

ABSTRAK

Dalam menjalankan suatu usahanya, wanita wirausaha dihadapkan persoalan-persoalan spesifik seperti adanya persepsi sosial mengenai peran pria dan wanita yang dapat mempengaruhi niat wanita untuk berwirausaha atau tidak. Niat berwirausaha juga di pengaruhi oleh karakteristik kognitif dan psikologis seorang wirausahawan, seperti adanya sikap inovatif, sifat proaktif, dan keberanian mengambil risiko.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi sosial terhadap niat berwirausaha wanita di Kota Bandung baik secara langsung maupun dimediasi oleh orientasi kewirausahaan.

Data dalam penelitian ini didapat melalui penyebaran kuesioner secara *online* kepada 345 sampel dari 2485 populasi wanita wirausaha UMKM di Kota Bandung. Kuesioner terdiri atas beberapa pernyataan dengan pilihan berupa 6 skala *likert*. Metode sampel yang digunakan yaitu sampel *probability sampling* dengan teknik sampel acak sederhana. Menggunakan analisis deskriptif serta analisis *Structured Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan *software* SmartPLS dengan menguji *outer model* dan *inner model* dan melakukan *bootstrapping* untuk pengujian hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel persepsi sosial berhubungan positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha baik secara langsung maupun dimediasi oleh orientasi kewirausahaan, variabel persepsi sosial juga berhubungan positif dan signifikan terhadap orietasi kewirausahaan, serta variabel orientasi kewirausahaan berhubungan positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

Kata Kunci: Persepsi Sosial, Orientasi Kewirausahaan, Niat Berwirausaha.