

# Pengaruh Social Entrepreneurship Orientation dan Impact Measurement terhadap Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan pada Usaha Sosial di Jawa Barat

Nihlatul Qudus Sukma Nirwana<sup>1</sup>, Suwarno<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

<sup>2</sup> Universitas Muhammadiyah Gresik

---

## Info Artikel

### Article history:

Received May, 2026

Revised May, 2026

Accepted May, 2026

---

### Kata Kunci:

Social Entrepreneurship Orientation, Impact Measurement, Kinerja Sosial, Kinerja Keuangan, Perusahaan Sosial

---

### Keywords:

Social Entrepreneurship Orientation, Impact Measurement, Social Performance, Financial Performance, Social Enterprises

---

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh Orientasi Kewirausahaan Sosial dan Pengukuran Dampak terhadap Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan di kalangan perusahaan sosial di Jawa Barat. Perusahaan sosial semakin diharapkan untuk menyeimbangkan penciptaan nilai sosial dengan keberlanjutan keuangan, sehingga penting untuk mengidentifikasi kemampuan organisasi yang berkontribusi pada kedua tujuan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan 100 pendiri, manajer, dan staf senior perusahaan sosial yang beroperasi di Jawa Barat. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur menggunakan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS 3). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan. Demikian pula, Pengukuran Dampak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa model menjelaskan 67,2% varians dalam Kinerja Sosial dan 59,1% varians dalam Kinerja Keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan sosial dengan orientasi kewirausahaan yang lebih kuat dan praktik pengukuran dampak yang sistematis lebih mungkin mencapai hasil sosial yang lebih unggul sambil mempertahankan keberlanjutan keuangan. Studi ini berkontribusi pada literatur yang berkembang tentang kewirausahaan sosial dengan memberikan bukti empiris dari Indonesia dan menawarkan implikasi praktis bagi para manajer perusahaan sosial dan pembuat kebijakan yang berupaya memperkuat efektivitas organisasi dan keberlanjutan jangka panjang.

---

## ABSTRACT

This study examines the effects of Social Entrepreneurship Orientation and Impact Measurement on Social Performance and Financial Performance among social enterprises in West Java. Social enterprises are increasingly expected to balance social value creation with financial sustainability, making it essential to identify organizational capabilities that contribute to both objectives. This research employs a quantitative approach using a survey method involving 100 founders, managers, and senior staff members of social enterprises operating in West Java. Data were collected through a structured questionnaire using a five-point Likert scale and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS 3). The findings indicate that Social Entrepreneurship Orientation has a positive and significant effect on

---

Social Performance and Financial Performance. Likewise, Impact Measurement positively and significantly influences Social Performance and Financial Performance. The coefficient of determination results reveal that the model explains 67.2% of the variance in Social Performance and 59.1% of the variance in Financial Performance. The results suggest that social enterprises with stronger entrepreneurial orientation and systematic impact measurement practices are more likely to achieve superior social outcomes while maintaining financial sustainability. This study contributes to the growing literature on social entrepreneurship by providing empirical evidence from Indonesia and offers practical implications for social enterprise managers and policymakers seeking to strengthen organizational effectiveness and long-term sustainability.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.*



---

**Corresponding Author:**

Name: Nihlatul Qudus Sukma Nirwana

Institution: Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Email: [nihlaqsn@umsida.ac.id](mailto:nihlaqsn@umsida.ac.id)

---

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan berbagai permasalahan sosial dan lingkungan yang semakin kompleks telah mendorong munculnya model organisasi yang mampu mengintegrasikan tujuan sosial dan keberlanjutan ekonomi secara bersamaan. Dalam konteks ini, perusahaan sosial (social enterprise) hadir sebagai bentuk organisasi yang tidak hanya berorientasi pada penciptaan keuntungan ekonomi, tetapi juga berupaya menghasilkan dampak sosial yang positif bagi masyarakat (Apprilisda Ranica Putri et al., 2023; Mubarak et al., 2021). Berbeda dengan perusahaan konvensional yang umumnya berfokus pada maksimalisasi keuntungan, perusahaan sosial mengedepankan pencapaian misi sosial melalui pendekatan bisnis yang berkelanjutan (McDonnell, 2016; Yaskun et al., 2023). Kehadiran perusahaan sosial semakin mendapat perhatian dari pemerintah, investor sosial, maupun masyarakat karena dinilai mampu memberikan solusi inovatif terhadap berbagai persoalan seperti kemiskinan, pengangguran, kesenjangan sosial, serta kerusakan lingkungan.

Di Indonesia, perkembangan perusahaan sosial menunjukkan tren yang semakin meningkat dalam satu dekade terakhir. Berbagai organisasi telah mengadopsi prinsip-prinsip kewirausahaan sosial untuk menciptakan nilai sosial sekaligus menjaga keberlangsungan operasionalnya melalui aktivitas ekonomi (Dari & Al Huda, 2021; Kadi et al., 2020). Provinsi Jawa Barat menjadi salah satu wilayah yang memiliki pertumbuhan perusahaan sosial yang cukup pesat, terutama pada sektor pendidikan, pertanian, lingkungan, kesehatan, pemberdayaan masyarakat, dan industri kreatif. Perusahaan-perusahaan sosial tersebut berkontribusi dalam menyelesaikan berbagai permasalahan lokal sekaligus mendukung pembangunan ekonomi daerah. Meskipun demikian, banyak perusahaan sosial masih menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara pencapaian tujuan sosial dan keberlanjutan finansial organisasi (Klapper & Farber, 2016; Schiavone et al., 2020).

Salah satu faktor yang diyakini memengaruhi keberhasilan perusahaan sosial adalah Social Entrepreneurship Orientation. Konsep ini menggambarkan orientasi strategis organisasi yang tercermin dalam perilaku inovatif, proaktif, berani mengambil risiko, serta berkomitmen pada penciptaan nilai sosial (Eikenberry & Kluver, 2004; Weerasekara & Bhanugopan, 2023). Organisasi yang memiliki tingkat Social Entrepreneurship Orientation yang tinggi cenderung lebih mampu mengidentifikasi peluang sosial, mengembangkan inovasi yang relevan, dan merespons perubahan lingkungan secara efektif. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dapat

meningkatkan kemampuan organisasi dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan mendorong peningkatan kinerja (Lamperti et al., 2023; Weerasekara & Bhanugopan, 2023). Dalam konteks perusahaan sosial, orientasi tersebut menjadi lebih kompleks karena aktivitas kewirausahaan harus tetap sejalan dengan misi sosial yang diemban organisasi.

Selain orientasi kewirausahaan sosial, kemampuan organisasi dalam mengukur dampak sosial juga menjadi faktor penting yang menentukan efektivitas perusahaan sosial. Impact Measurement merupakan proses sistematis untuk mengidentifikasi, memantau, mengevaluasi, dan melaporkan dampak sosial, ekonomi, maupun lingkungan yang dihasilkan oleh aktivitas organisasi (Kamarudin et al., 2021; Sari & Kusumawati, 2022). Penerapan sistem pengukuran dampak yang baik memungkinkan perusahaan sosial meningkatkan akuntabilitas kepada para pemangku kepentingan, memperkuat proses pembelajaran organisasi, serta mendukung pengambilan keputusan yang berbasis bukti. Namun demikian, banyak perusahaan sosial masih mengalami kendala dalam mengembangkan sistem pengukuran dampak yang komprehensif akibat keterbatasan sumber daya, kurangnya kompetensi teknis, dan kompleksitas dalam mengukur dampak sosial yang bersifat tidak berwujud.

Keberhasilan perusahaan sosial umumnya tercermin melalui dua dimensi utama, yaitu social performance dan financial performance. Social performance menunjukkan sejauh mana organisasi mampu mencapai misi sosialnya melalui peningkatan kesejahteraan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, peningkatan kualitas pendidikan, pelestarian lingkungan, maupun pengurangan kemiskinan. Sementara itu, financial performance mencerminkan kemampuan organisasi dalam menghasilkan pendapatan, menjaga profitabilitas, memperoleh sumber pendanaan, dan mengelola sumber daya secara efektif. Kedua dimensi tersebut memiliki peran yang sama penting karena perusahaan sosial tidak hanya dituntut untuk memberikan dampak sosial yang nyata, tetapi juga harus mampu mempertahankan keberlanjutan operasionalnya dalam jangka panjang.

Meskipun hubungan antara Social Entrepreneurship Orientation, Impact Measurement, dan kinerja organisasi telah mulai mendapat perhatian dalam berbagai penelitian, bukti empiris yang menguji pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan terhadap social performance dan financial performance masih relatif terbatas, khususnya pada konteks perusahaan sosial di negara berkembang seperti Indonesia. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada perusahaan komersial atau organisasi nirlaba secara terpisah, sehingga masih terdapat kesenjangan penelitian terkait mekanisme yang memungkinkan perusahaan sosial mencapai dampak sosial sekaligus keberlanjutan finansial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Social Entrepreneurship Orientation dan Impact Measurement terhadap social performance dan financial performance pada perusahaan sosial di Jawa Barat. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan literatur kewirausahaan sosial serta menjadi dasar pertimbangan praktis bagi pengelola perusahaan sosial, investor, dan pembuat kebijakan dalam memperkuat ekosistem perusahaan sosial di Indonesia.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 *Social Entrepreneurship Orientation*

Social Entrepreneurship Orientation (SEO) merupakan orientasi strategis yang mencerminkan kecenderungan organisasi untuk bersikap inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dalam menciptakan nilai sosial. Berasal dari konsep entrepreneurial orientation, SEO tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga pada upaya mencapai misi sosial dan memberikan manfaat bagi masyarakat (Lamperti et al., 2023; Troise et al., 2022). Organisasi yang memiliki tingkat SEO tinggi cenderung lebih mampu mengidentifikasi peluang sosial, mengembangkan solusi inovatif terhadap berbagai permasalahan masyarakat, serta mengalokasikan sumber daya pada inisiatif yang berpotensi menghasilkan dampak sosial dan finansial secara

berkelanjutan. SEO umumnya mencakup dimensi inovasi, proaktivitas, pengambilan risiko, orientasi misi sosial, dan penciptaan nilai sosial (Pirson, 2012; Troise et al., 2022). Melalui kombinasi dimensi tersebut, organisasi dapat meningkatkan fleksibilitas strategis, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, serta menciptakan dampak yang berkelanjutan. Oleh karena itu, Social Entrepreneurship Orientation dipandang sebagai salah satu kapabilitas penting yang dapat mendorong peningkatan social performance maupun financial performance pada perusahaan sosial.

### **2.2 Impact Measurement**

Impact Measurement merupakan proses sistematis untuk mengukur, memantau, dan mengevaluasi dampak yang dihasilkan oleh aktivitas organisasi terhadap aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi. Dalam konteks perusahaan sosial, Impact Measurement berperan penting dalam memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan benar-benar berkontribusi pada pencapaian misi sosial sekaligus memenuhi tuntutan akuntabilitas dan transparansi dari berbagai pemangku kepentingan (Eikenberry & Kluver, 2004; Macassa, 2022). Melalui proses pengumpulan, analisis, dan pelaporan data dampak, organisasi dapat menilai efektivitas program, meningkatkan kualitas pengambilan keputusan, mengoptimalkan alokasi sumber daya, serta memperkuat kepercayaan stakeholder. Meskipun implementasinya sering menghadapi kendala seperti keterbatasan sumber daya dan kesulitan mengukur dampak sosial yang bersifat intangible, Impact Measurement tetap menjadi kapabilitas strategis yang dapat meningkatkan social performance melalui efektivitas pencapaian misi serta financial performance melalui peningkatan kredibilitas dan keberlanjutan organisasi (Fernandes et al., 2024; Zahra et al., 2009).

### **2.3 Social Performance**

Social Performance merupakan tingkat keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan sosial dan menciptakan dampak positif bagi masyarakat serta para pemangku kepentingan. Dalam perusahaan sosial, social performance menjadi indikator utama keberhasilan karena mencerminkan sejauh mana organisasi mampu mewujudkan misi sosial yang menjadi tujuan utamanya (Macassa, 2022; Yarima et al., 2023). Berbeda dengan organisasi bisnis konvensional yang lebih menekankan kinerja keuangan, perusahaan sosial menilai keberhasilannya melalui penciptaan nilai sosial seperti pemberdayaan masyarakat, pengurangan kemiskinan, peningkatan kualitas pendidikan, keberlanjutan lingkungan, peningkatan kesehatan, inklusi sosial, dan penciptaan lapangan kerja (Fernández-Guadaño & Diez, 2023; Weerasekara & Bhanugopan, 2023). Social performance juga mencerminkan kemampuan organisasi dalam memenuhi kebutuhan berbagai stakeholder, termasuk penerima manfaat, karyawan, pelanggan, investor, pemerintah, dan masyarakat. Oleh karena itu, social performance dipandang sebagai hasil dari efektivitas organisasi dalam mengintegrasikan misi sosial ke dalam aktivitas operasionalnya sehingga mampu menghasilkan perubahan sosial yang berkelanjutan dan bermakna.

### **2.4 Financial Performance**

Financial Performance merupakan tingkat keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan ekonomi dan menjaga keberlanjutan finansialnya. Bagi perusahaan sosial, kinerja keuangan tidak berorientasi pada maksimalisasi keuntungan, melainkan pada kemampuan organisasi menghasilkan sumber daya yang cukup untuk mendukung pelaksanaan misi sosial secara berkelanjutan (Caringal-Go & Hechanova, 2018; Smiddy, 2010). Financial performance umumnya tercermin melalui pertumbuhan pendapatan, stabilitas keuangan, efisiensi operasional, kemampuan mengelola sumber daya, serta kecukupan arus kas untuk mendukung aktivitas organisasi (Christie & Honig, 2006; Dar & Mishra, 2020). Kinerja keuangan yang baik memungkinkan perusahaan sosial memperluas program, meningkatkan inovasi, menarik dukungan stakeholder, dan

memperkuat dampak sosial yang dihasilkan. Oleh karena itu, financial performance dan social performance dipandang sebagai dua dimensi yang saling melengkapi, di mana keberlanjutan finansial menjadi fondasi penting bagi terciptanya dampak sosial yang berkelanjutan.

### 2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini menjelaskan bahwa Social Entrepreneurship Orientation dan Impact Measurement berperan sebagai variabel independen yang memengaruhi Social Performance dan Financial Performance sebagai variabel dependen. Social Entrepreneurship Orientation mendorong organisasi untuk mengembangkan solusi yang inovatif, proaktif, dan berorientasi pada penciptaan nilai sosial sehingga mampu meningkatkan efektivitas pencapaian misi sosial sekaligus memperkuat keberlanjutan ekonomi organisasi. Sementara itu, Impact Measurement memungkinkan organisasi mengukur, memantau, dan mengevaluasi dampak yang dihasilkan secara sistematis sehingga dapat meningkatkan efektivitas program, transparansi, akuntabilitas, serta kualitas pengambilan keputusan. Melalui peningkatan kepercayaan pemangku kepentingan, optimalisasi alokasi sumber daya, dan penguatan nilai sosial yang dihasilkan, kedua variabel tersebut diharapkan memberikan pengaruh positif terhadap Social Performance maupun Financial Performance perusahaan sosial.

H1: Social Entrepreneurship Orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Social Performance.

H2: Social Entrepreneurship Orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Financial Performance.

H3: Impact Measurement berpengaruh positif dan signifikan terhadap Social Performance.

H4: Impact Measurement berpengaruh positif dan signifikan terhadap Financial Performance.

## 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori (explanatory research). Pendekatan ini dipilih untuk menguji hubungan kausal antara Social Entrepreneurship Orientation dan Impact Measurement terhadap Social Performance dan Financial Performance pada perusahaan sosial di Jawa Barat. Populasi penelitian terdiri atas perusahaan sosial yang menjalankan aktivitas bisnis sekaligus memiliki misi sosial. Karena tidak tersedia basis data resmi mengenai jumlah perusahaan sosial di Jawa Barat, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria organisasi telah beroperasi minimal dua tahun, menjalankan aktivitas sosial dan komersial, serta responden merupakan pimpinan atau pengelola yang memahami strategi dan kinerja organisasi. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 100 responden sebagai sampel penelitian.

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun daring kepada para pendiri, pemilik, manajer, dan pengelola perusahaan sosial di Jawa Barat. Instrumen penelitian disusun untuk mengukur empat konstruk utama, yaitu Social Entrepreneurship Orientation, Impact Measurement, Social Performance, dan Financial Performance. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert lima poin yang berkisar dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Penggunaan skala Likert memungkinkan peneliti mengukur persepsi responden secara terstruktur dan kuantitatif terhadap praktik organisasi yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3. Metode ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan simultan antar variabel laten, tidak mensyaratkan distribusi data normal

secara ketat, serta sesuai untuk ukuran sampel yang relatif terbatas. Tahapan analisis meliputi evaluasi outer model melalui pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk menggunakan nilai outer loading, AVE, Cronbach’s Alpha, serta Composite Reliability. Selanjutnya, inner model dievaluasi melalui pengujian nilai R<sup>2</sup>, Q<sup>2</sup>, dan f<sup>2</sup> untuk menilai kemampuan prediksi model. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping dengan 5.000 subsampel, di mana hipotesis dinyatakan diterima apabila memiliki nilai t-statistic > 1,96 dan p-value < 0,05.

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Profil Responden**

Sebanyak 100 kuesioner yang valid berhasil dikumpulkan dari para pendiri, manajer, dan staf senior usaha sosial yang beroperasi di Jawa Barat. Karakteristik demografis responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	58	58,0
	Perempuan	42	42,0
Usia	< 30 tahun	25	25,0
	30–40 tahun	43	43,0
	41–50 tahun	22	22,0
	> 50 tahun	10	10,0
Jabatan	Pendiri/Pemilik	48	48,0
	Manajer	35	35,0
	Staf Senior	17	17,0
Usia Usaha	2–5 tahun	41	41,0
	6–10 tahun	37	37,0
	> 10 tahun	22	22,0

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sebanyak 58 orang (58,0%), sedangkan responden perempuan berjumlah 42 orang (42,0%). Dari segi usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 30–40 tahun sebanyak 43 orang (43,0%), diikuti usia di bawah 30 tahun sebanyak 25 orang (25,0%), usia 41–50 tahun sebanyak 22 orang (22,0%), dan usia di atas 50 tahun sebanyak 10 orang (10,0%). Berdasarkan jabatan, responden didominasi oleh founder atau owner sebanyak 48 orang (48,0%), diikuti manajer sebanyak 35 orang (35,0%) dan senior staff sebanyak 17 orang (17,0%). Sementara itu, berdasarkan usia organisasi, sebagian besar perusahaan sosial telah beroperasi selama 2–5 tahun sebanyak 41 organisasi (41,0%), diikuti usia usaha 6–10 tahun sebanyak 37 organisasi (37,0%), dan lebih dari 10 tahun sebanyak 22 organisasi (22,0%). Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan pengambil keputusan utama yang memiliki pengalaman cukup dalam mengelola perusahaan sosial, sehingga informasi yang diberikan dinilai relevan untuk menggambarkan kondisi organisasi secara akurat.

**4.2 Descriptive Statistics**

Tabel 2. Descriptive Statistics

Variable	Mean	Std. Deviation
Social Entrepreneurship Orientation	4.12	0.58
Impact Measurement	4.05	0.63
Social Performance	4.18	0.55
Financial Performance	3.97	0.66

Berdasarkan Tabel 2, variabel Social Performance memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,18 dengan standar deviasi 0,55, yang menunjukkan bahwa perusahaan sosial di Jawa Barat secara umum memiliki tingkat pencapaian misi sosial yang baik dan relatif konsisten antar responden. Variabel Social Entrepreneurship Orientation memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,12 dengan standar deviasi 0,58, mengindikasikan bahwa sebagian besar organisasi menunjukkan tingkat inovasi, proaktivitas, dan orientasi sosial yang tinggi. Selanjutnya, variabel Impact Measurement memiliki nilai rata-rata sebesar 4,05 dengan standar deviasi 0,63, yang menunjukkan bahwa praktik pengukuran dan evaluasi dampak sosial telah diterapkan dengan cukup baik oleh organisasi yang diteliti. Sementara itu, Financial Performance memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 3,97 dengan standar deviasi 0,66, meskipun masih berada pada kategori tinggi. Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan sosial cenderung lebih unggul dalam pencapaian tujuan sosial dibandingkan aspek keuangan, namun tetap mampu mempertahankan tingkat kinerja finansial yang relatif baik untuk mendukung keberlanjutan operasional organisasi.

**4.3 Measurement Model Evaluation (Outer Model)**

**4.3.1 Validitas Konvergen**

Validitas konvergen dievaluasi melalui nilai Outer Loadings dan Average Variance Extracted (AVE).

Tabel 3. Nilai Outer Loadings

Construct	Indicator	Loading
SEO	SEO1	0.817
SEO	SEO2	0.842
SEO	SEO3	0.865
SEO	SEO4	0.831
SEO	SEO5	0.856
IM	IM1	0.804
IM	IM2	0.832
IM	IM3	0.858
IM	IM4	0.847
IM	IM5	0.825
SP	SP1	0.862
SP	SP2	0.878
SP	SP3	0.851
SP	SP4	0.842
SP	SP5	0.873
FP	FP1	0.819
FP	FP2	0.841
FP	FP3	0.856
FP	FP4	0.824
FP	FP5	0.837

Berdasarkan Tabel 3, seluruh indikator pada konstruk Social Entrepreneurship Orientation (SEO), Impact Measurement (IM), Social Performance (SP), dan Financial Performance (FP) memiliki nilai outer loading di atas 0,70, dengan rentang nilai antara 0,804 hingga 0,878. Nilai loading tertinggi terdapat pada indikator SP2 sebesar 0,878, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator IM1 sebesar 0,804. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki tingkat korelasi yang kuat terhadap konstruk yang diukurnya, sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen.

Table 4. AVE Results

Variable	AVE
Social Entrepreneurship Orientation	0.713

Impact Measurement	0.696
Social Performance	0.739
Financial Performance	0.702

Berdasarkan Tabel 4, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai Average Variance Extracted (AVE) di atas batas minimum yang direkomendasikan sebesar 0,50. Nilai AVE untuk Social Entrepreneurship Orientation sebesar 0,713, Impact Measurement sebesar 0,696, Social Performance sebesar 0,739, dan Financial Performance sebesar 0,702. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikatornya, sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen. Nilai AVE tertinggi terdapat pada konstruk Social Performance (0,739), yang mengindikasikan bahwa indikator-indikator pada konstruk tersebut memiliki kemampuan representasi yang sangat baik terhadap variabel yang diukur.

**4.3.2 Reliability Analysis**

Table 5. Reliability Results

Variable	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Social Entrepreneurship Orientation	0.899	0.925
Impact Measurement	0.891	0.919
Social Performance	0.911	0.934
Financial Performance	0.894	0.922

Berdasarkan Tabel 5, seluruh konstruk dalam penelitian ini menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik. Nilai Cronbach's Alpha berkisar antara 0,891 hingga 0,911, sedangkan nilai Composite Reliability berada pada rentang 0,919 hingga 0,934. Konstruk Social Performance memiliki nilai reliabilitas tertinggi dengan Cronbach's Alpha sebesar 0,911 dan Composite Reliability sebesar 0,934, sementara konstruk Impact Measurement memiliki nilai Cronbach's Alpha terendah sebesar 0,891 yang tetap berada jauh di atas batas minimum yang direkomendasikan yaitu 0,70. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing konstruk memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dalam mengukur variabel yang diteliti.

**4.4 Structural Model Evaluation (Inner Model)**

**4.4.1 Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>)**

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel R-Square, nilai R<sup>2</sup> Social Performance sebesar 0,672 menunjukkan bahwa Social Entrepreneurship Orientation dan Impact Measurement secara bersama-sama mampu menjelaskan 67,2% variasi yang terjadi pada Social Performance, sedangkan sisanya sebesar 32,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Sementara itu, nilai R<sup>2</sup> Financial Performance sebesar 0,591 mengindikasikan bahwa kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan 59,1% variasi Financial Performance, sedangkan 40,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**4.4.2 Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)**

Berdasarkan hasil pengujian Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>), nilai Q<sup>2</sup> untuk Social Performance sebesar 0,482 dan Financial Performance sebesar 0,396. Kedua nilai tersebut berada di atas nol, sehingga memenuhi kriteria predictive relevance dalam model SEM-PLS. Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediksi yang baik terhadap variabel endogen yang diteliti. Nilai Q<sup>2</sup> yang relatif tinggi pada Social Performance mengindikasikan bahwa model lebih mampu memprediksi variasi kinerja sosial dibandingkan kinerja keuangan.

**4.5 Uji Hipotesis**

Metode bootstrapping dengan 5.000 sampel ulang dilakukan untuk mengevaluasi hipotesis yang diajukan.

Tabel 6. Uji Hipotesis

Hypothesis	Relationship	$\beta$	T-Statistic	P-Value	Result
H1	SEO $\rightarrow$ Social Performance	0.462	5.884	0.000	Supported
H2	SEO $\rightarrow$ Financial Performance	0.381	4.756	0.000	Supported
H3	Impact Measurement $\rightarrow$ Social Performance	0.401	4.927	0.000	Supported
H4	Impact Measurement $\rightarrow$ Financial Performance	0.433	5.312	0.000	Supported

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 6, seluruh hipotesis penelitian dinyatakan diterima karena memiliki nilai t-statistic di atas 1,96 dan p-value di bawah 0,05. Social Entrepreneurship Orientation terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Social Performance ( $\beta = 0,462$ ;  $t = 5,884$ ;  $p = 0,000$ ) serta Financial Performance ( $\beta = 0,381$ ;  $t = 4,756$ ;  $p = 0,000$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan sosial yang dimiliki perusahaan sosial, maka semakin baik pula kinerja sosial dan kinerja keuangannya. Selain itu, Impact Measurement juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Social Performance ( $\beta = 0,401$ ;  $t = 4,927$ ;  $p = 0,000$ ) maupun Financial Performance ( $\beta = 0,433$ ;  $t = 5,312$ ;  $p = 0,000$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan organisasi dalam mengukur dan mengevaluasi dampak secara sistematis berkontribusi pada peningkatan pencapaian misi sosial sekaligus memperkuat keberlanjutan finansial organisasi. Di antara seluruh hubungan yang diuji, pengaruh terbesar ditemukan pada hubungan Social Entrepreneurship Orientation terhadap Social Performance ( $\beta = 0,462$ ), sedangkan pengaruh Impact Measurement terhadap Financial Performance ( $\beta = 0,433$ ) juga menunjukkan kontribusi yang kuat terhadap kinerja organisasi.

### Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Social Entrepreneurship Orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Social Performance. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan sosial yang memiliki tingkat inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko yang lebih tinggi cenderung mampu menghasilkan dampak sosial yang lebih besar. Dalam menghadapi berbagai permasalahan sosial yang kompleks, perusahaan sosial memerlukan kemampuan untuk mengembangkan solusi yang kreatif dan adaptif agar dapat meningkatkan kesejahteraan penerima manfaat, memperluas jangkauan program sosial, serta memperkuat keterlibatan Masyarakat (Klapper & Farber, 2016; Pozen, 2008; Schiavone et al., 2020). Organisasi yang proaktif juga lebih mampu mengidentifikasi kebutuhan pemangku kepentingan dan merespons perubahan lingkungan sosial secara cepat. Temuan ini sejalan dengan teori kewirausahaan sosial yang menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan berperan penting dalam menciptakan nilai sosial dan mendukung pencapaian misi organisasi (Lamperti et al., 2023; Zivkovic, 2018). Dengan demikian, semakin kuat orientasi kewirausahaan sosial yang dimiliki organisasi, semakin tinggi pula tingkat keberhasilannya dalam menghasilkan dampak sosial yang berkelanjutan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa Social Entrepreneurship Orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Financial Performance. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kapabilitas kewirausahaan tidak hanya berkontribusi pada pencapaian tujuan sosial, tetapi juga mendukung keberlanjutan ekonomi organisasi. Perusahaan sosial yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat cenderung lebih mampu mengidentifikasi peluang pasar, mengembangkan produk dan layanan yang inovatif, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang membedakannya dari organisasi lain (Sari & Kusumawati, 2022; Zivkovic, 2018). Kemampuan tersebut memungkinkan organisasi meningkatkan pendapatan, memperkuat stabilitas keuangan, dan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya tanpa mengabaikan misi sosial yang dijalankan. Temuan ini mendukung perspektif Resource-Based Theory yang menjelaskan bahwa kapabilitas strategis merupakan sumber daya bernilai yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja organisasi. Oleh karena itu, penguatan orientasi kewirausahaan sosial menjadi faktor penting dalam menjaga keseimbangan antara pencapaian tujuan sosial dan keberlanjutan finansial perusahaan sosial.

Hasil analisis selanjutnya menunjukkan bahwa Impact Measurement berpengaruh positif dan signifikan terhadap Social Performance. Temuan ini mengindikasikan bahwa organisasi yang secara sistematis mengukur, memantau, dan mengevaluasi dampak sosial yang dihasilkan cenderung lebih berhasil dalam mencapai misi sosialnya. Melalui proses pengukuran dampak, perusahaan sosial dapat menilai efektivitas program yang dijalankan, mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, serta memastikan bahwa seluruh aktivitas organisasi tetap selaras dengan tujuan sosial yang ingin dicapai (Ahmed & Harrison, 2022; Cornelis & Febriansyah, 2023; Kamarudin et al., 2021). Selain itu, ketersediaan data dampak yang akurat memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam perancangan program dan alokasi sumber daya. Praktik pengukuran dampak juga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas organisasi sehingga mampu memperkuat kepercayaan para pemangku kepentingan. Dengan demikian, implementasi Impact Measurement yang efektif menjadi instrumen penting dalam meningkatkan kualitas dampak sosial dan keberhasilan pencapaian misi organisasi.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa Impact Measurement memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Financial Performance, bahkan dengan koefisien pengaruh yang lebih besar dibandingkan pengaruh Social Entrepreneurship Orientation terhadap kinerja keuangan. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan organisasi dalam mengukur dan melaporkan dampak sosial secara sistematis dapat menjadi faktor strategis dalam memperkuat keberlanjutan finansial. Organisasi yang memiliki sistem pengukuran dampak yang baik cenderung lebih mampu menunjukkan nilai dan kontribusi sosialnya kepada investor, donor, pemerintah, maupun mitra strategis lainnya. Transparansi dalam pelaporan dampak meningkatkan kredibilitas organisasi sehingga memperbesar peluang memperoleh dukungan pendanaan dan investasi. Selain itu, pengukuran dampak mendorong penerapan manajemen berbasis bukti yang membantu organisasi meningkatkan efisiensi operasional, mengevaluasi efektivitas program, dan mengalokasikan sumber daya secara lebih optimal. Oleh karena itu, Impact Measurement tidak hanya berfungsi sebagai alat akuntabilitas, tetapi juga menjadi mekanisme penting yang mendukung keberlanjutan keuangan dan daya saing perusahaan sosial dalam jangka panjang.

## 5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Social Entrepreneurship Orientation dan Impact Measurement terhadap Social Performance dan Financial Performance pada perusahaan sosial di Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi, yang menegaskan pentingnya peran orientasi kewirausahaan sosial dan pengukuran dampak dalam mendukung pencapaian tujuan sosial dan ekonomi secara bersamaan. Social Entrepreneurship Orientation terbukti meningkatkan social performance dan financial performance melalui kemampuan organisasi dalam mendorong inovasi, proaktivitas, pengambilan risiko yang terukur, serta penciptaan nilai sosial yang berkelanjutan. Sementara itu, Impact Measurement berkontribusi terhadap peningkatan kinerja sosial dan keuangan melalui penguatan proses pengambilan keputusan, akuntabilitas, transparansi, kepercayaan pemangku kepentingan, dan efektivitas alokasi sumber daya. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa Social Entrepreneurship Orientation memberikan pengaruh terbesar terhadap Social Performance, sedangkan Impact Measurement memiliki pengaruh paling kuat terhadap Financial Performance, yang mengindikasikan bahwa kedua kapabilitas tersebut berfungsi sebagai sumber daya strategis yang saling melengkapi dalam meningkatkan efektivitas organisasi. Oleh karena itu, perusahaan sosial yang ingin mencapai pertumbuhan berkelanjutan perlu memperkuat orientasi kewirausahaan sosial sekaligus mengembangkan sistem pengukuran dampak yang sistematis agar mampu memaksimalkan dampak sosial dan menjaga keberlanjutan finansial dalam jangka panjang. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti innovation capability, stakeholder engagement, social capital, atau organizational resilience, serta

memperluas cakupan wilayah penelitian agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan perusahaan sosial di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, F., & Harrison, C. (2022). Entrepreneurial leadership development in teams: A conceptual model. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 14657503221143976. <https://doi.org/10.1177/14657503221143977>
- Apprilisda Ranica Putri, Devi Maria Saadah, Iis Nurkamillah, Silven Yonathan, Sucya Sri Yuliana, & Ricky Firmansyah. (2023). Peran E-commerce Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Salaut Di Universitas Teknologi Digital. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3 SE-Articles), 1–16. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.181>
- Caringal-Go, J. F., & Hechanova, M. R. M. (2018). Motivational needs and intent to stay of social enterprise workers. ... of *Social Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1468352>
- Christie, M. J., & Honig, B. (2006). Social entrepreneurship: New research findings. In *Journal of World Business*. [ideas.repec.org](https://ideas.repec.org).
- Cornelis, F. C. P. N., & Febriansyah, H. (2023). New Ways of Working in the Manufacturing Sector as COVID-19 Pandemic Learning and Its Relevance to Workforce Agility. *International Journal of Management, Entrepreneurship, Social Science and Humanities*, 6(2), 39–55.
- Dar, I. A., & Mishra, M. (2020). Dimensional impact of social capital on financial performance of SMEs. *The Journal of Entrepreneurship*, 29(1), 38–52.
- Dari, W., & Al Huda, M. F. (2021). Akuntansi Sosial Lingkungan: Keputusan Manajer dan Keberlanjutan Wirausaha Sosial pada Masyarakat Rentan (Bukti Eksperimental dari Indonesia). *EBBANK*, 11(2), 65–78.
- Eikenberry, A. M., & Kluver, J. D. (2004). The marketization of the nonprofit sector: Civil society at risk? *Public Administration Review*. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2004.00355.x>
- Fernandes, E. da S., Grochau, I. H., ten Caten, C. S., Horst, D. J., & Andrade Junior, P. P. (2024). Determinants of the financial performance of social enterprises in an emerging economy: a quantitative analysis. *Social Enterprise Journal*, 20(4), 441–471. <https://doi.org/10.1108/SEJ-04-2023-0043>
- Fernández-Guadaño, J., & Diez, R. M. (2023). Social Entrepreneurship Impact in Ten EU Countries with Supportive Regulations. *Journal of the Knowledge Economy*, 1–18.
- Kadi, D. C. A., Fauzi, R. U. A., & ... (2020). Strategi pemasaran word of mouth dan online dalam sentra industri rumah abon ikan lele di jiwon kabupaten madiun. *Journal of Social ...*
- Kamarudin, M. A. I., Nordin, N., & Nabiha, A. K. S. (2021). CONCEPTUALIZATION OF ENTREPRENEURIAL TRAINING MODEL FOR FAMILY BUSINESS SMEs IN MALAYSIA. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 7(22).
- Klapper, R. G., & Farber, V. A. (2016). In Alain Gibb's footsteps: Evaluating alternative approaches to sustainable enterprise education (SEE). *The International Journal of Management ...*
- Lamperti, S., Sammut, S., & Courrent, J. M. (2023). From incubator's knowledge transfer to sustainability start-ups' impact: a case study in a French support program. *Journal of Knowledge Management*, 27(9), 2393–2413. <https://doi.org/10.1108/JKM-09-2022-0690>
- Macassa, G. (2022). The Impact of the Inter-Section Smart Specialization, Social Enterprise, and Innovation on Health Promotion and Equity. *International Journal of Sustainable Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility (IJSECSR)*, 7(1), 1–12.
- McDonnell, B. H. (2016). Benefit corporations and public markets: First experiments and next steps. *Seattle UL Rev.*
- Mubarak, N., Khan, J., Yasmin, R., & Osmadi, A. (2021). The impact of a proactive personality on innovative work behavior: the role of work engagement and transformational leadership. *Leadership and Organization Development Journal*, 42(7). <https://doi.org/10.1108/LODJ-11-2020-0518>
- Pirson, M. (2012). Social entrepreneurs as the paragons of shared value creation? A critical perspective. *Social Enterprise Journal*. <https://doi.org/10.1108/17508611211226575>
- Pozen, D. E. (2008). We are all entrepreneurs now. *Wake Forest L. Rev.*
- Sari, N. T. P., & Kusumawati, A. (2022). Literature Review : The Efforts To Strengthening of Micro, Small and Medium-Sized Enterprises (MSME) in Indonesia. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 2(01 SE-Articles), 98–115.
- Schiavone, F., Tutore, I., & Cucari, N. (2020). How digital user innovators become entrepreneurs: a sociomaterial analysis. ... *Analysis & Strategic Management*. <https://doi.org/10.1080/09537325.2019.1696955>
- Smiddy, L. O. (2010). SYMPOSIUM INTRODUCTION CORPORATE CREATIVITY: THE VERMONT L3C

- &OTHER DEVELOPMENTS IN SOCIAL ENTREPRENEURSHIP. In *Vermont Law Review*.  
lawreview.vermontlaw.edu.
- Troise, C., Dana, L. P., Tani, M., & Lee, K. Y. (2022). Social media and entrepreneurship: exploring the impact of social media use of start-ups on their entrepreneurial orientation and opportunities. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(1), 47–73.
- Weerasekara, S., & Bhanugopan, R. (2023). The impact of entrepreneurs' decision-making style on SMEs' financial performance. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(5), 861–884. <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2021-0099>
- Yarima, Y. A., Gamawa, A. I., & Ladan, A. (2023). SURVEY OF THE IMPACT OF SOCIAL INVESTMENT PROGRAMS TOWARD BENEFICIARIES'ECONOMIC EMPOWERMENT AND ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN NIGERIA.
- Yaskun, M., Sudarmiatin, Agus Hermawan, & Wening Patmi Rahayu. (2023). The Effect of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Innovation and Competitive Advantage on Business Performance of Indonesian MSMEs. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4 SE-Articles), E01563. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1563>
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & ... (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business ...*
- Zivkovic, S. (2018). Systemic innovation labs: A lab for wicked problems. *Social Enterprise Journal*. <https://doi.org/10.1108/SEJ-04-2018-0036>