



**Article history:**

Submitted: 17-12-2024

Received: 20-02-2026

Revised: 11-03-2026

Accepted: 11-03-2026

## ***Pengaruh Entrepreneur Knowledge dan Perceived Social Norms Terhadap Entrepreneur Intention Mahasiswa***

**Uuy Subyana Suparji Putra, Kokom Komariah, Sopyan Saori**

Universitas Muhammadiyah Sukabumi

Correspondence: [uuysubyanasp017@ummi.ac.id](mailto:uuysubyanasp017@ummi.ac.id), [ko2mpuspa@ummi.ac.id](mailto:ko2mpuspa@ummi.ac.id), [sopyansaori@ummi.ac.id](mailto:sopyansaori@ummi.ac.id)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *entrepreneur knowledge* dan *perceived social norms* terhadap *entrepreneur intention* pada mahasiswa semester akhir Fakultas Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara kepada responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 125 mahasiswa semester akhir. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui beberapa tahapan, yaitu uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneur knowledge* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneur intention*, yang berarti semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memiliki niat berwirausaha. Selain itu, *perceived social norms* juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneur intention*, yang menunjukkan bahwa dukungan sosial dari lingkungan sekitar seperti keluarga, teman, dan lingkungan akademik mampu mendorong mahasiswa untuk memilih kewirausahaan sebagai pilihan karier di masa depan. Secara simultan, *entrepreneur knowledge* dan *perceived social norms* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneur intention*.

**Kata kunci:** *entrepreneur knowledge, perceived social norms, entrepreneur intention*

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of entrepreneur knowledge and perceived social norms on entrepreneur intention among final-year students of the Faculty of Social Sciences at Universitas Muhammadiyah Sukabumi. This research employs a quantitative approach using descriptive and associative methods. Data were collected through questionnaires and interviews with respondents, and the sampling technique used was probability sampling with a total of 125 final-year students as the sample. The collected data were analyzed through several stages including instrument testing, classical assumption testing, and multiple linear regression analysis using SPSS software to test the research hypotheses. The results indicate that entrepreneur knowledge has a positive and significant effect on entrepreneur intention, suggesting that higher levels of entrepreneurial knowledge among students tend to increase their intention to engage in entrepreneurial activities. Furthermore, perceived social norms also have a positive and significant effect on entrepreneur intention, indicating that social support from family, peers, and the academic environment can encourage students to consider entrepreneurship as a future career option. Simultaneously, entrepreneur knowledge and perceived social norms significantly influence entrepreneur intention.*

**Keywords:** *entrepreneur knowledge, perceived social norms, entrepreneur intention*

### **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang besar, wilayah yang luas, serta memiliki keragaman budaya dan sumber daya alam yang melimpah. Kondisi tersebut menjadikan Indonesia memiliki potensi ekonomi yang besar baik dari sisi produksi maupun konsumsi. Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai lebih dari 270 juta jiwa merupakan modal ekonomi yang signifikan

dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Khamimah, 2021). Namun demikian, Indonesia masih menghadapi berbagai permasalahan ekonomi makro, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Permasalahan jangka pendek yang sering terjadi meliputi tingkat pengangguran, inflasi, serta ketidakseimbangan neraca pembayaran. Sementara itu, tantangan jangka panjang yang dihadapi adalah bagaimana menjaga pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi berbagai permasalahan ekonomi tersebut adalah dengan meningkatkan jumlah wirausahawan di masyarakat. Kewirausahaan memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kewirausahaan tidak hanya dipahami sebagai kegiatan membuka usaha, tetapi juga sebagai pola pikir yang kreatif dan inovatif dalam menciptakan nilai tambah bagi individu maupun masyarakat (Aini & Otafani, 2020). Oleh karena itu, peningkatan minat berwirausaha menjadi hal yang sangat penting, khususnya di kalangan generasi muda yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha di masa depan.

Mahasiswa sebagai kelompok terdidik diharapkan mampu menjadi agen perubahan dalam pembangunan ekonomi melalui kegiatan kewirausahaan. Namun pada kenyataannya, sebagian besar lulusan perguruan tinggi masih lebih memilih menjadi pencari kerja dibandingkan menciptakan lapangan kerja. Hal ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha di kalangan mahasiswa masih relatif rendah. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan atau *entrepreneurial knowledge*. Pengetahuan kewirausahaan merupakan pemahaman mengenai konsep, keterampilan, serta strategi yang diperlukan dalam memulai dan mengelola suatu usaha (Karyaningsih et al., 2020). Pengetahuan tersebut dapat membantu individu dalam mengidentifikasi peluang usaha, mengelola risiko, serta mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Selain pengetahuan kewirausahaan, faktor sosial juga memiliki pengaruh terhadap niat seseorang untuk menjadi wirausaha. Dalam konteks ini, konsep *perceived social norms* menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan individu dalam berwirausaha. *Perceived social norms* merupakan persepsi individu terhadap harapan atau dukungan sosial dari lingkungan sekitarnya terkait suatu perilaku tertentu (Effendy, 2020). Dukungan dari keluarga, teman, maupun lingkungan sosial dapat mendorong individu untuk memiliki keberanian dalam memulai usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Barrera-Verdugo (2021) menunjukkan bahwa norma sosial yang dirasakan individu memiliki pengaruh terhadap keputusan seseorang dalam memulai usaha, terutama pada kelompok calon wirausahawan muda.

Dalam konteks pendidikan tinggi, mahasiswa semester akhir sering dihadapkan pada berbagai pilihan setelah menyelesaikan studi, seperti melanjutkan pendidikan, bekerja, atau memulai usaha sendiri. Persepsi terhadap norma sosial yang berkembang di lingkungan mahasiswa dapat memengaruhi cara pandang mereka terhadap pilihan karier, termasuk keputusan untuk menjadi wirausahawan. Selain itu, motivasi serta efikasi diri juga menjadi faktor yang berperan dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Individu yang memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya cenderung lebih berani mengambil risiko untuk memulai usaha (Hasniati & Syahrudin, 2022).

Kota Sukabumi merupakan salah satu daerah yang setiap tahunnya menghasilkan banyak lulusan sarjana dari berbagai perguruan tinggi. Namun demikian, jumlah lulusan tersebut tidak sebanding dengan ketersediaan lapangan pekerjaan yang ada. Kondisi ini menyebabkan tingkat pengangguran terdidik berpotensi meningkat apabila tidak diimbangi dengan peningkatan minat berwirausaha di kalangan lulusan perguruan tinggi. Pemerintah daerah melalui Dinas Tenaga Kerja Kota Sukabumi berupaya mengoptimalkan kembali program Balai Latihan Kerja (BLK) untuk meningkatkan keterampilan dan kesiapan kerja masyarakat. Namun demikian, upaya tersebut perlu didukung dengan peningkatan pengetahuan kewirausahaan serta dukungan sosial yang mampu mendorong mahasiswa untuk memiliki niat berwirausaha.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini berfokus pada pengaruh *entrepreneur knowledge* dan *perceived social norms* terhadap *entrepreneur intention* pada mahasiswa semester akhir Fakultas Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Penelitian ini penting dilakukan karena mahasiswa merupakan kelompok yang memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku usaha baru yang dapat berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja.

Kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada pengintegrasian dua faktor penting yang memengaruhi niat berwirausaha mahasiswa, yaitu faktor kognitif berupa *entrepreneur knowledge* dan faktor sosial berupa *perceived social norms*. Berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang

lebih banyak meneliti pengaruh pengetahuan kewirausahaan atau faktor motivasi secara terpisah, penelitian ini mengkaji secara simultan bagaimana pengetahuan kewirausahaan dan persepsi norma sosial memengaruhi niat berwirausaha mahasiswa, khususnya pada mahasiswa semester akhir di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sukabumi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur kewirausahaan, khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha pada mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi institusi pendidikan dalam merancang program pembelajaran kewirausahaan yang lebih efektif dalam menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti efikasi diri, dukungan keluarga, maupun faktor lingkungan pendidikan yang juga berpotensi memengaruhi niat berwirausaha mahasiswa sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mendorong munculnya wirausahawan muda.

## METODE

Dalam penelitian ini memakai metode penelitian yaitu model kuantitatif dengan metode yang dipakai metodologi deskriptif dan metode analisis asosiatif, kemudian pada penelitian ini menggunakan variabel bebasnya adalah *Entrepreneur Knowledge* ( $X_1$ ), dan *Perceived Social Norms* ( $X_2$ ), variabel terikatnya adalah *Entrepreneur Intention* ( $Y$ ). Dalam penelitian ini populasi pada penelitian adalah pada Mahasiswa Semester akhir di Sukabumi. Adapun sampel pada penelitian ini berjumlah 125 karyawan. Dalam penelitian ini menggunakan probability sampling (*random sampling*).

## HASIL

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Instrumen	r.Hitung	r.Kritis	Keputusan
<i>Entrepreneur Knowledge</i> ( $X_1$ )	Instrumen 1	0,350	0,3	Valid
	Instrumen 2	0,598	0,3	Valid
	Instrumen 3	0,502	0,3	Valid
	Instrumen 4	0,493	0,3	Valid
	Instrumen 5	0,655	0,3	Valid
	Instrumen 6	0,551	0,3	Valid
	Instrumen 7	0,744	0,3	Valid
	Instrumen 8	0,667	0,3	Valid
	Instrumen 9	0,555	0,3	Valid
	Instrumen 10	0,693	0,3	Valid
	Instrumen 11	0,630	0,3	Valid
	Instrumen 12	0,717	0,3	Valid
	Instrumen 13	0,688	0,3	Valid
	Instrumen 14	0,677	0,3	Valid
	Instrumen 15	0,629	0,3	Valid
	Instrumen 16	0,511	0,3	Valid
	Instrumen 17	0,667	0,3	Valid
	Instrumen 18	0,642	0,3	Valid
	Instrumen 19	0,617	0,3	Valid
	Instrumen 20	0,761	0,3	Valid
	Instrumen 21	0,708	0,3	Valid
	Instrumen 22	0,747	0,3	Valid
	Instrumen 23	0,650	0,3	Valid
<i>Perceived Social Norms</i> ( $X_2$ )	Instrumen 1	0,749	0,3	Valid
	Instrumen 2	0,762	0,3	Valid
	Instrumen 3	0,755	0,3	Valid
	Instrumen 4	0,615	0,3	Valid
	Instrumen 5	0,776	0,3	Valid
	Instrumen 6	0,727	0,3	Valid
<i>Entrepreneur Intention</i> ( $Y$ )	Instrumen 1	0,578	0,3	Valid
	Instrumen 2	0,589	0,3	Valid

Instrumen 3	0,615	0,3	Valid
Instrumen 4	0,640	0,3	Valid
Instrumen 5	0,758	0,3	Valid
Instrumen 6	0,780	0,3	Valid
Instrumen 7	0,715	0,3	Valid
Instrumen 8	0,712	0,3	Valid
Instrumen 9	0,755	0,3	Valid
Instrumen 10	0,653	0,3	Valid
Instrumen 11	0,695	0,3	Valid
Instrumen 12	0,574	0,3	Valid
Instrumen 13	0,646	0,3	Valid

Sumber: data olahan

Hasil uji pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh item pada hasil pengujian tersebut memiliki skor total diatas 0,3. maka seluruh butir instrumen item Entrepreneur Knowledge (X1) Perceived Social Norms (X2) Entrepreneur Intention (Y) dinyatakan valid. Hasil uji realibilitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai dari variabel *Entrepreneur Knowledge(X1)* 0,933, *Perceived Social Norms(X2)* 0,851 dan *Entrepreneur Intention (Y)* 0,897. Maka semua variabel memiliki nilai koefisien reliabel melebihi 0,6 dan dapat dikatakan reliabel dan valid.

**Tabel 2**  
**Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of item
<i>Entrepreneur Knowledge(X1)</i>	0,933	24
<i>Perceived Social Norms(X2)</i>	0,851	7
<i>Entrepreneur Intention (Y)</i>	0,897	13

Sumber: data olahan

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas**

N		125
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,89608710
Most Extreme Differences	Absolute	,041
	Positive	,028
	Negative	-,041
Test Statistic		,041
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: data olahan

Tabel 3 menunjukan hasil dari pengujian normalitas memperoleh skor sebesar 2.00 sehingga nilai probabilitasnya dinyatakan normal karena melebihi nilai kepercayaan 0.05 dan penelitian ini dinyatakan normal. Sedangkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa bahwa nilai VIF *Entrepreneur Knowledge* dan *Perceived Social Norms* yaitu  $2,301 < 10$  dan nilai tolerance adalah  $,435 > 0,10$  maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel dala penelitian.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 <i>Entrepreneur Knowledge</i>	,435	2,301
<i>Perceived Social Norms</i>	,435	2,301

Sumber: data olahan

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Heterokedastitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardied Coefficiens		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	22,134	4,767			4,643	,000
<i>Entrepreneur Knowledge</i>	,097	,050	,178		1,955	,053
<i>Perceived Social Norms</i>	1,036	,156	,605		6,644	,000

Sumber: data olahan

Hasil uji pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai dari signifikansi *Entrepreneur Knowledge* (X1) mendapatkan nilai Sig 0,53 > 0,05 dan variabel *Perceived Social Norms* (X2) mendapatkan nilai 0,000 > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi, tidak ada ketidaksamaan varians antara residual dari observasi yang berbeda. Sedangkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,929 sehingga tidak terjadi autokorelasi yang artinya data residual terjadi secara tidak acak.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Korelasi Ganda**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,748 <sup>a</sup>	,560	,553	5,031	1,929

Sumber: data olahan

Tabel 6 juga diketahui bahwa korelasi antara *Entrepreneur Knowledge* dan *Perceived Social Norms* terhadap *Entrepreneur Intention* adalah sebesar 0,553 dan dinyatakan sedang. Sedangkan Tabel 7 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R square adalah sebesar 0,560. Maka dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi pengaruh *Entrepreneur Knowledge* dan *Perceived Social Norms* dalam mengukur *Entrepreneur Intention* sebesar 56%, Sedangkan sisanya 44% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

**Tabel 7**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,748 <sup>a</sup>	,560	,553	5,031

Sumber: data olahan

**Tabel 8**  
**Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3931,218	2	1965,609	77,656	,000 <sup>b</sup>
Residual	3088,030	122	25,312		
Total	7019,248	124			

Sumber: data olahan

Tabel 8 diperoleh nilai Sig 0,000 < 0,05 dan nilai F-hitung 77,656 > F-tabel 2,68 maka H0 ditolak dan H1 diterima. menjelaskan bahwa, Variabel *Entrepreneur Knowledge* (X1) dan *Perceived Social Norms* (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *Entrepreneur Intention* (Y). sedangkan Tabel 9 menjelaskan bahwa variabel *Entrepreneur Knowledge* diperoleh nilai Sig sebesar 0,053 < 0,05 dan nilai t hitung 1,955 > t tabel 1,657 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, *Entrepreneur Knowledge* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneur Intention*. Tabel 9 juga menjelaskan variabel *Perceived Social Norms* diperoleh nilai Sig sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai thitung 6,644 > ttabel 1,65 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, *Perceived Social Norms* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneur Intention*.

**Tabel 9**  
**Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22,134	4,767		4,643	,000
<i>Entrepreneur Knowledge</i>	,097	,050	,178	1,955	,053
<i>Perceived Social Norms</i>	1,036	,156	,605	6,644	,000

Sumber: data olahan

#### *Peran Pengetahuan Kewirausahaan dalam Mendorong Niat Berwirausaha Mahasiswa*

Pengetahuan kewirausahaan (*entrepreneur knowledge*) merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi munculnya niat seseorang untuk memulai suatu usaha. Pengetahuan kewirausahaan mencakup pemahaman mengenai konsep bisnis, kemampuan dalam mengidentifikasi peluang usaha, serta keterampilan dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Pengetahuan ini dapat diperoleh melalui pendidikan formal, pengalaman, maupun pelatihan yang berkaitan dengan kewirausahaan. Penelitian Karyaningsih et al. (2020), *entrepreneurial knowledge* merupakan kumpulan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman yang dimiliki individu dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan sehingga mampu mengelola usaha secara efektif dan mencapai keberhasilan dalam bisnis. Dengan adanya pengetahuan kewirausahaan yang memadai, individu akan lebih siap dalam menghadapi berbagai tantangan serta risiko yang mungkin terjadi dalam menjalankan usaha.

Selain itu, pengetahuan kewirausahaan juga berperan dalam membentuk pola pikir kreatif dan inovatif yang diperlukan dalam dunia bisnis. Individu yang memiliki pemahaman yang baik mengenai kewirausahaan cenderung lebih mampu melihat peluang usaha yang ada di sekitarnya serta mengembangkan ide bisnis yang memiliki nilai tambah. Penelitian Aini & Otafani (2020) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan dapat mendorong munculnya pola pikir inovatif yang memungkinkan seseorang untuk menciptakan peluang usaha baru yang bermanfaat bagi dirinya maupun masyarakat. Dengan demikian, pengetahuan kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan aspek teoritis, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan individu dalam menerapkan konsep tersebut dalam kegiatan usaha secara nyata.

Penelitian lain juga menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki hubungan yang erat dengan minat atau niat seseorang untuk berwirausaha. Penelitian Hasniati & Syahrudin (2022) menjelaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan dapat meningkatkan motivasi serta keyakinan individu dalam memulai usaha. Mahasiswa yang memiliki pemahaman yang baik mengenai kewirausahaan cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam menghadapi risiko bisnis. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa, maka semakin besar pula kemungkinan munculnya niat untuk menjadi seorang wirausahawan.

#### *Pengaruh Persepsi Norma Sosial terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Berwirausaha*

Persepsi norma sosial (*perceived social norms*) merupakan salah satu faktor sosial yang dapat memengaruhi perilaku serta keputusan individu dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam menentukan pilihan karier sebagai seorang wirausahawan. Norma sosial berkaitan dengan persepsi individu mengenai pandangan, harapan, maupun dukungan yang diberikan oleh lingkungan sosial terhadap suatu tindakan tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, norma sosial dapat berasal dari keluarga, teman, maupun lingkungan masyarakat yang memberikan dorongan atau dukungan terhadap kegiatan berwirausaha. Penelitian Effendy (2020), *perceived social norms* merupakan persepsi individu terhadap pandangan sosial yang berkembang di lingkungan sekitarnya yang dapat memengaruhi niat seseorang dalam melakukan suatu tindakan.

Dalam praktiknya, dukungan sosial dari lingkungan sekitar dapat menjadi salah satu faktor penting yang mendorong seseorang untuk memulai usaha. Individu yang mendapatkan dukungan dari keluarga dan lingkungan sosial cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Penelitian Barrera-Verdugo (2021) menjelaskan bahwa norma sosial yang dirasakan oleh individu memiliki pengaruh terhadap keputusan seseorang dalam memulai usaha, terutama pada kelompok calon wirausahawan muda. Dukungan sosial tersebut dapat

meningkatkan keyakinan individu dalam menghadapi berbagai tantangan serta risiko yang muncul dalam kegiatan kewirausahaan.

Selain itu, norma sosial juga dapat memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kewirausahaan sebagai salah satu pilihan karier setelah menyelesaikan pendidikan. Penelitian Hartini (2023) menyatakan bahwa lingkungan sosial memiliki peran penting dalam membentuk sikap kewirausahaan seseorang karena interaksi sosial dapat memengaruhi cara pandang individu terhadap peluang usaha yang ada. Apabila lingkungan sosial memberikan dukungan positif terhadap kegiatan kewirausahaan, maka mahasiswa akan lebih terdorong untuk mengembangkan minat serta niat untuk memulai usaha di masa depan.

#### *Pentingnya Niat Berwirausaha dalam Mendorong Terciptanya Wirausahawan Muda*

Niat berwirausaha (*entrepreneur intention*) merupakan salah satu faktor psikologis yang menunjukkan kecenderungan seseorang untuk memulai dan menjalankan suatu usaha secara mandiri. Niat ini mencerminkan tingkat motivasi serta kesiapan individu dalam memilih kewirausahaan sebagai jalur karier di masa depan. Menurut Mardikaningsih (2022), *entrepreneur intention* merupakan dorongan atau keinginan yang muncul dalam diri individu untuk menciptakan dan mengelola usaha sendiri sebagai bentuk pemanfaatan peluang bisnis yang ada. Niat berwirausaha biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal seperti pengetahuan dan motivasi, maupun faktor eksternal seperti dukungan sosial dan kondisi lingkungan.

Dalam konteks pembangunan ekonomi, kewirausahaan memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan lapangan kerja baru serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Khamimah (2021) menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara karena mampu menciptakan inovasi serta peluang usaha baru. Oleh karena itu, peningkatan jumlah wirausahawan menjadi salah satu strategi penting dalam mengurangi tingkat pengangguran, khususnya di kalangan lulusan perguruan tinggi.

Mahasiswa sebagai kelompok terdidik memiliki potensi besar untuk menjadi wirausahawan muda yang mampu menciptakan inovasi serta peluang usaha baru. Melalui pendidikan kewirausahaan, mahasiswa dapat memperoleh pengetahuan serta keterampilan yang diperlukan dalam memulai usaha. Andriani et al. (2022) menyatakan bahwa pengelolaan sumber daya manusia yang baik, termasuk dalam pengembangan kemampuan kewirausahaan, dapat meningkatkan kesiapan individu dalam menghadapi tantangan dunia kerja. Oleh karena itu, peningkatan niat berwirausaha pada mahasiswa menjadi salah satu langkah penting dalam menciptakan generasi muda yang produktif dan mampu memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi.

## **SIMPULAN**

Hasil penelitian ini menemukan bahwa *entrepreneur intention* dan *perceived social norms* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneur intention* pada Mahasiswa semester akhir Fakultas Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sukabumi

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aini, Q., Otafani, F., 2020. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2).
- Andriani, A. D., Mulyana, A., Widarmandana, I Gde, D., Armunanto, A., Sumiati, I., Susanti, L., Siwiyanti, L., Nurlaila, Q., Pangestuti, D. D., Dewi, I. C., 2022. *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Barrera-Verdugo, G., 2021. Impact of Self-Perceptions, Social Norms, and Social Capital on Nascent Entrepreneurs: A Comparative Analysis by Level of Economic Development in Latin American Countries. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1).
- Effendy, F., 2020. Pengaruh Perceived of Benefit Terhadap Niat Untuk Menggunakan Layanan Dompert Digital di Kalangan Milenial. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 15(2), 1–11.
- Fadhli, M., 2020. Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan. *Continuous Education : Journal of Science and Research*, 1(1).
- Hartini. 2023. *Kewirausahaan*.

**Uuy Subyana Suparji Putra, Kokom Komariah, Sopyan Saori:** *Pengaruh Entrepreneur Knowledge dan Perceived Social Norms Terhadap Entrepreneur Intention Mahasiswa*

- Hasniati, H., Syahrudin, S., 2022. Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 22(3), 541–550.
- Karyaningsih, R. P. D., Wibowo, A., Saptono, A., Narmaditya, B. S., 2020. Does entrepreneurial knowledge influence vocational students' intention? Lessons from indonesia. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 138–155.
- Khamimah, W., 2021. Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017.
- Mardikaningsih, R., 2022. Reinforcement of Students' Entrepreneurial Intentions through Soft Skills and Hard Skills Empowerment. *Technology and Society*, 1(3), 6–14