
- Arquero, J. L., & Romero-Frías, E. (2013). Using social network sites in higher education: An experience in business studies. *Innovations in Education and Teaching International*, 50(3), 238–249. <https://doi.org/10.1080/14703297.2012.760772>
- Barkatullah, A. H. (2017). *Hukum transaksi elektronik di Indonesia sebagai pedoman dalam menghadapi era digital bisnis e-commerce di Indonesia*. Nusa Media.
- Baxter, G. J., & Connolly, T. M. (2014). Implementing web 2.0 tools in organisations: Feasibility of a systematic approach. *Learning Organization*, 21(1), 6–25. <https://doi.org/10.1108/TLO-11-2012-0069>
- Božič, K., & Dimovski, V. (2019). Business intelligence and analytics for value creation: The role of absorptive capacity. *International Journal of Information Management*, 46, 93–103. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.11.020>
- Crisan, C. M., & Borza, A. (2012). Social entrepreneurship and corporate social responsibilities. *International Business Research*, 5(2), 106–113.

<https://doi.org/10.5539/ibr.v5n2p106>

- Cukier, W., Trenholm, S., Carl, D., & Gekas, G. (2011). Social entrepreneurship: A content analysis. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7(1), 99–119. <http://www.na-businesspress.com/jsis/cukierweb.pdf>
- Djodjoko, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1214–1224. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5800>
- Englund, C., Olofsson, A. D., & Price, L. (2017). Teaching with technology in higher education: understanding conceptual change and development in practice. *Higher Education Research & Development*, 36(1), 73–87. <https://doi.org/10.1080/07294360.2016.1171300>
- Ertmer, P. A., Newby, T. J., Yu, J. H., Liu, W., Tomory, A., Lee, Y. M., Sendurur, E., & Sendurur, P. (2011). Facilitating students' global perspectives: Collaborating with international partners using web 2.0 technologies. *The Internet and Higher Education*, 14(4), 251–261. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2011.05.005>
- European Commission. (2013). *Report to the European Commission on improving the quality of teaching and learning in Europe's higher education institutions*. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/fbd4c2aa-aeb7-41ac-ab4c-a94feca9eb1f>
- European Environment Agency. (2012). Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions, a blueprint to safeguard Europe's water resources. <https://www.eea.europa.eu/policy-documents/communication-from-the-commission-to-1>
- Faizi, R., Chiheb, R., & El Afia, A. (2015). Students' perceptions towards using web 2.0 technologies in education. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 10(6), 32–36. <https://doi.org/10.3991/ijet.v10i6.4858>
- Fellnhöfer, K. (2019). Toward a taxonomy of entrepreneurship education research literature: A bibliometric mapping and visualization. *Educational Research Review*, 27, 28–55. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2018.10.002>
- Fichter, K., & Tiemann, I. (2018). Factors influencing university support for sustainable entrepreneurship: Insights from explorative case studies. *Journal of Cleaner Production*, 175, 512–524. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.031>
- Galbreath, J., Charles, D., & Oczkowski, E. (2016). The drivers of climate change innovations: Evidence from the Australian wine industry. *Journal of Business Ethics*, 135(2), 217–231. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2461-8>
- García-Morales, V. J., Martín-Rojas, R., & Garde-Sánchez, R. (2020). How to encourage social entrepreneurship action? Using Web 2.0 technologies in higher education institutions.

Journal of Business Ethics, 161(2), 329–350. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04216-6>

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan pogram IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Grandinetti, R. (2016). Absorptive capacity and knowledge management in small and medium enterprises. *Knowledge Management Research & Practice*, 14(2), 159–168. <https://doi.org/10.1057/kmrp.2016.2>

Hirsh-Pasek, K., Zosh, J. M., Golinkoff, R. M., Gray, J. H., Robb, M. B., & Kaufman, J. (2015). Putting education in “educational” apps: Lessons from the science of learning. *Psychological Science in the Public Interest*, 16(1), 3–34. <https://doi.org/10.1177/1529100615569721>

Hofmann, K. H., Theyel, G., & Wood, C. H. (2012). Identifying firm capabilities as drivers of environmental management and sustainability practices - Evidence from small and medium-sized manufacturers. *Business Strategy and the Environment*, 21(8), 530–545. <https://doi.org/10.1002/bse.739>

Pradnyani, I. G. A. A., & Sisdyani, E. A. (2015). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan ukuran dewan komisaris pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 11(2), 384–397. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/10703>

Indriartiningtias, R. (2015). Studi meta analisis mengenai absorbtive capacity dan inovasi. *Jurnal Metris*, 16, 77–82.

Instefjord, E. J., & Munthe, E. (2017). Educating digitally competent teachers: A study of integration of professional digital competence in teacher education. *Teaching and Teacher Education*, 67, 37–45. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.05.016>

Joo, J. (2011). Adoption of semantic web from the perspective of technology innovation: A grounded theory approach. *International Journal of Human-Computer Studies*, 69(3), 139–154. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2010.11.002>

Kostopoulos, K., Papalexandris, A., Papachroni, M., & Ioannou, G. (2011). Absorptive capacity, innovation, and financial performance. *Journal of Business Research*, 64(12), 1335–1343. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.12.005>

Leonardi, P. M., Huysman, M., & Steinfield, C. (2013). Enterprise social media: Definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12029>

Lin, Y. -T., & Jou, M. (2012). A web application supported learning environment for enhancing classroom teaching and learning experiences. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 64, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.001>

- Millwood, R., Kamtsiou, V., Fragkaki, M., Xydopoulos, G., Padrón-Nápoles, C. L., de la Fuente Valentín, L., Meiszner, A., Aceto, S., & Camilleri, A. F. (2013). *Report on good practice of innovative applications of learning theories in TEL* v1. <http://hotel-project.eu/content/d221-hotel-report-good-practice-innovative-applications-learning-theories-tel>
- Othman, N., & Ab Wahid, H. (2014). Social entrepreneurship among participants in the students in free enterprise program. *Education + Training*, 56(8/9), 852–869. <https://doi.org/10.1108/ET-09-2013-0111>
- Prasetiadi, A. E. (2011). Web 3.0: Teknologi masa depan. *INDEPT*, 1(3), 1–6.
- Rakthin, S., Calantone, R. J., & Wang, J. F. (2016). Managing market intelligence: The comparative role of absorptive capacity and market orientation. *Journal of Business Research*, 69(12), 5569–5577. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.064>
- Rhisiart, M., & Jones-Evans, D. (2016). The impact of foresight on entrepreneurship: The Wales 2010 case study. *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 112–119. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.03.010>
- Salatalohi, T. D. (2015). Pengaruh teknologi web 2.0 terhadap perkembangan situs social network. *Jurnal Informatika*, 5(1), 29–34.
- Santika, S., Mulyono, P., & Hermadi, I. (2017). Perencanaan penerapan aplikasi Web 2.0 untuk pembelajaran organisasi di perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia. *EDULIB: Journal Library and Information Science*, 7(1), 62–74. <https://doi.org/10.17509/edulib.v7i1.7549>
- Scott, K. S., Sorokti, K. H., & Merrell, J. D. (2016). Learning “beyond the classroom” within an enterprise social network system. *Internet and Higher Education*, 29, 75–90. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2015.12.005>
- Sofia, I. P. (2017). Construction of social entrepreneurship models as social innovation ideas for economic development. *Widyakala Journal*, 2(1), 2–23. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v2i1.7>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Upstill-Goddard, J., Glass, J., Dainty, A., & Nicholson, I. (2016). Implementing sustainability in small and medium-sized construction firms: The role of absorptive capacity. *Engineering Construction & Architectural Management*, 23(4), 407–427. <http://dx.doi.org/10.1108/ECAM-01-2015-0015>
- Utama, A. S. (2018). Implementation of corporate social responsibility PT. Riau Mainstay Pulp and Paper towards the people in Pelalawan district. *Jurnal Selat*, 5(2), 123–133. <https://doi.org/10.31629/selat.v5i2.373>
- Wakkee, I., van der Sijde, P., Vaupell, C., & Ghuman, K. (2019). The university’s role in sustainable development: Activating entrepreneurial scholars as agents of change. *Technological Forecasting and Social Change*, 141, 195–205. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.10.013>

- Walker-Said, C., & Kelly, J. D. (2015). *Corporate social responsibility? Human rights in the new global economy*. The University of Chicago Press.
- Wati, P. A. (2020). *Profil passion calon guru bimbingan dan konseling*. Universitas Pendidikan Indonesia. http://repository.upi.edu/58337/4/S_PPB_1601776_Chapter3.pdf
- Wei, K., & Ram, J. (2016). Perceived usefulness of podcasting in organizational learning: The role of information characteristics. *Computers in Human Behavior*, 64, 859–870. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.08.003>
- Yildiz, H. E., Murtic, A., Zander, U., & Richtnér, A. (2019). What fosters individual-level absorptive capacity in MNCs? An extended motivation–ability–opportunity framework. *Management International Review*, 59(1), 93–129. <https://doi.org/10.1007/s11575-018-0367-x>