

DARI NIAT KE AKSI: KERANGKA TEORITIS PERILAKU SUSTAINOPRENEUR YANG DIMOTORI FAKTOR INTERNAL

Syabibah Yusrina Qamarani¹⁾, Muhammad Irfan Fadholi²⁾,
Agus Irawan³⁾, Adi Pratomo⁴⁾

email: syabibahyusrina@poliban.ac.id, mirfanfadholi@poliban.ac.id,
agusirawan@poliban.ac.id, adipratomo@poliban.ac.id

¹⁾Prodi D3 Administrasi Bisnis/ Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

^{2,3)}Prodi D3 Sistem Informasi/ Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

⁴⁾Prodi D4 Bisnis Digital/ Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

Ringkasan

Meskipun banyak pelaku usaha memiliki niat untuk berwirausaha secara berkelanjutan, masih terjadi kesenjangan nyata antara komitmen dan tindakan keberlanjutan di lapangan. Untuk menjawab fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis faktor internal yang memengaruhi Sustainable Entrepreneurial Behavior dengan menekankan peran Sustainable Motivation Factors, Moral Disengagement, serta Sustainable Self-Identity. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan melibatkan 162 pelaku usaha UMKM di Kalimantan Selatan sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sustainable Motivation Factors berpengaruh positif signifikan terhadap Sustainable Entrepreneurial Intention, Antecedents of Moral Disengagement, dan Sustainable Self-Identity. Selanjutnya, Sustainable Entrepreneurial Intention terbukti mendorong Sustainable Entrepreneurial Behavior, sedangkan Moral Disengagement berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku tersebut. Namun, pengaruh negatif ini dapat dilemahkan melalui Sustainable Self-Identity yang kuat. Model penelitian memiliki daya prediksi yang tinggi dan menjelaskan lebih dari setengah variasi perilaku kewirausahaan berkelanjutan ($R^2 = 0,523$). Secara teoretis, penelitian ini memperluas pemahaman tentang intention–behavior gap, sementara secara praktis memberikan rekomendasi bagi UMKM, lembaga pendidikan, dan pembuat kebijakan untuk memperkuat perilaku kewirausahaan berkelanjutan.

Kata Kunci : Sustainable Entrepreneurial Behavior, Sustainable Motivation Factors, Moral Disengagement, Sustainable Self-Identity

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan berkelanjutan (*sustainopreneurship*) dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan perhatian global karena tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga bertanggung jawab terhadap aspek lingkungan dan sosial. Wirausahawan berkelanjutan berperan penting dalam menghadapi tantangan global seperti perubahan iklim, penipisan sumber daya alam, dan ketimpangan sosial dengan mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam model bisnis mereka [1]–[3]. Transformasi ini semakin relevan dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap praktik bisnis etis, regulasi lingkungan yang lebih ketat, dan tuntutan masyarakat terhadap peran pelaku usaha sebagai agen perubahan. Indonesia, sebagai negara berkembang dengan tingkat kerentanan lingkungan tinggi [4]–[6], telah berkomitmen mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) 2030 [7]. Dalam hal ini, sektor UMKM berperan strategis dalam mendukung SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur), serta SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab). Namun, peningkatan kesadaran tersebut belum selalu diikuti perilaku nyata dalam praktik usaha berkelanjutan, sehingga muncul kesenjangan antara niat dan tindakan dalam penerapan prinsip keberlanjutan.

Meskipun berbagai inisiatif keberlanjutan telah berkembang di tingkat nasional, tantangan tetap muncul pada implementasinya di daerah yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang khas. Kalimantan Selatan yang kaya sumber daya alam justru mengalami tekanan ekologis akibat industri ekstraktif, deforestasi, dan alih fungsi lahan. Tekanan ini semakin diperburuk oleh rendahnya

kepatuhan sektor usaha, termasuk UMKM, terhadap standar lingkungan sebagaimana ditunjukkan oleh data KLHK dan PROPER, serta belum optimalnya penerapan kebijakan nasional seperti Perpres No. 2 Tahun 2022 atau ISPO [8]–[10]. Sementara itu, kesadaran generasi muda dan konsumen terhadap isu lingkungan memunculkan wirausaha baru dengan orientasi keberlanjutan [11]–[13]. Namun, banyak di antaranya tidak konsisten mempertahankan komitmen keberlanjutan saat berhadapan dengan tekanan biaya atau peluang keuntungan jangka pendek [14]–[16]. Fenomena ini menunjukkan adanya *intention-behavior gap*, yang dapat dijelaskan oleh *moral disengagement*—sebuah mekanisme justifikasi mental di mana individu merasionalisasi perilaku yang melanggar nilai moral [17]–[19].

Sejumlah penelitian terdahulu telah berupaya menjelaskan dinamika tersebut melalui pendekatan motivasional dan psikologis. Penelitian terdahulu mengidentifikasi faktor motivasional dan psikologis yang mendorong keterlibatan dalam kewirausahaan berkelanjutan [20]–[23]. Arru [24] menekankan pentingnya nilai ekosentris, motivasi internal, serta efikasi diri kewirausahaan sebagai *sustainable motivation factors*. Namun, niat saja tidak menjamin perilaku nyata [25], [26]. Di Kalimantan Selatan, *intention-behavior gap* makin terlihat dengan rendahnya partisipasi UMKM dalam skema keberlanjutan [27]–[30]. Hal ini menunjukkan perlunya penguatan *Sustainable Motivation Factors*, pengurangan *Moral Disengagement*, serta peran *Sustainable Self-Identity* agar pelaku usaha lebih konsisten dengan nilai berkelanjutan [31].

Dengan mempertimbangkan kesenjangan konseptual dan empiris tersebut, penelitian ini merumuskan delapan pertanyaan inti terkait pengaruh *Sustainable Motivation Factors* terhadap *Sustainable Entrepreneurial Intention*, *Antecedents of Moral Disengagement*, dan *Sustainable Self-Identity*; hubungan *Antecedents of Moral Disengagement* dengan *Moral Disengagement*; pengaruh negatif *Moral Disengagement* terhadap *Sustainable Entrepreneurial Behavior*; peran positif *Sustainable Entrepreneurial Intention* terhadap *Sustainable Entrepreneurial Behavior*; serta moderasi *Sustainable Self-Identity* dalam memperlemah pengaruh *Moral Disengagement*.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya menjawab kesenjangan pemahaman tentang dinamika psikologis dalam kewirausahaan berkelanjutan. Kontribusinya meliputi aspek teoretis, yaitu integrasi faktor pendorong dan penghambat dalam satu model perilaku, memperluas penerapan *Social Cognitive Theory* [32] melalui kajian moral disengagement, dan mendorong pendekatan berbasis identitas diri dalam studi UMKM. Secara praktis, penelitian ini memberi manfaat bagi UMKM dalam memperkuat motivasi dan identitas keberlanjutan, bagi pemerintah untuk merancang kebijakan yang lebih etis dan psikologis, bagi lembaga pelatihan untuk mengembangkan kurikulum yang menekankan etika dan pencegahan moral disengagement, serta bagi institusi akademik sebagai rujukan dalam pengembangan studi dan pengajaran kewirausahaan berkelanjutan di Indonesia.

2. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya yang relevan menjadi dasar kajian empiris dalam studi ini, meskipun belum ada yang mengkaji keseluruhan variabel secara terpadu sebagaimana dilakukan dalam penelitian ini. Beberapa penelitian [33]–[37] meneliti keterkaitan *Sustainable Motivation Factors* (X1), *Sustainable Entrepreneurial Intention* (X2), dan *Sustainable Entrepreneurial Behavior* (Y). Sementara itu, penelitian yang lain [26], [38] memperluas fokus dengan menambahkan variabel *Antecedents of Moral Disengagement* (X3), *Moral Disengagement* (X4), serta *Sustainable Self-Identity* (Z1). Terdapat penelitian [39]–[41] yang juga menyoroti sebagian variabel, namun dengan kombinasi yang berbeda.

Dari pemetaan penelitian terdahulu ini terlihat bahwa belum ada studi yang secara komprehensif mengintegrasikan X1 hingga X4, Z1, dan Y ke dalam satu model analisis (lihat Tabel 1). Penggabungan variabel-variabel tersebut penting karena dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai bagaimana faktor motivasional dan moral berinteraksi membentuk perilaku kewirausahaan berkelanjutan. Secara khusus, integrasi antara *Sustainable Motivation Factors* dan *Moral Disengagement* memungkinkan identifikasi mekanisme psikologis yang menjelaskan mengapa sebagian wirausahawan gagal menerjemahkan niat berkelanjutan menjadi tindakan nyata. Sementara itu, memasukkan *Sustainable Self-Identity* dalam model memberikan dimensi protektif yang dapat memperkuat konsistensi antara niat dan perilaku, sehingga memperkaya model konseptual yang ada.

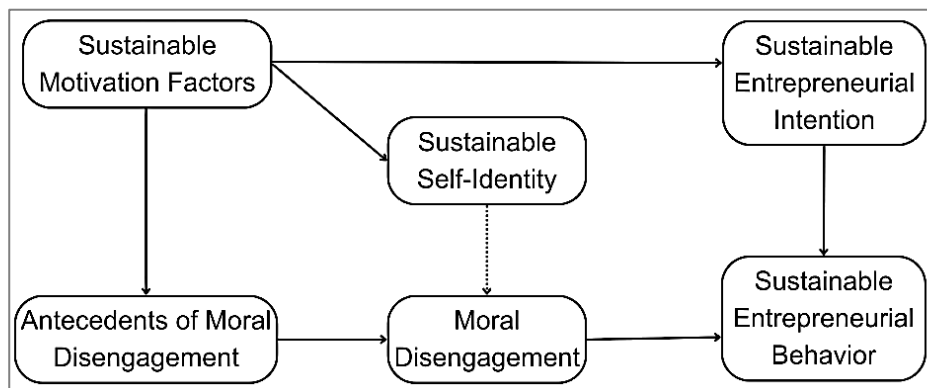
Tabel 1. Mapping Penelitian Relevan Terdahulu dengan Penelitian ini

No	Penelitian (tahun)	Persamaan Variabel					
		X1	X2	X3	X4	Z1	Y
1	Silberer et al., (2020) [37]	√	√				√
2	Ip (2024) [34]		√				√
3	Maqsoom et al., (2023) [35]	√	√				√
4	Mastria et al., (2023) [36]	√	√				√
5	Yudanto & Martdianty (2024) [33]	√	√				√
6	Wu et al., (2020) [38]		√	√	√	√	
7	Kilian & Mann (2020) [26]		√	√	√	√	
8	Chen (2020) [40]	√	√			√	
9	Herrington (2023) [39]		√			√	
10	Qasim et al., (2019) [41]		√			√	
11	Penelitian ini	√	√	√	√	√	√

Sumber: Diolah Penulis, 2025

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kesenjangan empiris, tetapi juga menawarkan kontribusi teoretis melalui pengembangan model integratif yang menjelaskan dinamika intention–behavior gap dalam konteks kewirausahaan berkelanjutan.

Kerangka Dasar Teoretik



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Diolah Penulis, 2025

Kerangka konsep penelitian ini dibangun dengan merujuk pada empat teori utama (lihat Gambar 1). Pertama, *Self-Determination Theory* [42] menjelaskan bahwa motivasi berkelanjutan, baik intrinsik maupun ekstrinsik, merupakan pendorong utama, yang dalam penelitian ini adalah munculnya *Sustainable Entrepreneurial Intention*. Faktor-faktor seperti kepedulian terhadap lingkungan, dorongan sosial, dan nilai personal menjadi dasar dari niat berwirausaha secara berkelanjutan.

Penggunaan *Moral Disengagement Theory* [32] menyoroti bagaimana individu dapat menonaktifkan standar moral melalui mekanisme seperti justifikasi moral, *displacement of responsibility*, atau distorsi konsekuensi. Dalam penelitian ini, *Moral Disengagement* diposisikan sebagai variabel penghambat yang dapat menghalangi terwujudnya niat menjadi perilaku nyata, dengan *Antecedents of Moral Disengagement* berupa tekanan lingkungan, konflik nilai, atau pengaruh budaya bisnis sebagai pemicu.

Kemudian, *Identity Theory* [43] digunakan untuk menekankan peran penting identitas diri dalam membangun konsistensi antara nilai personal dengan perilaku. Dalam konteks penelitian ini, *Sustainable Self-Identity* diyakini mampu menekan dampak negatif dari *Moral Disengagement* sekaligus memperkuat hubungan antara niat dan perilaku berkelanjutan.

Terakhir, *Theory of Planned Behavior* [44] menjadi dasar konseptual dalam menempatkan *Sustainable Entrepreneurial Intention* sebagai mediator antara motivasi dan perilaku. Namun, model klasik TPB ini dimodifikasi dengan menambahkan faktor penghambat berupa *Moral Disengagement*

serta faktor pelindung berupa *Sustainable Self-Identity*, sehingga mampu menjelaskan lebih komprehensif adanya *intention-behavior gap* dalam kewirausahaan berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengkonfirmasi dan menguji hubungan kausal antarvariabel dalam model penelitian yang diajukan. Pemilihan desain eksplanatori dilakukan karena penelitian ini tidak hanya berupaya menggambarkan fenomena, tetapi juga menjelaskan mekanisme sebab-akibat antara faktor motivasional, moral, dan identitas diri dalam membentuk perilaku kewirausahaan berkelanjutan.

Model penelitian dikembangkan untuk menganalisis keterkaitan antara *Sustainable Motivation Factors* (X1), *Sustainable Entrepreneurial Intention* (X2), *Antecedents of Moral Disengagement* (X3), *Moral Disengagement* (X4), *Sustainable Self-Identity* (Z1), dan *Sustainable Entrepreneurial Behavior* (Y).

Definisi Operasional Variabel

Setiap variabel dioperasionalisasi berdasarkan adaptasi indikator dari penelitian terdahulu.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel / Kode	Definisi Operasional	Indikator Pernyataan	Sumber Adaptasi
X1 – SMF	Dorongan nilai pribadi, efikasi diri, dan tanggung jawab sosial yang menstimulasi individu untuk berwirausaha dengan orientasi keberlanjutan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya terdorong berwirausaha karena nilai pribadi saya menekankan perlindungan lingkungan. 2. Saya percaya diri dapat mengembangkan solusi bisnis yang ramah lingkungan. 3. Saya optimis bisnis hijau dapat berhasil walau situasi pasar berubah. 4. Tanggung jawab sosial mendorong saya memilih model bisnis yang berkelanjutan. 5. Saya memiliki motivasi kuat untuk merintis usaha yang memecahkan masalah lingkungan. 6. Saya ingin usaha saya memberi manfaat lingkungan sekaligus ekonomi. 	Arru (2019) [24]; Silberer et al. (2020) [37]; Maqsoom et al. (2023) [35]
X2 – SEI	Niat dan kemauan individu untuk memulai bisnis yang ramah lingkungan dan sosial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berniat memulai bisnis yang membantu mengatasi masalah lingkungan. 2. Dalam beberapa tahun ke depan, saya berencana merintis usaha yang ramah lingkungan. 3. Saya bersedia meluangkan waktu dan sumber daya untuk memulai bisnis berkelanjutan. 4. Jika ada peluang, saya memilih usaha hijau dibanding usaha konvensional. 	Ajzen (1991) [44]; Chen (2020) [40]
X3 – AMD	Predisposisi psikologis seperti lemahnya norma pribadi, fokus utilitarian sempit, dan tekanan situasional yang dapat memfasilitasi timbulnya moral disengagement.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa isu lingkungan adalah urusan pribadi orang lain, bukan tanggung jawab saya. 2. Pertimbangan keuntungan pribadi sering saya dahulukan dibanding dampak lingkungan. 3. Saya tidak terlalu peduli bagaimana tindakan saya dilihat sebagai pro-sosial oleh orang lain. 4. Saya merasa sulit membedakan mana praktik bisnis yang etis terhadap lingkungan. 5. Tekanan situasional (waktu/biaya) membuat saya cenderung mengabaikan pertimbangan lingkungan. 	Bandura (1999) [32]; Wu et al. (2020) [38]

Variabel / Kode	Definisi Operasional	Indikator Pernyataan	Sumber Adaptasi
X4 – MD	Proses penonaktifan standar moral yang memungkinkan individu membenarkan perilaku tidak etis terhadap lingkungan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengurangi limbah tidak selalu prioritas; keberlangsungan bisnis lebih penting saat persaingan ketat. 2. “Optimasi biaya” hanyalah istilah yang wajar meski berarti mengurangi standar lingkungan. 3. Jika usaha saya menghasilkan sedikit emisi dibanding industri besar, maka dampaknya dapat diabaikan. 4. Keputusan terkait izin dan standar lingkungan adalah tanggung jawab pemerintah, bukan saya. 5. Semua orang di industri melakukan praktik yang kurang ramah lingkungan; konsekuensinya kecil. 6. Pelanggan terlalu sensitif soal isu lingkungan; keluhan mereka berlebihan. 	Bandura et al. (1996) [32]; Kilian & Mann (2020) [26]
Z1 –SSI	Sejauh mana individu memandang kepedulian terhadap lingkungan sebagai bagian penting dari jati dirinya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi pribadi yang peduli lingkungan adalah bagian penting dari jati diri saya. 2. Orang lain mengenal saya sebagai seseorang yang memilih opsi berkelanjutan. 3. Saya merasa tidak nyaman bila tindakan saya bertentangan dengan prinsip keberlanjutan. 4. Saat membuat keputusan bisnis, saya mempertimbangkan dampak lingkungan karena itu mencerminkan diri saya. 	van der Werff et al. (2014); Ip (2024) [34]
Y –SEB	Tindakan nyata dalam merancang dan menjalankan usaha yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan maupun sosial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengumpulkan informasi pasar atau teknologi untuk memulai bisnis hijau. 2. Saya membangun jejaring untuk mendukung rencana bisnis berkelanjutan saya. 3. Saya telah menguji gagasan atau prototipe produk/layanan ramah lingkungan. 4. Saya mencari pendanaan atau dukungan (hibah, inkubator) untuk usaha hijau. 5. Saya menyusun rencana bisnis yang mengintegrasikan tujuan lingkungan yang terukur. 	Herrington (2023) [39]; Qasim et al. (2019) [41]

Sumber: Diolah Penulis, 2025

Seluruh indikator diukur dengan skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). Beberapa item reverse-coded diterapkan pada variabel X3 dan X4 untuk menghindari bias kesepakatan.

Populasi Dan Sampel

Populasi penelitian adalah pelaku UMKM berorientasi keberlanjutan (sustainopreneurs) di Provinsi Kalimantan Selatan. Kriteria responden mencakup pelaku usaha yang:

1. memiliki bisnis aktif minimal dua tahun, dan
2. telah menerapkan praktik ramah lingkungan atau sosial dalam kegiatan usahanya.

Sampel berjumlah 162 responden, ditentukan menggunakan rumus Hair et al. (2021) yang merekomendasikan minimal 10 responden per indikator laten dalam model SEM. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling agar sesuai dengan karakteristik penelitian.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner baik secara daring maupun luring dalam periode Juli hingga Agustus 2025. Kuesioner disebarakan menggunakan jaringan komunitas UMKM, asosiasi bisnis lokal, serta media sosial untuk menjangkau pelaku usaha berorientasi keberlanjutan. Dari seluruh kuesioner yang kembali, hanya data yang lengkap dan valid yang dipertahankan, yaitu sejumlah 162 data responden untuk dianalisis.

Analisis Data

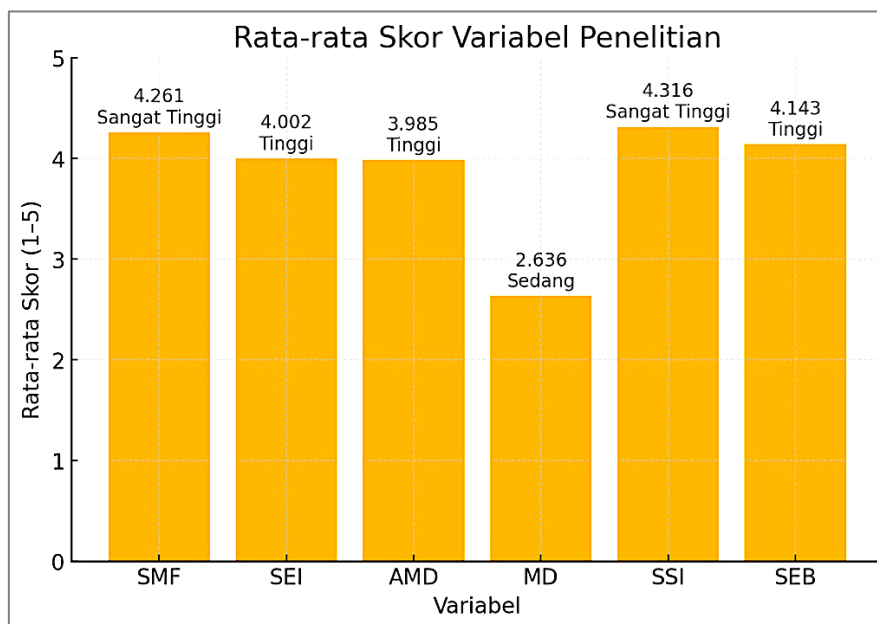
Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Pemilihan SEM-PLS didasarkan pada sifat penelitian yang bersifat prediktif dan eksploratif, serta kesesuaiannya untuk menganalisis model dengan variabel laten yang kompleks [45]. Tahapan analisis mencakup evaluasi measurement model untuk menguji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk; dilanjutkan dengan evaluasi structural model untuk menguji signifikansi hubungan antarvariabel [45]. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menguji sekaligus menjelaskan peran variabel motivasional, penghambat, dan identitas dalam menjembatani kesenjangan antara niat dan perilaku kewirausahaan berkelanjutan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat kecenderungan jawaban responden pada setiap indikator variabel dengan skala Likert 1–5 (sangat tidak setuju–sangat setuju). Rata-rata jawaban diinterpretasikan menggunakan interval 0,80 [46], sehingga diperoleh kategori: sangat rendah (1,00–1,80), rendah (1,81–2,60), sedang (2,61–3,40), tinggi (3,41–4,20), dan sangat tinggi (4,21–5,00).

Hasil analisis deskriptif (lihat Gambar 2) menunjukkan bahwa variabel *Sustainable Motivation Factors* (SMF) dan *Sustainable Self-Identity* (SSI) berada pada kategori sangat tinggi, *Sustainable Entrepreneurial Intention* (SEI), *Antecedents of Moral Disengagement* (AMD), dan *Sustainable Entrepreneurial Behavior* (SEB) berada pada kategori tinggi, sedangkan *Moral Disengagement* (MD) berada pada kategori sedang. Temuan ini menggambarkan bahwa responden memiliki motivasi dan identitas keberlanjutan yang kuat, dengan kecenderungan perilaku kewirausahaan berkelanjutan yang tinggi, meskipun masih terdapat tantangan berupa kecenderungan pelepasan tanggung jawab moral pada tingkat sedang.



Gambar 2. Analisis Deskriptif
Sumber: Diolah Penulis, 2025

Analisis Inferensial Outer Model

Evaluasi outer model dilakukan melalui uji validitas konvergen, reliabilitas konstruk, dan discriminant validity (lihat Tabel 3 dan Tabel 4).

Tabel 3. Reliabilitas dan Validitas Konstruk

Construct (Variabel)	Item (Indikator)	Loading	α	CR	AVE
SMF	x1.1	0.821	0.901	0.922	0.689
	x1.2	0.845	0.901	0.922	0.689
	x1.3	0.834	0.901	0.922	0.689
	x1.4	0.842	0.901	0.922	0.689
	x1.5	0.860	0.901	0.922	0.689
	x1.6	0.827	0.901	0.922	0.689
SEI	X2.1	0.810	0.884	0.907	0.710
	X2.2	0.825	0.884	0.907	0.710
	X2.3	0.819	0.884	0.907	0.710
	X2.4	0.816	0.884	0.907	0.710
AMD	x3.1	0.807	0.877	0.902	0.653
	x3.2	0.812	0.877	0.902	0.653
	x3.3	0.823	0.877	0.902	0.653
	x3.4	0.818	0.877	0.902	0.653
	x3.5	0.805	0.877	0.902	0.653
MD	X4.1	0.712	0.802	0.844	0.527
	X4.2	0.698	0.802	0.844	0.527
	X4.3	0.705	0.802	0.844	0.527
	X4.4	0.710	0.802	0.844	0.527
	X4.5	0.715	0.802	0.844	0.527
	X4.6	0.692	0.802	0.844	0.527
SSI	z1	0.875	0.893	0.916	0.731
	z2	0.860	0.893	0.916	0.731
	z3	0.872	0.893	0.916	0.731
	z4	0.854	0.893	0.916	0.731
SEB	Y1	0.822	0.910	0.928	0.720
	Y2	0.835	0.910	0.928	0.720
	Y3	0.829	0.910	0.928	0.720
	Y4	0.847	0.910	0.928	0.720
	Y5	0.852	0.910	0.928	0.720

Sumber: Diolah Penulis, 2025

Tabel 4. Discriminant Validity

	X1 (SMF)	X2 (SEI)	X3 (AMD)	X4 (MD)	Y (SEB)	Z (SSI)
X1 (SMF)	0,879					
X2 (SEI)	0,575	0,870				
X3 (AMD)	0,388	0,171	0,904			
X4 (MD)	-0,400	-0,445	0,184	0,945		
Y (SEB)	0,730	0,595	0,229	-0,510	0,899	
Z (SSI)	0,740	0,649	0,197	-0,532	0,621	0,851

Sumber: Diolah Penulis, 2025

Hasil uji outer loading menunjukkan bahwa seluruh indikator pada konstruk SMF, SEI, AMD, MD, SSI, dan SEB memiliki nilai loading di atas 0,70. Hal ini membuktikan bahwa setiap indikator valid dalam merefleksikan konstruk yang diukurnya. Dengan demikian, tidak ada indikator yang dieliminasi dari model penelitian. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability untuk semua konstruk berada di atas 0,70, sedangkan nilai Average Variance Extracted (AVE) seluruh konstruk melebihi 0,50. Dengan demikian, semua konstruk dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat convergent validity. Discriminant validity juga terpenuhi karena setiap konstruk mampu membedakan diri dari konstruk lainnya dengan lebih kuat menjelaskan indikatornya sendiri dibanding hubungannya dengan konstruk lain.

Inner Model

Pengujian inner model dilakukan untuk melihat kekuatan prediksi model dan hubungan antar konstruk (variabel) (lihat Tabel 5 dan Tabel 6).

Tabel 5. R-square

	R-square	R-square adjusted
X2 (SEI)	0.331	0.326
X3 (AMD)	0.150	0.145
X4 (MD)	0.370	0.362
Y (SEB)	0.523	0.511
Z (SSI)	0.547	0.544

Sumber: Diolah Penulis, 2025

Tabel 6. f-square

	f-square
X1 (SMF) -> X2 (SEI)	0.494
X1 (SMF) -> X3 (AMD)	0.177
X1 (SMF) -> Z (SSI)	1.209
X2 (SEI) -> Y (SEB)	0.146
X3 (AMD) -> X4 (MD)	0.138
X4 (MD) -> Y (SEB)	0.063
Z (SSI) -> X4 (MD)	0.533
Z (SSI) -> Y (SEB)	0.187
Z (SSI) x X4 (MD) -> Y (SEB)	0.090

Sumber: Diolah Penulis, 2025

R-square menunjukkan bahwa SEI dijelaskan sebesar 33,1% oleh SMF, AMD dijelaskan 15,0% oleh SMF, MD dijelaskan 37,0% oleh AMD dan SSI, SEB dijelaskan 52,3% oleh MD dan SEI, serta SSI dijelaskan 54,7% oleh SMF. Nilai tersebut menunjukkan kemampuan prediktif yang moderat hingga substansial.

f-square mengindikasikan bahwa SMF berpengaruh besar terhadap SEI dan SSI, sedangkan SSI berpengaruh besar terhadap MD. Efek sedang ditunjukkan pada pengaruh SMF terhadap AMD dan SSI terhadap SEB. Sementara itu, pengaruh lain berada pada kategori kecil.

Uji predictive relevance (Q2) untuk memvalidasi model. Hasil perhitungan Q adalah sebagai berikut:

$$Q2 = 1 - (1 - R12) (1 - R22) (1 - R32) (1 - R42) (1 - R52)$$

$$Q2 = 1 - (1 - 0.331) (1 - 0.150) (1 - 0.370) (1 - 0.523) (1 - 0.547)$$

$$Q2 = 0,922$$

Q² predictive relevance sebesar 0,922, menegaskan bahwa model penelitian memiliki daya prediksi yang sangat baik.

Uji signifikansi parameter jalur (path coefficient) menunjukkan beberapa hasil penting :

Tabel 7. Uji Hipotesis

Hipotesis	Path Coefficient (β)	p-Value	Keterangan
H1: SMF → SEI	+ signifikan	0.000	Diterima
H2: SMF → AMD	+ signifikan	0.000	Diterima
H3: SMF → SSI	+ signifikan	0.000	Diterima
H4: SEI → SEB	+ signifikan	0.000	Diterima
H5: AMD → MD	+ signifikan	0.000	Diterima
H6: MD → SEB	- signifikan	0.000	Diterima
H7: SSI × MD → SEB (Moderasi)	- signifikan	0.000	Diterima
H8: SSI → MD	- signifikan	0.000	Diterima

Sumber: Diolah Penulis, 2025

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa SMF berpengaruh positif signifikan terhadap SEI, AMD, dan SSI, yang berarti motivasi berkelanjutan mampu meningkatkan niat kewirausahaan, menekan faktor pemicu moral disengagement, serta memperkuat identitas diri berkelanjutan. Selanjutnya, SEI terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap SEB, sehingga semakin tinggi niat berwirausaha berkelanjutan, semakin tinggi pula perilaku kewirausahaan berkelanjutan yang ditunjukkan. AMD juga berpengaruh positif signifikan terhadap MD, menandakan bahwa faktor-faktor antecedent mampu mendorong munculnya moral disengagement. Di sisi lain, MD berpengaruh negatif signifikan terhadap SEB, yang berarti semakin tinggi moral disengagement, semakin rendah perilaku kewirausahaan berkelanjutan. Selain itu, SSI terbukti memoderasi hubungan antara MD terhadap SEB secara signifikan dengan arah negatif, artinya identitas diri berkelanjutan dapat memperlemah pengaruh negatif moral disengagement terhadap perilaku kewirausahaan. Terakhir, SSI berpengaruh negatif signifikan terhadap MD, yang menunjukkan bahwa identitas diri berkelanjutan mampu menekan tingkat moral disengagement individu. Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian terbukti diterima.

Pembahasan

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gap antara niat dan perilaku dalam kewirausahaan berkelanjutan dapat dijumpai melalui penguatan motivasi berkelanjutan dan identitas diri, serta pengendalian faktor-faktor yang memicu moral disengagement. Ringkasan dari hasil analisis deskriptif dan pengujian model struktural menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini terbukti diterima dengan arah hubungan yang sesuai dugaan awal, sekaligus memperkuat temuan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan. Untuk memperjelas keterkaitan antara hipotesis, hasil uji empiris, dan dukungan literatur terdahulu, disajikan rangkuman pada tabel berikut.

Tabel 8. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis dan Dukungan Literatur

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	Hasil Uji	Keterangan	Dukungan Penelitian Terdahulu
H1	SMF → SEI	Positif signifikan	Diterima	1. Arru (2020) [24]; 2. Yudanto & Martdianty (2024) [33]; 3. Peng et al. (2021) [13]
H2	SMF → AMD	Positif signifikan	Diterima	1. Reuther et al. (2023) [21]; 2. Wu et al. (2020) [38]
H3	SMF → SSI	Positif signifikan	Diterima	1. Mastria et al. (2023) [36]; 2. Chen (2020) [40]
H4	SEI → SEB	Positif signifikan	Diterima	1. Ip (2024) [34]; 2. Maqsoom et al. (2023) [35]; 3. Ajzen (2012) [44]
H5	AMD → MD	Positif signifikan	Diterima	1. Wu et al. (2020) [38]; 2. Kilian & Mann (2020) [26]
H6	MD → SEB	Negatif signifikan	Diterima	1. Leviston & Walker (2021) [25]; 2. Sharma & Lal (2020) [18]
H7	SSI x MD → SEB	Moderasi negatif signifikan (memperlemah)	Diterima	1. Chen (2020) [40]; 2. Qasim et al. (2019) [41]
H8	SSI → MD	Negatif signifikan	Diterima	1. Silberer et al. (2020) [37]; 2. Herrington (2023) [39]

Sumber: Diolah Penulis, 2025

5. KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa *Sustainable Motivation Factors* (SMF) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Sustainable Entrepreneurial Intention* (SEI), *Antecedents of Moral Disengagement* (AMD), dan *Sustainable Self-Identity* (SSI). Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat motivasi berkelanjutan, semakin besar pula kecenderungan individu untuk memiliki niat berwirausaha secara berkelanjutan, semakin terkendali faktor pemicu pelepasan tanggung jawab moral, dan semakin kuat identitas keberlanjutan yang dimilikinya. Selanjutnya, SEI terbukti mampu meningkatkan *Sustainable Entrepreneurial Behavior* (SEB), sehingga semakin tinggi

niat yang dimiliki, semakin nyata pula perilaku kewirausahaan yang diwujudkan. Di sisi lain, AMD terbukti berpengaruh positif terhadap *Moral Disengagement* (MD), yang selanjutnya berpengaruh negatif terhadap SEB. Artinya, semakin tinggi pelepasan tanggung jawab moral, semakin rendah tingkat perilaku kewirausahaan berkelanjutan yang ditunjukkan. Adapun SSI berperan penting dalam menekan MD serta memperlemah dampak negatif MD terhadap SEB, sehingga dapat menjaga konsistensi perilaku kewirausahaan berkelanjutan. Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa kesenjangan antara niat dan perilaku kewirausahaan berkelanjutan dapat dijumpai dengan memperkuat motivasi berkelanjutan dan identitas diri, serta mengendalikan pengaruh moral disengagement

Saran

Berdasarkan temuan tersebut, beberapa saran dapat diajukan. Dari sisi tindakan praktis, lembaga pendidikan maupun inkubator bisnis disarankan untuk merancang program yang dapat memperkuat SMF pada mahasiswa maupun calon entrepreneur, misalnya melalui pelatihan kewirausahaan berkelanjutan, studi kasus nyata, serta penguatan nilai keberlanjutan dalam kurikulum dan aktivitas bisnis. Dengan demikian, individu akan memiliki SSI yang lebih kuat dan konsisten dalam menghadapi tantangan kewirausahaan.

Dari sisi pengembangan teori, penelitian ini memperkaya *Theory of Planned Behavior* dengan menunjukkan peran penting SSI dan MD dalam menjembatani kesenjangan antara niat (SEI) dan perilaku (SEB) kewirausahaan berkelanjutan. Hal ini membuka ruang untuk memperluas pemahaman teoritis tentang faktor-faktor yang memengaruhi kewirausahaan berkelanjutan.

Untuk penelitian lanjutan, disarankan melibatkan sampel yang lebih luas, baik lintas budaya maupun lintas sektor industri, agar temuan ini dapat diuji secara lebih komprehensif. Peneliti berikutnya juga dapat menambahkan variabel eksternal, seperti dukungan lingkungan, regulasi pemerintah, maupun norma sosial, guna mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh. Selain itu, studi longitudinal penting dilakukan untuk melihat bagaimana dinamika SMF, SSI, dan MD berkembang dari waktu ke waktu dalam memengaruhi SEB

6. DAFTAR PUSTAKA

1. V. Chistov, S. Tanwar, and C. S. Yadav, "Sustainable Entrepreneurship and Innovation. Addressing the Grand Challenges through Radical Change and Open Innovation," *EcoEvoRxiv*, pp. 1–12, 2021.
2. J. Horne, M. Recker, I. Michelfelder, J. Jay, and J. Kratzer, "Exploring entrepreneurship related to the sustainable development goals - mapping new venture activities with semi-automated content analysis," *J. Clean. Prod.*, vol. 242, p. 118052, 2020.
3. P. Muñoz and B. Cohen, "Sustainable Entrepreneurship Research: Taking Stock and looking ahead," *Bus. Strateg. Environ.*, vol. 27, no. 3, pp. 300–322, 2018.
4. K. A. Monk and D. Priatna, "Environmental security and resilience – Indonesia and global challenges," *Indones. J. Appl. Environ. Stud.*, vol. 3, no. 1, pp. 5–11, 2022.
5. V. Pirmana, A. S. Alisjahbana, A. A. Yusuf, R. Hoekstra, and A. Tukker, "Environmental costs assessment for improved environmental-economic account for Indonesia," *J. Clean. Prod.*, vol. 280, p. 124521, 2021.
6. A. S. Alisjahbana and J. M. Busch, "Forestry, Forest Fires, and Climate Change in Indonesia," *Bull. Indones. Econ. Stud.*, vol. 53, no. 2, pp. 111–136, 2017.
7. D. A. Sari *et al.*, "Performance Auditing to Assess the Implementation of the Sustainable Development Goals (SDGs) in Indonesia," *Sustain.*, vol. 14, no. 19, 2022.
8. N. Arifudin and P. Purwanti, "Environmental Sustainability and Corporate Responsibility: A Legal Framework for Indonesian Business in the Future," *Pena Justisia Media Komun. dan Kaji. Huk.*, vol. 23, no. 2, p. 206, 2024.
9. K. W. Jati, L. Agustina, Deviani, I. G. K. A. Ulupui, and D. K. Respati, "The effect of environmental performance on sustainability reporting: A case of Indonesia," *Environ. Econ.*, vol. 14, no. 1, pp. 36–46, 2023.
10. D. Haspada, "the Influence of Environmental Policy on Business Sustainability in Indonesia: Legal and Economic Perspectives," *AKSELERASI J. Ilm. Nas.*, vol. 4, no. 1, pp. 115–125, 2022.
11. I. S. Ivasciuc and A. Ispas, "Exploring the Motivations, Abilities and Opportunities of Young Entrepreneurs to Engage in Sustainable Tourism Business in the Mountain Area," *Sustain.*, vol.

- 15, no. 3, 2023.
12. G. A. Anghel and M. A. Anghel, "Green Entrepreneurship among Students—Social and Behavioral Motivation," *Sustain.*, vol. 14, no. 14, pp. 1–19, 2022.
 13. H. Peng, B. Li, C. Zhou, and M. Sadowski, "How does the appeal of environmental values influence sustainable entrepreneurial intention?," *Int. J. Environ. Res. Public Health*, vol. 18, no. 3, pp. 1–25, 2021.
 14. M. Nasereddin and A. Price, "Addressing the capital cost barrier to sustainable construction," *Dev. Built Environ.*, vol. 7, no. May, p. 100049, 2021.
 15. P. Haessler, "Strategic decisions between short-term profit and sustainability," *Adm. Sci.*, vol. 10, no. 3, 2020.
 16. J. E. Sim and B. Kim, "Commitment to Environmental and Climate Change Sustainability under Competition," *Sustainability*, vol. 11, no. 7, p. 2089, 2019.
 17. M. Pournader and A. P. Kach, "'Fool Me Once' Or 'Slippery Slope'? A Study of Purchasing Managers' Reaction to Repeated Supplier Sustainability Incidents," *J. Bus. Logist.*, vol. 45, no. 4, pp. 1–21, 2024.
 18. N. Sharma and M. Lal, "Facades of morality: the role of moral disengagement in green buying behaviour," *Qual. Mark. Res.*, vol. 23, no. 2, pp. 217–239, 2020.
 19. Nancho, "New-Impending Ecological.Pdf," vol. 2, no. 1, pp. 1–30, 2008.
 20. M. I. Hamzah, A. K. Othman, and S. Fern Yeo, "To Continue or Quit Business? Mediating Roles of Resilience and Quality of Life in Forming a Sustainable Entrepreneurial Intention," *SAGE Open*, vol. 14, no. 3, pp. 1–14, 2024.
 21. K. Reuther, Y. Dahle, C. Schmidt, and F. Schösser, "Motivational Facets of Sustainable Entrepreneurship: A Systematic Review and Future Research Agenda," *Sustain.*, vol. 15, no. 3, pp. 1–23, 2023.
 22. S. Zemlyak, A. Naumenkov, and G. Khromenkova, "Measuring the Entrepreneurial Mindset: The Motivations behind the Behavioral Intentions of Starting a Sustainable Business," *Sustain.*, vol. 14, no. 23, 2022.
 23. J. J. Tang, "Psychological Capital and Entrepreneurship Sustainability," *Front. Psychol.*, vol. 11, no. May, pp. 1–7, 2020.
 24. B. Arru, *An integrative model for understanding the sustainable entrepreneurs' behavioural intentions: an empirical study of the Italian context*, vol. 22, no. 4, 2020.
 25. Z. Leviston and I. Walker, "The influence of moral disengagement on responses to climate change," *Asian J. Soc. Psychol.*, vol. 24, no. 2, pp. 144–155, 2021.
 26. S. Kilian and A. Mann, "When_the_Damage_is_Done.pdf," vol. 20, no. 1, 2020.
 27. D. A. K. Jaiswal, "The Role of Green Entrepreneurship in Sustainable Economic Development: Evidence from South Asia," *Int. J. Econ. Manag. Intellectuals*, vol. 01, no. 01, pp. 17–24, 2025.
 28. Syaifullah, R. M. Yusuf, Z. Hidayah, and A. Pujiwati, "Determinant Factor of Sustainable Tourism Studies in the Tourism Sector in South Kalimantan with Innovation as a Mediating Variable," *Proceeding Int. Semin. Business, Econ. Soc. Sci. Technol.*, vol. 3, no. 1, pp. 264–274, 2023.
 29. M. Simbolon, A. Henukh, D. J. Putra, and D. P. Simatupang, "E C H N I U," *Tech. Soc. Sci. J.*, vol. 47, pp. 379–397, 2023.
 30. A. Sadikin, U. Salim, Soerachman, and Moeljadi, "Ethno-methodology study: Entrepreneurial resilience of Urang Banjar in South Kalimantan as the efforts to improve local economic sustainability in digitalization industry 4.0 era," *Int. J. Sci. Technol. Res.*, vol. 9, no. 1, pp. 1827–1831, 2020.
 31. T. R. Alberico, J. R. Ricardo, and S. Cruz, "Sustainable entrepreneurship: a current review of literature," *Int. J. Bus. Res.*, vol. 14, no. 5556, pp. 1–25, 2022.
 32. A. Bandura, "Selective moral disengagement in the exercise of moral agency," *J. Moral Educ.*, vol. 31, no. 2, pp. 101–119, 2002.
 33. K. V. Yudianto and F. Martdianty, "Adopting Sustainability: The Role of Motivation and Intention to Forming Green Behavior," *J. Apl. Bisnis dan Manaj.*, vol. 10, no. 3, pp. 801–812, 2024.
 34. C. Y. Ip, "From green entrepreneurial intention to behaviour: The role of environmental knowledge, subjective norms, and external institutional support," *Sustain. Futur.*, vol. 8, no. April, p. 100331, 2024.
 35. A. Maqsoom *et al.*, "Adopting Green Behaviors in the Construction Sector: The Role of Behavioral Intention, Motivation, and Environmental Consciousness," *Buildings*, vol. 13, no. 4, 2023.
 36. S. Mastria, A. Vezzil, and A. De Cesarei, "Going Green: A Review on the Role of Motivation in Sustainable Behavior," *Sustain.*, vol. 15, no. 21, pp. 1–15, 2023.
 37. J. Silberer, P. Müller, T. Bäumer, and S. Huber, "Target-oriented promotion of the intention for

- sustainable behavior with social norms," *Sustain.*, vol. 12, no. 15, 2020.
38. W. Wu, Y. Su, X. Huang, W. Liu, and X. Jiang, "The Dark Triad, Moral Disengagement, and Social Entrepreneurial Intention: Moderating Roles of Empathic Concern and Perspective Taking," *Front. Psychol.*, vol. 11, no. July, pp. 1–13, 2020.
 39. S. HERRINGTON, "Ecological Environment," *Cornelia Hahn Oberlander*, pp. 149–198, 2023.
 40. M. F. Chen, "The impacts of perceived moral obligation and sustainability self-identity on sustainability development: A theory of planned behavior purchase intention model of sustainability-labeled coffee and the moderating effect of climate change skepticism," *Bus. Strateg. Environ.*, vol. 29, no. 6, pp. 2404–2417, 2020.
 41. H. Qasim, L. Yan, R. Guo, A. Saeed, and B. N. Ashraf, "The defining role of environmental self-identity among consumption values and behavioral intention to consume organic food," *Int. J. Environ. Res. Public Health*, vol. 16, no. 7, 2019.
 42. E. L. Deci and R. M. Ryan, "Self-Determination Theory," 1992.
 43. S. Stryker and P. J. Burke, "The past, present, and future of an identity theory," *Soc. Psychol. Q.*, vol. 63, no. 4, pp. 284–297, 2000.
 44. I. Ajzen, "The theory of planned behavior," *Handb. Theor. Soc. Psychol. Vol. 1*, pp. 438–459, 2012.
 45. M. Sarstedt, C. M. Ringle, and J. F. Hair, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. 2021.
 46. R. W. Cooksey, *Descriptive Statistics for Summarising Data*. 2020