

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat di dunia, dengan jumlah sebanyak 270,20 juta jiwa (BPS, 2020). Hal ini, merupakan sebuah potensi besar bagi Indonesia apabila dapat dimanfaatkan dengan baik, ditambah dengan bonus demografi pada tahun 2030-2040 dengan penduduk usia produktif jumlahnya akan lebih banyak dari usia non produktif (Raharjo Jati, 2015)

Dari besarnya penduduk di Indonesia dan banyaknya penduduk usia produktif, di sisi lain menimbulkan masalah baru yaitu ketersediaan lapangan kerja akibat tidak seimbangnya pertumbuhan penduduk dengan pertumbuhan ekonomi dan industri. Menurut BPS (2021) menyatakan bahwa tingkat pengangguran terbuka di Indonesia masih cukup tinggi sebesar 6,26% dari total jumlah penduduk di Indonesia. Dari sektor usaha mikro, kecil, dan menengah yang berperan dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia yaitu sebesar 96,92% dari angkatan kerja Nasional, pertumbuhannya pada tahun 2019 hanya sebesar 1,98% dibanding tahun 2018 (Kementrian KUKM, 2021). Sedangkan rasio kewirausahaan di Indonesia hanya 3,47% yang tergolong tertinggal dibanding negara tetangga seperti Thailand 4,26%, Malaysia 4,74%, dan Singapura 8,76% (Kementrian KUKM, 2021). Padahal, kewirausahaan berkontribusi positif terhadap pembangunan ekonomi di seluruh dunia (Doanh & Bernat, 2019).

Selama beberapa dekade terakhir, kewirausahaan telah menjadi bidang yang menarik bagi para peneliti dan pemerintah di seluruh dunia karena meningkatnya persaingan global, kemajuan teknologi yang berubah dengan cepat, dan ekonomi pasar yang berkembang, kewirausahaan semakin dilihat sebagai cara untuk menghadapi tantangan global (Ozaralli & Rivenburgh, 2016). Kewirausahaan dipandang sebagai proses inovatif dan kreatif, yang berperan potensial dalam menciptakan nilai tambah dan nilai baru pada produk/jasa, meningkatkan produktivitas, menciptakan peluang lapangan kerja baru,

revitalisasi dan diversifikasi pasar, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan pengembangan perekonomian Nasional (Guerrero et al., 2008).

Definisi komprehensif dari kewirausahaan atau *entrepreneurship* adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dengan nilai dengan mencurahkan waktu yang diperlukan dan usaha, dengan menanggung risiko keuangan, psikis, dan sosial yang menyertainya, dan menerima imbalan yang dihasilkan dari kepuasan moneter dan pribadi serta kemandirian (Hisrich, 2005). Dari urgensi kewirausahaan dan risiko kewirausahaan yaitu (keuangan, psikis, sosial), memungkinkan berbagai anteseden yang dapat mendorong atau mencegah niat berwirausaha.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan variabel yaitu peran religiusitas dimana keyakinan agama memainkan peran penting dalam membentuk perilaku sosial, komitmen beragama atau religiusitas memiliki peran yang sangat penting dalam hal pembentukan pengetahuan, kepercayaan dan sikap seseorang, yang mana semua hal tersebut melekat dalam setiap individu dan tidak dapat dikesampingkan dalam sebuah kajian kelompok maupun individu (Shyan Fam et al., 2004). Dan menariknya, menurut Emami dan Nazari (2012) berpendapat bahwa pengusaha yang memiliki keyakinan yang lebih tinggi dan komitmen terhadap agama mereka lebih etis dalam perilaku bisnis.

Agama dapat mempengaruhi keputusan manusia untuk menjadi wirausaha karena merupakan kewajiban untuk memenuhi kebutuhan (Bahri, 2018). Dalam ushul fiqh, terdapat kaidah yang menyatakan bahwa “*maa laa yatimm al-wajid illa bihi fa huwa wajib*”, yakni sesuatu yang harus ada untuk menyempurnakan yang wajib, maka ia wajib diadakan (Bahri, 2018). Mencari nafkah (yakni melakukan kegiatan ekonomi) adalah wajib. Allah SWT berfirman dalam Q.S. At-Taubah:105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ
بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: "Dan Katakanlah: Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta

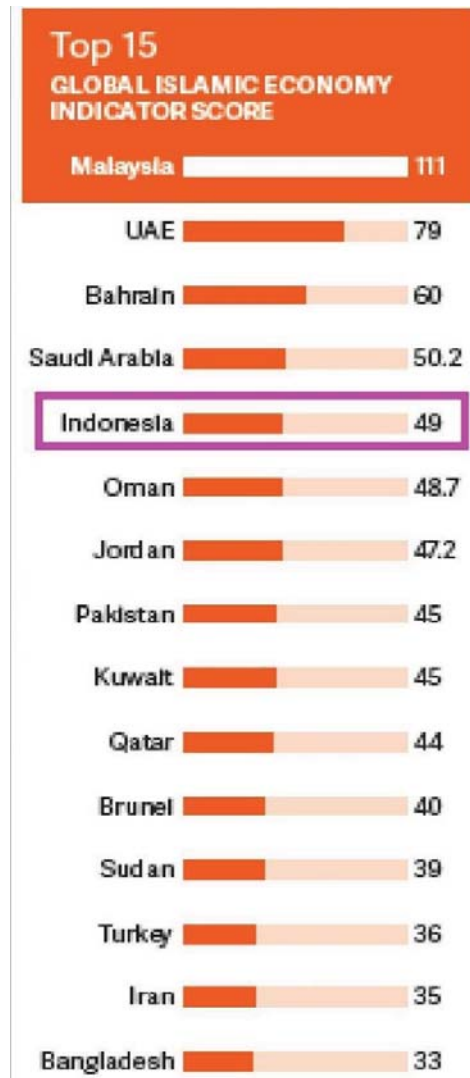
orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."

Implementasi konsep berwirausaha syariah pada dasarnya memiliki dua dimensi yaitu dimensi horizontal dan dimensi vertikal, dimana dimensi vertikal berkaitan dengan hubungan manusia dengan tuhan (*hablumminallah*) dan dimensi horizontal berkaitan dengan hubungan manusia dengan manusia (*hablumminannas*) (Hendayana, 2018).

Seperti agama-agama lain, Islam juga memiliki peran penting dalam mendorong perilaku wirausaha para pemeluknya (Shyan Fam et al., 2004). Jumlah umat Islam di seluruh dunia saat ini sekitar 1,9 miliar, menjadikannya agama terbesar kedua di dunia setelah Kristen dan memiliki potensi untuk kegiatan kewirausahaan (Rehan et al., 2019). Meskipun kajian tentang agama dan kewirausahaan telah dilaksanakan, para ulama masih memperdebatkan tugas pendidikan kewirausahaan dan nilai-nilai Islam dalam menjelaskan niat. Misalnya, Turkina dan Thai (2015) menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam sebagai bagian dari aspek sosio-psikologis secara tidak langsung mempengaruhi niat kewirausahaan dengan bertindak sebagai mediator antara nilai-nilai agama dan niat kewirausahaan.

Studi oleh Rehan et al. (2019) mengatakan bahwa nilai-nilai Islam memberikan pedoman dalam membentuk sikap kewirausahaan dalam masyarakat Islam dan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap niat berwirausaha melalui sikap. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih baik tentang apa dan bagaimana nilai agama, pendidikan kewirausahaan, inspirasi kewirausahaan, sikap dan niat terkait. Inspirasi dan sikap kewirausahaan memiliki peran penting dalam mempengaruhi niat siswa (Ahmed et al., 2020; Cui et al., 2019). Inspirasi kewirausahaan sebagai bagian dari emosi telah terbukti memoderasi hubungan antara pemahaman dan kemampuan keterampilan kognitif (Nabi et al., 2018a).

Gambar 1. 1 Global Islamic Economic Indicator Score



Gambar 1. 2 Global Islamic Report



Sumber: Global Islamic Report

Dalam konteks *Islamic entrepreneurship*, jumlah muslim *entrepreneur* sedang mengalami peningkatan yang signifikan diiringi dengan pertumbuhan industri halal di Indonesia seperti keuangan syariah, wisata halal, makanan dan minuman halal, *modest fashion* dll, yang menempatkan Indonesia peringkat ke-4 dalam kategori Top 15 Global Islamic Economy Indicator dengan skor sebesar 49 (State of The Global Islamic Report, 2019). Industri halal pula telah menyumbang USD 3,8 miliar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia setiap tahunnya. Selain itu, industri halal juga telah menyumbang USD 1 miliar investasi dari investor asing dan membuka 127 ribu lapangan pekerjaan per tahunnya. Bila dioptimalkan lagi, industri halal dapat meningkatkan nilai ekspor dan cadangan devisa negara (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2019). Dengan total konsumsi barang dan jasa halal Indonesia pada 2017 sekitar US\$ 218,8 miliar. Jumlah ini diperkirakan terus tumbuh rata-rata sebesar 5,3 persen dan mencapai US\$ 330,5 miliar pada 2025 mendatang (Halal Economy and Strategy Roadmap, 2018). Dari data tersebut sudah seharusnya *Islamic Entrepreneur* menjadi salah faktor penting dalam ekonomi di Indonesia, dan dapat menumbuhkan *intention* berwirausaha khususnya kalangan mahasiswa di Indonesia.

Pemilihan mahasiswa sebagai subjek penelitian dikarenakan mahasiswa sebagai *agent of change*, dan juga mahasiswa saat ini berpotensi sebagai wirausahawan masa depan dan terlibat dalam kegiatan wirausaha (Ozaralli & Rivenburgh, 2016). Mahasiswa sebagai bagian dari institusi Pendidikan tinggi, yang mana saat ini seluruh dunia telah memperluas pendidikan kewirausahaan dan meningkatkan jumlah program pembelajaran yang ditawarkan untuk berkontribusi menciptakan lebih banyak wirausahawan di masyarakat dan pada akhirnya dapat meningkatkan pembangunan dan inovasi ekonomi (Nabi et al., 2018). Pentingnya pendidikan kewirausahaan didasarkan pada argumen bahwa kewirausahaan dapat dipelajari karena merupakan proses yang dapat memfasilitasi intensi kewirausahaan (Ahmed et al., 2020; Solesvik et al., 2012).

Intention atau niat dapat diukur dengan banyak cara, diantaranya

menggunakan model *theory of planned behaviour* (Ajzen, 1991). Pada penelitian ini, mengidentifikasi dan menganalisis religiusitas dan nilai-nilai Islam yang terkait dengan inspirasi, sikap dan niat kewirausahaan, dengan memasukkan religiusitas dan nilai-nilai Islam sebagai variabel yang cukup besar dalam konstelasi kognitif yang mempengaruhi perilaku individu, khususnya bagi komunitas Muslim kaitannya dengan *Islamic entrepreneurial intentions*.

1.2 Kesenjangan Penelitian

Pada penelitian sebelumnya Wibowo (2021) “*Does Islamic values matter for Indonesian students’ entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial inspiration and attitude*” telah membahas efek dari komponen-komponen nilai-nilai Islam terhadap niat berwirausaha. Pada penelitian Wibowo (2021) bertujuan untuk menguji pengaruh nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan untuk memprediksi niat siswa Islam untuk bisnis, serta menyelidiki peran mediasi dari inspirasi dan sikap kewirausahaan.

Dari sampel 381 santri di daerah terpilih di Indonesia yang tergabung dalam pendidikan dan praktik kewirausahaan memperkuat studi tentang pengaruh nilai-nilai Islam yang mempengaruhi baik secara langsung maupun melalui inspirasi dan motivasi pada niat kewirausahaan siswa. Selain itu, ditemukan pengaruh langsung dan tidak langsung pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha melalui inspirasi dan motivasi. Studi ini juga menunjukkan peran penting nilai-nilai Islam, inspirasi kewirausahaan dan sikap kewirausahaan yang perlu dipertimbangkan dalam mempromosikan niat kewirausahaan bagi siswa Islam.

Keterbatasan penelitian Wibowo (2021) terletak pada demografi responden di wilayah Jawa Timur dan pesertanya hanya siswa laki-laki. Akibatnya, temuan tersebut tidak dapat digeneralisasikan ke semua pesantren di Indonesia atau di negara-negara Islam. Selain itu, perbedaan regional dalam suatu negara dapat mempengaruhi sikap terhadap kewirausahaan dan niat berwirausaha. Keterbatasan selanjutnya adalah tidak menggunakan model TPB yang lengkap, termasuk perilaku atau sikap kewirausahaan. Terakhir, data dan

temuan empiris dibatasi pada tujuh nilai Islam, inspirasi kewirausahaan, sikap kewirausahaan dan pendidikan kewirausahaan di Pesantren Sidogiri Pasuruan Indonesia.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan variabel *Islamic religiosity* (Ateeq-ur-Rehman & Shabbir, 2010) dengan indikator *ideological dimension*, *ritualistic dimension*, *intellectual dimension*, *consequential dimension*, dan *experience dimension*, dimana komitmen beragama atau religiusitas memiliki peran yang sangat penting dalam hal pembentukan pengetahuan, kepercayaan dan sikap seseorang (Shyan Fam et al., 2004) sehingga lebih komprehensif. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan variabel *entrepreneurship education*, dimana subjek penelitian ditujukan kepada mahasiswa. Pemilihan mahasiswa sebagai subjek penelitian dikarenakan mahasiswa sebagai *agent of change*, dan juga mahasiswa saat ini berpotensi sebagai wirausahawan masa depan maupun yang tidak memiliki niat untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha (Ozaralli & Rivenburgh, 2016). Variabel mediasi *self-efficacy* pada penelitian ini juga merupakan pembaruan dikarenakan efikasi diri berkaitan dengan keyakinan seseorang bahwa apakah suatu tujuan tertentu dapat dicapai atau tidak yang dapat dipengaruhi berbagai faktor. Pendekatan *Islamic entrepreneurship* pada penelitian ini dikarenakan penelitian yang secara spesifik membahas *Islamic entrepreneurial intentions* masih langka.

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengkaji faktor-faktor *Islamic religiosity* dan *entrepreneurship education* yang mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa, serta peran mediasi pemahaman dari inspirasi, sikap kewirausahaan dan efikasi diri.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik SEM PLS. Penelitian ini menggunakan SEM PLS karena selain SEM PLS dapat melihat hasil hubungan dari variabel eksogen dan endogen, peneliti ingin melihat hubungan secara langsung dan tidak langsung dari

kekuatan indikator dari setiap variabel laten dan hubungan dari satu indikator dengan indikator lainnya apakah dapat dipercaya atau reliabel. Jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer dan juga data sekunder. Data primer diperoleh dengan penyebaran kuesioner pada responden sejumlah 293 dengan metode *purposive sampling* atau kriteria yang telah ditentukan kategorisasi nya oleh peneliti dan juga metode *snowball sampling* karena peneliti membutuhkan persebaran melalui akun sosial media untuk penyebaran kuesioner. Sedangkan data sekunder bersumber dari objek pendukung yang berasal dari literatur, dokumentasi, laporan, berita dan arsip yang dapat mendukung penelitian ini.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Dari hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, telah didapatkan hasil penelitian yang menjelaskan bahwa:

1. *Islamic religiosity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneur inspiration*.
2. *Islamic religiosity* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneur attitude*.
3. *Islamic religiosity* berpengaruh signifikan terhadap *self-efficacy*.
4. *Entrepreneurship education* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneur inspiration*.
5. *Entrepreneurship education* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneur attitude*.
6. *Entrepreneurship education* berpengaruh signifikan terhadap *self-efficacy*.
7. *Entrepreneurship education* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Islamic entrepreneurial intentions*.
8. *Entrepreneur inspiration* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Islamic entrepreneurial intentions*.
9. *Entrepreneur attitude* berpengaruh signifikan terhadap *Islamic entrepreneurial intentions*.
10. *Self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *Islamic entrepreneurial intentions*.

11. *Islamic religiosity* terhadap *Islamic entrepreneurial intentions* melalui *entrepreneur inspiration* tidak berpengaruh signifikan.
12. *Islamic religiosity* terhadap *Islamic entrepreneurial intentions* melalui *entrepreneur attitude* berpengaruh signifikan.
13. *Islamic religiosity* terhadap *Islamic entrepreneurial intentions* melalui *self-efficacy* berpengaruh signifikan.
14. *Entrepreneurship education* terhadap *Islamic entrepreneur intentions* melalui *entrepreneur inspiration* tidak berpengaruh signifikan.
15. *Entrepreneurship education* terhadap *Islamic entrepreneur intentions* melalui *entrepreneur attitude* berpengaruh signifikan.
16. *Entrepreneurship education* terhadap *Islamic entrepreneur intentions* melalui *self-efficacy* berpengaruh signifikan.

1.6 Sistematika

Secara ringkas sistematika Skripsi yang akan disusun oleh penulis dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 digunakan oleh peneliti yang berisi mengenai pendahuluan penelitian ini yang membahas faktor yang mempengaruhi *Islamic entrepreneurial intention* dengan menggunakan pendekatan komponen peran religiusitas Islam dan pendidikan kewirausahaan terhadap *Islamic entrepreneurial intentions* dengan mediasi oleh *entrepreneurial inspiration*, *attitude*, dan *self-efficacy*. Dalam bab 1 pendahuluan penelitian yang berisikan dan menjelaskan menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 berisi uraian dan penjelasan tentang landasan teori tentang konsep dari teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dirumuskan dan terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu *entrepreneurship*, *entrepreneurial intention*, *Islamic entrepreneur*, *Islamic religiosity*,

entrepreneurship education, entrepreneurial inspiration, theory of planned behaviour, self-efficacy dan *Islamic entrepreneurial intentions* yang berasal dari berbagai sumber referensi dengan sumber utama yaitu artikel pada jurnal penelitian terdahulu yang dimuat dalam berbagai jurnal internasional. Selain itu terdapat pula hubungan variabel sebagai dasar untuk pengembangan hipotesis, penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai acuan utama pengembangan penelitian, hipotesis, dan kerangka berpikir. Sehingga pada tinjauan pustaka bisa dijadikan sebagai penguat dan dasar penelitian. Sehingga mampu mendorong kualitas dan keabsahan dari hasil yang akan diperoleh pada penelitian ini.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab 3 berisi tentang pendekatan penelitian, model empiris, definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, serta teknik analisis yang digunakan dalam penelitian dalam menjawab rumusan masalah.

BAB 4 PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menguraikan tentang gambaran umum mengenai objek penelitian, kemudian deskripsi hasil penelitian dan interpretasi peneliti serta pengujian hipotesis mengenai data yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan lalu dikaitkan dengan teori yang telah dijelaskan pada bagian tinjauan pustaka.

BAB 5 KESIMPULAN

Bab 5 berisi kesimpulan yang diperoleh dari penelitian berikut saran yang sesuai dengan membandingkan hasil penelitian dengan teori-teori yang berkaitan dengan pokok permasalahan serta memuat saran-saran yang berkaitan dengan objek penelitian.