

# THE INFLUENCE OF SOCIAL CAPITAL AND ENTREPRENEURIAL ALERTNESS ON THE ENTREPRENEURIAL INTENTION OF ENTREPRENEURSHIP STUDY PROGRAM STUDENTS AT UNIVERSITAS PGRI SUMATERA BARAT

## PENGARUH MODAL SOSIAL DAN ENTREPRENEURIAL ALERTNESS TERHADAP ENTREPRENEURIAL INTENTION MAHASISWA PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN UNIVERSITAS PGRI SUMATERA BARAT

Muhammad Tsabit <sup>1a(\*)</sup> Yuhendri LV <sup>2b</sup>

<sup>1</sup> Universitas Negeri Padang

<sup>a</sup>*xzabid@gmail.com*

<sup>b</sup>*YuhendriLV@fe.unp.ac.id*

(\*) Corresponding Author  
*xzabid14@gmail.com*

**How to Cite:** Muhammad Tsabit. (2025). Pengaruh Modal Sosial Dan Entrepreneurial Alertness Terhadap Entrepreneurial Intention Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat. [Doi: 10.36526/js.v3i2.5013](https://doi.org/10.36526/js.v3i2.5013)

Received : 20-12-2024  
 Revised : 29-01-2025  
 Accepted : 04-02-2025

**Keywords:**

Entrepreneurial Intention,  
 Social Capital,  
 Entrepreneurial Alertness

**Abstract**

Someone who wants to become an entrepreneur must have entrepreneurial intentions. This entrepreneurial intention is still a problem in the entrepreneurship study program at Universitas PGRI Sumatera Barat. The purpose of this study was to analyze the effect of social capital and entrepreneurial alertness on entrepreneurial intentions in entrepreneurship study program students at Universitas PGRI Sumatera Barat, analyze the effect of social capital on entrepreneurial intentions in entrepreneurship study program students at Universitas PGRI Sumatera Barat, and analyze the effect of entrepreneurial alertness on entrepreneurial intentions in entrepreneurship study program students at Universitas PGRI Sumatera Barat. This study uses a quantitative approach with a causative type. Sampling in this study using total sampling technique. The research instrument of this study used a questionnaire. The data analysis technique of this research is multiple linear regression analysis. The results showed that together there is a significant influence between Social Capital, and Entrepreneurial Alertness on entrepreneurial intentions of Entrepreneurship Study Program Students of Universitas PGRI Sumatera Barat, Social Capital has no significant effect on entrepreneurial intentions in Entrepreneurship Study Program students of Universitas PGRI Sumatera Barat, and Entrepreneurial Alertness has a significant influence on entrepreneurial intentions in Entrepreneurship Study Program students of Universitas PGRI Sumatera Barat. This study concludes that to increase entrepreneurial intention requires an increase in entrepreneurial alertness.

**PENDAHULUAN**

Tingkat pengangguran lulusan perguruan tinggi di Indonesia pada tahun 2023 berada di angka 5,18% (Badan Pusat Statistik, 2024). Ini mengindikasikan bahwasanya pengangguran terbuka pada lulusan universitas masih menjadi masalah di Indonesia. Salah satu cara yang dianggap efektif untuk mengatasi masalah ini adalah mendorong mahasiswa untuk berwirausaha. Pengembangan jiwa kewirausahaan di universitas dapat mengurangi ketergantungan pada lapangan kerja formal dan menghasilkan efek multiplier, yaitu membuka banyak kesempatan kerja baru bagi masyarakat.

Peran institusi pendidikan sangat penting dalam membekali mahasiswa dengan pengetahuan, keterampilan, serta kepercayaan diri yang diperlukan untuk memulai usaha sendiri.

Dengan dukungan yang tepat, baik melalui program akademik maupun pengembangan diri, mahasiswa diharapkan lebih termotivasi untuk menjalani karier sebagai wirausahawan. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas bisnis dan industri juga dapat membantu menciptakan ekosistem kewirausahaan yang lebih mendukung bagi mahasiswa.

Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat adalah salah satu dari banyak program studi universitas di Indonesia yang mengalami masalah mahasiswa yang kurang memiliki keinginan untuk berwirausaha. Program studi ini memiliki program kewirausahaan dan mata kuliah yang berkaitan dengan kewirausahaan, tetapi hasilnya belum cukup untuk mendorong mahasiswa untuk memulai bisnis mereka sendiri. Hasil penelitian Rahmania et al., (2022) menunjukkan bahwa intensi berwirausaha mahasiswa Universitas PGRI Sumatera Barat rendah.

Menurut Liñán & Fayolle (2015), intensi berwirausaha adalah komitmen seseorang untuk memulai usaha baru dan merupakan isu sentral yang perlu diperhatikan dalam memahami proses kewirausahaan pendirian usaha baru. Menurut Ajzen, (2012), Intensi berwirausaha adalah kesiapan individu untuk melakukan perilaku kewirausahaan, yang merupakan prediktor terbaik dari perilaku kewirausahaan yang terencana. Adanya intensi yang kuat untuk berwirausaha adalah komponen yang sangat penting untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses. Salah satu prediksi terbaik untuk perilaku kewirausahaan seseorang di masa depan adalah intensi mereka untuk berwirausaha. Hal ini mencakup kesiapan dan komitmen seseorang untuk memulai bisnis. Semakin kuat intensi berwirausaha mahasiswa, semakin besar kemungkinan mereka untuk benar-benar mencapai tujuan mereka dan bertahan menghadapi berbagai tantangan yang dihadapi. Intensi berfokus pada persiapan dan keyakinan individu dalam melakukan tindakan tertentu; oleh karena itu, intensi dianggap penting karena mendahului perilaku individu (Owoseni, 2014).

Tingginya intensi berwirausaha akan menghasilkan wirausaha muda yang memiliki visi masa depan yang jelas, kreativitas yang kuat, dan kemampuan berinovasi di berbagai bidang (Hardini, Han Tantri, 2021). Menurut Serefina, (2020) intensi berwirausaha adalah pemikiran dan kreativitas yang dihasilkan oleh seseorang yang mendorong munculnya peluang usaha baru untuk memenuhi kebutuhan hidupnya saat ini dan di masa mendatang. Meskipun intensi berwirausaha tidak dapat dicapai secara instan, melainkan memerlukan serangkaian proses sistematis yang meliputi pembentukan pola pikir, pengembangan kompetensi, dan pemahaman mendalam tentang dinamika bisnis. Pada dasarnya, ketika seseorang memulai bisnisnya sendiri, dia harus memiliki intensi dan tujuan karena setiap tindakan membutuhkan alasan dan tujuan yang jelas untuk mencapai hasil terbaik. Intensi berwirausaha adalah intensi dan kesungguhan untuk melakukan usaha wirausaha untuk menghasilkan barang dan jasa inovatif yang bermanfaat ekonomi (Pratana & Margunani, 2019). Menurut Aryaningtyas, & Palupiningtyas, (2019), intensi berwirausaha didefinisikan sebagai keinginan individu untuk memulai atau mewujudkan rencana usaha baru yang belum ada di tengah masyarakat. Intensi kewirausahaan merupakan faktor penentu utama perilaku kewirausahaan dan mencerminkan upaya yang direncanakan dan disadari oleh individu untuk memulai usaha baru di masa depan (Chen, & Liu, 2021).

Hasil studi pendahuluan menunjukkan bahwa mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat masih menghadapi beberapa hambatan dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan mereka. Rendahnya tingkat keterlibatan dalam komunitas wirausaha, kurangnya inisiatif dalam membangun jaringan bisnis, serta lemahnya pemahaman tentang manajemen risiko keuangan menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal sosial dan entrepreneurial alertness terhadap intensi berwirausaha mahasiswa.

Salah satu faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha adalah modal sosial (Neneh, 2019). Modal sosial adalah komponen yang ditemukan memiliki pengaruh besar terhadap intensi berwirausaha. Semrau & Werner (2017) menyatakan bahwa modal sosial kewirausahaan merupakan sumber daya yang terkandung dalam hubungan sosial dan jaringan yang dimiliki seseorang, yang dapat digunakan untuk memfasilitasi tindakan kewirausahaan, seperti mengidentifikasi peluang, memperoleh sumber daya, dan memulai usaha baru. Anderson & Jack

(2017) menjelaskan modal sosial dalam kewirausahaan sebagai sumber daya yang tertanam dalam jaringan hubungan sosial dan memfasilitasi tindakan produktif dari individu atau kelompok dalam menciptakan bisnis baru. Modal sosial diidentifikasi sebagai karakteristik organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma, dan jaringan, yang dapat mempengaruhi tindakan masyarakat dengan mempermudah terwujudnya tindakan tersebut (Santoso, 2020). Nahapiet, & Ghoshal, (2017) mendefinisikan modal sosial dalam kewirausahaan sebagai sumber daya aktual dan potensial yang melekat, tersedia melalui, dan berasal dari jaringan hubungan yang dimiliki oleh individu atau unit sosial, yang dapat digunakan untuk memulai, mengembangkan, dan mengelola bisnis baru. Adler & Kwon (2017) mengartikan modal sosial dalam kewirausahaan sebagai itikad baik yang tersedia bagi individu atau kelompok, yang berasal dari struktur, isi, dan karakteristik hubungan sosialnya. Westlund & Bolton (2017) menjelaskan modal sosial dalam kewirausahaan sebagai sumber daya yang melekat pada hubungan sosial dan jaringan yang dapat dimanfaatkan untuk memfasilitasi tindakan produktif individu atau kelompok dalam menciptakan bisnis baru. Davidsson & Honig (2017) mendefinisikan modal sosial dalam kewirausahaan sebagai akses atau potensi yang dimiliki individu untuk memperoleh sumber daya melalui keanggotaan dalam jaringan sosial atau struktur sosial tertentu. Shu et al., (2018) mendefinisikan modal sosial kewirausahaan sebagai kemampuan individu untuk mengakses dan memanfaatkan berbagai sumber daya, informasi, dan dukungan yang terkandung dalam jaringan sosial mereka untuk memulai, menjalankan, dan mengembangkan bisnis baru. Hasil penelitiannya Rahman, Suharto, & Wijaya (2022) mengungkapkan bahwa modal sosial memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha.

Hasil studi pendahuluan yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa modal sosial mahasiswa program studi Kewirausahaan di Universitas PGRI Sumatera Barat masih perlu ditingkatkan. Sangat penting untuk memiliki kesamaan visi, rasa dihargai dalam komunitas, dan hubungan dengan mentor bisnis. Akibatnya, diperlukan upaya yang lebih besar dari institusi pendidikan dan komunitas wirausaha untuk membangun jaringan yang kuat, membuat lingkungan yang mendukung, dan menyelaraskan tujuan antara mahasiswa dan komunitas wirausaha. Langkah-langkah ini diharapkan akan mendorong siswa untuk menjadi lebih rajin dan berkontribusi pada perkembangan ekonomi lokal.

Selain modal sosial, faktor lain yang terbukti mempengaruhi intensi berwirausaha adalah *entrepreneurial alertness* atau kepekaan kewirausahaan. Tang et al., (2017) menjelaskan bahwa *entrepreneurial alertness* merupakan faktor kunci yang mempengaruhi intensi berwirausaha karena memungkinkan individu untuk lebih baik dalam mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memanfaatkan peluang bisnis yang ada di lingkungan mereka. Menurut Montiel-Campos (2023), *entrepreneurial alertness* didefinisikan sebagai sesuatu yang menggambarkan kemampuan untuk melihat peluang potensial, dan oleh karena itu seharusnya memiliki dampak positif terhadap pengembangan diferensiasi produk yang dapat memperkuat usaha wirausaha. *entrepreneurial alertness* yaitu ketelitian terhadap pasar yang ada serta informasi dan sumber daya psikologis yang dapat diperoleh, diciptakan, dan/atau dikembangkan oleh wirausaha (Lanivich, 2022:8). Kewaspadaan kewirausahaan (*entrepreneurial alertness/EA*) adalah sifat psikologis individu yang penting bagi pengambil keputusan, yang memungkinkan pemilik usaha memanfaatkan peluang kewirausahaan yang berhasil diidentifikasinya (Roundy et al., 2018). Hajizadeh Zali (2016) menyatakan bahwa *entrepreneurial alertness* adalah kemampuan yang dapat dilihat sebagai fitur kognitif atau perilaku pencarian secara sadar, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran individu terhadap lingkungan sekitar dan akses terhadap informasi. Kemampuan ini kemudian membantu individu dalam mengenali peluang yang ada. Menurut Brockman (2014), *entrepreneurial alertness* adalah kemampuan kognitif yang secara positif memengaruhi identifikasi dan pengembangan peluang, yang mencakup persepsi, pengenalan pola, serta evaluasi peluang tersebut. Menurut Kirzner (2017), *entrepreneurial alertness* mengacu pada kemampuan individu untuk mengenali dan memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang belum termanfaatkan. Dalam konteks kewirausahaan, *entrepreneurial alertness* dapat mendorong seseorang untuk lebih aktif mencari informasi, menghubungkan

berbagai sumber daya, serta mengembangkan ide-ide inovatif yang berpotensi menjadi peluang usaha (Shane, 2016). Penelitian terbaru dari Tang (2017) menunjukkan bahwa *entrepreneurial alertness* secara signifikan meningkatkan intensi berwirausaha, terutama melalui peningkatan persepsi kelayakan dan keinginan untuk memulai usaha. Hasil dari penelitian sebelumnya menemukan bahwa *entrepreneurial alertness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Hasil studi pendahuluan yang peneliti lakukan mengindikasikan bahwa terdapat tiga permasalahan utama yang menghambat perkembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Pertama, rendahnya tingkat partisipasi dalam komunitas kewirausahaan, dimana mayoritas mahasiswa belum terlibat aktif dalam kegiatan komunitas wirausaha secara offline. Kedua, kurangnya inisiatif dalam membangun jaringan dengan pelaku usaha, diketahui mahasiswa yang tidak aktif mencari kesempatan berdiskusi dengan para pengusaha. Ketiga, lemahnya pemahaman tentang manajemen risiko keuangan, dimana mahasiswa belum memiliki strategi pengelolaan risiko finansial yang memadai. Ketiga aspek ini mengindikasikan adanya kesenjangan yang signifikan dalam pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, terutama dalam hal networking, mentoring, dan manajemen risiko.

Modal sosial, yang mencakup jaringan, norma, dan kepercayaan dalam komunitas, telah terbukti berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Selain itu, *entrepreneurial alertness* atau kepekaan kewirausahaan juga berperan penting dalam membantu individu mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis. Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat, yang terletak di wilayah Sumatera Barat, di mana budaya lokal yang kuat dapat menjadi potensi dalam pengembangan jiwa kewirausahaan.

Modal sosial, yang terdiri dari norma sosial, jaringan, dan kepercayaan, telah diidentifikasi sebagai komponen penting dalam intensi berwirausaha. Hassan et al., (2024) melakukan penelitian pada mahasiswa di Kuwait dan menemukan bahwa modal sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap intensi berwirausaha. Hmieleski & Carr, (2018) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa modal sosial berpengaruh secara negatif terhadap intensi berwirausaha dalam penelitiannya di Amerika Serikat. Temuan-temuan ini mengindikasikan adanya potensi dampak positif dan negatif modal sosial terhadap intensi berwirausaha. Hal ini menarik untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, *entrepreneurial alertness* telah terbukti memiliki pengaruh baik positif maupun negatif terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa. Zhao, H., (2020) menemukan bahwa *entrepreneurial alertness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan individu dalam mengenali peluang bisnis (*entrepreneurial alertness*), maka semakin kuat pula intensi mereka untuk memulai usaha baru. Di sisi lain, beberapa penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh negatif *entrepreneurial alertness* terhadap intensi berwirausaha. Penelitian Hu, R., (2018) menyatakan bahwa *entrepreneurial alertness* yang terlalu tinggi dapat menyebabkan kekhawatiran berlebihan akan risiko kegagalan, sehingga justru menurunkan intensi berwirausaha. Dengan demikian, peran *entrepreneurial alertness* dalam membentuk intensi berwirausaha mahasiswa tampaknya perlu dikaji lebih lanjut.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada konteks lokasi yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur kewirausahaan, serta kombinasi variabel modal sosial dan *entrepreneurial alertness* yang belum banyak diteliti secara bersamaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan kajian kewirausahaan, serta memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana mahasiswa dapat didorong untuk memiliki jiwa wirausaha yang lebih kuat.

Penelitian mengenai pengaruh modal sosial dan *entrepreneurial alertness* terhadap intensi berwirausaha ini memiliki urgensi tinggi untuk dilakukan pada mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat karena dapat memberikan gambaran jelas

tentang bagaimana mahasiswa dapat didorong untuk memiliki jiwa wirausaha yang lebih kuat. Hal ini didasarkan oleh, pengembangan *entrepreneurship* di kalangan mahasiswa merupakan isu strategis yang semakin mendapat perhatian, terutama di tengah tantangan pengangguran lulusan universitas. Memahami pengaruh modal sosial dan *entrepreneurial alertness* terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa menjadi sangat relevan untuk mendukung program-program kewirausahaan di universitas. Kombinasi variabel modal sosial dan *entrepreneurial alertness* dalam mempengaruhi intensi berwirausaha juga belum banyak dieksplorasi dalam konteks mahasiswa di Indonesia.

Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh modal sosial dan *entrepreneurial alertness* terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha, serta memberikan rekomendasi bagi pengembangan program kewirausahaan di universitas.

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan jenis kausatif. Tempat penelitian adalah Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat, dan waktu penelitian pada Januari 2025. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik total sampling yang artinya jumlah responden penelitian ini adalah 94 orang. Instrumen penelitian pada penelitian ini menggunakan angket. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio (Sugiyono, 2017).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai data yang diperoleh dari kuesioner. Data dikelompokkan dan dianalisis berdasarkan hasil jawaban responden dengan menggunakan tabulasi data. Langkah-langkah analisis deskriptif meliputi verifikasi data, menghitung frekuensi jawaban responden, dan menghitung nilai rata-rata jawaban responden. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memenuhi syarat untuk analisis regresi. Uji yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji distribusi residual, sedangkan uji heteroskedastisitas menguji kesamaan varian residual. Uji multikolinearitas bertujuan untuk memastikan tidak adanya korelasi tinggi antar variabel independen. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk menentukan arah hubungan dan memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen. Data yang digunakan dalam analisis ini berskala interval atau rasio.

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Sementara uji t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan kriteria pengujian yang telah ditetapkan, analisis ini akan memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh modal sosial dan *entrepreneurial alertness* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis  $R^2$  akan memberikan gambaran tentang seberapa besar kontribusi modal sosial dan *entrepreneurial alertness* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Regresi Linear Berganda

Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini:

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

No	Ukuran Deskriptif	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(constant)	16,808	4,933		3,407	0,001
2	X1	0,016	0,088	0,024	,183	0,855
3	X2	0,548	0,101	0,717	5,428	0,000

Sumber: Data Diolah 2025

$$Y = 16,808 + 0,449 X_1 + 0,149 X_2 + 0,044 X_3 + e$$

Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Nilai koefisien konstanta sebesar 16,808. Dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh terhadap variable Modal Sosial ( $X_1$ ), dan *Entrepreneurial Alertness* ( $X_2$ ) terhadap intensi berwirausaha (Y) pada mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat adalah positif sebesar 16,808. Maksudnya semakin baik Modal Sosial ( $X_1$ ), dan *Entrepreneurial Alertness* ( $X_2$ ) yang mendukung, maka semakin berpengaruh pada intensi berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat.
2. Nilai koefisien beta variable Modal Sosial ( $X_1$ ) terhadap intensi berwirausaha (Y) adalah positif sebesar 0,016. Artinya semakin baik Modal Sosial ( $X_1$ ) maka sangat mempengaruhi intensi berwirausaha (Y) pada mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat.
3. Nilai koefisien beta variable *Entrepreneurial Alertness* ( $X_2$ ) terhadap intensi berwirausaha (Y) adalah positif sebesar 0,548. Artinya semakin baik *Entrepreneurial Alertness* ( $X_2$ ) maka sangat mempengaruhi intensi berwirausaha (Y) pada mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat.

#### Uji Hipotesis

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (modal sosial dan *entrepreneurial alertness*) secara *bersama-sama* atau simultan mempengaruhi variabel dependen (intensi berwirausaha). Jika nilai sig < 0,05 atau nilai F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y (begitupun sebaliknya). Berikut uji F dalam penelitian ini:

Tabel 2. Hasil Uji F

No	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12874,254	2	6437,127	54,30	0,000b
2	Residual	10783,885	91	118,504		
3	Total	23658,138	93			

Dengan taraf signifikan 5% dan jumlah responden 92 orang, dengan melakukan menggunakan rumus excel, yaitu  $F.INV.RT(0.05;(\text{jumlah variabel} - 1 = 2);(\text{jumlah sampel} - \text{jumlah variabel} = 91))$  maka diperoleh f tabel = 3.096553. dari uji ANOVA ternyata di dapat f hitung = 54.320. Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diputuskan bahwa nilai f hitung > f tabel yaitu 54.320 > 3.096553. dan nilai signifikan < 0.05 yaitu 0.000 < 0.05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima Dimana artinya Modal Sosial ( $X_1$ ), dan *Entrepreneurial Alertness* ( $X_2$ ) secara *bersama-sama* berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha (Y) pada Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat.

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independent secara individual terhadap variabel dependen. Jika nilai sig < 0,05 atau nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y (begitupun sebaliknya). Berikut uji t dalam penelitian ini:

Berdasarkan hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Uji t untuk pengaruh Modal Sosial terhadap Intensi Berwirausaha Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat  
 Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa t hitung > t tabel dan nilai sig < a yang mana 0.183 < 1.904269 dan nilai sig yaitu 0.855 > 0.05, maka Ha ditolak dan Ho diterima artinya bahwa variabel Modal Sosial tidak berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat. Hipotesis pertama (H1) ditolak.
- b. Uji t untuk pengaruh *Entrepreneurial Alertness* terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat.  
 Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa t hitung < t tabel dan nilai sig > a yang mana 5.428 > 1.904269 dan nilai sig yaitu 0.000 < 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya bahwa variabel *Entrepreneurial Alertness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat. Hipotesis kedua (H2) dapat diterima..

Koefisien determinan bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Hasil pengukuran koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,738a	0,544	0,534	10.88596	2.047

Sumber: Data Diolah 2025

Pengaruh Modal Sosial, dan *Entrepreneurial Alertness* terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat secara bersama dapat dilihat dari nilai R Square yaitu sebesar 0.554 atau jika dipersentasekan menjadi 55,4%. Artinya, nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Modal Sosial, dan *Entrepreneurial Alertness* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat sebesar 55,4%. Sisanya sebesar 44,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dapat dibahas dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Kewirausahaan merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi, terutama di era globalisasi saat ini. Mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa memiliki potensi besar untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Namun, untuk mencapai hal tersebut, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Modal Sosial dan *Entrepreneurial Alertness* terhadap Intensi Berwirausaha mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat. Berikut merupakan penjelasan dari hasil berbagai temuan penelitian yang disajikan adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Modal Sosial dan *Entrepreneurial Alertness* terhadap Intensi Berwirausaha  
 Berdasarkan uji F hasil pengujian data pada penelitian ini yaitu nilai F hitung sebesar 54.320 > 3.096553. dan nilai signifikan < 0.05 yaitu 0.000 < 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Maka Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel Modal Sosial ( $X_1$ ), dan *Entrepreneurial Alertness* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan dan simultan (bersama-sama) terhadap variabel intensi berwirausaha (Y) mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat. Berdasarkan uji

koefisien determinasi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,554 atau 55,4%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel Modal Sosial ( $X_1$ ), dan *Entrepreneurial Alertness* ( $X_2$ ) mampu menjelaskan variabel Intensi berwirausaha (Y) pada Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat sebesar 55,4%, sedangkan sisanya yaitu 44,6% dijelaskan oleh variabel lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan simultan antara Modal Sosial ( $X_1$ ) dan *Entrepreneurial Alertness* ( $X_2$ ) terhadap Intensi Berwirausaha (Y). Uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 54.320, yang lebih besar dari nilai F tabel 3.096553, dengan nilai signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, sementara hipotesis nol ( $H_o$ ) ditolak. Dengan kata lain, kedua variabel tersebut berkontribusi secara signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa.

Koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh adalah 0,554 atau 55,4%, yang berarti bahwa Modal Sosial dan *Entrepreneurial Alertness* dapat menjelaskan 55,4% dari variasi Intensi Berwirausaha. Sisa 44,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini sejalan dengan pendapat Hassan et al., (2024) yang melakukan penelitian pada mahasiswa di Kuwait dan menemukan bahwa modal sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap intensi berwirausaha. Dan penelitian lainnya oleh Zhao, H., (2020) menemukan bahwa *entrepreneurial alertness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan individu dalam mengenali peluang bisnis (*entrepreneurial alertness*), maka semakin kuat pula intensi mereka untuk memulai usaha baru.

Secara ilmiah, pengaruh simultan ini dapat dijelaskan melalui teori jaringan sosial yang menyatakan bahwa hubungan sosial yang kuat dapat memberikan akses kepada individu terhadap sumber daya, informasi, dan dukungan yang diperlukan untuk memulai usaha. Selain itu, *entrepreneurial alertness* berfungsi sebagai mekanisme yang memungkinkan individu untuk mengenali dan mengevaluasi peluang bisnis yang ada, sehingga meningkatkan niat untuk berwirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian yang relevan tersebut, maka semakin memperkuat hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh Modal Sosial dan *Entrepreneurial Alertness* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat.

Secara ilmiah, pengaruh simultan ini dapat dijelaskan melalui teori jaringan sosial yang menyatakan bahwa hubungan sosial yang kuat dapat memberikan akses kepada individu terhadap sumber daya, informasi, dan dukungan yang diperlukan untuk memulai usaha. Selain itu, *entrepreneurial alertness* berfungsi sebagai mekanisme yang memungkinkan individu untuk mengenali dan mengevaluasi peluang bisnis yang ada, sehingga meningkatkan niat untuk berwirausaha.

## 2. Pengaruh Modal Sosial terhadap Intensi Berwirausaha

Berdasarkan uji T hasil pengujian data pada penelitian ini yaitu nilai t hitung variabel Modal sosial sebesar  $0.183 < 1.904269$  dan nilai sig yaitu  $0.855 > 0.05$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan Modal Sosial terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat. Penelitian ini sejalan dengan pendapat Hmieleski & Carr, (2018) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa modal sosial berpengaruh secara negatif terhadap intensi berwirausaha dalam penelitiannya di Amerika Serikat.

Berdasarkan hasil penelitian yang relevan tersebut, maka semakin memperkuat hasil penelitian bahwa tidak terdapat pengaruh Modal Sosial terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat.

Fenomena ini dapat dijelaskan dengan mempertimbangkan konteks sosial dan budaya di mana mahasiswa beroperasi. Mungkin saja, dalam konteks tertentu, hubungan sosial yang ada tidak cukup kuat untuk mendorong individu untuk mengambil risiko berwirausaha, atau mungkin

mahasiswa lebih mengandalkan sumber daya internal dan kemampuan pribadi mereka daripada jaringan sosial yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa modal sosial tidak selalu berfungsi sebagai pendorong niat berwirausaha, dan dalam beberapa kasus, dapat berfungsi sebagai penghambat.

### 3. Pengaruh *Entrepreneurial Alertness* terhadap Intensi Berwirausaha

Berdasarkan uji T hasil pengujian data pada penelitian ini yaitu nilai t hitung variabel *entrepreneurial alertness* sebesar  $5.428 > 1.904269$  dan nilai sig yaitu  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *entrepreneurial alertness* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat. Penelitian ini sejalan dengan pendapat oleh Cui, Sun, & Bell, (2021) yang mengungkapkan bahwa *entrepreneurial alertness* memiliki efek positif langsung pada intensi berwirausaha. Penelitian ini menemukan bahwa individu yang memiliki tingkat kewaspadaan tinggi terhadap peluang bisnis cenderung memiliki intensi kewirausahaan yang lebih kuat. Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini adalah penelitian dilakukan oleh Karimi, Biemans, Lans, Chizari, & Mulder (2020) yang menunjukkan adanya hubungan positif antara *entrepreneurial alertness* dan intensi berwirausaha. Mereka menemukan bahwa kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang bisnis secara efektif meningkatkan kemungkinan seseorang untuk mengembangkan niat berwirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian yang relevan tersebut, maka semakin memperkuat hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Entrepreneurial Alertness* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Sumatera Barat.

Secara ilmiah, hal ini dapat dijelaskan melalui konsep kewirausahaan yang menekankan pentingnya kemampuan individu untuk mengenali dan mengevaluasi peluang. *Entrepreneurial alertness* memungkinkan individu untuk lebih responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan mereka untuk mengambil langkah-langkah menuju kewirausahaan.

## PENUTUP

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori kewirausahaan yang menekankan pentingnya kemampuan individu untuk mengenali dan mengevaluasi peluang. *Entrepreneurial alertness*, yang merujuk pada kemampuan individu untuk mengidentifikasi dan merespons peluang bisnis, terbukti menjadi faktor kunci dalam membentuk niat berwirausaha. Mahasiswa yang memiliki tingkat kewaspadaan tinggi terhadap peluang bisnis tidak hanya mampu melihat potensi pasar, tetapi juga dapat mengevaluasi risiko dan manfaat yang terkait dengan peluang tersebut. Dengan demikian, mereka lebih cenderung untuk mengambil langkah-langkah konkret dalam memulai usaha.

Penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa individu yang memiliki kewaspadaan tinggi terhadap peluang bisnis cenderung memiliki niat kewirausahaan yang lebih kuat. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan *entrepreneurial alertness* di kalangan mahasiswa perlu menjadi fokus dalam pendidikan kewirausahaan. Program-program pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan kewaspadaan terhadap peluang dapat membantu mahasiswa untuk lebih siap menghadapi tantangan dalam dunia kewirausahaan.

Di sisi lain, hasil penelitian menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan dari Modal Sosial terhadap Intensi Berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks penelitian ini, hubungan sosial yang ada tidak cukup kuat untuk mendorong niat berwirausaha. Hal ini mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk budaya, lingkungan, atau pengalaman pribadi mahasiswa. Dalam beberapa kasus, mahasiswa mungkin merasa lebih nyaman untuk memulai usaha berdasarkan kemampuan dan sumber daya pribadi mereka, daripada bergantung pada jaringan sosial yang ada.

Fenomena ini menunjukkan bahwa modal sosial tidak selalu berfungsi sebagai pendorong niat berwirausaha. Dalam beberapa konteks, hubungan sosial yang ada mungkin tidak memberikan dukungan yang diperlukan untuk mendorong individu mengambil risiko berwirausaha. Oleh karena

itu, penting untuk memahami konteks sosial dan budaya di mana mahasiswa beroperasi. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan antara modal sosial dan niat berwirausaha.

Sebagai langkah selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi hubungan antara Modal Sosial, Entrepreneurial Alertness, dan Intensi Berwirausaha. Penelitian ini dapat memperluas cakupan dengan melibatkan variabel lain, seperti motivasi individu, dukungan institusi, dan pengalaman kewirausahaan sebelumnya. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai dinamika yang mempengaruhi niat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Salah satu variabel yang dapat diteliti lebih lanjut adalah motivasi individu. Motivasi intrinsik, seperti keinginan untuk mencapai kemandirian finansial atau untuk mengejar passion, dapat berperan penting dalam membentuk niat berwirausaha. Selain itu, dukungan institusi, seperti program mentoring, akses ke sumber daya, dan pelatihan kewirausahaan, juga dapat mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa. Penelitian yang melibatkan variabel-variabel ini dapat memberikan gambaran yang lebih holistik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai pengaruh Entrepreneurial Alertness dan Modal Sosial terhadap Intensi Berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kewaspadaan terhadap peluang bisnis berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha, sementara modal sosial tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Temuan ini menekankan pentingnya pengembangan entrepreneurial alertness dalam pendidikan kewirausahaan, serta perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor lain yang mempengaruhi niat berwirausaha. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan membantu menciptakan lingkungan yang mendukung bagi mereka untuk berwirausaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adler, P. S., & Kwon, S.-W. (2017). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17–40.
- Ajzen, I. (2012). *Constructing a theory of planned behavior questionnaire*. Amherst, MA.
- Anderson, A. R., & Jack, S. L. (2017). The articulation of social capital in entrepreneurial networks: a glue or a lubricant? *Entrepreneurship & Regional Development*, 14(3), 193–210.
- Aryaningtyas, A. T., & Palupiningtyas, D. (2019). Pengaruh kepribadian proaktif terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa: Pendidikan kewirausahaan sebagai variabel moderasi. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(1), 15–25.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir 2018-2023*. Jakarta Pusat.
- Brockman, B. K. (2014). Entrepreneurial alertness in opportunity identification and opportunity development. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 26(2), 27.
- Chen, X., & Liu, Y. (2021). The influence of social capital on entrepreneurial intention among business students in Taiwan. *Journal of Entrepreneurship Education*, 24(2), 45–62.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2017). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301–331.
- Hajizadeh Zali, M. R. (2016). The role of entrepreneurial alertness in opportunity recognition. *International Journal of Business and Management Studies*, 5(2), 47–62.
- Hardini, Han Tantri, and M. T. (2021). Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Attitudes as Predictors of Student Entrepreneurial Intention Enrichment. *Journal of Management*, 11(2), 290–296.
- Hassan, S., Poon, W. C., & Hussain, I. A. (2024). Heterogeneous social capital influencing entrepreneurial intention among female business students in the Maldives. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(1), 209–230.

- Hmieleski, K. M., & Carr, J. C. (2018). The relationship between entrepreneur psychological capital and new venture performance. *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- Hu, R., et al. (2018). The influence of entrepreneurial alertness on entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(7), 1397–1415.
- Kirzner, I. M. (2017). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60–85.
- Lanivich, S. E. (2022). The RICH entrepreneur: Using conservation of resources theory in contexts of uncertainty. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 863–894.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Montiel-Campos, H. (2023). Entrepreneurial alertness, opportunity recognition and innovation in Mexican firms. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(1), 89–108.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (2017). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality. *Personality and Individual Differences*, 138, 273–279.
- Owoseni, O. O. (2014). The influence of some personality factors on entrepreneurial intentions. *International Journal of Business and Social Science*, 5(1).
- Pratana, N. K., & Margunani, M. (2019). Pengaruh sikap berwirausaha, norma subjektif dan pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 533–550.
- Rahman, M., Suharto, A., & Wijaya, T. (2022). Modal sosial dan intensi berwirausaha mahasiswa: Studi multi-universitas di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 37(2), 156–171.
- Rahmania, M., Wati, W., & Purnama Sari, W. (2022). The Effect of Entrepreneurship Knowledge, E-Commerce, Family Environment and Achievement Motivation on Interest In Entrepreneurship of Economic Education Students, Universitas PGRI Sumatera Barat. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(1), 24. <https://doi.org/10.24014/ekl.v5i1.17064>
- Roundy, P. T., Harrison, D. A., Khavul, S., Pérez-Nordtvedt, L., & McGee, J. E. (2018). Entrepreneurial alertness as a pathway to strategic decisions and organizational performance. *Strategic Organization*, 16(2), 192–226.
- Santoso, S. (2020). Modal Sosial dan Kewirausahaan: Tinjauan Teoretis dan Empiris. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Semrau, T., & Werner, A. (2017). How exactly do network relationships pay off? The effects of network size and relationship quality on access to start-up resources. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(3), 501–525.
- Serefina, S. T. (2020). *Intensi berwirausaha: Sebuah Konsep Dan Studi Kasus Di Era Revolusi Industri 4.0*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Shane, S. (2016). Reflections on the 2010 AMR decade award: Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 37(1), 10–20.
- Shu, R., Ren, S., & Zheng, Y. (2018). Building networks into discovery: The link between entrepreneur network capability and entrepreneurial opportunity discovery. *Journal of Business Research*, 85, 197–208.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tang, J., et al. (2017). Exploring entrepreneurial alertness as an interpretive process: The role of social networks. *Journal of Business Venturing*, 32(4), 431–449.
- TANG, J., KACMAR, K. M., & BUSENITZ, L. (2017). A SOCIAL COGNITION VIEW OF ALERTNESS IN THE DISCOVERY PROCESS OF ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITIES. *Academy of Management Proceedings*, 1, 1–6.

- Westlund, H., & Bolton, R. (2017). Local social capital and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 21, 77–113.
- Yıldırım, N., Çakır, Ö., & Aşkun, O. B. (2016). Ready to dare? A case study on the entrepreneurial intentions of business and engineering students in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 277–288.
- Zhao, H., et al. (2020). The relationship between entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(2), 290–315.