

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL
TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA PEREMPUAN MILENIAL
DENGAN TEKNOLOGI DAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA *MALANG CRATIVE FUSHION* (MCF) KOTA
MALANG JAWA TIMUR**

TESIS

Oleh :

Salwa Nabila Nihaya
NIM : 200504210017



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2023**

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL
TERHADAP NIAT BERWIRSAUSAHA PEREMPUAN MILENIAL
DENGAN TEKNOLOGI DAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA *MALANG CRATIVE FUSHION* (MCF) KOTA
MALANG JAWA TIMUR**

Tesis

Diajukan kepada

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Malana Malik Ibrahim Malang

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan

Program Magister Ekonomi Syari'ah

Oleh:

SALWA NABILA NIHAYA

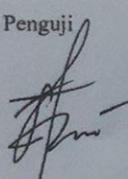
NIM : 200504210017

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2023**

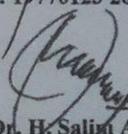
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS

Tesis dengan judul "*PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP NIAT BERWIRSAHA PEREMPUAN MILENIAL DENGAN TEKNOLOGI DAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA MALANG CREATIVE FUSHION (MCF) KOTA MALANG JAWA TIMUR*" ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 07 Desember 2022

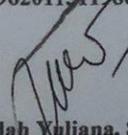
Dewan Penguji


Dr. Fani Firmansyah, S.E., M.M.
NIDN : 19770123 200912 1 001

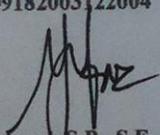
Ketua


Prof. Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag.
NIP. 19620115119603001

Penguji Utama


Dr. Indah Xuliana, S.E., M.M
NIP : 197409182003122004

Anggota/ Pembimbing I


Yuniarti Hidayah S.P., S.E., M.Bus, Ak., CA, Ph.D
NIP : 197606172008012020

Anggota/Pembimbing II


Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd.
NIP : 19640305200003 1 002

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salwa Nabila Nihaya

NIM : 200504210017

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Pascasarjana Program Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul: **“Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Niat Berwirausaha Perempuan Milenial Dengan Teknologi dan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Pada *Malang Creative Fushion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya tulis orang lain baik sebagian atau keseluruhan. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip dan dirujuk sesuai kode etik penulisan karya tulis ilmiah. Apabila di kemudian hari ternyata dalam tesis ini terbukti ada unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 15 Agustus 2023

Hormat Saya,



METERAL
TEMPEL
362DAKX598736717

Salwa Nabila Nihaya

NIM. 200504210017

MOTTO

من هدى القرآن الكريم

وَالشَّمْسُ تَجْرِي لِمُسْتَقَرٍّ هَآءَ ذَٰلِكَ تَقْدِيرُ الْعَزِيزِ الْعَلِيمِ

“Dan matahari berjalan ditempat peredarannya. Demikianlah ketetapan Yang
Maha Perkasa lagi Maha Mengetahui”

(QS. Yasin Ayat 38)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati
Karya Tulis Ilmiah (Tesis) ini saya persembahkan kepada untuk
Orang Tua Terkasih, Drs. HN. Taufiq, M.Ag dan Dra. Roichatizzakiyah S.Pd.I,
Kakak Tercinta Dr. Ana Maulida Sabila, M.Pd
dan Dr. Achmad Muqorobin, SH.i., M.A,
Keponakan Tersayang Azka Amalia Salsabila
Suami Tercinta Maula Arsyadanil Haq, M.E.,
Serta Paman Teladan Dr. rer. nat. Abdurrouf, S.Si., M.Si
dan Prof. Dr. Ir. H. Akhmad Fauzi, MMT sebagai motivator yang senantiasa
mendukung dan mendo'akan saya selama proses belajar dan menulis tesis ini.
Kepada semua dosen Magister Ekonomi Syari'ah, khususnya Dosen Pembimbing
saya Dr. Indah Yuliana, S.E., M.M selaku Pembimbing I
dan ibu Yuniarti Hidayah S.P., S.E., M.Bus, Ak., CA, Ph.D selaku Pembimbing II
yang senantiasa bersabar dalam membimbing dan mengarahkan saya untuk dapat
menyelesaikan studi dan tesis ini.
Kepada orang terdekat yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan
semangat untuk menyelesaikan tesis ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian tesis dengan judul “Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Niat Berwirausaha Perempuan Milenial Dengan Teknologi dan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Pada *Malang Creative Fashion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur” dengan baik dan tepat waktu.

Dalam penyusunan tesis ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan, pengarahan, bimbingan, kritik dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menghaturkan rasa hormat sebagai penghargaan dalam rasa terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Wahidmurni, M. Pd, selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Dr. Indah Yuliana, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya, memberikan saran dan kontribusi pemikiran dalam menyelesaikan tesis ini.
5. Ibu Yuniarti Hidayah S.P., S.E., M.Bus, Ak., CA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan kontribusi pemikiran dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Bapak Dr. Eko Suprayitno, SE, M.Si., Ph.D, selaku Sekretaris Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Segenap Bapak/Ibu Dosen Pascasarjana Program Studi Magister Ekonomi Syariah yang telah membimbing dan memberikan wawasan sehingga studi ini dapat terselesaikan.
8. Kedua orang tuaku, Drs. HN. Taufiq, M.Ag dan Dra. Roichatizzakiyah, yang telah banyak berkorban baik materil dan moril serta tak henti-hentinya

memberikan dukungan dan curahan kasih sayang.

9. Seluruh saudara dan keluarga, khususnya suami tercinta Maula Arsyadani Haq, yang selalu memberi semangat tiada henti demi membantu melancarkan proses menempuh kuliah sampai akhir.
10. Semua teman-teman Prodi Magister Ekonomi Syariah 2020 yang telah menemani selama masa perkuliahan dan selalu kompak dalam semua hal.
11. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namun memberikan banyak dukungan atas penyelesaian tesis ini.

Akhir kata, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca. Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan rendah hati dan lapang dada peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Malang, 15 Agustus 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Salwa Nabila Nihaya', with a small checkmark above the name.

Peneliti,
Salwa Nabila Nihaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
ملخص البحث	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	17
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	20
A. Landasan Teori.....	20
1. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	20

2.	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	21
3.	Niat Berwirausaha	23
4.	Teknologi	30
5.	Religiusitas	33
6.	Generasi Milenial	34
B.	Perspektif Islam Tentang Variabel Penelitian.....	35
1.	Perempuan dan Wirausaha Dalam Perspektif Islam	35
2.	Niat Berwirausaha Dalam Perspektif Islam.....	38
3.	Sikap Dalam Perspektif Islam	40
4.	Norma Subjektif Dalam Perspektif Islam	42
5.	Persepsi Kegunaan Dalam Perspektif Islam.....	45
6.	Persepsi Kemudahan Dalam Perspektif Islam.....	47
C.	Hipotesis Penelitian	47
1.	Faktor Internal dan Niat Berwirausaha	47
2.	Faktor Eksternal dan Niat Berwirausaha.....	50
3.	Teknologi, Faktor Internal Dan Niat Berwirausaha	53
4.	Teknologi, Faktor Eksternal Dan Niat Berwirausaha	55
5.	Religiusitas, Faktor Internal Dan Niat Berwirausaha.....	57
6.	Religiusitas, Faktor Eksternal Dan Niat Berwirausaha.....	59
E.	Kerangka Konseptual.....	61
F.	Penelitian Terdahulu	63
G.	Orisinalitas Penelitian	69
BAB III METODE PENELITIAN		70
A.	Jenis dan Pendekatan	70
B.	Desain Penelitian	71
C.	Populasi dan Sampel	72

D. Teknik Pengumpulan Data.....	73
E. Sumber Data.....	74
F. Definisi Operasioanl Variabel.....	75
G. Teknik Analisis Data.....	77
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	82
A. Gambaran Umum Penelitian.....	82
1. Profil Demografi Responden.....	82
2. Analisis Statistik Deskriptif	83
3. Analisis Multikolinearitas.....	86
B. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif (<i>Outer Loading</i>).....	86
1. Uji Validitas	86
2. Uji Reliabilitas.....	89
C. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	90
1. <i>Coefficient of Determination</i> (R^2).....	90
2. <i>Effect Size</i> (F^2).....	91
3. Predictive Relevance (Q^2)	92
4. <i>Path Coefficient</i>	92
D. Pengujian Hipotesis.....	94
BAB V PEMBAHASAN	98
A. Pengaruh Faktor Internal Terhadap Niat Berwirausaha.....	98
B. Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Niat Berwirausaha.....	107
C. Teknologi Memoderasi Hubungan Faktor Internal dan Niat Berwirausaha.....	114
D. Teknologi Memoderasi Hubungan Faktor Eksternal dan Niat Berwirausaha.....	117

E. Religiusitas Memoderasi Hubungan Faktor Internal dan Niat Berwirausaha	120
F. Religiusitas Memoderasi Hubungan Faktor Eksternal dan Niat Berwirausaha	123
BAB VI PENUTUP	127
A. Kesimpulan	127
B. Keterbatasan Penelitian.....	129
C. Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data TPAK Kota Malang Berdasarkan Usia.....	4
Gambar 1.2 Data TPT Kota Malang	5
Gambar 1.3 Data Bidang Usaha MCF.....	7
Gambar 2.1 <i>Theory of Reasoned Action</i>	21
Gambar 2.2 <i>Technology Acceptance Model</i>	22
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	61
Gambar 4.1 <i>Path Coefficient</i>	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	63
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	75
Tabel 4.1 Profil Demografi Responden	82
Tabel 4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	83
Tabel 4.3 <i>Fornel Lecker Criterion</i>	86
Tabel 4.4 Nilai <i>Outer Loading</i>	87
Tabel 4.5 Nilai AVE.....	88
Tabel 4.6 Nilai Cross Loading.....	89
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	90
Tabel 4.8 Nilai R^2	90
Tabel 4.9 Nilai F^2	91
Tabel 4.10 Q^2	92
Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis.....	94

ABSTRAK

Nihaya, Salwa Nabila. 2022. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Niat Berwirausaha Perempuan Milenial Dengan Teknologi dan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Malang Creative Fashion (MCF) Kota Malang Jawa Timur. Tesis, Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing (1) Dr. Indah Yuliana, S.E., M.M., (2) Yuniarti Hidayah S.P., S.E., M.Bus, Ak., CA, Ph.D

Kata Kunci: *Faktor Internal, Faktor Eksternal, Niat Berwirausaha, Teknologi, Religiusitas*

Niat berwirausaha adalah kemampuan untuk memenuhi kebutuhan serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kemampuan yang ada pada diri sendiri. Pembentukan niat kewirausahaan memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi, yaitu faktor internal dan faktor eksternal, teknologi dan religiusitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap niat berwirausaha dengan teknologi dan religiusitas sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan milenial pada *Malang Creative Fashion* (MCF) Kota Malang. Metode dalam menentukan sampel adalah *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 78 responden. Data penelitian ini menggunakan data primer. Penelitian ini menggunakan alat analisis Partial Least Square (PLS) dengan aplikasi SmartPLS versi 4.

Hasil penelitian ini menunjukkan faktor internal dan eksternal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, Secara tidak langsung, teknologi memoderasi pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap niat berwirausaha secara positif dan signifikan. Dan religiusitas memoderasi pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap niat berwirausaha secara positif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa teknologi dan religiusitas memoderasi hubungan faktor internal dan faktor eksternal terhadap niat berwirausaha.

ABSTRACT

Nihaya, Salwa Nabila. 2022. The Influence of Internal and External Factors on Millennial Women's Entrepreneurial Intentions with Technology and Religiosity as Moderating Variables in Malang Creative Fusion (MCF) Malang City, East Java. Thesis, Postgraduate Islamic Economics Study Program, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang, Supervisor (1) Dr. Indah Yuliana, SE, MM, (2) Yuniarti Hidayah SP, SE, M.Bus, Ak., CA, Ph.D

Keywords: *Internal Factors, External Factors, Entrepreneurial Intentions, Technology, Religiosity*

Intention is the ability to meet needs as well as solving life problems, advancing a business or creating a new business with the capabilities that exist in oneself. The formation of entrepreneurial intentions has several influencing factors, namely internal and external factors, technology and religiosity. This study aims to measure and analyze the influence of internal factors and external factors on entrepreneurial intentions with technology and religiosity as moderating variables.

This research belongs to the type of quantitative research with a case study approach. The population in this study were millennial women at Malang Creative Fusion (MCF) Malang City. The method in determining the sample is purposive sampling. The sample in this study amounted to 78 respondents. The data of this study used primary data. This research uses Partial Least Square (PLS) analysis tool with SmartPLS application 4th version.

The results of this study indicate that internal factors have a direct and significant effect on entrepreneurial intentions, while external factors do not directly affect entrepreneurial intentions. Indirectly, technology moderates the influence of internal and external factors on entrepreneurial intentions in a positive and significant way. And religiosity moderates the influence of internal and external factors on entrepreneurial intentions positively and significantly. This proves that technology and religiosity moderate the relationship between internal and external factors on entrepreneurial intentions.

ملخص البحث

نحايا، سلوى نبيلا. 2022. تأثير العوامل الداخلية والخارجية على نوايا ريادة الأعمال النسائية من

جيل الألفية مع التكنولوجيا والتدين كمتغيرات معتدلة في (MCF) Malang Creative Fusion East Java Malang City، برنامج الدراسات العليا للاقتصاد الإسلامي، مولانا مالك إبراهيم جامعة ولاية مالانج الإسلامية، المشرفة (1) Indah Yuliana (2) Yuniarti Hidayah SP، MM، SE، Ph.D، CA، Ak.، M.Bus، SE

الكلمات الرئيسية : العوامل الداخلية، العوامل الخارجية، النية ريادة الأعمال، التكنولوجيا، التدين

نية ريادة الأعمال هي القدرة على تلبية الاحتياجات بالإضافة إلى حل مشاكل الحياة، أو تطوير الأعمال التجارية أو إنشاء عمل تجاري جديد بالقدرات الموجودة في نفسه. تكوين نوايا ريادة الأعمال له العديد من العوامل المؤثرة، وهي العوامل الداخلية والخارجية والتكنولوجيا والتدين. تهدف هذه الدراسة إلى قياس وتحليل تأثير العوامل الداخلية والعوامل الخارجية على نوايا ريادة الأعمال مع التكنولوجيا والتدين كمتغيرات معتدلة.

ينتمي هذا البحث إلى نوع البحث الكمي مع منهج دراسة الحالة. كان السكان في هذه الدراسة من النساء من جيل الألفية في Malang Creative Fusion (MCF) Malang City. طريقة تحديد العينة هي أخذ العينات الهادف. وبلغت عينة الدراسة 78 مستجيبة. استخدمت بيانات هذه الدراسة البيانات الأولية. يستخدم هذا البحث أداة تحليل Partial Least Square (PLS) مع تطبيق SmartPLS4.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن العوامل الداخلية لها تأثير مباشر وهام على نوايا ريادة الأعمال، في حين أن العوامل الخارجية لا تؤثر بشكل مباشر على نوايا ريادة الأعمال. بشكل غير مباشر، تعمل التكنولوجيا على تعديل تأثير العوامل الداخلية والخارجية على نوايا ريادة الأعمال بطريقة إيجابية وهامة. ويخفف التدين من تأثير العوامل الداخلية والخارجية على النوايا الريادية بشكل إيجابي وملحوظ. وهذا يثبت أن التكنولوجيا والتدين يعملان على تعديل العلاقة بين العوامل الداخلية والخارجية على نوايا ريادة الأعمال.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Isu tentang sikap dan potensi perempuan milenial merupakan sebuah pembahasan yang urgen untuk dieksploitasi secara ilmiah. Isu-isu yang menyangkut perempuan milenial memiliki tingkat urgensi yang tinggi karena beberapa hal yaitu (a) sebagai upaya pemberdayaan perempuan, (b) merujuk pada beberapa hasil riset yang menyatakan bahwa perempuan milenial memiliki potensi wirausaha yang dinilai lebih tinggi dibanding laki-laki dan (c) tuntutan untuk hidup mandiri dan tidak bergantung kepada keluarga dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang mendorong perempuan milenial untuk terjun dalam dunia wirausaha (Rita, Arbi Siti Rabiah, 2019).

Fenomena tentang *millennial entrepreneur* dalam beberapa tahun terakhir mulai merubah pandangan bahwa bekerja sebagai pegawai merupakan sebuah pencapaian setelah menyelesaikan jenjang akademik. Pola pikir inilah yang membawa perempuan milenial meninggalkan zona nyaman dan cenderung menggiring mereka menjadi seorang wirausaha. Mereka memiliki keberanian dalam mengambil resiko, memprediksi peluang dan mengeksplorasi sesuatu yang sangat berguna dalam aktivitas wirausaha (Aziz et al., 2021).

Perkembangan era revolusi industri 4.0 memberikan pengaruh pada hampir seluruh aspek kehidupan yaitu ekonomi, politik, sosial dan budaya. Hal ini ditandai dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi hampir di seluruh lapisan masyarakat (Wicaksono & Nuryana, 2020).

Wirausaha dianggap sebagai jawaban dalam mengatasi dampak perekonomian yang terjadi pada masyarakat atas berkembangnya teknologi informasi (Dissanayake, 2013). Hal tersebut menuntut masyarakat untuk lebih rasional, memiliki pola dan cara yang lebih efektif di era revolusi industri 4.0 (Sherlywati et al., 2017).

Dalam beberapa tahun terakhir, penelitian yang berkaitan dengan wirausaha mengalami peningkatan, baik kualitas maupun kuantitasnya (Dohse & Walter, 2011). Wirausaha memiliki taraf komplikasi yang tinggi setelah adanya andil perempuan (Waluyo et al., 2016). Perempuan memiliki hubungan interpersonal yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki, kreatif dalam berkarya, lebih lunak dalam menghadapi suatu permasalahan serta bersikap fleksibel ketika melakukan suatu pekerjaan. Perempuan cenderung memiliki *future oriented* dalam jangka panjang dengan ketajamannya meramalkan keadaan (Sherlywati et al., 2017).

Kompetisi pada era revolusi industri 4.0 menekan masyarakat untuk lebih inovatif dalam operasional dan efektivitas penggunaan teknologi (Wang et al., 2019; Weiss et al., 2019). Nyatanya, generasi milenial memiliki sikap ketergantungan dan proaktif sebagai pengguna teknologi (Sarwoko, 2011). Mereka menganggap bahwa keberadaan teknologi sangat penting dalam menjalankan suatu aktivitas (Ordun, 2019). Beberapa penelitian menegaskan eratnya pengaruh teknologi dan generasi milenial dalam kehidupan sehari-hari (Marianna, 2021; Putri & Salsabila, 2021).

Generasi milenial selalu berpikiran terbuka, berani, menjunjung tinggi kebebasan, kritis dalam memecahkan masalah dan memiliki keunggulan kompetitif dalam mencari peluang. Andil milenial dalam bidang wirausaha diharapkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan ekonomi dan taraf hidup masyarakat dengan kreativitas yang mereka miliki (Badri & Hachicha, 2019). Mereka cenderung melakukan upaya ekstra untuk mencapai keberhasilan dan tujuannya dengan mengoptimalkan penggunaan teknologi (Kusumawardhany & Dwiarta, 2020; Ordun, 2019).

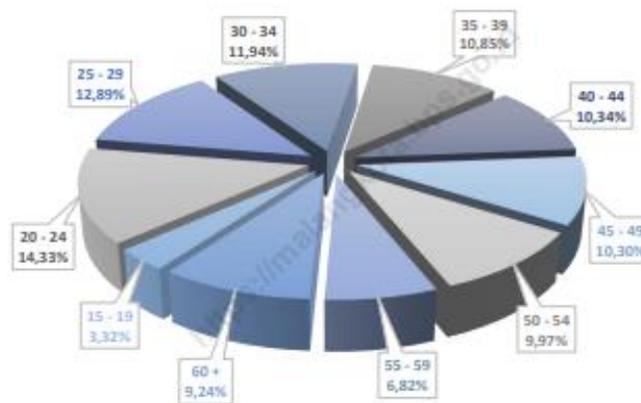
Perempuan milenial adalah generasi yang saat ini terkenal proaktif dalam wirausaha dan penggunaan teknologi. Adapun hal ini selaras dengan agenda pembangunan 2019-2024, dimana peran aktif perempuan generasi milenial terus berkembang dan memberikan dampak yang baik pada dunia perekonomian (Ordun, 2019). Terkait dengan status sebagai pelajar, mahasiswa, ataupun ibu rumah tangga, mereka mampu memanfaatkan setiap teknologi yang tersedia untuk memulai usaha yang diinginkannya (Kusuma et al., 2021).

Peran perempuan milenial dalam wirausaha tidak hanya mengacu pada perbaikan taraf hidup, akan tetapi juga keselarasannya dengan fenomena pengangguran, penyerapan tenaga kerja serta perannya dalam upaya mereduksi tingkat kemiskinan (Nugroho et al., 2020). Akan tetapi, kesempatan berwirausaha bagi perempuan cenderung terbatas dibanding laki-laki. Hal ini menuntut perempuan milenial untuk memaksimalkan potensinya dalam berwirausaha (Sherlywati et al., 2017).

Kota Malang merupakan kota yang berpotensi dalam upaya mengembangkan perekonomian khususnya pada perempuan milenial. Dibuktikan dengan data statistik partisipasi pekerja Kota Malang yang meningkat. Berdasarkan publikasi Badan Pusat Statistik Kota Malang tahun 2021, partisipasi kerja perempuan di kota Malang meningkat 0,85% pada tahun 2021 dibanding tahun 2020 (BPS, 2021).

Gambar 1.1

Data TPAK Kota Malang Berdasarkan Usia



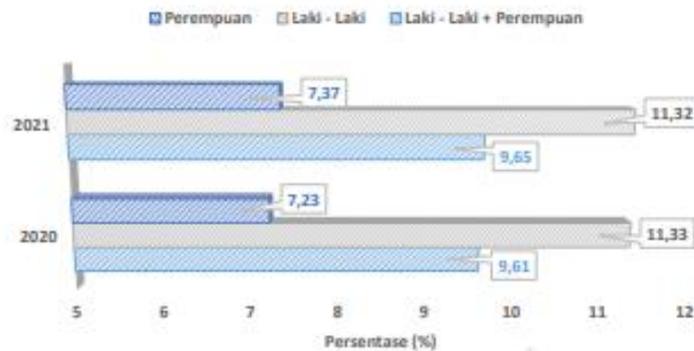
Sumber: BPS Kota Malang (2021)

Jumlah TPAK paling sedikit terdapat pada golongan usia 15-19 tahun dengan persentase 3,32%. Rendahnya persentase ini karena adanya keterbatasan kemampuan dan keterampilan serta tingkat pendidikan yang ditamatkan masih rendah. Sementara TPAK paling tinggi terdapat pada golongan usia 20-24 tahun dengan persentase 14,33%. Tingginya persentase pada usia ini dipicu dengan adanya julukan yang diberikan untuk Kota Malang sebagai Kota Pendidikan atau Kota Pelajar. Secara tidak langsung hal ini akan

menyumbang tingginya jumlah generasi muda dalam bidang pendidikan dan wirausaha di Kota Malang (BPS, 2021).

Gambar 1.2

Data TPT Kota Malang



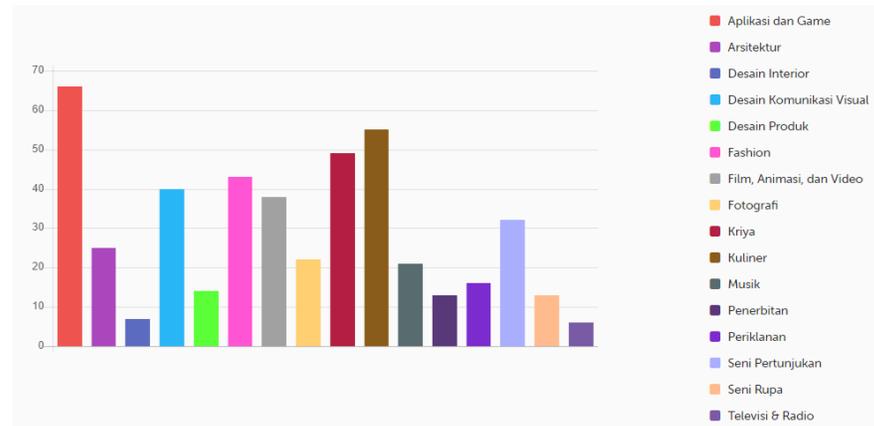
Sumber: BPS Kota Malang (2021)

Akan tetapi, peneliti menemukan ketimpangan persentase antara partisipasi kerja dan tingkat pengangguran yang terjadi di Kota Malang. Nyatanya, tingginya partisipasi kerja perempuan dan generasi muda belum cukup untuk mereduksi persentase pengangguran yang sangat tinggi di Kota Malang. Tingkat pengangguran di Kota Malang mencapai 9,65% atau naik 0,04% dibandingkan tahun 2020 sebesar 9,61%. Yang terjadi adalah tingkat pengangguran di Kota Malang tahun 2021 lebih besar dibandingkan persentase tingkat pengangguran Provinsi Jawa Timur yaitu sebesar 5,74%. Bahkan tingkat pengangguran Kota Malang merupakan tertinggi ke-3 setelah Kabupaten Sidoarjo sebesar 10,87% dan Kota Surabaya sebesar 9,68% (BPS, 2021).

Kota Malang diyakini sebagai kota yang memiliki potensi dan tingkat kreativitas yang cukup baik dalam bidang perekonomian. Hal ini diproyeksikan dengan Kota Malang yang telah mendapatkan kepercayaan dunia internasional menjadi tuan rumah pada *Indonesia Creative Cities Conference (ICCC)* pada tahun 2016 yang dihadiri oleh sejumlah delegasi ASEAN. Untuk terus mempertahankan dan mengembangkan kreativitas pada bidang perekonomian, pemerintah membentuk *Malang Creative Fusion (MCF)* sebagai wadah atau komunitas dari setiap kecamatan untuk bertemu dan saling bekerjasama (Anjaningrum & Sidi, 2018). Adapun tujuan dari MCF tersebut adalah salah satu upaya pemerintah dalam memperbaiki persoalan ekonomi yang terjadi di Kota Malang (MCF, 2020).

Berdasarkan data yang diperoleh melalui publikasi *Malang Creative Fusion (MCF)*, terdapat 16 bidang wirausaha yang digeluti oleh masyarakat di Kota Malang. Akan tetapi terdapat tiga bidang usaha yang dominan diminati oleh perempuan. Kuliner dengan persentase 55%, kriya 49% dan *fashion* dengan persentase 43%. Walaupun persentase aplikasi dan *game* memiliki persentase tertinggi, bidang ini didominasi oleh laki-laki (MCF, 2020).

Gambar 1.3
Data Bidang Usaha MCF



Sumber: Malang Creative Fusion (2020)

Perempuan milenial memiliki keterkaitan yang cukup besar dengan kuliner, kriya dan *fashion* baik dari aspek budaya, emosi, empati, ketelitian dan pemikiran jangka panjang. Hal ini disebabkan karena karakter perempuan milenial yang kreatif, kompetitif, dinamis, *stylish* dan mampu menemukan peluang dalam berwirausaha jangka panjang (MCF, 2020). Kuliner, kriya dan *fashion* merupakan tiga bidang wirausaha yang cenderung diminati karena menjadi sarana dalam mengekspresikan dan mengaktualisasikan diri mereka dalam bentuk produksi (Suteja et al., 2020).

Kuliner merupakan bidang yang tidak bisa terlepas dari peran perempuan. Penggerak pertama dalam bidang ini didominasi oleh perempuan. Di era industri 4.0, keuletan dan ketelitian perempuan yang didukung dengan karakteristik milenial yaitu *techsavy*, akan semakin mengangkat citra kuliner perempuan milenial (Suteja et al., 2020). Kriya mampu mendorong perempuan

milennial untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai dan menawarkan estetika yang sesuai dengan perempuan yang menyukai keindahan (Susanti, 2021). Disisi lain, *fashion* diasumsikan sebagai kebutuhan dasar pada perempuan milennial. Tingginya arus perkembangan *fashion* cukup menarik simpati dan keinginan menggeluti bidang tersebut. *Fashion* dianggap mampu mengekspresikan diri seorang perempuan milennial, membentuk karakteristik dan berpenampilan menarik (Audianty & Sunarya, 2021). Karakteristik perempuan milennial yang menyukai estetika, kreatif dan inovatif, serta psikomotorik yang cukup tinggi membuat bidang ini cukup banyak diminati (Onawa & Huwae, 2019).

Selain memiliki pikiran yang terbuka, perempuan milennial mampu menyeimbangkan diri dengan penggunaan alat teknologi berdasarkan kegunaan dan kemudahan operasionalnya dalam waktu yang singkat. Pemahaman terkait teknologi ini dapat dilihat melalui tingginya penggunaan teknologi dalam keseharian perempuan milennial baik itu dalam berakftifitas, berkomunikasi, berkarya, proses belajar hingga berwirausaha (Sibombing & Pramono, 2021). Dengan adanya kemudahan teknologi serta manfaatnya, akan memicu tumbuhnya niatan perempuan milennial untuk berwirausaha (Sandri & Hardilawati, 2019).

Penelitian ini mengadopsi *Theory of Reasoned Action* (TRA) sebagai *grand theory*. Penggunaan TRA ditujukan untuk mengetahui seberapa besar niat perempuan milennial dalam berwirausaha secara langsung yang ditinjau melalui sikap seseorang dan norma subjektif. Sikap yang dibahas dalam

penelitian ini berdasarkan faktor internal yaitu *locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri. Sedangkan norma subjektif yang diadopsi dalam penelitian ini berdasarkan faktor eksternal yaitu keluarga dan pendidikan kewirausahaan.

Niat berwirausaha akan tumbuh dengan adanya pemahaman terkait pengetahuan dan informasi berwirausaha dan akhirnya keinginan untuk memperhatikan pengalaman yang telah diperoleh. Berkeinginan untuk terlibat dalam menjalankan usaha sendiri dan memanfaatkan peluang dan pendekatan yang lebih inovatif. Ada dua faktor yang mempengaruhi niatan seseorang dalam berwirausaha sebagai jalan hidupnya. Faktor-faktor tersebut adalah faktor internal yang mencerminkan sikap dan faktor eksternal untuk mencerminkan norma sosial (Setiartiti & Sadik, 2020).

Sikap didefinisikan sebagai derajat penilaian baik positif maupun negatif terhadap perilaku seseorang di sekitarnya. Hal ini ditentukan dengan adanya kombinasi keyakinan perilaku dan evaluasi hasil. Keyakinan perilaku adalah keyakinan seseorang tentang konsekuensi positif maupun negatif dari suatu perilaku tertentu dan evaluasi hasil merupakan evaluasi individu atas konsekuensi yang akan diperolehnya dari suatu perilaku (Ehsanfar et al., 2021). Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Ahmad Dzulfikri, 2017; Liu et al., 2019; Rehan et al., 2019).

Adapun sikap yang diadopsi dalam penelitian ini meliputi faktor internal (*locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri) dinyatakan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Aprilia & Ardana, 2021; Arkorful & Hilton, 2021; Khan et al., 2021; Prajawati, 2021). Akan tetapi peneliti menemukan beberapa penelitian yang memiliki ketimpangan dan inkonsisten dengan hasil penelitian yang membahas sikap yang diadopsi sebagai faktor internal yaitu *locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat berwirausaha (Cherry, 2006; Hannes et al., 2021; Kwon & Sok, 2021).

Norma subjektif dapat dikatakan sebagai persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berada di sekitarnya (*significant others*) tentang perilaku yang akan dilakukan atau tidak dilakukan. Persepsi ini bersifat subjektif sehingga disebut sebagai norma subjektif. Berdasarkan beberapa hasil penelitian menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Aprilia & Ardana, 2021; Evelyn, 2021; Shi et al., 2020b; Subriadi & Baturohmah, 2022).

Adapun norma subjektif yang diadopsi dalam penelitian ini meliputi faktor eksternal (keluarga dan pendidikan kewirausahaan) dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Famila et al., 2020; Suherman, 2021). Akan tetapi ketimpangan lainnya ditemukan dalam hasil penelitian yang membahas norma subjektif yang diadopsi berdasarkan faktor eksternal yaitu keluarga dan pendidikan kewirausahaan dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat berwirausaha (Adelaja, 2021; Choudhury et al., 2021; Ehsanfar et al., 2021; Sharaf et al., 2018).

Technology Acceptance Model (TAM) menyatakan bahwa keputusan untuk menerima sebuah teknologi informasi dipengaruhi dua konstruk utama yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease*) (Perwitasari, 2022). Penggunaan teknologi sangat lekat dengan kehidupan perempuan milenial. Kemudahan operasional dan manfaatnya menciptakan nilai yang cukup tinggi dalam menunjang aktivitas perempuan milenial (Vadera, 2020).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Chaniago & Sayuti, 2019; Do et al., 2020; Perwitasari, 2022). Semakin mudah teknologi yang digunakan semakin besar kemungkinan perempuan milenial menggunakannya. Berdasarkan hasil dari beberapa peneliti juga menyatakan persepsi kemudahan (*perceived ease*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Do et al., 2020; Joan & Sitinjak, 2019; Nadlifatin & Persada, 2022). Akan tetapi peneliti menemukan beberapa penelitian yang memiliki ketimpangan dan inkonsisten dengan hasil penelitian terkait persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) yang dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niatan berwirausaha (Gunawan et al., 2019; Lee et al., 2019; Yulianita, 2018).

Mc Daniel dan Burnett (1991) dengan pendekatan teologi menyatakan bahwa religiusitas “*as the faith that a person has in God*” yang diartikan bahwa religiusitas berkaitan dengan tujuan hidup dan pencapaian dengan dasar ketuhanan. Pendapat tersebut membuktikan bahwa religiusitas bersifat absolut

yang menjadikan Tuhan sebagai sumber dari segala kekuatan dan merujuk pada aspek agama yang difahami seseorang (Mustikowati & Wilujeng, 2016). Religiusitas merupakan simbol, sistem keyakinan, sistem nilai dan sistem perilaku yang terlembagakan sebagai *ultimate meaning*. Religiusitas menggambarkan tingkat keyakinan, pengetahuan, pelaksanaan ibadah dan akidah yang dianut. Religiusitas merupakan konsekuensi logis dari kehidupan manusia yang didasari oleh faktor internal dan faktor eksternal sebagai dasar dari sikap dan perilakunya (Sanjaya, 2020).

Religiusitas juga diakui sebagai dasar dari norma-norma sosial yang ada pada lingkungan masyarakat. Menguatkan yang baik dan menghapuskan kaidah buruk untuk ditinggalkan dan dianggap sebagai larangan (Javanmard, 2012). Perilaku dan aktivitas seseorang membutuhkan landasan yang lebih religi untuk menyelesaikan masalah etika, sosial dan ekologis. Oleh karena itu, religiusitas sangat penting dalam menentukan sejauh mana individu mengambil bidang kewirausahaan sebagai karir atau tidak (Majid, Zainol, & Norhayate, 2019).

Motivasi yang disuntikkan oleh aspek religi ke dalam diri individu seringkali membuahkan keberhasilan dalam berwirausaha (Majid, Zainol, & Abidin, 2019). Religiusitas akan memberikan pengaruh pada perilaku ekonomi yang berhubungan dengan perilaku berwirausaha. Hal ini disebabkan karena seseorang yang tertarik mempelajari lebih dalam tentang topik keagamaan dan kewirausahaan, menjalankan perintah agama, dan sering mengikuti kegiatan keagamaan dapat meningkatkan niat untuk berwirausaha (Maullah & Rofiuddin, 2021). Setiap orang yang semakin menganut agama (religiusitas),

semakin besar kemungkinan seseorang terlibat dalam kewirausahaan (Riaz et al., 2016).

Religiusitas menyalakan beberapa karakteristik dalam individu yang mendorong mereka berhasrat untuk menjadi lebih baik dibandingkan dengan sebelumnya dalam berwirausaha (Majid, Zainol, & Abidin, 2019). Religiusitas dapat menyadarkan perempuan milenial bahwa tujuan berwirausaha tidak hanya untuk membangkitkan perekonomian dan memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga untuk mengembangkan kualitas sumber daya manusia dengan pembentukan sifat dan sikap kepribadian yang lebih baik (Majid, Zainol, & Norhayate, 2019).

Dalam upaya mengembangkan wirausaha, faktor religiusitas juga penting untuk menjamin kuantitas dan kualitas wirausaha yang dihasilkan. Secara kuantitas, religiusitas penting untuk meningkatkan jumlah wirausahawan dengan memotivasi pribadi terutama generasi muda terhadap niatan wirausaha (Majid, Zainol, & Abidin, 2019). Religiusitas memperkuat niat kewirausahaan dengan mempengaruhi penilaian diri individu tentang kemampuannya sendiri dan mengembangkan sikap yang efektif terhadap perilaku kewirausahaan. Pendapat ini jelas menunjukkan bahwa tekad untuk terjun ke dunia bisnis sangat tergantung pada persepsi seseorang (Majid, Zainol, & Norhayate, 2019). Religiusitas memberikan insentif dalam pengekanan moral seperti kepercayaan, kejujuran, kebajikan dan pengekanan dari kekerasan yang telah mempengaruhi masyarakat. Hubungan antara religiusitas dan aktivitas wirausaha adalah kompleks dan bertingkat,

membentuk perilaku wirausaha pada tingkat pribadi, sekaligus menciptakan norma dan penerimaan masyarakat (Riaz et al., 2016).

Peran religiusitas dapat meningkatkan niat berwirausaha sekaligus membantu dalam mempercepat keberhasilan wirausaha perempuan milenial dengan penerapan sikap dan norma-norma yang dianut dari nilai religiusitas seperti kerjasama, kejujuran, tanggung jawab serta kedisiplinan dalam menunjang kegiatan wirausaha (Sulhaini et al., 2020). Berdasarkan beberapa penelitian, menekankan bahwa peran religiusitas dapat menguatkan niat berwirausaha pada seseorang serta menentukan sikap dan perilaku mereka dalam berwirausaha berdasarkan aspek, pemahaman dan keyakinan agama mereka (Majid, Zainol, & Abidin, 2019; Mustikowati & Wilujeng, 2016; Riaz et al., 2016; Sulhaini et al., 2020).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk mengambil tema penelitian ini dengan judul “*Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Niat Berwirausaha Perempuan Milenial dengan Teknologi dan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi Pada Malang Creative Fashion (MCF) Kota Malang Jawa Timur*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor internal (*locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri) berpengaruh terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fusion (MCF) Kota Malang Jawa Timur*?

2. Apakah faktor eksternal (keluarga dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh) berpengaruh terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fusion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur?
3. Apakah teknologi memoderasi pengaruh faktor internal (*locus of control*, *need for achievement*, efikasi diri) terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fusion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur?
4. Apakah teknologi memoderasi pengaruh faktor eksternal (keluarga dan pendidikan kewirausahaan) terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fusion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur?
5. Apakah religiusitas memoderasi pengaruh faktor internal (*locus of control*, *need for achievement*, efikasi diri) terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fusion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur?
6. Apakah religiusitas memoderasi pengaruh faktor eksternal (keluarga dan pendidikan kewirausahaan) terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fusion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur?

C. Tujuan Penelitian

Setelah merumuskan permasalahan dalam penelitian ini, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh faktor internal (*locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri) terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fusion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur.

2. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh faktor eksternal (keluarga dan pendidikan kewirausahaan) terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fusion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur.
3. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh moderasi teknologi terhadap pengaruh faktor internal (*locus of control, need for achievement, efikasi diri*) dan niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fusion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur.
4. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh moderasi teknologi terhadap pengaruh faktor eksternal (keluarga, pendidikan kewirausahaan) dan niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fusion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur.
5. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh moderasi religiusitas terhadap pengaruh faktor internal (*locus of control, need for achievement, efikasi diri*) dan niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fusion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur.
6. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh moderasi religiusitas terhadap pengaruh faktor eksternal yang terdiri dari keluarga dan pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fusion* (MCF) Kota Malang Jawa Timur.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab fenomena yang terjadi pada beberapa penelitian sebelumnya terkait perkembangan wirausaha milenial yang ditinjau dari beberapa faktor yang mempengaruhi, seperti faktor internal,

faktor eksternal, teknologi dan religiusitas sebagai upaya pengentasan pengangguran di Kota Malang. Oleh karena itu penelitian ini harus memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu, para pengambil kebijakan dan pelaku wirausaha baik jangka panjang maupun jangka pendek.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kontribusi Teoritik

- a) Hasil penelitian ini akan memberikan penjelasan dan penjabaran tentang pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap niat berwirausaha perempuan milenial
- b) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan pada penelitian selanjutnya tentang niat berwirausaha perempuan milenial yang dikaitkan juga dengan teknologi dan religiusitas.

2. Kontribusi Praktikal

- a) Bagi pelaku wirausaha, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana informasi tentang pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap niat berwirausaha perempuan milenial.
- b) Mengingat bahwa niat berwirausaha perempuan milenial dapat tumbuh karena faktor internal dan eksternal, teknologi dan religiusitasnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan dalam upaya melakukan wirausaha.
- c) Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai model penelitian dalam mengembangkan model yang lebih tepat dan

sebagai rujukan akademis untuk penelitian selanjutnya.

d) Kontribusi Organisasional

- a) Bagi perusahaan dan Pemerintah Kota Malang dapat memrikan masukan kepada pihak terait dalam hal penyusunan kebijakan yang diharapkan dapat menjadi achuan pertimbangan pengambilan keputusan khususnya yang berkaitan dengan wirausaha.
- b) Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan acuan yang berkaitan dengan pengambilan sumber daya manusia (SDM), kebutuhan operasional dan prioritas kebijakan.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini meliputi objek dan subjek penelitian. Objek dalam penelitian ini terdiri dari variabel eksogen, variabel endogen dan variabel moderasi. Faktor internal (*locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri) dan faktor eksternal (keluarga dan pendidikan kewirausahaan) diadopsi sebagai variabel eksogen, niat berwirausaha sebagai variabel endogen, sedangkan teknologi dan religiusitas diadopsi sebagai variabel moderasi. *Grand theory* dalam penelitian ini adalah *Theory of Reasoned Action* (TRA).

Subjek dalam penelitian ini adalah perempuan milenial dengan kriteria tertentu pada *Malang Creative Fusion* (MCF). Sehingga diharapkan bisa menggambarkan niat berwirausaha perempuan milenial secara umum di Kota Malang. Keterbatasan jarak dan waktu menyebabkan adanya keterbatasan proses penyebaran instrumen penelitian. Menurut peneliti, akan lebih baik

untuk menyebarkan kuesioner atau instrumen penelitian secara *online* dalam bentuk *google form*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Theory of Reasoned Action* (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) adalah teori kajian bidang psikologi sosial yang diusulkan oleh Sheppard pada tahun 1988. Teori ini memusatkan pada faktor penentu perilaku dan determinannya, yaitu sikap dan norma subjektif terhadap perilaku (Purwanto, 2020). *Theory of Reasoned Action* (TRA) berfokus pada niat individu untuk berperilaku dengan cara tertentu. *Theory of Reasoned Action* (TRA) berusaha menghubungkan untuk memprediksi perilaku konsumen dengan mengukur kepercayaan, sikap dan niat (Purwanto, 2020).

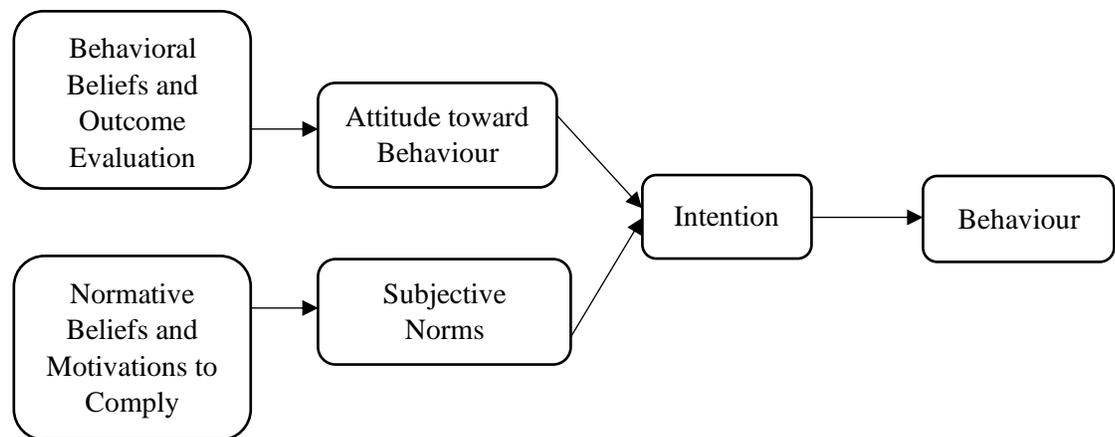
Berdasarkan konsep *Theory of Reasoned Action* (TRA), niat perilaku ditentukan oleh sikap yang didasari dengan evaluasi positif atau evaluasi negatif seseorang terhadap kinerja. Sedangkan norma subjektif didasari oleh persepsi seseorang terkait tekanan sosial dari orang lain yang signifikan untuk melakukan sesuatu (Sheeran et al., 1999).

Sikap manusia tercipta melalui proses sosial, dimana mereka mendapatkan informasi dan pengalaman (Simanihuruk, 2021). Keyakinan perilaku dan hasil evaluasi akan mempengaruhi sikap terhadap perilaku. Seseorang yang memiliki keyakinan mampu memahami dampak positif atau negatif dari sebuah perilaku, sedangkan hasil evaluasi adalah penilaian seseorang terhadap konsekuensi suatu perilaku (Ma & Kholid, 2022).

Norma subjektif merupakan tekanan sosial yang dirasakan seseorang untuk memutuskan akan berperilaku dengan cara tertentu (Park, 2009). Tuntutan persetujuan dari orang-orang penting akan memotivasi seseorang yang memegang norma subjektif dalam memutuskan suatu perilaku (Rahmayanti et al., 2022). Hal ini menekan seseorang untuk lebih menyerap dan memahami adanya peran keluarga, teman, guru bahkan orang lain sekalipun (Lejap et al., 2020).

Gambar 2.1

Theory of Reasoned Action (TRA)



Sumber: (Ajzein & Fishbein, 1980)

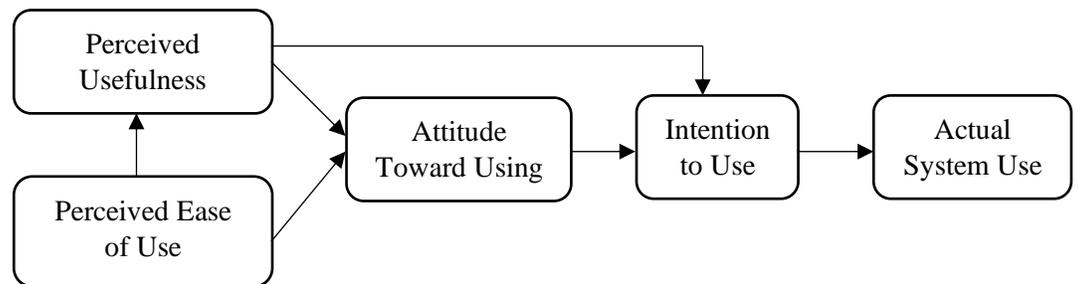
2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dicetuskan oleh Davis pada tahun 1986 (Nadlifatin et al., 2022). Tujuan TAM di antaranya untuk menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi secara general serta menjelaskan tingkah laku pemakai akhir (*end user*) teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas serta populasi pemakai (Zhang et al., 2015). Konstruksi TAM didasari dengan dua konstruk utama

yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan, kemudian ditunjang dengan sikap (*attitude*), niat perilaku (*behavioral intention*) dan penggunaan sebenarnya (*actual use*) (Nadlifatin & Persada, 2022).

Gambar 2.2

Technology Acceptance Model (TAM)



Sumber: (Davis et al., 1989)

Perepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai manfaat yang dirasakanseseoranag pada penggunaan suatu system yang akan meningkatkan kinerjanya. Istilah ini lekat kaifannya dengan kata “berguna” yang berarti kemampuan yang menunjang suatu keuntungan (Perwitasari, 2022). Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa suatu sistem dapat mudah untuk dipahami atau dipelajari dengan tidak menuntut usaha atau keterampilan ekstra (Murillo et al., 2021; Prayitna & Nugroho, 2016).

Semakin mudah teknologi yang digunakan, maka semakin besar kemungkinan mereka akan menggunakannya. Artinya, persepsi kemudahan penggunaan akan memperkuat persepsi kegunaan mereka sampai batas tertentu (Scherer et al., 2018). Konsekuensinya adalah penggunaan dari teknologi tersebut semakin meningkat (Abdulaziz et al., 2021; Ayesha et

al., 2020; Caesar & Putra, 2021; Prayitna & Nugroho, 2016; Scherer et al., 2018; Zhang et al., 2015).

3. Niat Berwirausaha

Niat merupakan pondasi atau dasar bagi setiap perilaku atau tindakan. Niat dapat dinyatakan sebagai barometer pada setiap perilaku atau tindakan (Herry et al., 2021). Wirausaha adalah kegiatan untuk melakukan suatu usaha yang didasari oleh kreatifitas dan inovasi dengan dengan karakter kepribadian yang berani dengan tantangan, percaya diri, siap mental, *future oriented* dan memiliki keterampilan untuk memenuhi kebutuhan (Hasanah et al., 2019).

Theory of Reasoned Action (TRA) mampu menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha secara formatif, yaitu sikap dan norma subjektif (Yan et al., 2021). Untuk memberikan gambaran dan mensintesis kedua faktor tersebut, *Theory of Reasoned Action* (TRA) mampu memberikan implementasi dan model konseptual yang sesuai dengan penelitian formatif dalam penelitian ini. Pembentukan niat berwirausaha dalam penelitian ini mengadopsi faktor internal sebagai faktor yang menentukan sikap seseorang, sedangkan faktor eksternal sebagai faktor yang menentukan norma subjektif.

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seseorang yang berupa sifat personal, sikap, atau kemampuan seseorang yang mendorong untuk berwirausaha. Sedangkan faktor eksternal adalah berasal dari luar diri pelaku wirausaha seperti keluarga serta pendidikan

kewirausahaan yang mengandung persepsi dan motivasi seseorang (Hasanah et al., 2019).

a. Faktor Internal

Faktor internal mempengaruhi terbentuknya kekuatan dan kelemahan dalam suatu kegiatan yang membentuk *decision making* (Yan et al., 2021). Perkiraan dan keyakinan seseorang pada suatu tujuan akan membentuk sikap dan perilaku yang berpusat pada kontrol diri seseorang. Konsep kontrol diri akan menunjukkan siapa diri mereka dan sebagai prediktor terbaik dari pembentukan sikap dan perilaku (Badura, 1997).

Smith dkk. (1997) berpendapat bahwa hubungan antara kontrol diri yang didampingi dengan keterampilan, prestasi, rencana dan motivasi, akan semakin mendorong peningkatan diri yang melahirkan suatu sikap dan perilaku (Cherry, 2006). Sikap memungkinkan seseorang untuk melihat peluang, memilih karir dan pengembangan, bertanggung jawab, pembelajaran yang sukses dan berani mengambil keputusan dalam bidang wirausaha (Herry et al., 2021). Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti mengadopsi faktor internal sebagai tolak ukur sikap seseorang yang didasari dengan tiga indikator, yaitu *locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri.

1) *Locus of Control*

Locus of control adalah keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap sumber peristiwa yang terjadi dalam hidupnya. *Locus of*

control mengacu pada ukuran dan kapasitas seseorang dalam menghadapi kesulitan dan tantangan dalam suatu aktivitas (Aprilia & Ardana, 2021). *Locus of control* digunakan sebagai tolak ukur sejauh mana seseorang bertanggung jawab atas tindakan dan perilaku mereka dalam upaya menjauhkan diri dari suatu kesalahan. Secara umum, *locus of control* akan berkaitan dengan harapan dan tujuan serta kapasitas pengarahan diri sendiri (Tyler et al., 2020).

Locus of control merupakan kepercayaan seseorang bahwa apa yang terjadi selalu berada dalam kendalinya dan berusaha untuk mengambil peran serta bertanggung jawab pada setiap pengambilan keputusan. Sehingga perubahan dan perkembangan yang terjadi akan sesuai dengan keinginannya (Aprilia & Ardana, 2021). *Locus of control* merupakan bentuk dari persepsi seseorang akan keberhasilan atau kegagalan dalam suatu kegiatan, dimana didalamnya mencakup nasib, keberuntungan, kekuasaan atasan serta lingkungan. Dengan kata lain, *locus of control* merupakan sebuah variabel sentral dalam struktur kepribadian dalam mempengaruhi tingkah laku aktual, sebagai pusat hirarki pola pikir, serta mendasari sikap dan tingkah lakunya (Zikra, 2020).

2) *Need for Achievement*

Need for achievement merupakan dorongan atau kekuatan yang menjadi dasar psikologis dalam diri seseorang dengan mengutamakan nilai perilaku berprestasi (Saif & Ghania, 2020).

Need for achievement juga dapat diartikan sebagai kebutuhan berprestasi yang berasal dari inisiatif seseorang dalam bertindak untuk mencapai suatu keberhasilanyang mampu menciptakan suatu persaingan. Hal ini mendasari lahirnya hal baru dan mendorong seseorang untuk memulai (Kusumawijaya, 2019).

Untuk meraih suatu kesuksesan, seseorang sering kali didorong dengan ketangguhan dan lingkungan kerja yang kompetitif (Saif & Ghania, 2020). Seseorang akan mengklaim bahwa untuk meluncurkan dan mempertahankan standar pengembangan, seseorang harus memiliki keinginan tinggi untuk berprestasi yang menyiratkan bahwa ada hubungan antara kebutuhan berprestasi dan peningkatan suatu kinerja (Ladokun & Adebusoye, 2022).

Secara tidak langsung *need for achievement* cenderung membuat seseorang menetapkan tujuan yang cukup sulit, beresiko dan membutuhkan umpan balik atau apresiasi dari suatu kinerja. Hal tersebut akan memberikan energi positif untuk bertindak atau berperilaku percaya diri dalam situasi yang dihadapi (Aprilia & Ardana, 2021). *Need for achievement* mendorong seseorang untuk meningkatkan kinerjanya, konsisten, mempertahankan standar keunggulan pribadi, berusaha meraih sukses dalam basis pengetahuan dan pembelajaran yang dibutuhkan (Ma'rifah, 2019).

3) Efikasi Diri

Efikasi diri merupakan kemampuan untuk menakar kekuatan yang dimiliki guna menyelesaikan tugas atau menghadapi masalah (Badura, 1997). Efikasi diri berbeda dengan cita-cita, karena cita-cita menggambarkan idealisme yang seharusnya dapat dicapai. Sedangkan efikasi diri menggambarkan kekuatan dan kemampuan seseorang dalam pencapaiannya (Putu et al., 2021).

Efikasi diri menggambarkan kapasitas seseorang untuk meraih kesuksesan pada pekerjaan dan tanggung jawabnya. Semakin sering seseorang melakukan evaluasi dan meyakini kemampuannya, maka tingkat efikasi dirinya juga akan meningkat (Yanti, 2019). Dapat dikatakan bahwa efikasi diri adalah keyakinan seseorang mengenai sejauh mana ia mampu mengerjakan tugas, mencapai tujuan, dan merencanakan tindakan untuk mencapai suatu *goal* (Badura, 1997).

b. Faktor Eksternal

Norma subjektif merupakan prediktor kedua dari niat berwirausaha berdasarkan *Theory of Reasoned Action*. Norma subjektif menggambarkan bagaimana persepsi individu terkait tekanan sosial yang dialaminya. Berdasarkan *Theory of Reasoned Action* yang diadopsi dalam penelitian ini, norma subjektif didasari dengan persepsi individu tentang suatu perilaku yang dipengaruhi oleh penilaian orang lain untuk menjadi evaluasi dan dasar perilaku. Secara tidak langsung, tingkat norma subjektif mempengaruhi tingkatan niat seseorang dalam

berwirausaha dan dibutuhkannya peran individu lain untuk menciptakannya (Aprilia & Ardana, 2021).

Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti mengadopsi faktor eksternal sebagai tolak ukur norma subjektif yang didasari dengan dua indikator, yaitu keluarga dan pendidikan kewirausahaan.

1) Keluarga

Keluarga adalah media pertama dan utama yang berpengaruh terhadap perilaku dalam perkembangan anak. Orang tua juga berperan sebagai pengarah bagi masa depannya, artinya secara tidak langsung orang tua juga dapat mempengaruhi minat seseorang dalam memilih pekerjaan termasuk dalam hal menjadi wirausaha. Di lingkungan keluarga seseorang mendapatkan perhatian, kasih sayang, dorongan, bimbingan dan keteladanan orang tua untuk dapat mengembangkan potensi yang dimilikinya demi perkembangan dimasa mendatang. Lingkungan keluarga mempunyai pengaruh sangat besar terhadap perkembangan dan pemilihan karir atau pekerjaan seseorang melalui model orang tua dan interaksi dalam keluarga (Hasan et al., 2021).

Keluarga sangat berpengaruh dalam proses pembentukan dan pengembangan individu, karena keluarga merupakan lingkungan primer yang kuat dibandingkan dengan lingkungan skunder lainnya (Wahyuningsih, 2020; Wini et al., 2018). Dukungan lingkungan keluarga dapat memicu seseorang dalam

menentukan karir atau pekerjaan yang akan diambil (Setiabudi, 2018).

Keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam menumbuhkan keinginan untuk berwirausaha, dengan cara memberikan dukungan penuh serta memberikan semangat motivasi agar persepsi dalam berwirausaha semakin tumbuh. Selain itu keluarga memberikan contoh pengalaman atau pengajaran secara tidak langsung dan memberikan pengetahuan bagi seseorang serta memberikan model peran yang efektif dan efisien (Wiranata & Likasari, 2019).

2) Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan adalah proses pembelajaran untuk mengubah sikap dan pola pikir seseorang terhadap pemilihan karir berwirausaha. Seseorang yang telah menempuh pembelajaran terkait kewirausahaan akan memiliki nilai-nilai hakiki dan karakteristik kewirausahaan sehingga akan meningkatkan niat serta kecintaan mereka terhadap dunia kewirausahaan (Lakshmi, 2020; Lusia & Pmikatsih, 2021; Ngoc Khuong & Huu An, 2016).

Pendidikan merupakan usaha sadar yang dilakukan oleh keluarga, masyarakat, dan pemerintah, melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan latihan yang berlangsung di sekolah dan di luar sekolah sepanjang hayat, untuk mempersiapkan diri agar dapat memainkan peranan dalam berbagai lingkungan hidup

secara tepat di masa yang akan datang (Saputra et al., 2019). Pendidikan kewirausahaan akan memberikan gambaran pada perempuan milenial untuk menemukan bidang usaha yang sesuai dengan dirinya dan potensi yang dimilikinya (Shi et al., 2020a).

4. Teknologi

Teknologi dinyatakan sebagai emansipasi sistem informasi yang terbukti menjadi alat yang paling kuat untuk menciptakan dan mentransfer pengetahuan serta meningkatkan kemampuan seseorang dengan perbedaan lokasi sekalipun (Shukla & Kushwah, 2021). Perempuan milenial tumbuh sebagai pemain dominan di era teknologi tinggi yang tidak bisa diabaikan oleh pembuat kebijakan (Agarwal & Lenka, 2015). Teknologi dapat memicu peningkatan mendasar terkait kemampuan seseorang khususnya dalam bidang kewirausahaan dan menjaga keseimbangan kerjanya (Grzeslo, 2020a).

Pemanfaatan teknologi akan memberikan doktrin tentang kemudahan serta manfaatnya dalam mengoperasionalkannya dan menumbuhkan ketertarikan seseorang dalam penggunaannya. Semakin mudah operasional teknologi maka akan semakin tinggi manfaat yang dan peminatnya (Nehemiah et al., 2017). Teknologi yang baik dapat membantu pengguna menjalankan kegiatan sehari-hari dengan akses yang lebih mudah (*accessability*), dapat digunakan dengan cepat (*speed*), pengguna terhubung secara interaktif (*interactivity*), dapat diakses dalam waktu lama (*longevity*) dan informasi yang diberikan mudah dijangkau (*reach*). Teknologi yang

sesuai kriteria di atas memainkan peran yang efektif dalam meningkatkan interaksi pengguna dalam menjalankan usaha, untuk terhubung dengan konsumen atau rekan usahanya (Nehemiah et al., 2017).

Model penerimaan teknologi yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan Davis (1986) menjelaskan tentang penerimaan individu terhadap sistem teknologi informasi. Dua konstruk utama dalam model ini adalah persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan (Rodiah & Melati, 2020). TAM menjelaskan bahwa persepsi seseorang terkait tingkat kegunaan teknologi akan mampu meningkatkan kemungkinan penggunaan teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan teknologi secara langsung mempengaruhi manfaat yang dirasakan oleh penggunanya (Effendi et al., 2020).

Rogers (1983) menjelaskan bahwa penggunaan teknologi akan selalu berkaitan erat dengan dimensi-dimensi *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability* dan *observability* (Nadlifatin & Persada, 2022). Hal ini dikarenakan penggunaan teknologi merupakan salah satu hal penting dan memiliki peranan besar dalam menjalankan dan penggunaan teknologi pada seseorang akan mampu meningkatkan dan mengembangkan aktivitas usaha (Rodiah & Melati, 2020). Dalam model ini, persepsi kegunaan (*perceived useful*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease*) penggunaan memiliki pengaruh terhadap sikap dan perilaku, serta niat untuk berwirausaha. Informasi yang dinilai dari adanya persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan akan mempengaruhi sikap dan

niat berwirausaha menggunakan sistem atau teknologi tersebut (Caesar & Putra, 2021).

Persepsi kegunaan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Persepsi kemudahan dalam penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana individu percaya bahwa sistem teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan (Zulfiqar et al., 2021). Kemudahan penggunaan dalam konteks ini bukan saja kemudahan untuk mempelajari dan menggunakan suatu sistem tetapi juga mengacu pada kemudahan dalam melakukan wirausaha atau tugas dimana pemakaian suatu sistem atau teknologi dapat semakin memudahkan seseorang dalam bekerja dibanding mengerjakan secara manual (Santioso et al., 2018). Manfaat penggunaan teknologi dapat berdampak langsung pada sikap, yang akibatnya berdampak pada niat untuk menggunakan suatu teknologi (Santioso et al., 2018).

5. Religiusitas

Religiusitas merupakan suatu kepercayaan kepada Tuhan (iman) yang disertai dengan perjanjian dan bertanggung jawab untuk menaati prinsip-prinsip yang diyakini dan juga ditetapkan oleh Tuhan (Sumiati et al., 2021). Dalam sisi kehidupan, religiusitas dapat diwujudkan dengan kegiatan yang nampak dan tidak nampak yang terjadi dalam hati seseorang (Lubada et al., 2021). Religiusitas dapat diartikan sebagai sesuatu yang

bersifat metafisik atau hal-hal yang berkaitan dengan pencapaian tujuan hidup karena Tuhan (Herbert Vorgrimler, 1981).

Secara tidak langsung religiusitas berkaitan dengan sesuatu yang bersifat absolut, dimana Tuhan menjadi sumber dari segala kekuatan. Dengan demikian, religiusitas menekankan pada kemampuan seseorang dalam memaknai agama yang dianut dengan selalu mengingat dan menyakini bahwa Tuhan adalah *dzat* yang harus disembah dan diagungkan (Mustikowati & Wilujeng, 2016).

Religiusitas merupakan seberapa besar keterikatan seseorang pada agamanya. Jika seseorang mendalami agamanya, maka dalam semua kegiatan dalam hidupnya akan dipengaruhi oleh ajaran agama yang dianutnya. Dalam kegiatan wirausaha, agama dapat memastikan suatu tindakan yang ditampilkan oleh seseorang dalam melakukan kegiatan wirausahanya, seperti penerapan dalam mengutamakan etika, kejujuran, serta terpercaya (Maullah & Rofiuddin, 2021). Religiusitas mempengaruhi pilihan individu dalam melaksanakan aktivitas kewirausahaan (Rehan et al., 2019). Religiusitas juga akan menjadi standar perilaku individu. Oleh karena itu, religiusitas memberikan cara yang berbeda menafsirkan kehidupan, dalam mengambil keputusan yang ada serta lebih sensitif terhadap kondisi lingkungan yang ada di sekitarnya (Maullah & Rofiuddin, 2021).

6. Generasi Milenial

Istilah milenial pertama kali dikemukakan oleh William Strauss dan Neil pada tahun 1987, untuk anak-anak yang lahir pada tahun 1982 yang sedang menempuh pendidikan pra sekolah. Saat itu media mulai menyebut sebagai kelompok yang terhubung ke milenium baru di saat lulus SMA di tahun 2000 (Neil Howe, 2009). Generasi ini memiliki optimisme, menjunjung tinggi nilai-nilai dalam keseimbangan kerja, kemandirian, kemampuan beradaptasi, idealis, kompetitif, setia, mencari pemenuhan pribadi dan etos kerja yang solid. Salah satu keunggulan generasi ini adalah kecerdasan teknologinya (Kuron et al., 2015).

Generasi ini mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna teknologi yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi. Sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya (Hsu & Ngan, 2019). Hal utama yang membedakan generasi millennial dengan generasi sebelumnya adalah terkait penggunaan teknologi dan adaptasi (Ettis, 2021).

Generasi milenial merupakan generasi yang berkembang bersamaan dengan teknologi digital. Kemampuannya dalam menguasai teknologi membuat kaum milenial dapat termotivasi dan sangat dipengaruhi oleh hubungan pribadi dan hubungan manusia karena dipengaruhi oleh teknologi dan keterampilan media sosial (Davidson, 2017). Generasi milineal disebutkan sebagai generasi yang memiliki *engagement*. Mereka lebih suka

melihat iklan produk melalui konten video di internet dan digital marketing lainnya, dibandingkan iklan melalui televisi dan media cetak. Pemasar memanfaatkan generasi ini sebagai pasar potensial karena melihat karakteristik unik dari generasi ini (Nadlifatin et al., 2022).

B. Perspektif Islam Tentang Variabel Penelitian

1. Perempuan dan Wirausaha Dalam Perspektif Islam

Perempuan yang melakukan kegiatan wirausaha adalah perempuan yang melakukan aktivitas di luar rumah dalam membantu ekonomi keluarga seperti yang diharapkan. Perempuan yang menggeluti dunia wirausaha memiliki dorongan yang kuat dan keuletan dalam mengatasi permasalahan dan mampu memiliki konsistensi dalam ketetapan hati (Rizqi, 2022). Agama Islam memandang bahwa kaum perempuan bukan hanya sebagai makhluk domestik atau rumahan yang tidak diperkenankan merambah wilayah publik. Sebagai makhluk Allah SWT yang setara di hadapan Nya, laki-laki atau perempuan diberikan hak yang sama dalam segala bidang baik sosial, politik, hukum, pengembangan teknologi, dan sebagainya. Termasuk juga hak untuk berkarir di bidang ekonomi (Rehan et al., 2019). Seperti yang dikatakan dalam firmanNya dalam QS. An Nahl ayat 97:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ

أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

“Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan Sesungguhnya akan kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang Telah mereka kerjakan” (QS. An Nahl ayat 97).

Islam membebaskan umat manusia dari ketimpangan sosial pada kehidupan masyarakat. Islam menolak segala bentuk tirani, eksploitasi, dominasi, dan hegemoni dalam berbagai aspek kehidupan seperti ekonomi, politik, budaya, gender dan lain-lain. Pada dasarnya Islam tidak pernah melarang perempuan yang ingin bekerja dan berkarir (Ahmad Syafi'i Rahman, Siti Aisyah, Moh Shofiyul Muda, 2022). Pelarangan bekerja terhadap siapapun adalah suatu pelanggaran terhadap prinsip dasar ajaran Islam dan bertentangan dengan cita-cita hukum syariat Islam yaitu pengembangan terhadap akal atau *soft skill (hifdzu al 'aql)* dan pengembangan harta-benda (*hifdzu al mal*) (Cicchiello et al., 2021).

Kesetaraan hak dalam Islam telah banyak termaktub pada Al-Qur'an, salah satunya konteks peluang usaha yang sama bagi pria dan perempuan pun telah dijelaskan. Ayat ini turun setelah Ummu Salamah bertanya mengenai posisi perempuan yang tidak bisa mengikuti berjihad seperti laki-laki. Selain itu, Islam juga membolehkan perempuan untuk aktif di sektor publik baik dalam pemerintahan maupun perekonomian, asal sesuai dengan kadar kemampuan yang dimilikinya. Seperti yang dijelaskan dalam QS Al Isra' ayat 84, yang berbunyi:

﴿قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا﴾

“Katakanlah masing-masing bekerja menurut bakatnya. Tuhanmu lebih mengetahui orang yang mendapat jalan yang lebih baik” (QS Al Isra’ ayat 84).

Ummul Mukminin Khadijah Ra menjadi contoh sosok perempuan yang bekerja sesuai dengan kemampuannya, kelihaiannya dalam berwirausaha terlihat dari hasil usahanya yang sangat pesat hingga mampu menjadi peluang ekonomi bagi banyak masyarakat (Indrawati et al., 2012). Konteks historis tentang Khadijah ini sebagai landasan pula bagi perempuan untuk menggeluti bidang wirausaha, namun perempuan yang bekerja harus disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku dalam Islam. Bagi perempuan yang telah menikah, perlu mendapatkan izin dari suami, dan bagi yang belum menikah perlu mendapatkan izin dari walinya. Dalam praktiknya perempuan yang berbisnis pun harus sesuai dengan etika dan prinsip Islam. Implementasi kejujuran serta keadilan perlu ditanamkan dalam setiap aktivitas berwirausaha (Mu’awwanah, 2022).

Pada dasarnya, Islam memiliki peranan yang penting dalam proses penyempurnaan wirausaha dengan bersaing secara sehat demi mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Wirausaha dalam Islam memiliki unsur kebebasan dalam pelaksanaan kegiatannya yang mana tetap berada pada ketentuan yang berlaku. Dan yang menjadi karakteristik wirausaha dalam Islam adalah mengangkat prinsip kejujuran yang didalamnya tidak mengadopsi *zero sum game* atau biasa disebut dengan keuntungan yang didapatkan atas kerugian orang lain (Ramadhan, 2017).

2. Niat Berwirausaha Dalam Perspektif Islam

Niat merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku dalam menunjukkan upaya perencanaan yang dilakukan untuk melakukan suatu tindakan (Hsu & Ngan, 2019). Secara khusus, niat berwirausaha dipengaruhi oleh sejumlah faktor dalam kerangka integral yang melibatkan faktor internal, eksternal dan kontekstual (Anggadwita, 2017). Niat merupakan prediktor yang paling kritis dalam menentukan tindakan dalam kegiatan kewirausahaan (Evelyna, 2021).

Niat merupakan syarat dalam menentukan perbuatan seseorang dan membedakan antara amalan ibadah yang berbeda (Alwi et al., 2021). Menurut Imam Nawawi dalam *Sharh Arba'in*, *niyyah* memiliki dua makna dalam Islam. Pertama, niat adalah pra syarat sebelum ibadah, seperti doa sehari-hari. Kedua, niat merupakan kesediaan seseorang seperti yang disebutkan pada *Fathul Bari* 54 (Majid, Zainol, & Norhayate, 2019).

Rasulullah SAW bersabda: "*Semua perbuatan tergantung niatnya, dan (balasan bagi tiap-tiap orang (tergantung) apa yang diniatkan: barang siapa niat hijrahnya karena Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya adalah kepada Allah dan Rasul-Nya. Barangsiapa niat hijrahnya karena dunia yang ingin digapainya atau karena seorang perempuan yang ingin dinikahinya, maka hijrahnya adalah kepada apa dia diniatkan.*" (HR. Bukhori:52)

Hadits ini dikenal sebagai salah satu hadits terbesar dalam Islam. Hadist ini membantu Muslim untuk mengevaluasi dan menilai tindakan internal atau tindakan hati dalam kehidupan sehari-hari (Mutahar et al., 2017). Hadits tersebut membuktikan bahwa Islam sangat memperhatikan niat setiap tindakan seseorang (Sanjaya, 2020). Hadits di atas juga

menegaskan tentang keikhlasan yang artinya jujur dalam berbuat. Ikhlas merupakan salah satu syarat diterimanya amal shaleh. Untuk mencapai suatu keikhlasan, seorang harus menghindari kelalaian yang menyekutukan Allah. Meskipun ikhlas terletak di hati seseorang, itu juga ditunjukkan melalui perilaku seseorang (Riaz et al., 2016).

Ketulusan merupakan wujud dari keikhlasan yang berarti melakukan sesuatu karena Allah. Imam Sayuti mengatakan bahwa niat terletak di hati bukan di lidah. Oleh karena itu, niat harus diletakkan di awal tindakan. Empat hal yang bertentangan dengan keikhlasan adalah melakukan dosa (*ma'siah*), menyekutukan tuhan-tuhan lain dengan Allah (melalaikan), melakukan ibadah untuk pamer (*riya'*) dan kemunafikan (*nifaq*) (Majid, Zainol, & Abidin, 2019).

Konsep keimanan memungkinkan individu memahami tujuan sebenarnya yang ingin dicapai dengan berwirausaha. Sebagaimana dikemukakan oleh Imam Al-Ghazali, suatu kemauan akan mencondongkan hati terhadap apa yang difikirkan seseorang sejalan dengan tujuan masa depannya (Shaker, 2017). Kegiatan kewirausahaan pada awalnya dimulai dengan niat seseorang dalam menjalankan usahanya sebelum mencapai *falah* (kesuksesan) (Majid, Zainol, & Norhayate, 2019).

Niat terhormat dalam diri seorang wirausaha akan menumbuhkan karakteristik dan kualitas wirausaha yang berprinsip dalam praktik bisnis, seperti kecerdasan dan kompetensi (*fathonah*), kepercayaan (*amanah*), kejujuran dan integritas yang tinggi (*siddiq*), komunikatif (*tabligh*), dan

konsistensi keberanian (*istiqomah*). Imam Al-Ghazali menyatakan bahwa perbuatan mulia itu seperti buah baik yang tumbuh dari akar yang baik (Shaker, 2017).

3. Sikap Dalam Perspektif Islam

Islam dan pendidikan karakteristik kini menjadi kunci dan pengaman untuk menghindari pengaruh, tindakan dan perilaku negatif dalam kehidupan sosial (Amri, 2018). Karakter diartikan sebagai jiwa, kepribadian, budi pekerti, perilaku, sifat, tabiat dan watak. Karakter identik dengan akhlak, moral dan etika (Moeljadi, 2016). Secara bahasa kata dasar dari *akhlaq* adalah *khalaqa* yang mempunyai arti menciptakan, menjadikan dan membuat. *Akhlaq* berbentuk jamak taksir dalam bahasa Arab dengan kata *khuluq* yang berarti tabiat atau budi pekerti. Dengan akar kata *khalaqa* dengan arti menciptakan mempunyai akar kata yang serupa dengan kata *khaliq* (pencipta), *makhluk* (yang diciptakan) dan *khalaq* (penciptaan). Dari persamaan akar kata tersebut mengindikasikan bahwa akhlak mencakup terbentuknya keselarasan sang *Khaliq* dengan tabiat *makhluk* (Iskandar et al., 2022).

Akhlak memberi petunjuk bagaimana berinteraksi dengan Tuhan, manusia bahkan dengan alam semesta. Ruang lingkup akhlak lebih luas daripada etika dan moral dan juga akhlak mempunyai landasan yang berbeda dengan etika dan moral. Karena, akhlak berdasar pada Al Qur'an dan *Sunnah*, sedangkan etika berdasar pada akal pikiran dan moral berdasar

pada adat kebiasaan yang berlaku dalam sebuah masyarakat (Maris et al., 2020).

Dalam Islam, pembangunan karakter merupakan permasalahan fundamental untuk membentuk umat yang berkarakter. Pembangunan karakter dibentuk melalui pembinaan *akhlakul karimah*. Dengan upaya transformasi nilai-nilai qur'ani kepada anak yang lebih menekankan aspek afektif atau wujud nyata dalam *amaliyah* seseorang (Ngatiman, 2018). Selain itu, Islam melihat bahwa identitas dari manusia pada hakikatnya adalah akhlak yang merupakan potret dari kondisi batin seseorang yang sebenarnya.

Abuddin Nata menjelaskan setidaknya ada empat alasan manusia harus berakhlak kepada Allah. Pertama, manusia diciptakan oleh Allah. Kedua, Allah telah memberi panca indera, akal pikiran, hati nurani, serta tubuh yang kuat dan sempurna kepada manusia. Ketiga, Allah telah menyediakan bermacam-macam fasilitas yang manusia butuhkan untuk melangsungkan hidup. Keempat, Allah telah memuliakan manusia dan diberi kekuatan untuk menguasai daratan dan lautan (Budiman et al., 2021). Karakter atau akhlak merupakan kunci yang digunakan seseorang dalam mengontrol diri mereka dalam hal apapun terutama dalam bidang kewirausahaan. Maka kontrol diri akan memicu dan menciptakan baik dan buruknya seseorang dalam melakukan wirausaha (Rossa & Zuleni, 2022).

Dalam bersosialisasi, peran akhlak atau sikap merupakan inti dari ajaran agama Islam yang mengatur dan mendasari tata cara bermu'amalah.

Akhlak dan sikap akan sangat identik dengan penerapan adab, sopan santun, ramah tamah, budi pekerti seperti kemuliaan yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW (Ma'mun, 2016). Orang dengan akhlak yang mulia akan memperlakukan manusia sesuai dengan aturan hukum yang berlaku. Al Attas menjelaskan bahwa seseorang akan berada pada posisi dan tempatnya masing-masing dengan realita, kapasitas, potensi akal, intelektual dan spiritual yang dipahami hingga mampu memaknai apa itu akhlak atau sikap secara komprehensif antara kepribadian manusia, ilmu, bahasa, alam dan Tuhan (Sugiarto & Ansharah, 2021).

Berdasarkan *Tafsir Al Misbah* yang dinyatakan oleh Quraish Shihab yang berkenaan dengan akhlak atau sikap seseorang didasari dengan QS. Luqman ayat 13 menyatakan tentang hikmah yang dianugerahkan Allah kepada seseorang. Ayat tersebut menjelaskan hikmah terdalam yaitu mengetahui keutamaan dari segala suatu baik pengetahuan maupun perbuatan. Hikmah adalah ilmu yang didukung oleh amal dan amal yang didukung oleh ilmu. Pemahaman dari kedua hal ini akan mampu mencegah adanya mudharat dan mampu mendatangkan maslahat. Hal ini didasari dengan makna dari hikmah yaitu kendali, yang mampu membantu seseorang dalam memisahkan perbuatan baik dan perbuatan yang buruk (M. Quraish Shihab, 2012).

4. Norma Subjektif Dalam Perspektif Islam

Manusia sebagai makhluk sosial dituntut dan diharuskan untuk berinteraksi dengan manusia lainnya. Manusia adalah makhluk yang

menurut sifat kodratnya adalah bermasyarakat. Hasil cipta dan karsa dari interaksi sosial inilah yang memunculkan istilah budaya. Terjadinya percampuran antara ajaran agama dengan budaya terkadang menciptakan ketegangan. Ketegangan tersebut jika tidak disikapi dengan baik, maka akan menimbulkan permusuhan (Wahyuddin, 2020).

Demikian juga sebaliknya, Islam mempunyai keterikatan yang kuat dengan budaya, sebab disamping antara keduanya mempunyai tujuan yang sama yaitu mengisi dan mengarahkan kehidupan kepada yang lebih baik, juga dalam proses penerapan atau pelegitimasian suatu hukum antara keduanya saling mengisi atau saling dijadikan sebagai instrument dalam pengendalian sosial (Marzuki, 1998).

Faktor eksternal yang diadopsi dalam penelitian ini menggambarkan norma sosial yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, diantaranya adalah faktor keluarga dan pendidikan. Orang tua yang menentukan pembentukan perilaku pada seseorang. Salah satunya yang diterapkan oleh orang tua adalah disiplin, karena sikap disiplin dapat menentukan kepribadian yang baik dan dapat mengendalikan perilaku pada individu. Kedisiplinan yang diterapkan pada kehidupan dapat mengembangkan *self directions* sehingga seseorang dapat mempertanggung jawabkan dengan baik segala tindakan yang dilakukan (Anggadwita et al., 2021a).

Orang tua memberikan bukti bahwa terdapat peran orang tua yang cukup besar dalam membentuk dan mempengaruhi karakteristik anak-

anaknyanya. Orang tua yang sejak dini sudah mengajari anak untuk mandiri memberikan kesempatan untuk menentukan keputusannya sendiri, akan membuat anak-anak jauh lebih mempunyai kontrol diri dan kepribadian yang baik (Saputra et al., 2019).

Meski begitu, tidak dapat dipungkiri bahwa lembaga pendidikan dijadikan sebagai satu-satunya tumpuan pendidikan anak jika dilihat dari sudut pandang sebagian kelompok masyarakat. Orang tua percaya bahwa lembaga pendidikan adalah tempat terbaik untuk mendapatkan pendidikan dan upaya pengembangan wawasan anaknya. Orang tua akan mendukung peran lembaga pendidikan untuk mengarahkan anaknya untuk menambah wawasan dan pemahamannya terkait bidang wirausaha (Bahri et al., 2022).

Akibatnya, nilai-nilai Islam berada pada posisi yang begitu penting dalam membangun karakter secara cepat dan eksistensial, mengingat nilai-nilai Islam penting untuk taraf pembentukan karakter anak. Dengan ditanamkan prinsip-prinsip Islam tersebut, anak-anak diharapkan tumbuh menjadi seseorang yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT, serta berakhlak mulia dalam bermasyarakat khususnya dalam dunia wirausaha (Sedikides & Gebauer, 2009).

Pendidikan dari segi kejiwaan merupakan upaya *tazkiyah an nafs* dengan cara *takhliyah an nafs* dan *tahliyah an nafs*. Menurut al-Ghazali *takhliyah an nafs* adalah usaha penyesuaian diri melalui pengosongan diri dari sifat-sifat tercela, dan *tahliyah an nafs* yaitu penghiasan diri dengan akhlak terpuji (Suherman, 2021). Orang yang sudah *baligh* tentu sangat

sadar dan atas kemauan sendiri melakukan pelatihan jiwa, sehingga kebersihan jiwa yang dialami dan memunculkan banyak akhlak yang mulia menjadi lebih melekat dan permanen.

5. Persepsi Kegunaan Dalam Perspektif Islam

Persepsi kegunaan didefinisikan oleh Davis (1989) sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem atau teknologi informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Hal ini sesuai dengan kata “*usefull*” yang didefinisikan sebagai kemampuan yang digunakan untuk mendapatkan keuntungan (Joan & Sitinjak, 2019). Persepsi kegunaan dalam teknologi dapat dilihat dari besarnya pengaruh perkembangan dan manfaat teknologi yang berdampak pada setiap sudut kehidupan (Riptiono, 2021). Dalam dunia wirausaha, manfaat teknologi dapat mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja dan produktivitas, mempermudah pekerjaan dan meningkatkan jumlah peminat dalam bidang wirausaha (Gulton & Safitry, 2021).

Persepsi kegunaan yang diangkat dalam kehidupan sehari-hari haruslah merujuk kepada firman Allah SWT. Perkembangan dan penggunaan teknologi yang dirasakan haruslah tetap memelihara serta menjaga keseimbangan hidup manusia di bumi dengan saling membantu, menolong serta menyayangi dan tidak merusak bumi. Hal ini sesuai dengan QS. Ar Rum ayat 41 yang berbunyi :

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا

لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

“Telah tampak kerusakan di darat dan laut disebabkan perbuatan tangan manusia. (Melalui hal itu) Allah membuat mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka agar mereka kembali (ke jalan yang benar)” (QS. Ar Rum ayat 41).

6. Persepsi Kemudahan Dalam Perspektif Islam

Persepsi kemudahan didefinisikan oleh Davis (1989) sebagai tingkat kepercayaan seseorang terhadap penggunaan sistem dan teknologi informasi tertentu akan meringankan pekerjaannya (Nadlifatin & Persada, 2022). Hal ini membuktikan bahwa penggunaan dari suatu sistem atau teknologi yang mudah untuk dipelajari atau digunakan akan dapat memberikan manfaat praktis. Kemudahan merupakan salah satu prinsip penting dalam Islam dan merupakan anugerah dari Allah SWT yang diberikan agar manusia tetap bersemangat dan tekun dalam menjalankan ajaran agama, terutama dalam keadaan sulit.

Berwirausaha adalah wujud dari *ijtihad* dan usaha seseorang untuk bertahan hidup (Basir & Musa, 2021). Kemudahan yang diberikan Islam adalah pintu bagi seseorang dalam memulai dan menjalankan aktivitasnya khususnya dalam bidang wirausaha (Gulton & Safitry, 2021). Islam selalu memberikan keringanan bagi setiap muslim, Allah SWT berfirman dalam QS. Al Baqarah ayat 185 yang berbunyi:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا

هَدَانَاكُمْ وَأَلَّا تَكُونُوا تَشَكُّرُونَ

"Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur" (QS. Al Baqarah ayat 185).

C. Hipotesis Penelitian

1. Faktor Internal dan Niat Berwirausaha

Kepribadian ideal dalam diri seseorang harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Seorang wirausaha harus mampu berdiri sendiri untuk menolong dirinya dari kesulitan yang dihadapinya. Karena kepribadian akan membedakan suatu individu dengan individu lainnya dalam mengatasi masalah dan melaksanakan suatu usaha (Setiabudi, 2018). Kepribadian merupakan faktor internal yang ada dalam diri seseorang dan akan menggambarkan dengan sikap individu tersebut. Berdasarkan pernyataan tersebut peneliti mengadopsi beberapa aspek yang termasuk dalam faktor internal, yaitu *locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri (Ettis, 2021; Khan et al., 2021; Mahmood et al., 2019).

H₁ : Faktor internal berpengaruh terhadap niat berwirausaha

a. Pengaruh *Locus of Control* Terhadap Niat Berwirausaha

Locus of Control (LOC) atau letak kendali adalah kepribadian yang berkaitan dengan harapan seseorang terhadap kemampuan untuk

mengontrol kehidupan. *Locus of control* berperan penting untuk menggerakkan aktivitas seseorang dalam merespon lingkungannya. Dengan *locus of control*, seorang wirausaha akan mampu mengontrol dan beradaptasi dengan lingkungan untuk menghindari kerugian (Nagel & Suhartatik, 2018).

Seorang wirausaha perempuan milenial dengan kontrol diri yang tinggi akan mampu mengendalikan suatu usaha yang sedang dijalankannya dari berbagai aspek. Dengan karakter seorang perempuan yang memiliki kreatifitas dan keuletan yang tinggi, kontrol diri akan mampu memperkuat dan mengembangkan usaha yang sedang ditekuninya. Kontrol diri pada diri perempuan milenial mendapat dorongan karakter utama generasi milenial yaitu tingkat kepercayaan dan keinginan pencapaian yang tinggi untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkannya (Harahap & Hasanah, 2021). Maka kontrol diri pada perempuan milenial memiliki peluang yang tinggi dalam memulai dan menjalankan suatu usaha (Ordun, 2019).

H_{1a}: *Locus of control* berpengaruh terhadap niat berwirausaha

b. Pengaruh *Need for achievement* terhadap Niat Berwirausaha

Need for achievement merupakan keinginan menyelesaikan tugas lebih efektif untuk mendapatkan pengakuan dan prestasi atas pencapaiannya (Khan et al., 2021). Seseorang yang memiliki kebutuhan berprestasi yang tinggi cenderung lebih berkomitmen dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Seorang wirausaha yang memiliki

kepribadian seperti ini akan mampu menetapkan tujuan, keputusan yang berkaitan dengan resiko dan umpan balik dari kinerja mereka (Aprilia & Ardana, 2021).

Bagi seorang perempuan, keikutsertaan dalam dunia wirausaha merupakan salah satu bentuk prestasi. Karakter seorang perempuan dengan kreativitas yang tinggi mampu menciptakan standar usaha yang efektif. Kebutuhan akan pencapaian prestasi seorang wirausaha perempuan akan mengesampingkan keraguan dan berani menghadapi resiko yang akan datang demi perkembangan dan keunggulan usaha yang sedang dibangun dan dijalankan (Sandri & Hardilawati, 2019). Sama halnya dengan generasi milenial, prestasi dan pengakuan merupakan dua hal yang menjadi pemicu dalam kegiatan dan aktivitasnya. Maka, perempuan milenial akan memiliki efektivitas dan potensi yang lebih tinggi dalam bidang wirausaha dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Nur Achmad, 2017).

H_{1b}: *Need for achievement* berpengaruh terhadap niat berwirausaha

c. Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Niat Berwirausaha

Efikasi diri membangun sejauh mana seseorang percaya bahwa dia memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan untuk menghadapi kesulitan. Efikasi diri yang dimiliki seseorang dapat membentuk niatan seseorang untuk berbuat karena memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan untuk melakukannya

(Putu et al., 2021). Dengan adanya kemampuan diri seperti yang telah disebutkan, maka akan membentuk dan menguatkan niat seseorang dalam melakukan kegiatan wirausaha.

Secara umum, perempuan milenial cenderung memiliki efikasi diri yang tinggi (Putu et al., 2021). Karena perempuan milenial akan melakukan upaya untuk melakukan pengembangan terhadap usahanya walaupun dalam kondisi yang sulit sekalipun. Tingginya efikasi diri pada perempuan milenial menunjukkan bahwa seorang perempuan mampu membangun, menjalankan bahkan mengembangkan suatu bidang usaha berdasarkan potensi internal yang dimilikinya. Maka partisipasi perempuan terutama generasi milenial dibutuhkan untuk mengembangkan bidang kewirausahaan (Siswati & Prakoso, 2018).

H_{1c}: Efikasi diri berpengaruh terhadap niat berwirausaha

Dalam beberapa penelitian dinyatakan bahwa *locus of control* (Amadea & Riana, 2020; Ina Ratnamiasih, 2016; Mahmood et al., 2019; Zikra, 2020), *need for achievement* (Khan et al., 2021; Tan et al., 2021; Yukongdi & Lopa, 2017) dan efikasi diri (Atik Halimatul Ula, 2014; Li & Wu, 2019; Natalia & Rodhiah, 2019; Sinambela, 2019) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

2. Faktor Eksternal dan Niat Berwirausaha

Faktor eksternal merupakan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan suatu tindakan atau tidak. Niat berkiprah dalam dunia wirausaha pada seseorang dibentuk melalui pengalaman langsung atau pengalaman

yang mengesankan dan hal ini akan menyediakan kesempatan bagi seseorang untuk mempraktekkan, memperoleh umpan balik dan mengembangkan keterampilan yang mengarah pada hasil yang memuaskan (Jadmiko et al., 2018). Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti mengadopsi beberapa aspek yang termasuk dalam faktor eksternal, keluarga dan pendidikan kewirausahaan.

H₂: Faktor eksternal berpengaruh terhadap niat berwirausaha

a. Pengaruh Keluarga terhadap Niat Berwirausaha

Keluarga dianggap sebagai peran primer pada eksternal seseorang. Kehadiran keluarga mampu membentuk kepribadian dan wawasan seseorang khususnya dalam bidang wirausaha (Hohashi & Honda, 2012). Keluarga secara tidak langsung memberikan dukungan besar terhadap penentuan karir seseorang, yang dilihat dari latar belakang pekerjaan orang tua yang akan melahirkan ekspektasi terkait niatan mengikuti khususnya dalam bidang wirausaha (Amadea & Riana, 2020). Seseorang yang orang tuanya berwirausaha akan menunjukkan preferensi yang jauh lebih tinggi untuk berwirausaha yang dapat dikaitkan dengan peningkatan kepercayaan pada kemampuan yang dirasakan (Lingappa et al., 2020).

H_{2a}: Keluarga berpengaruh terhadap niat berwirausaha

b. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha

Pendidikan kewirausahaan berfokus terhadap pendekatan yang dilakukan suatu institusi pendidikan untuk menjelaskan secara teoritis

kepada peserta didik terkait dengan membangun dan mengelola usaha dengan tujuan untuk membantu dalam memahami kewirausahaan secara langsung (Puente et al., 2017). Pendidikan kewirausahaan memberikan peranan penting terhadap niat berwirausaha, pendidikan tersebut meliputi teori, kesiapan sikap, perilaku dan berani mengambil risiko untuk membuka bisnis baru serta mempersiapkan seseorang untuk membuka wirausaha yang akan datang (Lusia & Pmikatsih, 2021).

H_{2b}: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap niat berwirausaha

Secara umum, perempuan sering kali dikaitkan dengan adanya budaya yang melekat pada masyarakat Indonesia yaitu yang menyatakan bahwa perempuan tidak bekerja dan mengurus pekerjaan rumah. Kegiatan yang dilakukan oleh perempuan cenderung digolongkan pada kegiatan nonformal. Hal tersebut akan memupuk keraguan dan ketakutan bahkan menghilangkan niatan dalam diri perempuan untuk berkecimpung dalam dunia wirausaha khususnya (Rita, Arbi Siti Rabiah, 2019).

Akan tetapi, budaya ini mulai dipatahkan dengan adanya karakter yang terbentuk pada generasi milenial yaitu kegigihan dalam mencapai apa yang diinginkan (Aziz et al., 2021). Adanya dukungan dari lingkungan primer seperti keluarga akan semakin menumbuhkan percaya diri pada diri seorang perempuan terutama generasi milenial (Lakshmi, 2020). Peran penting pendidikan kewirausahaan juga tak

kalah penting bagi perempuan milenial. Pendidikan kewirausahaan akan mengarahkan jenjang karir dan pihannya dalam melakukan kegiatan wirausaha (Putu et al., 2021). Perempuan milenial juga akan lebih memahami bidang wirausaha dan mampu memahami peluang pasar, kesiapan, sikap, perilaku dan akan berani mengambil resiko dalam usahanya (Lusia & Pmikatsih, 2021).

Berdasarkan beberapa penelitian menyatakan bahwa lingkungan keluarga (Amadea & Riana, 2020; Famila et al., 2020; Fauziati & Suryani, 2020; Wahyuningsih, 2020; Wardani & Nugraha, 2021) dan pendidikan kewirausahaan (Lusia & Pmikatsih, 2021; M. Yusuf, 2020; Wardani & Nugraha, 2021; Widhiandono et al., 2016) yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

3. Teknologi, Faktor Internal dan Niat Berwirausaha

Technology Acceptance Model (TAM) dalam menyatakan bahwa keputusan untuk menerima sebuah teknologi informasi dipengaruhi dua konstruk utama yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease*) (Perwitasari, 2022). Menurut Davis (1998) persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah system (Joan & Sitinjak, 2019). Ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi dapat meningkatkan

kinerjanya, maka minat orang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat.

Menurut Davis (1989) pengertian persepsi kemudahan (*perceived ease*), didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya (Romadloniyah & Prayitno, 2018). Semakin seseorang dapat merasakan kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi informasi, maka akan meningkatkan keinginan menggunakan teknologi tersebut. Teknologi akan mampu menyetarakan kualitas usaha baik dalam kinerja, pengguna, estimasi waktu terutama keinginan dalam melakukan wirausaha berbasis teknologi (Fitria et al., 2021). Seseorang dapat dengan mudah melakukan aktivitas wirausaha seperti mencari informasi, melakukan pemesanan dan mengembangkan (Zhang et al., 2015).

Techsavy adalah julukan yang sering dikaitkan dengan generasi milenial. Kehidupannya yang sangat lekat dengan teknologi yang membuat segala aktivitas mereka dijalankan oleh sistem. Perkembangan teknologi merupakan lingkungan hidup pada era globalisasi. Teknologi akan memicu seseorang terutama generasi milenial dalam menumbuhkan niatan berwirausaha (Anak, 2018; Ari Widiati, 2021; Meredith Woodwark, Alison Wood, 2021; Setiartiti & Sadik, 2020; WIwi Warsiati, Tiris Sudrartono, 2021).

Menurut perempuan milenial, teknologi mampu memupuk kreativitas, percaya diri dan ruang lingkup mereka. Penggunaan teknologi akan mampu menguatkan kontrol diri (*locus of control*) mereka terhadap tantangan dan resiko yang akan mereka hadapi, bagaimana pencapaian dan prestasi (*need for achievement*) mereka akan lebih mudah didapatkan dan pengentasan masalah mereka akan jauh lebih mudah dengan adanya teknologi terutama dalam wirausaha (Sosial et al., 2019).

Komitmen diri pada perempuan milenial dalam berwirausaha akan semakin tinggi dengan adanya kemudahan dan manfaat yang disajikan oleh teknologi. Mereka akan lebih mudah meraih apa yang mereka inginkan dan mampu menghadapi suatu tantangan yang dihadapi dalam berwirausaha sebagai wujud efikasi diri mereka yang cukup tinggi (Siswati & Prakoso, 2018). Kemudahan dalam teknologi cenderung akan menggiring perempuan milenial menciptakan kreativitas yang baru dan upaya untuk mengekspresikan jati diri mereka yang sesungguhnya (Nadlifatin & Persada, 2022).

H₃: Teknologi memoderasi pengaruh faktor internal terhadap niat berwirausaha

4. Teknologi, Faktor Eksternal dan Niat Berwirausaha

Faktor lingkungan dalam mempengaruhi pola pikir generasi milenial harus sangat diperhatikan, generasi milenial mempunyai sudut pandang tentang lingkungan, lingkungan menjadi dua yaitu citizen dan netizen. Masyarakat netizen generasi milenial yang dipengaruhi oleh internet

cenderung untuk menjadi penyendiri karena sering menghabiskan waktunya dengan internet. Hal ini mengakibatkan muncul perasaan kesepian. Seseorang pada masa dewasa awal harusnya menjalin relasi yang dekat dengan banyak orang untuk mendukung tujuan dan cita-citanya (Sosial et al., 2019).

Keluarga dan pendidikan kewirausahaan berperan sebagai dorongan perempuan milenial untuk mencapai tujuan tertentu dalam memenuhi atau memuaskan suatu kebutuhan untuk lancarnya usaha yang sedang digelutinya (Oktarina et al., 2019; Wardani & Nugraha, 2021). Peran Keluarga dan pendidikan kewirausahaan sendiri dapat dianalogikan sebagai bahan bakar penggerak mesin bagi perempuan milenial. Peran keduanya yang memadai akan mendorong seseorang untuk berperilaku aktif dalam berwirausaha (Ari Widiati, 2021).

Penggunaan teknologi akan menguatkan pengaruh dorongan keluarga terhadap wirausaha yang dijalankan oleh perempuan milenial. Walaupun karakter milenial cenderung lebih berani dan percaya diri, tapi karakter internal perempuan yang terkadang memiliki keraguan harus selalu mendapatkan dukungan dari keluarga maupun dari segi pendidikannya (Rizqi, 2022). Manfaat teknologi yang didasari dengan kemudahan penggunaan teknologi akan mempermudah perempuan milenial mendapatkan dukungan dari keluarga kapanpun dan dimanapun (Grzeslo, 2020a).

Pendidikan kewirausahaan juga memiliki peranan yang penting dalam mempengaruhi niat berwirausaha. Hal ini karena pendidikan kewirausahaan berusaha untuk mengintervensi seseorang untuk bertahan pada dunia wirausaha. Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya berwirausaha dengan bekal kemandirian, keberanian dan keterampilan dalam berwirausaha (Lubada et al., 2021). Disisi lain akses kemudahan teknologi dalam pendidikan kewirausahaan mampu menguatkan rasa percaya diri dan mengembangkan wawasan yang luas pada perempuan milenial dalam berwirausaha. Maka kedua hal ini akan memupuk tumbuhnya niat berwirausaha pada perempuan khususnya generasi milenial (Ade Irma Sakina, 2017; Grzeslo, 2020b; Imelda, 2019).

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) (Gunawan et al., 2019; Joan & Sitinjak, 2019; Yulianita, 2018; Zhang et al., 2015) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy to use*) (Do et al., 2020; Joan & Sitinjak, 2019) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan dan niat berwirausaha.

H4 : Teknologi memoderasi pengaruh faktor eksternal terhadap niat berwirausaha

5. Religiusitas, Faktor Internal dan Niat Berwirausaha

Mayoritas masyarakat sekitar dunia mengatakan bahwa agama adalah bagian penting dari kehidupan mereka sehari-hari (Sedikides, 2010).

Di masa depan, kesuksesan bisnis dan wirausaha akan diperoleh jika seseorang menerapkan nilai-nilai spiritual (Kouzes & Posner, 2007). Nilai spiritual adalah tolak ukur normatif yang mempengaruhi manusia dalam menentukan pilihannya di antara cara-cara alternatif tindakan dan perilaku dan berpengaruh kuat terhadap wirausaha (Sanjaya, 2020).

Berdasarkan beberapa penelitian diungkapkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap pembentukan kepribadian seseorang dan membantu menentukan perilaku mereka dalam melakukan aktivitas bersama terutama dalam berwirausaha (Acheampong, 2017; Mahyarni et al., 2018; I. F. Wijaya, 2019). Keyakinan dan komitmen yang dipegang berdasarkan agama akan membatasi sikap dan perilaku perempuan generasi milenial dalam berwirausaha dan mereka akan mewajibkan dirinya memiliki sikap dan moral yang baik dalam berwirausaha (Mustikowati & Wilujeng, 2016).

Keyakinan bahwa ajaran agama telah menentukan bagaimana wirausaha dijalankan, harus selalu ditanamkan pada diri seseorang khususnya perempuan milenial (Anam et al., 2021; Sinambela, 2019). Keyakinan pada dirinya akan mampu mengontrol (*locus of control*) bagaimana mereka harus bertindak, bersikap, bersaing dan berusaha dengan mengakar kemampuan mereka (efikasi diri) dalam mengembangkan usahanya tanpa merugikan orang dan lingkungannya. Komitmen untuk bertanggung jawab atas usaha pada diri milenial khususnya perempuan akan mampu membentengi diri dari adanya rasa iri, dengki bahkan

kecurangan dalam berwirausaha yang akan merugikan diri mereka dan lingkungannya (Mustikowati & Wilujeng, 2016; Sinambela, 2019).

Ajaran agama akan menjadi dasar dari sikap yang akan ditunjukkan oleh seseorang dalam bersikap dan berperilaku dalam memperoleh suatu pencapaian dan prestasi (*need for achievement*) tanpa adanya hal hal yang mengandung kecurangan dan kebohongan (Alwi et al., 2021). Secara tidak langsung ajaran agama membentuk pribadi seseorang khususnya perempuan milenial untuk mampu membawa dirinya menjadi pribadi yang baik dan tidak merugikan sekitarnya.

H₅ : Religiusitas memoderasi pengaruh faktor internal terhadap niat berwirausaha

6. Religiusitas, Faktor Eksternal dan Niat Berwirausaha

Agama mengajarkan seseorang untuk mampu bersosialisasi dengan orang lain dan lingkungannya. Dalam bidang kewirausahaan, sosialisasi dengan orang lain terutama keluarga teman maupun guru sekalipun akan mampu membentuk sikap kewirausahaannya (I. G. B. Wijaya, 2021). Sosialisasi yang dilakukan akan mengembangkan wawasan seseorang khususnya dalam berwirausaha. Seseorang akan berkomunikasi dan mengembangkan pemahamannya dalam bidang wirausaha baik secara formal maupun informal (Sharaf et al., 2018).

Dalam hal ini, intervensi keluarga dan lingkungan sekitarnya akan banyak mempengaruhi wirausaha perempuan milenial, karena perempuan milenial membutuhkan dorongan yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki

dalam memulai dan menjalankan usahanya (Yuen et al., 2020). Perempuan milenial membutuhkan pengetahuan yang cukup untuk mampu meyakinkan dirinya tentang bidang usaha yang akan digelutinya. Dengan peran agama sebagai tolak ukur normatif pada seseorang, adanya pengaruh dan intervensi eksternal pada diri perempuan milenial mampu mengarahkan dan menyadarkan dirinya atas urgensi kewirausahaan (Cicchiello et al., 2021).

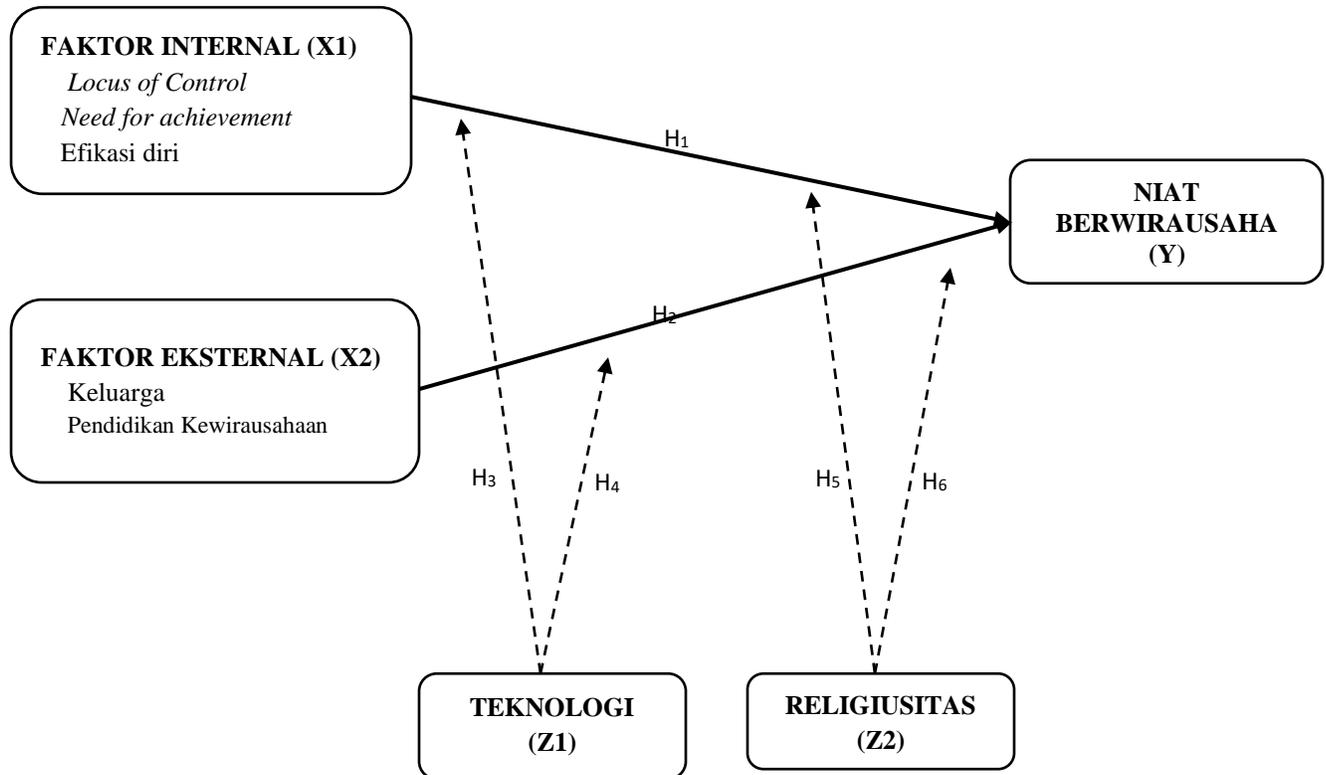
Perempuan milenial akan terpicu dalam bidang wirausaha dengan adanya peran agama yang mengarahkan seseorang untuk berkarya, berkreasi dan berkarir sesuai dengan porsinya. Secara tidak langsung perempuan milenial akan merasakan adanya dukungan dan kebebasan memulai dan menjalankan wirausaha dengan dukungan agama (Anggadwita et al., 2021b). Beberapa penelitian menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Rehan et al., 2019; Sanjaya, 2020; Sinambela, 2019)

H₆: Religiusitas memoderasi pengaruh faktor eksternal terhadap niat berwirausaha

D. Kerangka Konseptual

Gambar 2.3

Kerangka Konseptual



Sumber : Data Diolah Peneliti (2022)

Keterangan :

———— : Pengaruh Langsung

----- : Pengaruh Tidak Langsung/Moderasi

Pengaruh langsung dan tidak langsung:

- H₁:** Pengaruh faktor internal (*locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri) terhadap niat berwirausaha
- H_{1a}:** Pengaruh *locus of control* terhadap niat berwirausaha
 - H_{1b}:** Pengaruh *need for achievement* terhadap niat berwirausaha
 - H_{1c}:** Pengaruh efikasi diri terhadap niat berwirausaha
- H₂:** Pengaruh faktor eksternal (keluarga dan pendidikan kewirausahaan) terhadap niat berwirausaha
- H_{2a}:** Pengaruh keluarga terhadap niat berwirausaha
 - H_{2b}:** Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha
- H₃:** Pengaruh moderasi Teknologi terhadap hubungan Faktor Internal dan Niat Berwirausaha
- H₄:** Pengaruh moderasi Teknologi terhadap hubungan Faktor Eksternal dan Niat Berwirausaha
- H₅:** Pengaruh moderasi Religiusitas terhadap hubungan Faktor Internal dan Niat Berwirausaha
- H₆:** Pengaruh moderasi Religiusitas terhadap hubungan Faktor Eksternal dan Niat Berwirausaha

E. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul Tahun	Tujuan	Variabel	Metode dan Hasil	Persamaan
1	Wei Loon Koe et al, " <i>Determinants of Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation</i> ", International Spring Convergence on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management, 2012.	Penelitian ini mengembangkan teori TPB untuk mempelajari niat berwirausaha pada generasi milenial.	Variabel : X ₁ : Pengetahuan X ₂ : Pengalaman X ₃ : Ikatan M ₁ : Sikap M ₂ : Norma Subjektif M ₃ : Kontrol Perilaku M ₄ : Kepribadian Y : Niat Berwirausaha	Metode yang diadopsi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 18.0 dan AMOS 18.0. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa seluruh variabel prediktor berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha generasi milenial dengan indikator TPB sebagai variabel mediasi.	Penelitian ini membahas niat berwirausaha dalam generasi milenial. Juga mengadopsi sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku sebagai variabel prediktor niat berwirausaha.
2	Mohd Dali et al, " <i>The Relationship Between Religiosity and Entrepreneurial Intention</i> " International Muamalat and Entrepreneurship Conference, 2014.	Penelitian ini membahas dan mengidentifikasi hubungan antara religiusitas dengan niat berwirausaha, menentukan ruang lingkup mengenai dampak agama terhadap niat untuk menjadi wirausaha, meninjau literatur dibidang kewirausahaan tentang konsep religiusitas dan mengidentifikasi hubungan antara konsep pengukuran religiusitas dengan niat berwirausaha.	Variabel : X : Religiusitas Y : Niat Berwirausaha	Sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Islam Malaysia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan <i>mix method</i> dengan <i>path analysis</i> . Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.	Penelitian yang mengadopsi variabel religiusitas sebagai objek penelitian terhadap niat berwirausaha.

3	<p>Auditia Setiobudi & Christian Herdinata, "Difference in Entrepreneurial Intention on Generation X, Y and Z", International Journal of Academic Research in Business & Social Science, 2018.</p>	<p>Penelitian ini menganalisis perbedaan niat berwirausaha pada generasi yang berbeda (generasi X, Y dan Z). Penelitian ini mengadopsi teori generasi dari Tapscott.</p>	<p>Variabel : X₁ : <i>Need for achievement</i> X₂ : <i>Self Efficacy</i> X₃ : Kesiapan X₄ : Demografi Y : Niat berwirausaha</p>	<p>Metode yang diadopsi dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel yang diambil dalam penelitian ini merupakan calon pengusaha dari Jogja sampai Surabaya dengan teknik <i>purposive sampling</i>. Hasil penelitian menjelaskan bahwa adanya perbedaan yang jelas antara setiap generasi. Hal ini terjadi karena jarak usia antara generasi Y sampai Z dan X tidak cukup besar. Generasi Y masih mendominasi kedua generasi tersebut.</p> <p>Selain itu, terdapat temuan yang menunjukkan sebagian besar responden dari generasi Y sudah memiliki pekerjaan yang layak; ini berbeda dengan generasi Z, karena hampir semua orang masih belajar. Temuan yang sama juga terlihat pada generasi X karena hampir semua orang mapan secara finansial. Temuan lainnya adalah hanya sebagian kecil dari generasi Z yang pernah bekerja sebelumnya, sehingga pengetahuan mereka dalam kehidupan kerja atau berwirausaha tidak setinggi 2 generasi lainnya.</p>	<p>Penelitian ini mengadopsi <i>need for achievement</i> dan <i>self efficacy</i> sebagai variabel eksogen terhadap niat berwirausaha yang diangkat sebagai variabel endogen.</p>
4	<p>Yang Zang et al, "Millennial Social Entrepreneurial Intent and Social Entrepreneurial Self Efficacy : A Comparative Entrepreneurship Study", Social Enterprise Journal, 2021.</p>	<p>Penelitian ini mengusulkan dan menguji prediktor niat kewirausahaan sosial, mekanisme mediasi dan faktor kontekstual yang berpengaruh. Dan teori yang diadopsi dalam penelitian ini</p>	<p>Variabel : X₁ : Kegigihan X₂ : Proaktif X₃ : Kepedulian terhadap masalah sosial M : <i>Social entrepreneur self efficacy</i> Z : Kepuasan Hidup</p>	<p>Sampel dalam penelitian ini mencakup 1.890 responden dalam generasi milenial yang berasal dari Cina, Meksiko, Nigeria, Filipina, Rusia dan USA. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif dan regresi linear sedangkan pengukuran tidak langsung diolah melalui PROCESS 3.0.</p>	<p>Penelitian ini dilakukan dengan subjek generasi milenial dan mengadopsi <i>self efficacy</i> sebagai salah satu variabel prediktor pada niat berwirausaha.</p>

		merupakan <i>Theory Perceived Behaviour</i> (TPB).	Y : Niat berwirausaha	Hasil penelitian secara empiris menunjukkan bahwa <i>social entrepreneur self efficacy</i> memediasi hubungan antara ketekunan dan kepribadian proaktif dan niat kewirausahaan sosial di enam negara. Kepuasan hidup secara positif memoderasi hubungan ini di antara siswa AS dan secara negatif memoderasinya di antara siswa Cina. Di Cina, ketidakpuasan tampaknya meningkatkan niat kewirausahaan sosial, sementara di AS kepuasan tampaknya meningkatkan.	
5	Said Aboubaker Ettis, "How Do Personal Values Help to Build Generation Y's Entrepreneurial Intention? The Role of Gender Differences", <i>Gender in Management: An International Journal</i> , 2021.	Penelitian ini menilai sejauh mana nilai-nilai pribadi dapat mempengaruhi niat berwirausaha dan sejauh mana hubungan ini bergantung pada gender di kalangan generasi milenial.	Variabel : X ₁ : <i>Self direction</i> X ₂ : <i>Social affiliation</i> X ₃ : <i>Hedonic orientation</i> Y : Niat Berwirausaha	Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan PLS SEM dan PLS MGA. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 600 responden dengan tahun kelahiran 1977-1994. Hasil penelitian dengan PLS SEM menunjukkan bahwa anggota Generasi Y yang mengutamakan nilai <i>self direction</i> , <i>social affiliation</i> , dan <i>hedonic orientation</i> memiliki intensi kewirausahaan yang lebih besar. Di seluruh gender, pendekatan dengan PLS-MGA mengungkapkan bahwa nilai-nilai <i>self direction</i> meningkatkan niat kewirausahaan untuk generasi Y perempuan tetapi tidak untuk laki-laki. Nilai <i>social affiliation</i> meningkatkan niat kewirausahaan untuk generasi Y laki-laki tetapi tidak untuk perempuan. Nilai yang terdapat dalam <i>hedonic orientation</i> menumbuhkan niat	Penelitian ini menjadikan generasi Y sebagai subjek penelitian dan menggunakan alat analisis PLS SEM untuk mengukur pengaruh variabel eksogen terhadap niat berwirausaha sebagai variabel endogen.

				berwirausaha baik untuk generasi Y laki-laki maupun perempuan secara serupa.	
6	Ghita Aprilia & I Komang Ardana, "The Influence of Subjective Norms, Locus of Control and Need for Achievement on Entrepreneurial Intention", AJHSSR, 2021.	Penelitian ini menjelaskan pengaruh norma subjektif, <i>locus of control</i> dan <i>need for achievement</i> terhadap niat berwirausaha.	Variabel : X ₁ : <i>Subjective Norms</i> X ₁ : <i>Locus of Control</i> X ₁ : <i>Need for Achievement</i> Y : <i>Entrepreneurial Intention</i>	Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Sampel dalam penelitian ini merupakan generasi muda yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan jumlah 102 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif, <i>locus of control</i> dan <i>need for achievement</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.	Penelitian ini mengadopsi norma subjektif, <i>locus of control</i> dan <i>need for achievement</i> sebagai variabel eksogen terhadap niat berwirausaha.
7	Muhammad Syariful Anam et al, "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, Pengetahuan Kewirausahaan dan Faktor Demografi Terhadap Minat Berwirausaha", Jurnal Ilmu Manajemen, 2021.	Penelitian ini mengidentifikasi pengaruh variable sikap, norma subjektif, religiusitas, pengetahuan kewirausahaan dan faktor demografis terhadap niat berwirausaha.	Variabel : X ₁ : Sikap X ₂ : Norma subjektif X ₃ : Religiusitas X ₄ : Pengetahuan Kewirausahaan X ₅ : Faktor Demografi Y: Niat berwirausaha	Metode penelitian yang diadopsi dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif dengan analisis Structural Equation Model (SEM). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 374 siswa dari mahasiswa IAIN Salatiga. Penelitian ini mengadopsi <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA) untuk menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap niat berwirausaha. Hasil penelitian menyatakan bahwa semua variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan secara bersamaan terhadap niat berwirausaha. Sedangkan secara parsial variabel yang berpengaruh positif dan signifikan adalah sikap, norma subjektif, pengetahuan kewirausahaan, program studi dan pengalaman wirausaha.	Penelitian ini mengadopsi sikap, norma subjektif, religiusitas dan Pendidikan kewirausahaan sebagai variabel predictor niat berwirausaha. Teori yang digunakan menjadi dasar analisis merupakan <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).
8	Ludi Wishnu Wardana et al, "Drivers of Entrepreneurial	Penelitian ini menginvestigasi faktor yang mempengaruhi	Variabel : X ₁ : Budaya Organisasi	Metode penelitian yang diadopsi dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif	Penelitian ini mengadopsi pendidikan kewirausahaan

	<i>Intention Among Economics Student in Indonesia</i> ”, Entrepreneurial Business and Economics Review, 2021.	niat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi di Indonesia.	X ₁ : Pendidikan kewirausahaan M : Etika berwirausaha Y : Niat Berwirausaha	dengan Structural Equation Modelling (SEM). Data yang didapatkan melalui pengebaran angket dengan 376 responden mahasiswa ekonomi di Kota Malang yang dianalisis dengan SPSS dan AMOS 25. Hasil penelitian menyatakan bahwa seluruh variabel eksogen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, dan etika berwirausaha memediasi hubungan variabel eksogen dan variabel endogen.	sebagai salah satu variabel prediktor dari niat berwirausaha dan lokasi penelitian yang digunakan adalah Kota Malang.
9	Nguyen Quoc Cuong et al, “ <i>Factors Influencing Entrepreneurial Intention of Vietnamese Women</i> ”, International Conference on Business and Finance, 2021.	Penelitian ini menilai faktor-faktor yang menjadi prediktor niat berwirausaha di kalangan perempuan di Vietnam. Karena pemerintah Vietnam sangat mendorong peningkatan pengusaha perempuan. Penelitian ini mengadopsi dua teori yaitu <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA) dan <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).	Variabel : X ₁ : Norma Subjektif X ₂ : Sikap X ₃ : Kontrol Perilaku X ₄ : Dukungan Pemerintah Y: Niat berwirausaha	Metode penelitian yang diadopsi adalah pendekatan kuantitatif dengan Explanatory Factor Analysis (EFA) yang diolah menggunakan SPSS 20. Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 200 dari 284 responden yang diberikan angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga faktor yang diangkat sebagai variabel eksogen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha perempuan di Vietnam.	Penelitian ini mengadopsi TRA sebagai teori dasar penelitian dan memfokuskan objeknya pada perempuan.
10	Ni Putu & Gede Sri Darma, “ <i>Millennial Digital Content Creator on New Formal Era: Factors Explaining Digital Entrepreneur Intention</i> ”, Asia	Penelitian ini berusaha menentukan faktor-faktor yang menjadi prediktor niat wirausahawan digital terhadap digital creator yang mampu bersaing di dunia	Variabel : X ₁ : Dukungan Publik X ₂ : Pendidikan Kewirausahaan Z ₁ : Efikasi diri Z ₂ : Kemampuan berwirausaha Y: Niat berwirausaha digital	Metode penelitian yang diadopsi adalah pendekatan kuantitatif dan analisis data menggunakan SEM PLS. sampel dalam penelitian ini berjumlah 240 responden dari <i>content creator</i> . Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa efikasi diri mampu	Penelitian ini mengadopsi pendidikan kewirausahaan dan efikasi diri sebagai prediktor dalam menentukan niat berwirausaha. Penelitian ini juga menggunakan efek moderasi dalam

	Pacific Management and Business Application, 2021	digital. Penelitian ini dilakukan pada era new normal yang difokuskan pada generasi milenial.		memperkuat pengaruh pendidikan kewirausahaan dan dukungan public terhadap niat wirausaha digital.	meneliti hal tersebut serta memfokuskan penelitian pada generasi milenial.
11	Bob Foster et al, "The Mediating Role on Universities Environment in The Relationship Between Self Efficacy, Family Environment and Entrepreneurial Intention", International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Singapore", 2021.	Penelitian ini menyelidiki peran efikasi diri, lingkungan keluarga dan universitas terhadap niat berwirausaha di mahasiswa di Indonesia.	Variabel : X ₁ : Efikasi diri X ₂ : Lingkungan Keluarga M : Lingkungan Universitas Y: Niat berwirausaha	Metode penelitian yang diadopsi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan terdiri dari 150 responden. Analisis data yang digunakan adalah SEM PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri dan lingkungan keluarga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Dan lingkungan universitas tidak memediasi hubungan efikasi diri dan lingkungan keluarga terhadap niat berwirausaha.	Penelitian ini mengadopsi efikasi diri dan lingkungan keluarga sebagai prediktor dan niat berwirausaha. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan PLS.
12	Briandy Putra & Tony Antonio, "The Effect of Self Efficacy on Entrepreneurial Intention with the Mediation Variables of Attitude Towards Behaviour, Perceived Behavioral Control and Subjective Norms", International Conference on Entrepreneurship, 2021.	Penelitian ini menguji pengaruh efikasi diri terhadap niat berwirausaha yang dimediasi oleh indikator TPB. Teori yang diadopsi dalam penelitian ini merupakan <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).	Variabel : X : Efikasi diri M ₁ : Sikap M ₂ : Norma Subjektif M ₃ : Kontrol Perilaku Y: Niat berwirausaha	Metode penelitian yang diadopsi dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa magister yang setidaknya telah menjalankan bisnisnya kurang lebih enam bulan dengan jumlah 134 responden. Analisis data dilakukan dengan Smart PLS Versi 3. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel efikasi diri berpengaruh terhadap niat berwirausaha. Sikap dan norma subjektif memediasi hubungan efikasi diri dan niat berwirausaha, sedangkan kontrol perilaku tidak memediasi hubungan efikasi diri dan niat berwirausaha.	Penelitian ini mengadopsi efikasi diri, sikap dan norma subjektif sebagai prediktor dan niat berwirausaha. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan PLS.

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti (2022)

F. Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini mengadopsi dan memfokuskan pengaruh langsung faktor internal (*locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri) dan faktor eksternal (keluarga dan pendidikan kewirausahaan) terhadap niat berwirausaha perempuan milenial. Penelitian ini juga menambahkan efek moderasi yaitu teknologi (persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan) dan religiusitas. Penelitian yang dilakukan dikhususkan pada perempuan milenial Kota Malang dan terdaftar sebagai anggota *Malang Creative Fusion* (MCF).

Penelitian ini mengadopsi dua teori yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA) sebagai *grand theory* dan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai efek moderasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Waktu penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 3-4 bulan dengan estimasi pengambilan data selama 1-2 bulan pada periode 2022. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan PLS dengan alat analisis *Smart PLS 4*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan formula matematik, khususnya dalam bentuk statistik, sebagai metode utama untuk menarik setiap kesimpulan penelitian. Metode penelitian kuantitatif juga merupakan jenis penelitian yang dilandasi dengan filsafat positivisme guna meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisa data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2021).

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa saat ini. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang akan diteliti. Dalam pengumpulan data digunakan teknik wawancara dengan kuestioner (Ghozali, 2012).

Dengan lebih spesifik, metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus (*case study*). Tujuan dari studi kasus adalah memberikan gambaran dengan terperinci dan detail terkait latar belakang, sifat dan karakter yang khas dari kasus yang diangkat. Ruang lingkup

dari studi kasus dapat mencakup keseluruhan individu, kelompok atau lembaga dengan penekanan terhadap faktor kasus tertentu ataupun keseluruhan faktor kasus tertentu maupun keseluruhan faktor dan fenomena (Sugiyono, 2021).

B. Desain Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk mengetahui pengaruh faktor internal (*locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri) dan faktor eksternal (keluarga dan pendidikan kewirausahaan) terhadap niat berwirausaha perempuan milenial yang menambahkan Teknologi dan religiusitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk melihat validitas, kredibilitas dan keabsahan data dengan menganalisis dan memberikan interpretasi terhadap data yang diperoleh (Reza et al., 2020). Sedangkan tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang akan diteliti (Ningrum et al., 2020).

Penelitian ini menggunakan analisis data statistik inferensial *Partial Least Square* (PLS) yang diukur dengan menggunakan *software* SmartPLS4. Mulai dari pengukuran model (*outer model*), struktur model (*inner model*) dan pengujian hipotesis. PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. PLS selain dapat digunakan sebagai konfirmasi teori juga dapat digunakan untuk membangun

hubungan yang belum memiliki landasan teori atau untuk pengujian proposisi (Kusumawijaya, 2019).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang terdapat pada suatu objek atau subjek yang dipelajari, akan tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimilikinya (Prajawati, 2021).

Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh perempuan pada Malang Creative Fushion yang terdiri dari 16 subsektor dengan jumlah 1600 orang. Akan tetapi demi kepentingan penelitian ini, peneliti memfokuskan populasi responden pada kriteria sebagai berikut:

1. Tergabung dalam salah satu subsektor yang terdiri dari kuliner, kriya dan fashion
2. Berusia produktif kerja antara 20-29 tahun.
3. Sudah memiliki pengalaman pengarahan/seminar wirausaha
4. Sudah memiliki pengalaman berwirausaha sebelumnya

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang telah dimiliki oleh sejumlah populasi tersebut. Jika populasi dalam jumlah besar,

maka menggunakan sampel dari populasi tersebut (Imelia., 2012). Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang bagi seluruh unit populasi untuk menjadi sampel (Widjaya & Sugiarti, 2013).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling jenuh*. *Sampling jenuh* merupakan teknik penentuan sampel yang mencakup seluruh populasi yang bersifat generalisasi (Sugiyono, 2021). Berdasarkan penjelasan dan kriteria yang dipaparkan sebelumnya, sampel yang dinyatakan memenuhi kriteria dalam penelitian ini berjumlah 280 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam kegiatan penelitian mempunyai tujuan mengungkap fakta mengenai variabel yang diteliti, sehingga harus menggunakan metode atau cara-cara yang efisien dan akurat. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan tiga cara antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi ialah teknik pengumpulan data dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti melalui proses yang kompleks, tersusun dari proses biologis dan psikologis yang diamati oleh indra penglihatan dan pendengaran (Ahyar et al., 2020).

2. Wawancara

Wawancara ialah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (Ahyar et al., 2020).

3. Dokumentasi

Dokumentasi berarti mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Pengumpulan data diperoleh melalui dokumen-dokumen dan cenderung data sekunder (Ahyar et al., 2020).

E. Sumber Data

Sumber data yang terdapat dalam penelitian ini merupakan data primer. Peneliti menggunakan salah satu teknik pengumpulan data melalui wawancara yang dilakukan dengan menyebarkan kuesiner kepada sejumlah responden. Metode skala adalah suatu metode pengumpulan data yang terdiri dari sejumlah pernyataan yang disusun untuk mengungkap atribut atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu tertentu melalui respon yang diberikan oleh subjek terhadap pernyataan tersebut (Azwar, 2012).

Skala di dalam penelitian ini adalah model skala *likert* dengan menyediakan respon yang bergerak dari respon negatif sampai respon positif dan dirancang untuk melihat seberapa kuat individu setuju atau tidak setuju dengan suatu pernyataan. Skala *Likert* ini merupakan model skala dengan pernyataan yang menggunakan distribusi respons untuk mengetahui variabel yang akan diukur dari sampel penelitian (Kusumawijaya, 2019). Dalam

penelitian ini, alat ukur disusun berdasarkan dimensi dan aspek yang terdapat dalam setiap variabel penelitian.

F. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Definisi	Item	Pernyataan	Sumber
Faktor Internal (X1)	Locus of Control (LOC)	<i>Locus of control</i> adalah keyakinan dan kepercayaan seseorang bahwa segala yang terjadi dalam hidupnya berdasarkan kendalinya, berusaha mengambil peran dan bertanggung jawab penuh atas keputusan yang diambil	Pendapatan	Saya bekerja demi mendapatkan kompensasi dari pekerjaan yang saya lakukan	Mahmood et al, 2019; Tyler et al, 2020
			Kesesuaian Pekerjaan	Saya merasa beruntung karena mendapatkan pekerjaan sesuai dengan apa yang saya harapkan	
			Relasi	Saya harus memiliki teman dan relasi yang banyak untuk menunjang kesuksesan pekerjaan	
	Need for Achievement (NAC)	<i>Need for achievement</i> merupakan salah satu keinginan untuk mendapatkan keberhasilan dan keunggulan pribadi dalam suatu kegiatan	Tantangan Pekerjaan	Saya merasa senang ketika saya mampu melewati kesulitan dalam pekerjaan saya	Mahmood et al, 2019
			Inovasi	Saya senang dan bangga ketika saya mampu mengembangkan usaha saya dengan cara dan teknik baru	
	Efikasi Diri (EFK)	Efikasi diri merupakan kemampuan diri dalam menyelesaikan tugas dan mengatasi permasalahan	Keterampilan	Saya memiliki keterampilan yang cocok dengan kegiatan wirausaha	Reichard, Gloria L. Sweida, 2013
			Kepemimpinan	Saya merasa percaya diri untuk melakukan kegiatan wirausaha	
			Evaluasi Kerja	Kesalahan yang saya lakukan sebelumnya menjadi pertimbangan dalam melakukan kegiatan wirausaha setelahnya	
	Faktor Eksternal (X2)	Keluarga (KLG)	Keluarga merupakan lingkungan primer seseorang yang	Ekonomi Keluarga	Saya bekerja demi meningkatkan perekonomian keluarga

		berpengaruh terhadap pembentukan kepribadian dan kehidupan yang saling memiliki ketergantungan	Pekerjaan Orang Tua	Jenis pekerjaan orang tua saya memotivasi saya untuk bekerja	
	Pendid. Kewirausahaan (PKW)	Pendidikan kewirausahaan merupakan wadah belajar untuk mengenal ilmu dan pengetahuan tentang kewirausahaan	Pelatihan Wirausaha	Pelatihan wirausaha membantu saya dalam meningkatkan pemahaman dan wawasan untuk mempersiapkan diri menjadi seorang wirausaha	(Dr. Sascha G. Walter, 2015; Liu et al., 2019)
			Praktek Wirausaha	Evaluasi dalam praktik wirausaha yang saya jalani membuat saya berkomitmen untuk tidak mengulangi kesalahan dalam berwirausaha	
Teknologi (Z1)	Persepsi Kegunaan (PKG)	Persepsi kegunaan merupakan kegunaan yang dirasakan seseorang bahwa suatu sistem yang digunakan akan membantu pekerjaannya	Estimasi Waktu	Dengan teknologi saya mampu mengembangkan kegiatan wirausaha melalui <i>social media</i> dan <i>digital application</i>	(Perwitasari, 2022; Prayitna & Nugroho, 2016)
			Efektivitas	Dengan teknologi komunikasi dan kegiatan berwirausaha dapat dilakukan lebih lancar dan teratur	
	Persepsi Kemudahan (PKM)	Persepsi kemudahan adalah sejauh mana kepercayaan seseorang pada suatu sistem dalam memudahkan suatu kegiatan	Fleksibel	Dengan teknologi, saya bisa melakukan pekerjaan dimana saja Dengan teknologi, saya bisa melakukan pekerjaan kapan saja	(Perwitasari, 2022; Prayitna & Nugroho, 2016)
Religiusitas (Z2)	Dimensi Ideologi (DID)	Dimensi ideologi merupakan penerimaan seseorang terkait hal-hal yang bersifat dogmatik	Keimanan	Saya yakin bahwa Tuhan itu ada, dan ketetapanannya merupakan hal yang harus diyakini	Ridzwan et al., 2014
			Kepercayaan	Saya percaya bahwa semua ajaran agama relevan dengan kehidupan sehari-hari saya	
	Dimensi Ritual (DRT)	Dimensi ritual merupakan kepatuhan dan keyakinan seseorang terkait ajaran agamanya	Kepatuhan	Saya selalu menjalankan sesuatu yang diperintahkan oleh agama	
			Ganjaran	Saya tidak berani melanggar ajaran agama, karena saya yakin akan ada balasan atas pelanggaran yang saya lakukan	

Niat Berwirausaha (Y)	(NBW)	Niat berwirausaha merupakan keinginan dan langkah awal dari sebuah proses pembentukan suatu usaha yang bersifat jangka panjang dalam upaya memenuhi kebutuhan hidupnya	Profesi	Saya ingin menjadi seorang wirausaha yang bisa mengelola usaha saya sendiri	Mahmood et al, 2019; Setiartiti & Sadik, 2020
			Status Sosial	Saya akan merasa lebih dihargai ketika saya memiliki usaha sendiri	
			Tujuan	Saya ingin memulai dan menjalankan usaha saya sendiri	

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti (2022)

G. Teknik Analisis Data

Partial Least Square (PLS) merupakan analisis data yang diadopsi dalam penelitian ini. PLS bertujuan untuk menguji hubungan prediktif antar konstruksi dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antar konstruksi tersebut. Alasan penggunaan PLS-SEM adalah informasi yang dihasilkan efisien dan mudah diinterpretasikan terutama pada model yang kompleks atau hipotesis model. PLS menggunakan metode *bootstrapping* atau pengandaan secara acak. Oleh karenanya asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah.

Berdasarkan jumlah data, PLS dapat dimulai dengan data yang kecil, tidak mensyaratkan asumsi normalitas, linieritas dan heteroskedastisitas, dapat digunakan pada indikator yang bersifat reflektif maupun formatif terhadap variabel lain serta estimasi parameter dapat dengan langsung dilakukan tanpa persyaratan kriteria *goodness of fit* (Hamid & Anwar, 2019). Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SmartPLS4.

1. Pengujian *Outer Model*

Pengujian *outer model* ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya atau dapat dikatakan bahwa outer

model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Pengujian atau evaluasi model pengukuran (*outer model*) dimulai dari tahap uji validitas konstruk yang terdiri dari validitas konvergen yang memperhatikan nilai *loading factor*. Sedangkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan validitas deskriminan ditunjukkan dengan nilai *cross loading*. Kemudian tahap kedua yaitu pengujian reliabilitas yang ditunjukkan dengan nilai *composite reliability* (Hussein, 2015).

a. Uji Validitas

Uji validitas (kesahihan) digunakan untuk mengetahui sejauh mana butir melaksanakan fungsinya. Validitas alat ukur uji dengan menghitung korelasi antara lain yang diperoleh dari setiap butir pertanyaan dengan keseluruhan yang diperoleh pada alat ukur tersebut (Azwar, 2012).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Reliabilitas sebenarnya mengacu pada konsistensi atau kepercayaan dari hasil ukur yang mengandung makna kecermatan terhadap pengukuran. Reliabilitas alat ukur dapat dilihat dari koefisien reliabilitas yang merupakan indikator konsistensi setiap item tes dalam menjalankan fungsi ukurnya secara bersama-sama. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability* (Azwar, 2012).

c. Validitas Deskriminan

Validitas diskriminan ditentukan dengan melihat cross loading factor dari setiap variabel. Nilai ini merupakan nilai cross loading factor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai cross loading factor pada konstruk yang dituju dengan nilai cross loading factor konstruk yang lainnya (Ghozali, 2012).

d. *Average Variance Extracted* (AVE)

Metode *Average Variance Extracted* digunakan untuk mengevaluasi discriminant validity untuk setiap konstruk dan variabel laten. Metode ini juga digunakan untuk menilai Convergent Validity dengan nilai >0.5 (Ghozali, 2012).

2. Pengujian *Inner Model*

Inner model adalah model struktural yang menghubungkan antara variabel laten. Berdasarkan nilai koefisien jalur untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel laten dan perhitungan *bootstrapping*. Adapun tahapan evaluasi dilakukan dengan melihat kriteria nilai R-Square dan nilai signifikansi (Hamid & Anwar, 2019).

a. R Square (R^2)

Koefisien determinasi merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai kecil, maka kemampuan variabel

independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, bila mendekati angka 1, berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali & H, 2012).

b. *Q Square* (Q^2)

Q Square predictive relevance untuk model struktural digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Sebagai persyaratan bahwa *Q Square* memiliki *predictive relevance* yang baik, *Q Square* harus memiliki nilai $>0,05$.

c. *Bootstrapping*

Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik *outer model* maupun *inner model* maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel endogen dan variabel eksogen. Pengujian Hipotesis dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistik nya. Untuk nilai probabilitas, nilai p-value dengan alpha 5% adalah $< 0,05$. Nilai t-Tabel untuk alpha 5% adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan Hipotesis adalah ketika $t\text{-statistik} > t\text{-Tabel}$.

Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikasinya. Tingkat signifikasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Apabila tingkat signifikansi yang dipilih sebesar 5% maka tingkat

signifikansi atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. Dalam penelitian ini ada kemungkinan mengambil keputusan yang salah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%.

3. Interpretasi Hipotesis

Interpretasi hipotesis adalah pembahasan hasil perhitungan secara statistic mengenai ada tidaknya pengaruh antara variabel dan dikomparasikan atau dihubungkan dengan teori yang mendasarinya. Hasilnya merupakan kesesuaian atau ketimpangan dengan teori yang digunakan. Posisi penelitian adalah menelaah secara mendalam temuan dan kebaruan dalam membangun model dalam penelitian mendatang dan juga kebaruan dapat diuji secara empiris.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan terkait hasil penelitian mengenai pengaruh Faktor Internal (X1) dan Faktor Eksternal (X2) terhadap Niat Berwirausaha (Y) dengan Teknologi (Z1) dan Religiusitas (Z2) sebagai efek moderasi pada perempuan milenial *Malang Creative Fusion* (MCF) Kota Malang sejumlah 280 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui hasil jawaban kuesioner yang telah dibagikan.

1. Profil Demografi Responden

Tabel 4.1

Profil Demografi Responden

Profil	Distribusi	Jumlah		
Bidang Usaha	Kuliner	137	Orang	(49 %)
	Kriya	81	Orang	(29 %)
	Fashion	62	Orang	(22 %)
Usia	20-23 Tahun	85	Orang	(30 %)
	24-26 Tahun	119	Orang	(43 %)
	27-29 Tahun	76	Orang	(27 %)
Pengalaman Kerja	1 Tahun	115	Orang	(41 %)
	2 Tahun	94	Orang	(34 %)
	3 Tahun	71	Orang	(25 %)
Lama Unit Usaha	1-2 Tahun	108	Orang	(39 %)
	3-4 Tahun	172	Orang	(61 %)

Sumber: Data Diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa berdasarkan bidang usaha yang diminati oleh perempuan milenial pada MCF didominasi

oleh bidang kuliner dengan jumlah 137 orang atau sebesar 49%. Berdasarkan usia, didominasi pada rentang usia 24-26 tahun dengan jumlah 119 orang atau sebesar 43%. Berdasarkan pengalaman kerja didominasi dengan rentang waktu selama 1 tahun dengan jumlah 115 orang atau sebesar 41%. Sedangkan berdasarkan lama unit usaha yang dilakukan oleh responden didominasi dengan rentang waktu 3-4 tahun dengan jumlah 172 orang atau sebesar 61%.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu data secara statistik. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini merujuk pada nilai rata-rata (mean) dan simpang baku (*standar deviation*), serta nilai minimum dan maksimum dari seluruh variabel dalam penelitian ini. Uji pengukuran model dan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan sebesar 5% (0,05) untuk menyatakan bahwa data yang diperoleh layak untuk dianalisis. Tabel 4.2 akan menampilkan hasil analisis deskriptif dari masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 4.2

Analisis Statistik Deskriptif

Item	Mean	Median	Min	Max	STD
LOC1	3.611	4	1	5	1.214
LOC2	3.364	3	1	5	1.294
LOC3	3.679	4	1	5	1.094
NAC1	3.918	4	1	5	1.113
NAC2	3.429	3	1	5	1.172
EFK1	3.864	4	2	5	0.939
EFK2	3.493	3	1	5	1.082

KLG1	3.475	3	1	5	1.055
KLG2	3.611	4	1	5	1.214
PKW1	3.475	3	1	5	1.055
PKW2	3.364	3	1	5	1.294
PKG1	3.750	4	2	5	0.915
PKG2	3.968	4	2	5	0.950
PKM1	3.761	4	2	5	1.030
PKM2	3.843	4	1	5	1.110
DID1	3.886	4	2	5	0.915
DID2	4.004	4	2	5	0.987
DRT1	3.796	4	2	5	0.827
DRT2	3.686	4	2	5	0.871
NBW1	3.611	4	1	5	1.214
NBW2	3.364	3	1	5	1.294
NBW3	3.475	3	1	5	1.055

Sumber: Output SmartPLS 4 (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 menjelaskan pengaruh Faktor Internal (X1), Faktor Eksternal (X2) terhadap Niat Berwirausaha (Y) dengan Teknologi (Z1) dan Religiusitas (Z2) sebagai variabel moderasi yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Faktor Internal (X1) dalam penelitian ini terdiri dari tiga indikator yaitu *locus of control* (LOC), *need for achievement* (NAC) dan efikasi diri (EFK). Ketiga indikator dijabarkan ke dalam 7 item pernyataan. Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai minimum item sebesar 1, nilai maksimum semua item sebesar 5, dan nilai mean tertinggi ada pada item NAC1 sebesar 3.918 dan selanjutnya nilai mean dengan skor terendah ada pada LOC2 sebesar 3.364.
2. Variabel Faktor Eksternal (X2) dalam penelitian ini terdiri dari dua indikator yaitu keluarga (KLG) dan pendidikan kewirausahaan (PKW).

Kedua indikator dijabarkan ke dalam 4 item pernyataan. Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai minimum item sebesar 1, nilai maksimum semua item sebesar 5, dan nilai mean tertinggi ada pada item KLG2 sebesar 3.611 dan selanjutnya nilai mean dengan skor terendah ada pada PKW2 sebesar 3.364.

3. Variabel Teknologi (Z1) dalam penelitian ini terdiri dari dua indikator yaitu persepsi kegunaan (PKG) dan persepsi kemudahan (PKM). Kedua indikator dijabarkan kedalam 4 item pernyataan. Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai minimum item sebesar 1, nilai maksimum semua item sebesar 5, dan nilai mean tertinggi ada pada item PKG2 sebesar 3.968 dan selanjutnya nilai mean dengan skor terendah ada pada PKG1 sebesar 3.750.
4. Variabel Religiusitas (Z2) dalam penelitian ini terdiri dari dua indikator yaitu dimensi ideologi (DID) dan dimensi ritual (DRT). Kedua indikator dijabarkan kedalam 4 item pernyataan. Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai minimum item sebesar 2, nilai maksimum semua item sebesar 5, dan nilai mean tertinggi ada pada item DID2 sebesar 4.004 dan selanjutnya nilai mean dengan skor terendah ada pada DRT2 sebesar 3.686.
5. Variabel Niat Berwirausaha (Y) dalam penelitian ini terdiri dari tiga indikator (NBW) meliputi yaitu profesi, sosial dan tujuan. Ketiga indikator dijabarkan kedalam 3 item pernyataan. Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai minimum item sebesar 1, nilai maksimum

semua item sebesar 5, dan nilai mean tertinggi ada pada item NBW1 sebesar 3.611 dan selanjutnya nilai mean dengan skor terendah ada pada NBW2 sebesar 3.364.

3. Analisis Multikolinearitas

Tabel 4.3

Fornell Lacker Criterion

Variabel		X1	X2	Z1	Z2	Y
Faktor Internal	X1	0.996				
Faktor Eksternal	X2	0.872	0.992			
Teknologi	Z1	0.873	0.959	0.973		
Religiusitas	Z2	0.492	0.491	0.478	0.875	
Niat Berwirausaha	Y	0.458	0.464	0.435	0.868	0.889

Sumber: Output SmartPLS 4 (2022)

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai korelasi konstruk asosiasi setiap variabel dinyatakan lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa model tidak memiliki masalah multikolinearitas. Dalam hal ini nilai *FL Criterion* terendah adalah faktor internal (X1) dengan nilai 0.796 dan nilai *FL Criterion* tertinggi adalah faktor eksternal (X2) dengan nilai 0.992.

B. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif (*Outer Loading*)

1. Uji Validitas

Uji validitas terdiri dari uji *convergent validity* dan *discriminant validity*. Validitas konvergen ditentukan berdasarkan nilai *loading factor* dan nilai AVE (*Average Variance Extracted*). Pengukuran dapat dikatakan memenuhi *convergent validity* apabila nilai *loading factor* > 0.7 dan nilai

AVE>0.5. sedangkan *discriminant validity* dapat ditentukan melalui nilai *cross loading* dari setiap variabel dan dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila memiliki *cross loading* mencapai 0.7.

a. *Convergent Validity*

Validitas konvergen adalah korelasi antara skor indikator dengan skor konstruksinya. Model PLS SEM memenuhi *convergent validity* dapat dikatakan valid apabila nilai *outer loading*>0.7 dan nilai AVE>0.5.

Tabel 4.4

Nilai *Outer Loading*

Item	X1	X2	Y	Z1	Z2
LOC1	0.758				
LOC2	0.863				
LOC3	0.724				
NAC1	0.881				
NAC2	0.744				
EFK1	0.700				
EFK2	0.881				
KLG1		0.961			
KLG2		0.774			
PKW1		0.961			
PKW2		0.859			
NBW1			0.809		
NBW2			0.879		
NBW3			0.927		
PKG1				0.883	
PKG2				0.901	
PKM1				0.953	
PKM2				0.749	
DID1					0.948
DID2					0.875

DRT1	0.813
DRT2	0.915

Sumber: Output SmartPLS 4 (2022)

Selain itu uji validitas konvergen juga dilihat dari nilai AVE. variabel dalam penelitian ini sudah memiliki nilai $AVE > 0.5$. Nilai AVE dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Nilai AVE

Item	AVE
Faktor Internal (X1)	0.634
Faktor Eksternal (X2)	0.796
Niat Berwirausaha (Y)	0.762
Teknologi (Z1)	0.765
Religiusitas (Z2)	0.791

Sumber: Output SmartPLS 4 (2022)

Berdasarkan kedua tabel diatas dapat disimpulkan bahwa berdasarkan nilai *outer loading* dan AVE data dalam penelitian ini sudah memenuhi persyaratan validitas konvergen.

b. *Discriminant Validity*

Uji *discriminant validity* menggunakan nilai *cross loading*. Suatu indikator akan dikatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai *cross loading* indikator terhadap variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan terhadap variabel lainnya.

Tabel 4.6

Nilai *Cross Loading*

Item	X1	X2	Y	Z1	Z2
LOC1	0.758	0.774	0.809	0.326	0.210
LOC2	0.863	0.859	0.779	0.412	0.382
LOC3	0.724	0.661	0.640	0.343	0.357
NAC1	0.881	0.874	0.867	0.322	0.391
NAC2	0.744	0.657	0.678	0.316	0.259
EFK1	0.700	0.654	0.634	0.609	0.508
EFK2	0.881	0.877	0.858	0.458	0.466
KLK1	0.918	0.961	0.927	0.500	0.520
KLK2	0.758	0.774	0.709	0.326	0.210
PKW1	0.918	0.961	0.927	0.500	0.520
PKW2	0.763	0.859	0.779	0.412	0.382
NBW1	0.758	0.774	0.809	0.326	0.210
NBW2	0.863	0.859	0.879	0.412	0.382
NBW3	0.818	0.861	0.927	0.500	0.520
PKG1	0.472	0.491	0.504	0.883	0.713
PKG2	0.462	0.443	0.425	0.901	0.886
PKM1	0.424	0.420	0.413	0.953	0.795
PKM2	0.340	0.333	0.283	0.749	0.634
DID1	0.408	0.405	0.396	0.833	0.948
DID2	0.457	0.462	0.447	0.759	0.875
DRT1	0.359	0.367	0.319	0.650	0.813
DRT2	0.391	0.405	0.365	0.830	0.915

Sumber: Output SmartPLS 4 (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua indikator yang menyusun masing-masing variabel dalam penelitian ini memenuhi standar *discriminant validity* dengan nilai *cross loading* > 0.7.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilihat melalui nilai *composite reliability* dan nilai *cronbach's alpha* pada setiap variabel. *Composite reliability* menguji

nilai reliabilitas setiap indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dinyatakan memenuhi reliabilitas apabila nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* > 0.7.

Tabel 4.7

Uji Reliabilitas

Item		Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Faktor Internal	(X1)	0.902	0.923
Faktor Eksternal	(X2)	0.911	0.939
Niat Berwirausaha	(Y)	0.843	0.905
Teknologi	(Z1)	0.897	0.928
Religiusitas	(Z2)	0.912	0.938

Sumber: Output SmartPLS 4 (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpa* > 0.7 yang dinyatakan bahwa data setiap variabel memenuhi standar reliabilitas.

C. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

1. *Coefficient of Determination* (R^2)

Tabel 4.8

Nilai R^2

Variabel	R^2
Niat Berwirausaha	0.991

Sumber: Output SmartPLS 4 (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan R^2 pada tabel 4.8 Menunjukkan nilai 0.991 atau sebesar 99%. Hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi data yang

mampu dijelaskan dalam model ini sebesar 99% sedangkan sisanya 1% dijelaskan oleh variabel lain yang belum dijelaskan dalam penelitian ini.

2. *Effect Size* (F^2)

Ukuran pengaruh F^2 :

- a. Apabila F^2 sebesar 0,02 dikatakan sebagai pengaruh lemah variabel laten (eksogen) pada tatanan struktural.
- b. Apabila F^2 sebesar 0,15 dikatakan sebagai pengaruh cukup variabel laten (eksogen) pada tatanan struktural.
- c. Apabila F^2 sebesar 0,35 dikatakan sebagai pengaruh kuat variabel laten (eksogen) pada tatanan struktural.

Tabel 4.9

Nilai F^2

Variabel	F^2
Faktor Internal	0.168
Faktor Eksternal	5.190
Teknologi	0.155
Religiusitas	0.147

Sumber: Output SmartPLS 4 (2022)

Berdasarkan hasil penghitungan F^2 pada tabel 4.9 menunjukkan nilai pada faktor internal sebesar 0.168 yang dinyatakan memiliki pengaruh yang cukup pada tatanan struktural, faktor eksternal dengan nilai 5.190 yang dinyatakan memiliki pengaruh yang kuat pada tatanan struktural, teknologi dengan nilai 0.155 yang dinyatakan memiliki pengaruh yang cukup pada tatanan struktural dan religiusitas dengan nilai

0.147 yang dinyatakan memiliki pengaruh yang cukup pada tatanan struktural.

3. *Predictive Relevance (Q²)*

Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bukti bahwa nilai-nilai yang di observasi sudah direkonstruksi dengan baik. Dengan demikian model mempunyai relevansi prediktif. Sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan tidak adanya relevansi prediktif. Nilai Q^2 digunakan untuk melihat pengaruh relatif model struktural terhadap pengukuran observasi untuk variabel endogen.

Tabel 4.10

Nilai Q^2

Variabel	Q^2
Niat Berwirausaha	0.991

Sumber: Output SmartPLS 4 (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan Q^2 pada tabel 4.10 menunjukkan nilai NFI yaitu $0.991 > 0$ atau sebesar 99%. Artinya besarnya nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya dinyatakan relevan dan memiliki *goodness of fit* yang baik.

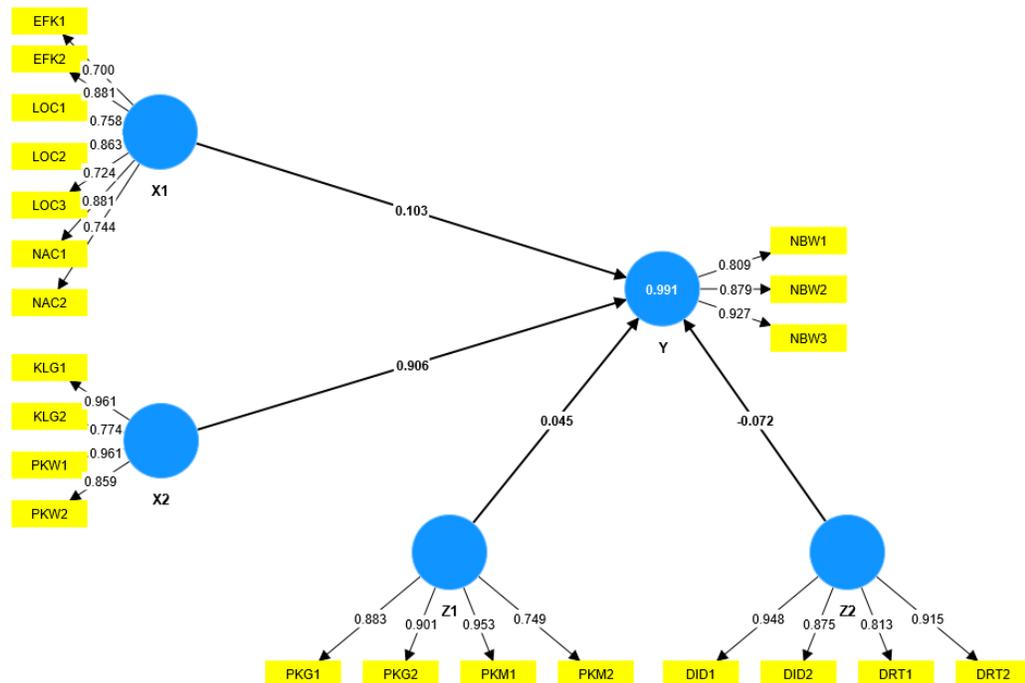
4. *Path Coefficient*

Diagram jalur merupakan alat untuk memproyeksikan struktur hubungan kausalitas antar variabel secara grafis. Model penelitian dibuat berdasarkan variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah faktor internal (X_1), faktor eksternal (X_2), niat berwirausaha

(Y), teknologi (Z_1) dan religiusitas (Z_2). Berikut merupakan diagram jalur dalam penelitian ini.

Gambar 4.1

Path Coefficient



Sumber: Output SmartPLS 4 (2022)

Diagram jalur dalam penelitian memiliki dua sub struktural yaitu pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung (moderasi) sebagai berikut:

a. Sub Struktural I

Dalam sub struktural I menjelaskan pengaruh langsung antara faktor internal (X_1) dan faktor eksternal (X_2) terhadap niat berwirausaha (Y).

b. Sub Struktural II

Dalam sub struktural II menjelaskan pengaruh tidak langsung antara faktor internal (X_1) dan faktor eksternal (X_2) terhadap niat berwirausaha (Y) yang dimoderasi oleh teknologi (Z_1) dan religiusitas (Z_2).

D. Pengujian Hipotesis

Tabel 4.11

Pengujian Hipotesis

	Item	Original sample	Sample mean	STDEV	T statistics	P values	Keterangan
Pengaruh Langsung	X1 -> Y	0.106	0.109	0.025	4.195	0.000	H ₁ Signifikan
	LOC -> NBW	0.662	0.661	0.029	22.505	0.000	H _{1a} Signifikan
	NAC -> NBW	0.161	0.162	0.027	6.021	0.000	H _{1b} Signifikan
	EFK -> NBW	0.206	0.207	0.022	9.316	0.000	H _{1c} Signifikan
	X2 -> Y	0.892	0.889	0.025	35.958	0.000	H ₂ Signifikan
	KLG -> NBW	0.522	0.520	0.006	81.090	0.000	H _{2a} Signifikan
	PKW -> NBW	0.506	0.507	0.009	55.617	0.000	H _{2b} Signifikan
Pengaruh Tidak Langsung	Z1 -> X1 -> Y	0.055	0.055	0.013	4.282	0.000	H ₃ Signifikan
	Z1 -> X2 -> Y	0.440	0.441	0.059	7.516	0.000	H ₄ Signifikan
	Z2 -> X1 -> Y	0.055	0.056	0.014	4.023	0.000	H ₅ Signifikan
	Z2 -> X2 -> Y	0.420	0.420	0.072	5.805	0.000	H ₆ Signifikan

Sumber: Output SmartPLS 4 (2022)

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Pengaruh Langsung

- 1) Pengaruh faktor internal (X_1) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.106 dengan nilai P Values sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai T-Statistik $4.282 > 1.666$. Artinya faktor internal (X_1) berpengaruh

secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Y).

Sehingga H₁ dalam penelitian ini DITERIMA.

a) Pengaruh *locus of control* (LOC) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.662 dengan dan nilai P Values sebesar $0.000 > 0.05$ dan T-Statistik $22.505 > 1.666$. Artinya *locus of control* (LOC) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Y). **Sehingga H_{1a} dalam penelitian ini DITERIMA.**

b) Pengaruh *need for achievement* (NAC) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.161 dengan dan nilai P Values sebesar $0.000 > 0.05$ dan T-Statistik $6.021 > 1.666$. Artinya *need for achievement* (NAC) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Y). **Sehingga H_{1b} dalam penelitian ini DITERIMA.**

c) Pengaruh efikasi diri (EFK) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.206 dengan dan nilai P Values sebesar $0.000 > 0.05$ dan T-Statistik $9.316 > 1.666$. Artinya efikasi diri (EFK) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Y). **Sehingga H_{1c} dalam penelitian ini DITERIMA.**

2) Pengaruh faktor eksternal (X₂) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.892 dengan dan nilai P Values sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai T-Statistik $35.958 > 1.666$. Artinya faktor eksternal (X₂)

berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Y). **Sehingga H₂ dalam penelitian ini DITERIMA.**

a) Pengaruh keluarga (KLG) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.522 dengan dan nilai P Values sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai T-Statistik $81.090 > 1.666$. Artinya keluarga (KLG) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Y). **Sehingga H_{2a} dalam penelitian ini DITERIMA.**

b) Pengaruh pendidikan kewirausahaan (PKW) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.506 dengan dan nilai P Values sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai T-Statistik $55.617 > 1.666$. Artinya pendidikan kewirausahaan (PKW) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Y). **Sehingga H_{2b} dalam penelitian ini DITERIMA.**

b. Pengaruh Tidak Langsung

1) Teknologi (Z1) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.055 dengan dan nilai P Values sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai T-Statistik $4.282 > 1.666$. Artinya teknologi (Z1) mampu memoderasi pengaruh faktor internal (X1) terhadap niat berwirausaha (Y) secara positif dan signifikan. **Sehingga H₃ dalam penelitian ini DITERIMA.**

2) Teknologi (Z1) memoderasi pengaruh faktor eksternal (X2) terhadap niat berwirausaha dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.440 dengan dan nilai P Values sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai T-Statistik $7.516 > 1.666$. Artinya teknologi (Z1) mampu memoderasi

pengaruh faktor eksternal (X2) terhadap niat berwirausaha (Y) secara positif dan signifikan. **Sehingga H₄ dalam penelitian ini DITERIMA.**

3) Religiusitas (Z2) memoderasi pengaruh faktor internal (X1) terhadap niat berwirausaha dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.005 dengan dan nilai P Values sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai T-Statistik $4.023 > 1.666$. Artinya religiusitas (Z2) mampu memoderasi pengaruh faktor internal (X1) terhadap niat berwirausaha (Y) secara positif dan signifikan. **Sehingga H₅ dalam penelitian ini DITERIMA.**

4) Religiusitas (Z2) memoderasi pengaruh faktor eksternal (X2) terhadap niat berwirausaha dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.420 dengan dan nilai P Values sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai T-Statistik $5.805 > 1.666$. Artinya religiusitas (Z2) mampu memoderasi pengaruh faktor eksternal (X2) terhadap niat berwirausaha (Y) secara positif dan signifikan. **Sehingga H₆ dalam penelitian ini DITERIMA.**

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Faktor Internal Terhadap Niat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh faktor internal (*locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri) terhadap niat berwirausaha perempuan milenial. Temuan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa seluruh aspek dari faktor internal menghasilkan pengaruh pada tumbuhnya niat berwirausaha perempuan milenial. Faktor internal merupakan kekuatan dominan berdasarkan informasi kognitif, afektif dan peristiwa yang sudah dialami perempuan milenial untuk menghasilkan sikap. Berdasarkan *Theory of Reasoned Action* yang diadopsi dalam penelitian ini, sikap merupakan prediktor pertama dalam mempengaruhi niatan seseorang.

Faktor internal berkontribusi dalam membentuk sikap sebelum tumbuhnya niat berwirausaha perempuan milenial. Hal ini terjadi karena kemampuannya dalam mengontrol dan mengendalikan diri, keinginan untuk menjadi unggul dan berprestasi serta efikasi diri yang tumbuh dalam dirinya. Mengontrol dan mengendalikan diri merupakan faktor yang penting bagi perempuan milenial untuk menjalankan kegiatan wirausaha. Argumen ini didukung oleh penelitian sebelumnya bahwa kontrol diri akan memainkan peran penting untuk memulai, mempertahankan serta mengembangkan wirausaha.

Keinginan untuk menjadi unggul menjadi salah satu faktor psikologi yang kuat dibalik sebuah keberhasilan wirausaha. Keinginan untuk unggul

menuntun perempuan milenial untuk terus melihat visi ke depan dalam mengantisipasi, memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman dalam wirausaha. Efikasi diri merupakan sebuah komponen penting dalam membentuk sikap seseorang. Efikasi diri berpotensi untuk meyakinkan perempuan milenial bahwa dirinya mampu untuk menjalankan kegiatan berwirausaha. Argumen ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa efikasi diri berperan aktif dalam menekan kondisi emosional yang mempengaruhi seseorang dalam memutuskan jenjang karirnya.

Hasil deskripsi jawaban responden menyatakan bahwa aspek yang paling kuat dalam mempengaruhi niat berwirausaha perempuan milenial adalah *locus of control* (kontrol diri), kemudian *need for achievement* (keinginan untuk unggul dan berprestasi) dan disusul dengan efikasi diri. Hasil ini membuktikan bahwa responden dalam penelitian memiliki faktor internal yang kuat dalam menunjang wirausaha mereka yang dominan pada kekuatan kontrol diri. Dengan kata lain, aspek-aspek faktor internal dalam penelitian ini mampu membentuk sikap perempuan milenial dalam menumbuhkan niat berwirausaha.

Dalam Islam, *akhlaq* atau sikap merupakan salah satu usaha mentransformasi nilai-nilai qur'ani dalam setiap *amaliyah* atau kegiatan seseorang. *Akhlaq* atau sikap merupakan kunci utama seseorang dalam memicu dan menciptakan baik buruknya perilaku seseorang. Dalam berwirausaha, *akhlaq* atau sikap identik dengan penerapan adab, sopan santun, ramah tamah, kejujuran serta budi pekerti. Seperti yang disebutkan dalam QS Al Qalam ayat 4, sebagai berikut:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya: “Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung.”
(QS. Al Qalam ayat 4)

Dalam ayat ini menjelaskan kesempurnaan *akhlaq* yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW dalam segala bidang. Rasulullah SAW telah mengajarkan konsep kejujuran, *amanah*, menepati janji dan konsekuensi dalam setiap kegiatan wirausaha. *Akhlaq* atau sikap merupakan tulang punggung yang harus kokoh dalam kegiatan wirausaha. Seorang wirausaha tidak seharusnya tergelincir dalam kegiatan wirausaha yang tidak dihalalkan walaupun bersifat menggiurkan. Karena *akhlaq* atau sikap merupakan dasar untuk membentuk tatanan wirausaha yang bersih. Sehingga mereka tidak terjerumus dalam kegiatan wirausaha yang salah demi mengejar kesuksesan duniawi yang sifatnya sementara.

1. Pengaruh *Locus of Control* Terhadap Niat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa *locus of control* yang merupakan salah satu dimensi dari faktor internal dinyatakan berpengaruh terhadap niat berwirausaha perempuan milenial *Malang Creative Fushion* (MCF) Kota Malang. *Locus of control* atau kontrol diri merupakan salah satu hal yang berdampak besar terhadap aktivitas wirausaha. Kontrol diri meningkatkan keyakinan perempuan milenial bahwa dirinya memiliki potensi yang cukup besar dalam menentukan nasibnya. Keyakinan dirinya ini membuat perempuan milenial memiliki tekad yang kuat untuk

berwirausaha. Berdasarkan kontrol diri ini, perempuan milenial menganggap bahwa apa yang terjadi pada dirinya merupakan konsekuensi atas tindakan yang telah dilakukannya.

Pentingnya kontrol diri dalam menumbuhkan niat berwirausaha perempuan milenial cenderung fokus pada tiga hal, yaitu pendapatan, kesesuaian pekerjaan dan jangkauan relasinya. Besarnya pendapatan memainkan peran nyata dalam pembentukan sikap perempuan milenial yang nantinya memberikan sumbangsih pada kepuasan dan ketaatan perempuan milenial dalam berwirausaha. Pendapatan yang tinggi berpotensi meningkatkan niat berwirausaha perempuan milenial dengan tujuan memperbaiki kondisi ekonomi keluarganya.

Akan tetapi beberapa permasalahan juga mungkin terjadi akibat jumlah pendapatan yang didapatkan, yaitu upaya keras yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatan tetapi melanggar peraturan dan terjerumus dalam kesalahan. Disinilah peran penting kontrol diri dalam membentuk perilaku perempuan milenial khususnya dalam berwirausaha sehingga niat yang tumbuh merupakan niatan yang baik dan terarah. Maka, argument ini sesuai dengan hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa *locus of control* merupakan dimensi dari faktor internal yang dinilai paling kuat dalam menumbuhkan niat berwirausaha perempuan milenial pada Malang Creative Fushion (MCF) Kota Malang.

Perempuan milenial beranggapan bahwa salah satu bentuk keberuntungan adalah dengan mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan

keinginannya. Hal ini tak lepas dari kerja keras yang sudah dilakukannya dan merupakan bentuk pencapaian dari kontrol diri yang mereka miliki. Kesesuaian pekerjaan ini akan menunjang etos kerja, motivasi dan orientasi perempuan milenial untuk menggeluti dunia wirausaha. Dengan demikian, niat yang tumbuh pada perempuan milenial mengarahkan niatan yang diorientasikan pada perbaikan taraf ekonomi keluarga.

Akan tetapi, masalah lain juga mungkin akan muncul setelah perempuan milenial mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan keinginannya. Mereka berasumsi bahwa pencapaian mereka adalah sebatas mendapatkan pekerjaan yang mereka inginkan. Dengan demikian sikap acuh tak acuh atas etos kerja dan motivasi akan terjadi. Mereka cenderung tidak berupaya untuk mengembangkan diri, akan tetapi hanya mengikuti arus pekerjaan yang ada. Disinilah pentingnya peran kontrol diri perempuan milenial, bahwa kesesuaian pekerjaan merupakan pencapaian awal untuk meraih kesuksesan. Peran kontrol diri memberikan sumbangsih untuk menumbuhkan niat berwirausaha usaha perempuan milenial dengan konsep yang baik. Kontrol diri menunjang pengembangan diri dan orientasi perempuan milenial dalam berwirausaha. Sehingga sikap dan perilaku perempuan milenial terbentuk dengan baik.

Disisi lain ada hal lain yang mendorong perempuan milenial untuk berwirausaha, yaitu seberapa luas jangkauan relasi yang mereka miliki. Perempuan milenial sangat mempertimbangan informasi yang ia terima terutama lingkungan sekitarnya, informasi itu akan dicermati kemudian

dievaluasi sebelum mereka memutuskan sesuatu. Relasi yang luas memberikan banyak informasi pada perempuan milenial yang semakin membuka wawasan dan pemahaman mereka tentang wirausaha. Disisi lain, relasi yang luas juga bisa berakibat pada kesalahan dalam mengambil sikap dan keputusan yang disebabkan oleh banyak informasi yang mereka dapatkan.

Hal ini dapat mengasah tingkat kontrol diri perempuan milenial untuk lebih cermat dalam menyeleksi informasi yang patut untuk diikuti dan diterapkan begitu juga untuk ditinggalkan. Pentingnya kontrol diri sebagai pengaman dan pembatas perempuan milenial dalam bersikap khususnya dalam berwirausaha. Perempuan milenial semakin berkembang apabila menerapkan informasi yang baik dan terjebak dengan informasi yang salah. Maka dari itu, hal utama yang menjadi kunci dalam melakukan wirausaha adalah memahami tingkat kontrol diri khususnya dalam hal jumlah pendapatan, kesesuaian pekerjaan dan jangkauan relasi. Dengan demikian, perempuan milenial memiliki niat yang baik dalam berwirausaha.

2. Pengaruh *Need for Achievement* Terhadap Niat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa *need for achievement* merupakan salah satu dimensi dari faktor internal yang dinyatakan berpengaruh terhadap niat berwirausaha perempuan milenial *Malang Creative Fushion* (MCF) Kota Malang. *Need for achievement* merupakan keinginan untuk lebih baik, lebih unggul dan menjadi sukses dengan cara

yang efektif. Perempuan milenial dinilai memiliki rasa ingin unggul yang tinggi dalam berwirausaha. Mereka cenderung lebih semangat, ambisius dan yakin bahwa dirinya mampu untuk melakukan dan menuntaskan kegiatan dalam wirausaha.

Perempuan milenial berkemauan keras untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, memiliki orientasi masa depan yang tertata dan berani mengambil resiko. Hal ini semakin menunjang keberhasilan wirausaha yang dilakukan oleh perempuan milenial. Keinginan untuk lebih unggul memotivasi perempuan milenial untuk berhasil dan menuntaskan pekerjaan mereka dengan baik. Pentingnya aspek ini adalah dapat meningkatkan kualitas perempuan yang berawal dari tantangan pekerjaan hingga terjadinya sebuah inovasi dalam berwirausaha.

Tingkat kesulitan yang dialami oleh perempuan milenial tidak menjadi penghalang mereka untuk berhenti berwirausaha. Justru tingkat kesulitan itu menumbuhkan kekuatan dan keberanian perempuan milenial untuk bertahan dan berkembang. Apabila mereka mampu mengatasi tantangan dan kesulitan saat berwirausaha, itu merupakan suatu pencapaian dan keberhasilan yang membuat mereka bangga pada dirinya. Hal ini membuat perempuan milenial semakin berupaya untuk menaklukkan kesulitan-kesulitan lain dalam berwirausaha demi meraih kesuksesan.

Disisi lain, kemampuan perempuan milenial dalam menaklukkan sebuah kesulitan dalam berwirausaha juga menciptakan sebuah inovasi baru. Perempuan milenial mengevaluasi kesulitan yang telah mereka alami

dan berusaha memberikan *solving* daripada permasalahan tersebut. Mereka mencoba teknik baru untuk menghindari permasalahan yang serupa dan mengantisipasi akibat lain yang mungkin terjadi. Disinilah mulai tercipta sebuah inovasi baru dalam berwirausaha. Mereka tidak ragu untuk mencoba hal baru dalam berwirausaha, karena mereka mampu dengan cepat beradaptasi dengan perkembangan lingkungan khususnya tentang digitalisasi. Inovasi yang mereka ciptakan inilah yang nantinya mengantarkan mereka menjadi seorang wirausaha yang sukses.

Maka, semakin perempuan milenial mampu melewati kesulitan-kesulitan dalam berwirausaha, semakin meningkat juga rasa bangga dan kualitas mereka dalam berwirausaha. Semakin berkembang diri perempuan milenial maka semakin tinggi niat mereka untuk berwirausaha. Karna rasa bangga dan inovasi yang mereka ciptakan adalah dalam kegiatan wirausaha. Dari sinilah semakin terpupuk niat berwirausaha perempuan milenial Malang Creative Fushion MCF Kota Malang untuk berwirausaha.

3. Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Niat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa efikasi diri merupakan salah satu dimensi dari faktor internal yang membentuk sikap seseorang dan dinyatakan berpengaruh terhadap niat berwirausaha perempuan milenial *Malang Creative Fushion* (MCF) Kota Malang. Berdasarkan hasil penelitian ini, terlihat bahwa sebagian besar perempuan milenial memiliki efikasi diri yang cukup tinggi dalam berwirausaha. Artinya, sebagian besar

perempuan milenial memang bergantung pada efikasi diri sebelum melakukan kegiatan berwirausaha.

Peran efikasi diri perempuan milenial dalam berwirausaha adalah memberikan stimulus yang membuka inspirasi serta energi positif dalam menyelesaikan aktivitas wirausaha. Dalam penelitian ini, efikasi diri memiliki tiga dimensi dalam membentuk sikap seseorang yaitu berdasarkan keterampilan, kepemimpinan dan evaluasi kerja. Pertama, keterampilan (*skill*) perempuan milenial merupakan salah satu bekal yang dibutuhkan untuk menekuni kegiatan berwirausaha. Keterampilan (*skill*) dalam berwirausaha dibutuhkan untuk menegakkan disiplin diri dan ketangguhan dalam melakukan aktivitas wirausaha.

Kedua, kepemimpinan merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Seorang pelaku wirausaha harus bisa menjadi pemimpin yang memiliki visi dan misi serta orientasi jangka pendek maupun jangka panjang yang bertujuan untuk membawa wirausaha ke masa yang lebih baik. Ketiga, evaluasi kerja merupakan teknik pengelolaan yang merupakan salah satu jendela informasi dalam mengembangkan wirausaha. Evaluasi kerja menggambarkan kemampuan pelaku wirausaha dalam mengorganisir usaha yang sedang dikelolanya.

Berdasarkan pemaparan tersebut, efikasi diri menggambarkan kualitas perempuan milenial dalam merealisasikan rencana dan kegiatan berwirausaha dalam situasi prospektif. Selain itu, efikasi diri menentukan keyakinan perempuan milenial dalam meraih keberhasilan kegiatan

wirausahanya. Efikasi diri merupakan faktor personal yang bergantung pada pola pikir serta reaksi emosional dalam memutuskan sesuatu sehingga menumbuhkan niat berwirausaha perempuan milenial pada Malang Creative Fushion (MCF) Kota Malang untuk melakukan berwirausaha.

B. Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Niat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh nyata faktor eksternal terhadap niat berwirausaha perempuan milenial. Kuatnya pengaruh faktor eksternal telah mendominasi tumbuhnya niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fushion* (MCF). Temuan penelitian ini meunjukkan bahwa dimensi keluarga dan pendidikan kewirausahaan memberikan sumbangsih atas tumbuhnya niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fushion* (MCF).

Hasil deskripsi jawaban responden menunjukkan dimensi keluarga dan pendidikan kewirausahaan berkontribusi besar dalam menumbuhkan niat berwirausaha perempuan milenial. Berdasarkan dimensi keluarga, kebanyakan perempuan milenial menggeluti dunia wirausaha yang disebabkan oleh keadaan ekonomi yang belum stabil dan jenis pekerjaan orang tua mereka. Sedangkan berdasarkan dimensi pendidikan kewirausahaan, perempuan milenial berniatan untuk menjadi wirausaha karena kepernahannya dalam mengikuti kegiatan wirausaha baik pelatihan maupun praktik yang sifatnya sebagai edukasi.

Dalam penelitian ini, faktor eksternal cenderung mendominasi pergerakan perempuan milenial dalam berwirausaha pada *Malang Creative Fushion* (MCF). Argumentasi tersebut didukung oleh beberapa penelitian

sebelumnya yang menyatakan bahwa hubungan dan jaringan sosial memainkan peran penting dalam menentukan wirausaha. Karena calon wirausaha mengandalkan sumber informasi dari lingkungan sekitarnya untuk ditelaah sebagai bahan pertimbangan dalam memulai wirausaha. Maka perempuan milenial bisa menentukan norma-norma yang dijadikan dasar dalam kesehariannya berdasarkan orang-orang sekitarnya atau disebut sebagai norma subjektif. Berdasarkan *theory of reasoned action*, norma subjektif merupakan prediktor kedua dalam mempengaruhi niatan seseorang.

Dalam Islam, norma merupakan hal yang sangat penting dalam membentuk karakter dan perilaku seseorang. Islam memiliki keterkaitan yang kuat terkait mu'amalah, yaitu mengarahkan seseorang untuk menjadi lebih baik. Norma membeawa seseorang untuk menjadi pribadi yang lebih baik, begitu juga dengan karakter wirausaha yang digelutinya. Seperti yang tertera dalam hadist berikut:

حدثنا هناد حدثنا قبيصة عن سفيان عن أبي حمزة عن الحسن عن أبي سعيد عن النبي

صلى الله عليه وسلم قال: التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء)

سنن الترمذي (١١٣٠)

Telah menceritakan kepada kami Hannad dan Qabishah dari Sufyan dari Abu Hamzah dari Al Hasan dari Abu Sa'id dari Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam, beliau bersabda: "*Seorang pedagang yang jujur dan dipercaya akan*

bersama dengan para Nabi, shiddiqun dan para syuhada" (Sunan Tirmidzi:1130).

Hadist ini menganjurkan pentingnya menerapkan etika atau perilaku yang baik dalam berwirausaha. Wirausaha merupakan salah satu kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan keikutsertaan dari orang lain. Wirausaha juga profesi yang mulia dalam Islam yang harus dijalankan dengan jujur, sesuai dengan aturan dan tidak melanggar batasan-batasan syari'at yang sudah ditetapkan. Maka, hadis ini menekankan bahwa keberhasilan wirausaha didasari dengan kejujuran dan ketaatan pada syari'at. Wirausaha tidak diorientasikan untuk mencari uang dan keuntungan semata, melainkan untuk menjalin komunikasi dengan orang lain dengan penerapan etika dan perilaku yang baik.

1. Pengaruh Keluarga Terhadap Niat Berwirausaha

Keluarga merupakan faktor penting dan bahan pertimbangan utama bagi perempuan dalam kegiatan wirausaha. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa hubungan sosial menduduki posisi tertinggi dalam mengembangkan wirausaha. Keluarga merupakan dimensi yang mendominasi perempuan milenial dalam memutuskan kegiatan wirausaha dengan mengandalkan informasi dan sumber informal dari lingkungan sekitarnya. Hasil dari menelaah informasi yang didapatkan inilah yang nantinya digunakan sebagai dasar dalam memulai kegiatan wirausahanya.

Kondisi ekonomi keluarga merupakan pertimbangan terbesar yang mendasari keikutsertaan perempuan milenial pada *Malang Creative Fushion* dalam kegiatan wirausaha. Ketidakstabilan kondisi ekonomi keluarga memicu perempuan milenial untuk bergerak dan berupaya untuk memperbaiki kondisi ekonomi keluarganya. Sedikit banyak hasil yang diperoleh dalam berwirausaha, berdampak pada taraf perbaikan kondisi ekonomi keluarga. Artinya, perempuan milenial memainkan peran penting dalam upaya peningkatan keadaan ekonomi keluarga. Seperti yang dikatakan dalam hadist sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ
 مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ
 فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak akan dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu ia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa

mengulangi, maka ereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”
(QS. Al Baqarah 275).

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa Allah telah menghalalkan bagi siapapun untuk berdagang (berwirausaha) baik laki-laki maupun perempuan serta aturan dasar dalam berwirausaha. Menjauhi riba adalah dasar dari suatu wirausaha yang baik, yang mana interaksi diantara orang-orang yang berkecimpung harusnya terjaga dari semua penyebab kemungkarannya. Bagi perempuan, bekerja merupakan hal yang diperbolehkan, asalkan ketika berbaur dengan lawan jenisnya, perempuan harus bisa menjauhi timbulnya fitnah dengan memperhatikan hijabnya, menutup aurat dan menjaga perilaku serta tutur katanya. Dalam hal ini, keluarga merupakan lingkungan pertama yang membentuk tumbuh kembang perempuan. Baik tidaknya perempuan condong kepada pembentukan karakter dan pendidikan keluarga. Maka, kebaikan dan keberhasilan wirausaha ditentukan oleh keluarga dengan porsi yang cukup besar dibandingkan dengan faktor lainnya.

Dalam wirausaha, perempuan milenial harusnya menjadi sumber daya penting di era digital ini. Selain interpersonal dan *multitasking*, banyak potensi-potensi perempuan milenial yang menunjang kegiatan berwirausaha. Secara tidak langsung, perempuan milenial adalah manajer dalam mengatur ekonomi keluarga. Artinya, pemberdayaan perempuan milenial dalam keluarga merupakan hal yang lazim untuk dapat meningkatkan kesejahteraan dan ekonomi keluarga khususnya dalam

berwirausaha. Hal ini menghilangkan paradigma yang salah tentang peran perempuan milenial dalam bidang wirausaha.

2. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha

Abad 21 dikenal sebagai *knowledge age*, dimana upaya pemenuhan kebutuhan hidup dalam berbagai konteks itu berbasis pengetahuan, yang artinya ekonomi pun juga berbasis pengetahuan. Disamping itu, digitalisasi merupakan tantangan lain yang harus diatasi oleh para pelaku wirausaha. Bagi yang mampu akan berkembang dan yang tidak mampu akan jauh tertinggal. Dalam konteks ini, perempuan milenial berperan penting dalam mengatasi dua hal tersebut. Kecepatan implementasi pendidikan yang didapatkan dalam praktik wirausaha dinilai tinggi dan terbukti dengan peningkatan taraf perekonomian.

Pendidikan kewirausahaan berperan sebagai wadah dalam mengenalkan seputar bidang wirausaha. Pendidikan kewirausahaan menunjang pengetahuan, pengalaman, keterampilan serta motivasi untuk berwirausaha pada perempuan milenial. Apabila mereka memahami teori kewirausahaan dengan baik, maka pendidikan kewirausahaan dinilai efektif dan memberikan sumbangsih dalam menghilangkan ketakutan bersaing bahkan ketakutan untuk memulai. Artinya, pendidikan kewirausahaan merupakan norma untuk memulai dan menjalankan wirausaha atau bisa dikatakan norma. Pendidikan kewirausahaan bisa didapatkan melalui instansi pendidikan ataupun lembaga pelatihan dan training.

Berdasarkan pendidikan kewirausahaan yang didapatkan oleh perempuan milenial Malang Creative Fushion (MCF) Kota Malang, mereka mampu membangun jiwa wirausaha dengan membuat berbagai ide dengan inovasi dan kreatif, mampu mengikuti dan memanfaatkan perkembangan teknologi yang cukup cepat. Mereka mampu menelaah dengan cepat keadaan dan kemungkinan-kemungkinan yang terjadi dalam kegiatan wirausahanya. Semakin tinggi pendidikan kewirausahaan yang mereka miliki, maka semakin tinggi pula dorongan untuk berwirausaha. Argumentasi ini membuktikan kebenaran dalam *Theory of Reasoned Action* yang menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap niat berwirausaha.

Islam selalu mengajarkan umatnya untuk terus berusaha meraih keberhasilan dan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Kedua hal tersebut dapat tercapai dengan bekerja keras. Profesionalitas dalam berwirausaha dan menghindari kemaksiatan serta menekankan pendidikan kewirausahaan merupakan upaya untuk mencapai keberhasilan wirausaha. Bekerja keras dalam Islam telah dituliskan dalam QS. Al Jumu'ah ayat 10, sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *“Apabila sholat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.”* (QS. Al Jumu’ah:10).

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa ketaatan dalam beribadah harus diutamakan ditengah-tengah aktivitas sehari-hari. Implementasi ayat ini adalah pendidikan atau edukasi tentang manajemen waktu yang diterapkan berdasarkan firman Allah SWT, karena pada dasarnya keberhasilan dunia dan akhirat tidak akan pernah lepas dari campur tangan Allah SWT. Maka dari itu, ibadah dan pekerjaan haruslahimbang. Karena urusan duniawi dan akhirat akan terus saling menopang. Berdasarkan penjelasan ini, pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam praktek wirausaha adalah agar tidak terjerumus dalam kemaksiatan dan kemunkaran.

C. Teknologi Memoderasi Pengaruh Faktor Internal Terhadap Niat Berwirausaha

Faktor internal memiliki pengaruh yang besar terhadap tumbuhnya niat berwirausaha perempuan milenial. Dalam penelitian ini, sikap dinilai menjadi salah satu dasar dari tumbuhnya niat berwirausaha. Dalam praktiknya, sikap ini menggiring perempuan milenial untuk memulai, melakukan dan menyelesaikan tugas dalam berwirausaha. Akan tetapi, semua jauh lebih efektif apabila terdapat aspek lain yang menunjang dan mendukung perempuan milenial dalam berwirausaha. Kebebasan dalam penggunaan teknologi ini juga sangat erat kaitannya dengan tingkat kontrol diri, kebutuhan untuk lebih unggul dan berprestasi serta efikasi diri pada seseorang. Ketiga hal ini berkaitan dengan

tingkat kekuatan sumber daya baik material maupun non material yang nantinya dihasilkan.

Dengan kata lain, faktor internal memiliki sumbangsih pada perencanaan hingga *output* wirausaha yang dilakukan oleh perempuan milenial. Setiap usaha kegiatan wirausaha yang dilakukan selalu dihadapkan dengan hal-hal yang tidak bisa diprediksi sebelumnya. Maka, perempuan milenial harus bisa memanfaatkan kemampuannya dalam mengatasi setiap permasalahan atau tantangan dengan kemampuan dirinya maupun aspek lain yang menunjang. Dalam hal ini, perempuan milenial harus bisa menguasai kemampuan dalam dirinya dalam mengakses informasi dan fasilitas yang disuguhkan oleh teknologi. Karena, kebebasan dalam menggunakan teknologi tidak selalu berdampak positif, bahkan bisa memberikan dampak negatif bagi penggunanya.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh faktor internal terhadap niat berwirausaha perempuan milenial diperkuat dengan teknologi. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM), teknologi menyuguhkan fasilitas dengan dasar kegunaan dan kemudahan. Kedua hal ini memberikan sumbangsih yang besar dalam menumbuhkan niat berwirausaha perempuan milenial. Berdasarkan peningkatan penggunaan teknologi ini, perkembangan teknologi juga terjadi begitu pesatnya. Teknologi merevolusi kegiatan wirausaha hamper di seluruh belahan dunia.

Teknologi memudahkan perempuan milenial dalam mendapatkan informasi, bertukar pikiran, membuka relasi dan jaringan wirausaha. Teknologi

membuka akses yang besar untuk berhubungan dengan pelaku wirausaha dengan negara yang berbeda dan kemungkinan untuk mendapatkan akses sumber daya yang mungkin tidak tersedia. Perempuan milenial juga mendapatkan *feedback* serta komunikasi yang cepat dan murah dengan para pelaku wirausaha lainnya. Secara tidak langsung, teknologi telah membuktikan kemudahan dan kegunaan yang telah dijadikan dasar dalam pelayanannya.

Dalam Islam, Allah telah memberikan anugrah dan kenikmatan kepada manusia yang bersifat saling melengkapi, yaitu agama dan teknologi. Kedua hal ini merupakan sebuah sarana kesempurnaan manusia yang diciptakan sebagai khalifah di muka bumi ini. Seperti yang telah dituliskan dalam QS. Ar Rahman Ayat 33, yang berbunyi:

يَا مَعْشَرَ الْجِنِّ وَالْإِنْسِ إِنِ اسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ فَانفُذُوا
لَا تَنْفُذُونَ إِلَّا بِسُلْطَانٍ

Artinya: “Hai jama’ah jin dan manusia, jika kamu sanggup menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, maka lintasilah, kamu tidak dapat menembusnya melainkan dengan kekuatan.” (QS Ar Rahman: 33)

Abdul Al Razzaq Naufal dalam bukunya *Al Muslimun wal al-‘ilm al-hadist*, kata “*sulthan*” diartikan sebagai ilmu pengetahuan dan kemampuan teknologi. Beliau menjelaskan bahwa tidak mustahil jika manusia ingin menembus ruang angkasa, dengan syarat memiliki ilmu pengetahuan dan fasilitas (teknologi) yang memadahi. Berdasarkan tafsiran ini, dapat

diasumsikan bahwa ilmu merupakan kunci utama untuk memberikan sebuah gebrakan baru dan revolusi. Membuktikan sesuatu untuk bisa terjadi.

Ayat tersebut mendorong seseorang untuk mengembangkan kemampuannya dengan terus mendalami ilmu pengetahuan dan mengembangkan teknologi untuk melintasi langit dan bumi. Akan tetapi Al Qur'an telah memperingatkan apabila keinginan itu tidak akan pernah tercapai dengan keterbatasan yang ada. Secara tidak langsung, manusia harus terus mempelajari ilmu pengetahuan dan mengembangkan teknologi untuk meraih harapannya melintasi langit dan bumi. Berdasarkan ayat diatas, teknologi berperan penting dalam kesuksesan wirausaha yang digeluti oleh perempuan milenial. Kuncinya adalah, memahami ilmu yang berkaitan dengan teknologi dan penggunaannya, kemudian penguasaan dirinya dalam mengaplikasikan dirinya pada kegiatan wirausahanya.

D. Teknologi Memoderasi Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Niat Berwirausaha

Dalam penelitian ini, faktor eksternal dominan mempengaruhi tumbuhnya niat berwirausaha perempuan milenial. Keluarga yang merupakan lingkungan terdekatnya adalah salah satu pertimbangan dalam melakukan wirausaha. Seperti keadaan ekonomi dan jenis pekerjaan keluarganya yang dipahami sejak dini. Kurang stabilnya kondisi finansial keluarga menggugah perempuan milenial untuk melihat kompetensi wirausaha dalam mengatasi hal tersebut. Disisi lain, perbedaan profesi pada latar belakang keluarga perempuan milenial bukan penghalang untuk ikut serta dalam kegiatan wirausaha.

Nyatanya, ada aspek lain yang juga kuat pengaruhnya dalam menumbuhkan niat berwirausaha perempuan milenial yaitu pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan meningkatkan pemahaman perempuan milenial dalam berwirausaha, menjelaskan dasar, pengelolaan serta *output* dalam berwirausaha. Maka, berdasarkan pendidikan kewirausahaan, perempuan milenial mendapatkan arah atas kegiatan wirausaha yang akan digelutinya.

Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh faktor eksternal dilemahkan oleh teknologi. Yang mana keluarga dan pendidikan kewirausahaan dinyatakan dominan dalam mempengaruhi niat berwirausaha perempuan milenial. Peran kemudahan dan kegunaan teknologi nyatanya belum berhasil menggugah perempuan milenial untuk berwirausaha. Secara tidak langsung, kondisi keluarga dan pendidikan kewirausahaan yang dimilikinya jauh lebih mendominasi alasan berwirausaha perempuan milenial.

Dalam prakteknya, kontribusi faktor eksternal membentuk dukungan dimensi sosial yang cenderung besar. Sehingga faktor eksternal merupakan dimensi penting bagi perempuan milenial dalam memulai dunia wirausaha. Maka, faktor eksternal merupakan modal yang sangat besar dalam memulai wirausaha. Perempuan milenial memperkokoh niatan mereka dengan hasil dan prediksi berdasarkan informasi yang diterima melalui teknologi baik didalam maupun di luar negeri, apabila kewirausahaan berdampak pada kondisi ekonomi keluarga mereka.

Pada dasarnya teknologi juga memberikan sumbangsih atas tumbuh

kembang aktivitas wirausaha mereka. Kecanggihan teknologi cenderung mengarah pada kemudahan dalam mengakses informasi dan mengontrol aktivitas wirausaha dari jauh, tetap tidak berdampak secara langsung pada keadaan ekonomi keluarga. Hal inilah yang menyebabkan teknologi memperlemah pengaruh faktor eksternal terhadap niat berwirausaha perempuan milenial.

Dalam Islam, seseorang diwajibkan untuk menjaga kedamaian dan kesejahteraan dalam keluarganya. Keluarga merupakan pondasi utama bagi setiap orang ini untuk melakukan segala aktivitasnya. Salah satu upaya dalam menjaga kedamaian dan kesejahteraan keluarga adalah dengan memperbaiki kondisi ekonomi keluarga berdasarkan pengetahuan dan fasilitas lain yang mendukung. Sebagaimana yang dituliskan dalam QS. At Tahrim ayat 66, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ

غِلَظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu, penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, keras dan tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan.*” (QS. At Tahrim:66).

Ayat tersebut menjelaskan tentang keutamaan keluarga dalam setiap aktivitas seseorang. Kesejahteraan dan kedamaian keluarga dapat dinilai berdasarkan tingkat kemaksiatan dalam rumah tangga. Dalam penelitian ini, integrasi ayat ini dilihat berdasarkan sudut pandang ekonomi, yang mana upaya dalam menjaga kesejahteraan dan kedamaian keluarga dengan konteks wirausaha. Wirausaha tentunya tak bisa dipisahkan dengan pendidikan kewirausahaan yang merupakan ilmu pengetahuan dalam mengarahkan dan membentuk pola pikir serta perilaku seseorang.

Dapat dikatakan bahwa kondisi ekonomi keluarga dan pemahaman ilmu kewirausahaan berpotensi dalam menggiring seseorang untuk menjauhi atau mendekati kemungkar. Kurangnya kondisi finansial keluarga dan minimnya pengetahuan wirausaha dapat menggiring seseorang untuk melakukan kemungkar. Sebaliknya, apabila kondisi ekonomi keluarga dan pemahaman pengetahuan kewirausahaan cukup dan memadai, maka seseorang lebih termotivasi untuk menjaga dan cenderung untuk meningkatkannya.

Disinilah peran penting keluarga dan pendidikan kewirausahaan baik sebelum maupun dalam proses wirausaha. Alasan dan tuntutan keikutsertaan dalam berwirausaha diorientasikan pada kedamaian dan kesejahteraan keluarga.

E. Religiusitas Memoderasi Pengaruh Faktor Internal Terhadap Niat Berwirausaha

Hasil dalam penelitian ini menyebutkan bahwa tumbuhnya niat berwirausaha perempuan milenial dipicu dengan faktor internal yang mereka

miliki. Faktor internal mendasari sikap mereka nantinya dalam berwirausaha. Dalam penelitian ini, variabel religiusitas digunakan dengan tujuan membuktikan kontribusinya dalam pembentukan niat berwirausaha perempuan milenial. Akan tetapi, hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel religiusitas tidak memoderasi dan melemahkan pengaruh faktor internal terhadap niat berwirausaha perempuan milenial.

Umumnya, religiusitas menjadi tolak ukur kepercayaan seseorang dalam bersikap dan berperilaku. Religiusitas diyakini dapat memotivasi dan mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan wirausaha. Pasalnya, wirausaha dinilai merupakan salah satu upaya seseorang untuk bertahan hidup. Seharusnya, semakin tinggi seseorang memahami nilai religinya, semakin tinggi pula keinginannya dalam berwirausaha. Pada kenyataannya, hasil penelitian ini menolak pernyataan tersebut dan membuktikan bahwa religiusitas melemahkan pengaruh faktor internal terhadap niat berwirausaha.

Dalam penelitian ini, religiusitas terdiri dari dua indikator yaitu dimensi ideologi dan dimensi ritual. Hal ini ditunjukkan sebagai upaya menemukan awal niat berwirausaha pada perempuan milenial. Nyatanya, hal ini dibantahkan dengan kenyataan dalam penelitian ini, bahwa perbedaan zaman dapat mempengaruhi pemahaman dan pengaplikasian ajaran sebuah agama. Generasi milenial dikenal dengan *moderninity* yang tetap menjadikan agama sebagai pedoman dalam aturan masyarakat. Mereka percaya bahwa ketetapan Tuhan yang diajarkan dalam ajaran agama merupakan sebuah keharusan yang tidak boleh dilanggar. Mereka meyakini bahwa agama dominan menjadi dasar

dalam pergerakan bidang wirausaha bagi kebanyakan perempuan milenial dibandingkan dengan potensi dari faktor internal mereka.

Islam mengajarkan bahwa setiap orang wajib memelihara kesejahteraan dunia dan akhiratnya. Kepercayaan dalam mempertahankan hidup di dunia merupakan bentuk dari iman, sedangkan aplikasinya merupakan amal seseorang. Dalam konteks ini, dapat dikatakan bahwa manusia harus berusaha keras dalam mempertahankan hidupnya. Salah satu bentuk kerja keras yang dapat dilakukan adalah dengan berwirausaha sebagai bentuk keimanan dan ketaatan dalam ajaran Islam. Sebagaimana yang dikatakan dalam firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 97 yang berbunyi:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةًۭ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ .

Artinya: *“Barang siapa mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang mereka kerjakan.”* (QS. An Nahl:97).

Dari ayat tersebut dapat kita pahami bahwa Islam merupakan agama yang sangat memperhatikan kesejahteraan dari setiap makhluk di dunia ini. Islam mengajarkan kehidupan yang dikelilingi dengan persaudaraan, kebersamaan, tolong menolong dan dihiasi dengan kasih sayang yang terbebas dari rasa lapar dan haus, perselisihan dan egoisme seseorang.

Agama Islam merupakan sebuah pemersatu, dengan bukti menyatukan bidang ekonomi dan sosial yang dikemas dalam kegiatan wirausaha. Islam mengajarkan sikap dan moral yang baik dan menghindarkan seseorang dari hal-hal yang buruk dalam dunia wirausaha. secara tidak langsung, Islam membebaskan perempuan dalam berwirausaha dengan syarat tidak melanggar ketentuan syari'at Islam.

F. Religiusitas Memoderasi Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Niat Berwirausaha

Dalam penelitian ini, didapatkan bahwa faktor eksternal mendominasi terbentuknya niat berwirausaha pada perempuan milenial. Lingkungan sekitar memiliki peran yang cukup besar melebihi kemampuan internalnya. Secara tidak langsung, perempuan milenial memiliki kepercayaan pada faktor internal yang lebih rendah dibandingkan dengan faktor eksternalnya. Mereka berasumsi bahwa pengaruh luar memberikan motivasi dan validasi nyata pada perencanaan dan jaminan hasil pada aktivitas yang akan mereka lakukan.

Dalam hal ini, peneliti menambahkan variabel religiusitas dengan tujuan memperkuat pengaruh faktor eksternal terhadap niat berwirausaha perempuan milenial. Hal ini cukup krusial untuk diperbincangkan, karena tingkat keagamaan dan keimanan seseorang tidak bisa diukur dengan sesama manusia. Tetapi peneliti berusaha memberikan gambaran religiusitas seseorang melalui beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan religiusitas untuk membuktikan pengaruhnya pada niat berwirausaha seseorang. Akan tetapi, hasil dalam penelitian ini dinyatakan bahwa religiusitas tidak memoderasi dan

melemahkan pengaruh faktor eksternal terhadap niat berwirausaha perempuan milenial.

Peran religiusitas yang terdapat dalam penelitian ini dapat mengalihkan fokus perempuan milenial dalam berwirausaha. Religiusitas merupakan norma yang dipercaya sebagai bentuk keimanan seseorang pada umumnya. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar perempuan milenial melakukan wirausaha karena kondisi ekonomi keluarga dan kepernahannya dalam mengenyam pendidikan kewirausahaan. Mereka bergerak untuk menyelamatkan dan meningkatkan kondisi perekonomiannya dan berusaha mengaplikasikan pelajaran yang telah mereka alami dalam wirausaha.

Kebanyakan dari perempuan milenial berwirausaha dengan inovasi dan kreativitas yang jauh lebih baik dari generasi-generasi sebelumnya. Mereka berani melakukan hal-hal yang menantang dalam dunia wirausaha. maka tingkat keberhasilan yang mereka dapatkan juga lebih tinggi dibanding generasi yang sebelumnya, dengan resiko besar yang ada dihadapan mereka. Disisi lain, perempuan milenial juga mempercayai peran agama dalam proses berwirausaha. Tetapi, konteks agama atau religiusitas dinilai sebagai hal yang berbeda dengan proses dan keberhasilan dalam wirausaha. Religiusitas dianggap sebagai bentuk keimanan yang percaya akan adanya Tuhan dan ajaran-ajarannya. Hal ini dibuktikan dengan pengaruh religiusitas yang tidak lebih besar dibandingkan dengan faktor eksternal.

Islam mengajarkan bahwa setiap orang wajib memelihara kesejahteraan

dunia dan akhiratnya. Kepercayaan dalam mempertahankan hidup di dunia merupakan bentuk dari iman, sedangkan aplikasinya merupakan amal seseorang. Dalam konteks ini, dapat dikatakan bahwa manusia harus berusaha keras dalam mempertahankan hidupnya. Salah satu bentuk kerja keras yang dapat dilakukan adalah dengan berwirausaha sebagai bentuk keimanan dan ketaatan dalam ajaran Islam. Sebagaimana yang dikatakan dalam firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 97 yang berbunyi:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةًۭ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ .

Artinya: “Barang siapa mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang mereka kerjakan.” (QS. An Nahl:97).

Dari ayat tersebut dapat kita pahami bahwa Islam merupakan agama yang sangat memperhatikan kesejahteraan dari setiap makhluk di dunia ini. Islam mengajarkan kehidupan yang dikelilingi dengan persaudaraan, kebersamaan, tolong menolong dan dihiasi dengan kasih sayang yang terbebas dari rasa lapar dan haus, perselisihan dan egoisme seseorang.

Agama Islam merupakan sebuah pemersatu, dengan bukti menyatukan bidang ekonomi dan sosial yang dikemas dalam kegiatan wirausaha. Islam mengajarkan sikap dan moral yang baik dan menghindarkan seseorang dari hal-

hal yang buruk dalam dunia wirausaha. secara tidak langsung, Islam membebaskan perempuan dalam berwirausaha dengan syarat tidak melanggar ketentuan syari'at Islam.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah tertera pada bab sebelumnya dengan meneliti 280 responden pada *Malang Creative Fushion* (MCF) Kota Malang. Penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS4 dalam proses pengolahan data. Maka permasalahan sebagaimana yang telah dikemukakan dalam rumusan masalah dapat dijawab sebagai berikut:

1. Faktor internal yang terdiri dari *locus of control*, *need for achievement* dan efikasi diri dinyatakan berpengaruh langsung dengan positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fushion* (MCF) Kota Malang. Kemampuan seseorang dalam merefleksikan faktor internal dalam dirinya berpotensi menumbuhkan niat berwirausaha.
2. Faktor eksternal yang terdiri dari keluarga dan pendidikan kewirausahaan dinyatakan berpengaruh langsung dengan positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Kondisi ekonomi keluarga, jenis pekerjaan orang tua dan beberapa bentuk pendidikan kewirausahaan memicu tumbuhnya niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fushion* (MCF) Kota Malang.
3. Teknologi memoderasi pengaruh faktor internal terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fushion* (MCF) Kota Malang. Dalam penelitian ini dinyatakan bahwa teknologi menguatkan hubungan faktor internal terhadap niat berwirausaha. Artinya, kegunaan dan

kemudahan teknologi mampu mengefektifkan dan meningkatkan fungsi faktor internal seseorang dalam berwirausaha.

4. Teknologi memoderasi pengaruh faktor eksternal terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fushion* (MCF) Kota Malang. Dalam penelitian ini dinyatakan bahwa peran teknologi melemahkan hubungan faktor eksternal terhadap niat berwirausaha. Artinya teknologi cenderung lebih memotivasi seseorang untuk berwirausaha dibandingkan peran keluarga serta pendidikan kewirausahaan yang didapatkan.
5. Religiusitas tidak memoderasi pengaruh faktor internal terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fushion* (MCF) Kota Malang. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa religiusitas melemahkan pengaruh faktor internal terhadap niat berwirausaha. Artinya pemahaman religiusitas terkait dimensi ideologi dan dimensi ritual secara tidak langsung lebih memotivasi seseorang untuk melakukan kegiatan wirausaha dibandingkan dengan kemampuan dirinya. Kesadaran dan ketaatan akan kewajiban melakukan perintah agama lebih mendominasi untuk berwirausaha.
6. Religiusitas tidak memoderasi pengaruh faktor eksternal terhadap niat berwirausaha perempuan milenial pada *Malang Creative Fushion* (MCF) Kota Malang. Hasil penelitian menyatakan bahwa religiusitas melemahkan pengaruh faktor eksternal terhadap niat berwirausaha. Artinya pemahaman religiusitas terkait dimensi ideologi dan dimensi ritual secara tidak langsung

lebih memotivasi seseorang untuk melakukan kegiatan wirausaha dibandingkan dengan keadaan lingkungannya. Kesadaran dan ketaatan akan kewajiban melakukan perintah agama lebih mendominasi untuk berwirausaha.

B. Keterbatasan Penelitian

Ditemukannya keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha dalam penelitian ini terdiri dari faktor internal, faktor eksternal, teknologi dan religiusitas, sehingga penelitian yang akan datang disarankan untuk mengeksplorasi faktor lain yang mempengaruhi niat berwirausaha perempuan milenial.
2. Responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dikhususkan pada usia produktif kerja antara 20-29 tahun, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan dan mencerminkan niat berwirausaha pada seluruh rentang usia perempuan milenial.

C. Saran

Mengingat keterbatasan dalam penelitian ini maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi lembaga
 - a. Penelitian ini membuktikan teori yang telah diyakini kebenarannya secara ilmiah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pacuan dan dorongan dalam mengembangkan lembaga yang telah dikelola.
 - b. Hasil pada penelitian ini menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi keterlibatan seseorang dalam bidang wirausaha. Hasil

pada penelitian ini diharapkan mampu menjadi pacuan dalam memenuhi kebutuhan yang menunjang mengembangkan seseorang dalam menjalankan aktivitas bidang wirausaha.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk lebih mengeksplorasi objek dan subjek penelitian yang berkaitan dengan niat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulaziz, H., Hassan, A., & Mahdi, S. (2021). Measuring Students ' Use of Zoom Application in Language Course Based on the Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Psycholinguistic Research*, 50(4), 883–900. <https://doi.org/10.1007/s10936-020-09752-1>
- Acheampong, G. (2017). Micro-Entrepreneurial Motivation in Ghana: Do Muslim Differ? *Springer International Publishing Switzerland*, 33–47. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-39679-8>
- Ade Irma Sakina, D. H. S. A. (2017). Menyoroti Budaya Patriarki di Indonesia. *Social Work Jurnal*, 7(1), 1–10.
- Adelaja, A. A. (2021). Entrepreneurial Education Exposure: A Comparative Investigation Between Technical And Non Technical Higher Education. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(5), 711–723. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2020-0429>
- Agarwal, S., & Lenka, U. (2015). Study On Work Life Balance Of Women Entrepreneurs-Review And Research Agenda. *Industrial and Commercial Training*, 47(7), 356–362. <https://doi.org/10.1108/ICT-01-2015-0006>
- Ahmad Dzulfikri, B. K. (2017). Sikap, Motivasi Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Surabaya. *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 5(2), 183–200. <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/jkmp>
- Ahmad Syafi'i Rahman, Siti Aisyah, Moh Shofiyul Muda, D. (2022). Wanita Karir : Studi Kritis Perspektif Maqashid Syari'ah. *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 12(1), 1–18.
- Ahyar, H., Andriani, H., & Sukmana, D. J. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1st ed., Issue Maret). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Alwi, Z., Dwi, R., Parmitasari, A., Syariati, A., & Sidik, R. (2021). Hadith Corresponding Thoughts on the Ethical Interacting Behavior of Young Entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 331–339. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0331>
- Amadea, P. T., & Riana, I. G. (2020). Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Pengendalian Diri, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(4), 1594–1613. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i04.p18>
- Amri, M. (2018). Islam dan Pendidikan Kaakter Dalam Framing Media Online. *Ta'dib : Jurnal Pendidikan Islam*, 7(1), 445–453. <https://doi.org/10.29313/tjpi.v7i1.3802>
- Anak, K. P. P. dan P. (2018). Profil Generasi Milenial Indonesia. In *BPS*.
- Anam, M. S., Mochlasin, Yulianti, W., Afisa, I., & Safitri, N. A. (2021). Pengaruh Sikoap, Norma Subjektif, Religiusitas, Pengetahuan Kewirausahaan dan Faktor

- Demografi Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1369–1382.
- Anggadwita, G. (2017). Entrepreneurial Intentions From An Islamic Perspective: A Study of Muslim Entrepreneurs in Indonesia. *Journal Entrepreneurship and Small Business*, 31(2), 165–179.
- Anggadwita, G., Ramadani, V., Permatasari, A., & Alamanda, D. T. (2021a). Key Determinants of Women's Entrepreneurial Intentions in Encouraging Social Empowerment. *Service Business*, 15(2), 309–334. <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00444-x>
- Anggadwita, G., Ramadani, V., Permatasari, A., & Alamanda, D. T. (2021b). Key Determinants of Women's Entrepreneurial Intentions in Encouraging Social Empowerment. *Service Business*, 15(2), 309–334. <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00444-x>
- Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. (2018). Kreatifitas dan Inovasi Produk Industri Kreatif. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology*, 1(1), 61–70.
- Aprilia, G., & Ardana, I. K. (2021). The Influence of Subjective Norms, Locus of Control, and Need for Achievement on Entrepreneurial Intentions. *American Journal of Humanities and Social Sciences Researce (AJHSSR)*, 5(6), 168–173.
- Ari Widiati, F. (2021). Analisis Motivasi Berwirausaha Pada Generasi Milenial Di Kota Pontianak. *JISEB*, 2(1), 73–81.
- Arkorful, H., & Hilton, S. K. (2021). Locus of Control and Entrepreneurial Intention: a Study in A Developing Economy. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.1108/jeas-04-2020-0051>
- Atik Halimatul Ula, A. K. S. (2014). Hubungan Antara Efikasi Diri dan Religiusitas Dengan Intensitas Perilaku Menyontek Siswa Di MTS Mazra'atul Ulum Paciran-Lamongan. *Jurnal Psikoislamika*, 11(1), 33–38.
- Audianty, S., & Sunarya, Y. Y. (2021). Analisis Ketertarikan Generasi Milenial Untuk Perancangan Batik Malangan. *Moda*, 3(2), 1–20. <https://doi.org/10.37715/moda.v3i2.2064>
- Ayesha, S., Shafiq, M., & Kakria, P. (2020). Investigating Acceptance of Telemedicine Services Through an Extended Technology Acceptance Model (TAM). *Technology in Society*, 60(1), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101212>
- Aziz, M., Sikar, M. A., & Azis, F. (2021). Millenial Entrepreneur Ecosystem Based on Digital (Digital Entrepreneurship) During The Covid-19 Pandemic in Makassar City. *Proceedings of the International Conference on Social, Economics, Business, and Education*, 205(1), 178–183.
- Azwar. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*.

- Badri, R., & Hachicha, N. (2019). Entrepreneurship Education and its Impact on Students' Intention to Start Up: A Sample Case Study of Students From Two Tunisian Universities. *The International Journal of Management Education*, 17(2), 182–190. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.02.004>
- Badura, A. (1997). *Albert Bandura and the Exercise of Self-Efficacy*.
- Bahri, S., Studi, P., Pendidikan, M., & Indonesia, M. (2022). Konsep Pendidikan Karakter Anak dalam Keluarga di Era Pasca Pandemi. *Jurnal Pendidikan Tembusai*, 6(1), 425–435.
- Basir, K. H., & Musa, S. F. P. D. (2021). An Islamic perspective of agripreneurs motivation. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, ahead-of-p(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/jec-08-2020-0147>
- BPS. (2021). Keteaga Kerjaan Kota Malang. *Ketenagakerjaan Kota Malang*, 1(1), 1–81.
- Budiman, Anam, S., & Firmansyah. (2021). Karakteristik Peserta Didik Ideal Dalam Perspektif Al Qur'an dan Hadist. *At Turots: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1), 103–116.
- Caesar, I., & Putra, A. (2021). Analysis of Intention to Transact Use Marketplace and Social Media Reviewed from Technology Accepted Model and Perceived Risk on College Students in Jember. *International Conference On Economics And Business*, 2(1), 185–190.
- Chaniago, H., & Sayuti, M. (2019). Peran Adopsi Teknologi Social Media Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(3), 24–35.
- Cherry, J. (2006). The Impact of Normative Influence and Locus of Control on Ethical Judgments and Intentions: A Cross Cultural Comparison. *Journal of Business Ethics*, 68(1), 113–132. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9043-3>
- Choudhury, Haque, A., & Mandal, S. (2021). The Role of Familial, Social, Educational and Business Environmental Factors on Entrepreneurial Intention Among University Students in Bangladesh. *ELSEVIER*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.03.256>
- Cicchello, A. F., Kazemikhasragh, A., & Monferra, S. (2021). In Women, We Trust! Exploring The Sea Change in Investors' Perceptions in Equity Crowdfunding. *Gender in Management*, 36(8), 930–951. <https://doi.org/10.1108/GM-10-2020-0309>
- Davidson, P. L. (2017). Personal Learning Environments and the Diversity of Digital Natives. *School of Advanced Studies, University of Phoenix, Phoenix, Arizona, USA*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.4236/oalib.1103608>
- Dissanayake, D. M. N. S. . (2013). The Impact of Perceived Desirability and Perceived Feasibility on Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Sri Lanka : An Extended Model. *Kelaniya Journal of Management*, 1(24), 1–14.

<https://doi.org/10.4038/kjm.v2i1.6543>

- Do, B. R., Dadvari, A., & Moslehpour, M. (2020). Exploring the Mediation Effect of Social Media Acceptance on The Relationship Between Entrepreneurial Personality and Entrepreneurial Intention. *Management Science Letters*, *10*(16), 3801–3810. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.7.031>
- Dohse, D., & Walter, S. (2011). Knowledge Context and Entrepreneurial Intentions Among Students. *Small Business Economics*, *2*, 3(1), 1–39. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9324-9>
- Dr. Sascha G. Walter, D. J. H. B. (2015). Outcomes of Entrepreneurship Education : An Institutional Perspective. *Journal of Business Venturing*, *10*(3), 1–46. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.10.003>
- Effendi, M. ., Sugandini, D., Istanto, Y., Arundati, R., & Adisti, T. (2020). *Adopsi Teknologi pada UKM* (Issue September).
- Ehsanfar, S., Namak, S. K., & Vosoughi, L. (2021). A Developing Country Perspective on Tourism Students Entrepreneurial Intention Using Trait Approach And Family Tradition. *Tourism Recreation Research*, *1*(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1885800>
- Ettis, S. A. (2021). How Do Personal Values Help To Build Generation Y's Entrepreneurial Intentions? The Role Of Gender Differences. *Gender in Management: An International Journal*, *2*(1), 1754–2413. <https://doi.org/10.1108/GM-02-2021-0035>
- Evelyna, F. (2021). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Pembelian Tiket Secara online Pada Generasi Milenial. *JBMA*, *1*(1), 1–19.
- Famila, G. C., Reza, & Astuti, R. F. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap inat Berwirausaha Mahasiswa Di Kota Samarinda. *EKLEKTIK:Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *4*(2), 88–95.
- Fauziati, P., & Suryani, K. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Niat Mahasiswa Untuk Berwirausaha. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*, *18*(1), 76–85. <https://doi.org/10.31571/edukasi.v18i1.1682>
- Fitria, S., Putri, S., Salsabila, Z. A., Ekonomi, F., & Malang, U. N. (2021). Kewirausahaan Digital Teknologi : Potensi Persiapan Pebisnis. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, *1*(5), 607–610.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.
- Ghozali, I., & H, L. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi smart PLS 2.0*. Badan Penertiban Universitas Diponegoro.
- Grzeslo, J. (2020a). A Generation of Bricoleurs : Digital Entrepreneurship in Kenya. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, *16*(4), 403–412. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-10-2019-0078>

- Grzeslo, J. (2020b). A Generation of Bricoleurs: Digital Entrepreneurship in Kenya. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 16(4), 403–412. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-10-2019-0078>
- Gulton, M. S., & Safitry, N. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakna ALat Pembayaran Non tunai Dengan Jakone Mobile. *Jurnal Ekonomi SIslam*, 12(2), 241–261.
- Gunawan, F., Ali, M. M., & Nugroho, A. (2019). Analysis of the Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer Attitude and Their Impacts on Purchase Decision on PT Tokopedia In Jabodetabek. *European Journal of Business and Management Research*, 4(5), 1–6.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*.
- Hannes, O., Herlina, W., Hendra, B., & Fransisca, W. (2021). The Effect of Locus of Control , Need for Achievement , Risk Tolerance , and Entrepreneurial Alertness on the Entrepreneurial Intention. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 570(1), 177–184.
- Harahap, U. H., & Hasanah, M. (2021). Women ' s Perspectives on Career in Family and Community Environment. *Al-Mada' : Jurnal Agama Sosial Dan Budaya*, 5(1), 30–41.
- Hasan, M., Tahir, T., Nurdiana, Dianta, K., Sebayang, A., & Fatwa, N. (2021). Does Entrepreneurship Education in Family Business Affect Entrepreneurial Attitudes and Motivation ? *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*, 9(2), 106–118.
- Hasanah, A., Bisnis, M., & Batam, P. N. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh. *Journal of Business Administration*, 3(2), 194–204.
- Herbert Vorgrimler, K. R. (1981). *Dictionary of Theology by Vorgrimler & Rahner (HC 1981)*.
- Herry, O., Pranata, S., & Denmark, D. (2021). Pengaruh Need for Achievement dan Locus of Control Terhadap Sikap Serta Dampaknya Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(1), 1–12.
- Hohashi, N., & Honda, J. (2012). Development and Testing of the Survey of Family Environment (SFE): A Novel Instrument to Measure Family Functioning and Needs for Family Support. *JNM: Journal of Nursing Measurement*, 20(3), 212–229. <https://doi.org/10.1891/1061-3749.20.3.212>
- Hsu, S.-H., & Ngan, N. D. H. B. (2019). Extended Theory of Planned Behavior for Mellenial Generation Toward Entrepreneurial Intention. *Nanhua University*, 8(2), 83–92. <https://doi.org/10.6285/MIC.201908/SP>
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3 . 0*.

- Imelda. (2019). Generasi Milenial dalam Industri 4.0 : Berkah Bagi Sumber Daya Manusia Indonesia atau Ancaman? *Deloitte Indonesia Perspectives*, 1(1), 1–17. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/id/Documents/about-deloitte/id-about-dip-edition-1-chapter-2-id-sep2019.pdf>
- Imelia., S. M. (2012). Pengaruh Inflasi Terhadap Kemiskinan Di Propinsi Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 1(5), 42–48.
- Ina Ratnamiasih, B. I. S. (2016). Internal And External Factors That Influence Student Entrepreneurship Intention on Private Universities in Bandung. *8th Widyatama International Seminar on Sustainability*, 394–400. <https://www.researchgate.net/publication/308787970>https://www.researchgate.net/profile/Ina_Ratnamiasih/publication/308787970_Internal_and_External_Factors_that_Influence_Student_Entrepreneurship_Intention_on_Private_Universities_in_Bandung/links/57f1ab
- Indrawati, N. K., Salim, U., Hadiwidjojo, D., & Syam, N. (2012). Manajemen Risiko Berbasis Spiritual Islam. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 16(2), 184. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2012.v16.i2.2325>
- Iskandar, N. M., Vera, S., & Raharusun, A. S. (2022). Konsep Akhlak Dalam Perspektif Hadist Nabi Menggunakan Metode Tematik. *Hunung Djati Conference Series*, 8(2), 294–303.
- Jadmiko, P., Azliyanti, E., & Putri, T. D. (2018). The Influence of Educational Support On Entrepreneurial Interest, Family Support As A Mediator Variable. *E Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 6(3), 230–243.
- Javanmard, H. (2012). The Impact Of Spirituality On Work Performance. *Indian Journal of Science and Technology*, 5(1), 1961–1966. <https://doi.org/10.17795/semj39053>
- Joan, L., & Sitingjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(021), 27–39.
- Khan, R. U., Salamzadeh, Y., Shah, S. Z. A., & Hussain, M. (2021). Factors Affecting Women Entrepreneurs ' Success : A Study of Small and Medium Sized Enterprises in Emerging Market of Pakistan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(11), 1–21.
- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (2007). The Leadership Challenge. *Journal Entrepreneurship and Small Business*, 4(1), 1–6.
- Kuron, L. K. J., Lyons, S. T., & Schweitzer, L. (2015). Millennials ' Work Values : Differences Across The School to Work Transition. *Personnel Review*, 44(6), 991–1009. <https://doi.org/10.1108/PR-01-2014-0024>
- Kusuma, I. L., Fitriana, T. N., & Dewi, M. W. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Peluang Bisnis Untuk Generasi Melenial Di Soloraya Selama Masa Pandemi Covid-19. *BUDIMAS*, 3(2), 315–321.

- Kusumawardhany, & Dwiarta. (2020). Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation: Personal Attitude, Educational Support, and Social Media. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 115(1), 63–68.
- Kusumawijaya, I. K. (2019). The Prediction of Need for Achievement To Generate Entrepreneurial Intention: a Locus of Control Mediation. *International Review of Management and Marketing*, 9(4), 54–62. <https://doi.org/10.32479/irmm.8330>
- Kwon, W., & Sok, S. (2021). Gen Z Memory Pool System Implementation and Performance Measurement. *ETRI Journal*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.4218/etrij.2021-0091>
- Ladokun, I. O., & Adebuseye, A. O. (2022). Need for Achievement and Entrepreneurial Intention Among Undergraduate Students in Tertiary Institutions in Southwest, Nigeria. *Advance Journal Of Business and Entrepreneurship Development*, 6(2), 1–10.
- Lakshmi, K. S. (2020). Factors Impacting Entrepreneurial Intentions of Indian Millennials A Study of Graduating Students. *Doctoral Thesis In Management, ICFAI University Jharkhand*, 1–212.
- Lee, K. F., Haque, A., Maulan, S., & Abdullah, K. (2019). Determining Intention To Buy Air E-tickets In Malaysia. *Management Science Letters*, 9(1), 933–944. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.2.009>
- Lejap, H. H. T., Moko, W., & Ratnawati, K. (2020). Minat Berwirausaha dari Mahasiswa di Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1), 129–148.
- Li, L., & Wu, D. (2019). Entrepreneurial Education and Students ' Entrepreneurial Intention : Does Team Cooperation Matter ? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 3(35), 1–13.
- Lingappa, A. K., Shah, A., & Mathew, A. O. (2020). Academic, Family, and Peer Influence on Entrepreneurial Intention of Engineering Students. *SAGE Open*, 10(3), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2158244020933877>
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the Effects of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Self-Efficacy on College Students ' Entrepreneurial Intention. *Frontiers in Psychology*, 10(869), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00869>
- Lubada, F., Kusumojanto, D. D., & Indrawati, A. (2021). The Mediating Entrepreneurial Self-efficacy Between Entrepreneurship Education, Need For Achievement, and Creativity on Entrepreneurial Intention. *Journal of Business and Management Review*, 2(12), 832–849. <https://doi.org/10.47153/jbmr212.2602021>
- Lusia, A., & Pmikatsih, T. R. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa The Effect of Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Intention in University Students. *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 1(2), 86–91.

- M. Quraish Shihab. (2012). *Tafsir Al Misbah, Pesan, Kesan dan Keselarasan Al Qur'an* (5th ed.). Lentera Hati.
- M. Yusuf, S. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(2), 77–84.
- Ma'mun. (2016). Pendidikan Akhlaq Perspektif Quraish Shihab. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 12(1), 41–64.
- Ma'rifah, N. N. (2019). Pengaruh Kebutuhan Berprestasi , Locus of Control Internal dan Pengalaman Kewirausahaan Terhadap Sikap Kewirausahaan Pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 3(1), 55–70. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v3n1.p55-70>
- Ma, L., & Kholid, M. N. (2022). Determinants Of Entrepreneurial Career Choice: An Empirical Study of Accounting Students. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan (JEBIK)*, 11(1), 100–115.
- Mahmood, T. M. A. T., Al Mamun, A., Bin Ahmad, G., & Ibrahim, M. D. (2019). Predicting Entrepreneurial Intentions and Pre-Start-Up Behaviour Among Asnaf Millennials. *Sustainability (Switzerland)*, 11(18), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su11184939>
- Mahyarni, Ahyarni, Meflinda, A., & Indrayani, H. (2018). The Investigation of The Effects of Spiritual Values and Behaviors on Business Development and Performance of Muslim Preneurship. *International Journal of Law and Management*, 1–10.
- Majid, N. A., Zainol, F. A., & Abidin, Z. (2019). The Significance of Religiosity in Triggering Entrepreneurial Intention. *Journal of Management and Operation Research*, 1(2), 1–8.
- Majid, N. A., Zainol, F. A., & Norhayate, W. (2019). Entrepreneurial Intention from the Islamic Perspective : A Holistic Approach. *International Journal of Academic Research In Business & Social Sciences*, 8(12), 1–15. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i12/5077>
- Marianna, C. (2021). The Methods and IT-Tools Used in Higher Education Assessed in the Characteristics and Attitude of Gen Z. *Acta Polytechnica Hungarica*, 18(1), 121–140.
- Maris, S. F., Hermawan, A., & Jahroh, S. (2020). Karakteristik Personal Sebagai Moderasi Hubungan Pelatihan UMKM dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 13(1), 84–104. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i1.15668>
- Marzuki. (1998). *Prinsip Dasar Pendidikan Karakter Perspektif Islam*.
- Maullah, S., & Rofiuddin, M. (2021). Mengukur Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior dan Religiusitas. *Journal*

of Management and Digital Busiess, 1(2), 105–121.

MCF. (2020). *Malang Creative Fusion.*

Meredith Woodwark, Alison Wood, K. S. (2021). Standing on the Shoulders of Giantesses : How Women Technology Founders Use Single and Mixed Gender Networks for Success and Change. *International Journal of Gender and Entrepreneurship, 13(4), 420–448.* <https://doi.org/10.1108/IJGE-10-2020-0159>

Moeljadi, D. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia.*

Mu'awwanah, S. (2022). Peluang Bisnis Bagi Wanita di Era Digital Dalam Perspektif Al Qur'an. *Nida' Al Qur'an, 20(1), 39–50.*

Murillo, G. G., Novoa-Hernández, P., & Rodríguez, R. S. (2021). Technology Acceptance Model and Moodle: A systematic mapping study. *Information Development, 37(4), 617–632.* <https://doi.org/10.1177/0266666920959367>

Mustikowati, R. I., & Wilujeng, S. (2016). Religiusitas dan Kewirausahaan, Faktor Kritis dalam Mencapai Kinerja Bisnis pada UKM di Kabupaten Malang. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, 3(2), 102–113.* <https://doi.org/10.21107/jsmb.v5i2.6659>

Mutahar, A. M., Norzaidi, M. D., Ramayah, T., & Isaac, O. (2017). Integration of Innovation Diffusion Theory (IDT) and Technology Acceptance Model (TAM) to Understand Mobile Banking Acceptance in Yemen : The Moderating Effect of Income. *International Journal of Soft Computing2, 12(3), 164–177.*

Nadlifatin, R., & Persada, S. F. (2022). Social media-based online entrepreneurship approach on Millennials : A Measurement of Job Pursuit Intention on multilevel Marketing. *Procedia Computer Science, 197(1), 110–117.* <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.124>

Nadlifatin, R., Persada, S. F., Clarinda, M., Handiwibowo, G. A., Laksitowati, R. R., Prasetyo, Y. T., Agung, A., & Perwira, N. (2022). ScienceDirect Social media-based online Social media-based online entrepreneurship entrepreneurship approach approach on on millennials : measurement of job pursuit intention on millennials : A measurement of job pursuit intention on multi-l. *Procedia Computer Science, 197, 110–117.* <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.124>

Nagel, P. J. F., & Suhartatik, A. (2018). Faktor Internal dan Eksternal Minat Berwirausaha dan Keberhasilan Usaha pada UMKM di Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan, 15(1), 53–63.*

Natalia, C., & Rodhiah. (2019). Pengaruh Kreativitas , Edukasi Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Dalam Generasi Z. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 1(2), 164–171.*

Nehemiah, M., Osden, J., & Pako, M. (2017). Risk and Opportunities Connected to The Adoption of Internet Banking in An Emerging Market. *Risk Governance & Control : Financial Markets & Institutions, 7(2), 1–14.*

<https://doi.org/10.22495/rgcv7i2art9>

- Neil Howe, W. S. (2009). *Millennial Rising : The Next Great Generation*.
- Ngatiman, R. I. (2018). Pendidikan Karakter Dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Jurnal Ilmiah Studi Islam*, 18(2), 213–228.
- Ngoc Khuong, M., & Huu An, N. (2016). The Factors Affecting Entrepreneurial Intention of the Students of Vietnam National University — A Mediation Analysis of Perception toward Entrepreneurship. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(2), 104–111. <https://doi.org/10.7763/joebm.2016.v4.375>
- Ningrum, J. W., Khairunnisa, A. H., & Huda, N. (2020). Pengaruh Kemiskinan, Tingkat Pengangguran, Pertumbuhan Ekonomi dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Indeks Pembangunan Manusia (IPM) di Indonesia Tahun 2014-2018 dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 212. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1034>
- Nugroho, D., Asmanto, P., & Adji, A. (2020). Leading Indicators Kemiskinan Di Indonesia: Penerapan pada Outlook Jangka Pendek. *The Nasional Team For The Acceleration Of Poverty Reduction (TNP2K)*, 92(11), 8.
- Nur Achmad, E. P. S. (2017). Model Sukses Faktor Wirausaha Wanita. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(2), 188–198.
- Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2019). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia. *Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewantara*, 49–54.
- Onawa, G., & Huwae, S. (2019). Sarana Keterampilan Seni Digital. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 1(2), 1763–1772. <https://doi.org/10.24912/stupa.v1i2.4430>
- Ordun, G. (2019). Personality Characteristics and Emotional Intelligence Levels of Millenials : A Study in Turkish Context. *Journal of Economic and Social Studies*, 2(1), 1–25. <https://doi.org/10.14706/JECOSS16614>
- Park, H. S. (2009). Relationships Among Attitudes and Subjective Norms: Testing The Theory of Reasoned Action Across Cultures. *Communication Studies*, 51(2), 162–175. <https://doi.org/10.1080/10510970009388516>
- Perwitasari, A. W. (2022). The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Easiness towards Behavioral Intention to Use of Fintech by Indonesian MSMEs. *The Winners*, 23(1), 1–9. <https://doi.org/10.21512/tw.v23i1.7078>
- Prajawati, M. I. (2021). Pembelajaran Internal Dalam Mendukung Kesuksesan Wirausaha Perempuan. *JPE : Jurnal Pendidikan Edutama*, 8(1), 71–80.
- Prayitna, A., & Nugroho, F. X. H. (2016). Model Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Technology Acceptance Model Dan Technology Ajax Pada Koperasi Simpan Pinjam. *Innovative and Creative Information Technology Conference*,

3(4), 31–42.

- Puente, R., Cervilla, M. A., González, C. G., & Auletta, N. (2017). Determinants of the growth aspiration: a quantitative study of Venezuelan entrepreneurs. *Small Business Economics*, 48(3), 699–726. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9791-0>
- Purwanto, E. (2020). *Technology Adoption*.
- Putri, S. F. S., & Salsabila, Z. A. (2021). Kewirausahaan Digital Teknologi: Potensi Persiapan Pebisnis Millennial dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 & 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(5), 607–610.
- Putu, N., Widiasih, S., & Darma, G. S. (2021). Millennial Digital Content Creator on New Normal Era: Factors Explaining Digital Entrepreneur Intention. *Asia Pacific Management and Business Application*, 10(2), 161–176. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.010.02.4>
- Rahmayanti, P. L. D., Dharmanegara, I. B. A., Yasa, N. N. K., Sukaatmadja, I. P. G., Pramudana, K. A. S., Rahanata, G. B., Giantari, I. G. A. K., & Martaleni. (2022). What Drives Millennials and Zillennials Continuously Using Instant Messaging? Perspective from Indonesia. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 17–26. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.11.001>
- Ramadhan, K. (2017). Perdagangan dan Bisnis Dalam Islam. *STEI SEBI*, 1(1), 1–24.
- Rehan, F., Block, J., & Fisch, C. (2019). Entrepreneurship in Islamic Communities. *Journal of Enterprising Communities People and Places in The Global Economy*, 13(5), 557–583. <https://doi.org/10.1108/JEC-05-2019-0041>
- Reza, M., Manurung, D. T. H., & Alshebami, A. (2020). Impact Of Education And Training On Performance Of Women Entrepreneurs In Indonesia: Moderating Effect Of Personal Characteristics. *Management Science Letters*, 10(16), 3923–3930. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.7.018>
- Riaz, Q., Farrukh, M., Rehman, S. U., & Ishaque, A. (2016). Religion and Entrepreneurial Intentions : An Empirical Investigation. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 3(9), 31–36.
- Riptiono, S. (2021). Parsing Religiosity and Intention to Use Islamic Mobile Banking in Indonesia. *Banks and Bank Systems*, 16(4), 1–13. [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(4\).2021.04](https://doi.org/10.21511/bbs.16(4).2021.04)
- Rita, Arbi Siti Rabbiah, M. F. (2019). Women Entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Research in Business, Economics and Management (JRBEM)*, 13(2), 2416–2425. <https://doi.org/10.1596/24751>
- Rizqi, M. A. (2022). Peran Ganda Wanita Karir Dalam Manajemen Keluarga. *Jurnal Manajerial*, 9(1), 1–13.
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi

- Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E Money Pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2), 699–711.
- Rossa, R., & Zuleni, E. (2022). Integrasi Dan Implementasi Pendidikan Karakter Dalam Pembelajaran. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 02(01), 1017–1022.
- Saif, H. A. A., & Ghania, U. (2020). Need for Achievement As a Predictor of Entrepreneurial Behavior: the Mediating Role of Entrepreneurial Passion for Founding and Entrepreneurial Interest. *International Review of Management and Marketing*, 10(1), 40–53. <https://doi.org/10.32479/irmm.8949>
- Sandri, S. H., & Hardilawati, W. L. (2019). The Womanpreneursh: Problem dan Prospect in Digital Era. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 9(1), 1–7. <http://www.ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae/article/download/1339/792>
- Sanjaya, V. F. (2020). The Mediating Role of Company Non Financial Performance and Religiosity as Moderating Variable Between Learning Orientation and Company Financial Performance. *REVENUE : Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(1), 31–46.
- Santioso, L., Daryatno, A. B., & Aristha, A. J. (2018). Analisis Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kesiapan Teknologi Informasi, Keamanan dan Kerahasiaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan E-Filing. *Jurnal Akuntansi*, 18(2), 247–268.
- Saputra, R. R., Setiawan, E., Ambarwati, A., & Informasi, J. S. (2019). Manajemen Risiko Teknologi Informasi Menggunakan Metode OCTAVE Allegro pada PT. Hakiki Donarta Surabaya. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 17(1), 1–10.
- Sarwoko, E. (2011). Kajian Empiris Entrepreneur Intention Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16(2), 126–135.
- Scherer, R., Siddiq, F., & Tondeur, J. (2018). The Technology Acceptance Model (TAM): A Meta-Analytic Structural Equation Modeling Approach to Explaining Teachers' Adoption of Digital Technology in Education. *Computers & Education*, 4(2), 1–70. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.09.009>
- Sedikides, C. (2010). Why Does Religiosity Persist ? *Personality and Social Psychology Review*, 14(1), 3–6. <https://doi.org/10.1177/1088868309352323>
- Sedikides, C., & Gebauer, J. E. (2009). Religiosity as Self-Enhancement: A Meta-Analysis of the Relation Between Socially Desirable Responding and Religiosity. *Personality and Social Psychology Review*, 20(10), 1–20. <https://doi.org/10.1177/1088868309351002>
- Setiabudi, K. J. (2018). Pengaruh Dukungan Keluarga dan Kepribadian Wirausaha

- Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Terakreditasi “A” Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Surabaya. *AGORA*, 7(1), 1–6.
- Setiartiti, L., & Sadik, N. A. R. (2020). Determinant Analysis of Entrepreneurial Intention Among Millennial in Yogyakarta, Indonesia. *International Journal of Small and Medium Enterprises*, 3(2), 17–34. <https://doi.org/10.46281/ijsmes.v3i2.895>
- Shaker, A. F. (2017). *AL Ghazali on Intention, Sincerity and Truthfulness* (Issue 1).
- Sharaf, A., El-gharbawy, A., & Ragheb, M. A. (2018). Factors That Influence Entrepreneurial Intention within University Students in Egypt. *Open Access Library Journal*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.4236/oalib.1104881>
- Sheeran, P., Norman, P., & Orbell, S. (1999). Evidence That Intentions Based On Attitudes Better Predict Behaviour Than Intentions Based On Subjective Norms. *European Journal of Social Psychology*, 29(2–3), 403–406. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1099-0992\(199903/05\)29:2/3<403::aid-ejsp942>3.0.co;2-a](https://doi.org/10.1002/(sici)1099-0992(199903/05)29:2/3<403::aid-ejsp942>3.0.co;2-a)
- Sherlywati, Handayani, R., & Harianti, A. (2017). Analisis Perbandingan Kemampuan Kewirausahaan Pengusaha Perempuan dan Laki-Laki: Studi pada UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), 133–212. <https://doi.org/10.28932/jmm.v16i2.386>
- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020a). Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention : The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior. *Frontiers in Psychology*, 11(2), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01209>
- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020b). Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior. *Frontiers in Psychology*, 11(June), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01209>
- Shukla, A., & Kushwah, P. (2021). Role of ICT in Emancipation of Digital Entrepreneurship Among New Generation Women. *Journal of Enterprising Communities : People and Places In The Global Economy*, 15(1), 137–154. <https://doi.org/10.1108/JEC-04-2020-0071>
- Sibombing, S. O., & Pramono, R. (2021). The Integration of Social Media to the Theory of Planned Behavior: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 445–454. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0445>
- Simanihuruk, L. (2021). *E-Learning : Implementasi, Sraegi dan Inovasinya*.
- Sinambela, C. (2019). Hubungan Religiusitas dan Efikasi Diri Dengan Subjective Well-Being Pada Remaja Di Pusat Pengembangan Anak Martubung. *Tesis-Universitas Medan Area*, 1–74.
- Siswati, A., & Prakoso, A. S. (2018). Impact Of Internal Factors To Entrepreneurship

- Intention. *3rd International Conference of Graduate School on Sustainability*, 99–115.
- Sosial, P., Poluakan, M. V., Dikayuana, D., Padjadjaran, U., & Sosial, K. (2019). Potret generasi milenial pada era revolusi industri 4.0. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2), 187–197.
- Subriadi, A. P., & Baturohmah, H. (2022). Social Media in Marketing of Ride Hailing: A Systematic Literature Review. *Procedia Computer Science*, 1(1), 102–109. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.123>
- Sugiarto, F., & Ansharah, I. I. (2021). Penafsiran Quraish Shihab Tentang Pendidikan Akhlak Dalam Al- Qur ' an Surat Al-Ahzab Ayat 21. *Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran Dan Tafsir*, 4(2), 95–105.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (Issue June).
- Suherman, H. W. (2021). Pendidikan Karakter Dalam Keluarga Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Penelitian Medan*, 12(2), 2655–2663.
- Sulhaini, B., Ardiani, N. A., & Rosiana, W. (2020). Usaha Pariwisata Halal: Self Efficacy, Pengetahuan Pariwisata Halal, Religiusitas Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Di NTB. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram*, 9(3), 257–269.
- Sumiati, A., Widyastuti, U., Takidah, E., & Suherman. (2021). The Millennials Generation's Intention to Invest: A Modified Model of The Theory of Reasoned Action. *International Journal of Entrepreneurship*, 25(3), 1–11.
- Susanti, S. (2021). Peluang dan Tantangan Bisnis Kriya saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 381–389. <http://ppm.ejournal.id/index.php/pengabdian/article/view/778>
- Suteja, W., Rosida, L., & Kurniansyah, R. (2020). Peran Perempuan Dalam Meningkatkan Citra Kuliner Lokal Di Kawasan Wisata Narmada. *Hospitality* 31, 9(1), 1–11.
- Tan, L. P., Pham, L. X., & Bui, T. T. (2021). Personality Traits and Social Entrepreneurial Intention: The Mediating Effect of Perceived Desirability and Perceived Feasibility. *Journal of Entrepreneurship*, 30(1), 56–80. <https://doi.org/10.1177/0971355720974811>
- Tyler, N., Heffernan, R., & Fortune, C. A. (2020). Reorienting Locus of Control in Individuals Who Have Offended Through Strengths-Based Interventions: Personal Agency and the Good Lives Model. *Frontiers in Psychology*, 11, 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.553240>
- Vadera, S. (2020). A Study on the Growth of Millennial Entrepreneurs in India. *Amity University Uttar Pradesh*, 1(1), 1–10.
- Wahyuddin, H. (2020). *Pendidikan Karakter Dalam Perspektif Islam*.
- Wahyuningsih, R. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan

- Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Jombang. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan*, 6(3), 512–521.
- Waluyo, M., Sunardi, & Pailan. (2016). Analisis Faktor Kepribadian, Lingkungan, Demografi, Akses Modal dan Ketersediaan Informasi Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (SEM) Terhadap Minat dan tindakan Kewirausahaan Mahasiswa. *Teknik Industri FTI-UPN*, 1(1), 1–16.
- Wang, S., Yueh, H., Wen, P., & Fawcett, A. J. (2019). How the New Type of Entrepreneurship Education Complements the Traditional One in Developing Entrepreneurial Competencies and Intention. *Frontiers in Psychology*, 10(2), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02048>
- Wardani, V. K., & Nugraha, J. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Attitude Towards Entrepreneurship Terhadap Intensi Berwirausaha Melalui Self Efficacy. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 79–100. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n1.p79-100>
- Weiss, J., Anisimova, T., & Shirokova, G. (2019). The Translation of Entrepreneurial Intention In To Start Up Behaviour : The Moderating Role of Regional Social Capital. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 1–29. <https://doi.org/10.1177/0266242619831170>
- Wicaksono, A. B., & Nuryana, I. (2020). Economic Education Analysis Journal. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 940–958. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42352>
- Widhiandono, H., Miftahuddin, M. A., & Darmawan, A. (2016). Pengaruh Faktor Internal, Faktor Eksternal dan Faktor Pendidikan Terhadap Intensi Kewirausahaan Alumni Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA*, 159–178.
- Widjaya, P. E., & Sugiarti, Y. (2013). Penerapan Risk Management Untuk Meningkatkan Non-Financial Firm Performance Di Perusahaan Murni Jaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(1), 1–18. <https://media.neliti.com/media/publications/185290-ID-none.pdf>
- Wijaya, I. F. (2019). The impact of Religiosity on Self-Employment. *Journal of Enterprising Communities*, 1–25. <https://doi.org/10.1108/JEC-09-2018-0066>
- Wijaya, I. G. B. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan an Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jambura Economis Education Journal*, 3(2), 52–61.
- Wini, A., Ahman, E., & Machmud, A. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik SMK Di Kabupaten Subang. *Manajerial*, 3(5), 227–238.
- Wiranata, R., & Likasari, G. A. (2019). Pengaruh Pendidikan Wirausaha Dalam Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Lumajang. *Ecoducation* :

Economic & Education Journal, 1(2), 1–9.

- Wiwi Warsiati, Tiris Sudrartono, I. A. Z. (2021). Menumbuhkan Minat Usaha Melalui Afiliate Marketing Bagi Generasi Z Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *SEMBADHA: Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 376–382.
- Yan, Z., Li, Z., Panadero, E., Yang, M., Yang, L., & Lao, H. (2021). A Systematic Review on Factors Influencing Teachers' Intentions and Implementations Regarding Formative Assessment. *Assessment in Education: Principles, Policy & Practice*, 28(3), 228–260. <https://doi.org/10.1080/0969594X.2021.1884042>
- Yanti, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 268–283.
- Yuen, K. F., Cai, L., Qi, G., & Wang, X. (2020). Factors Influencing Autonomous Vehicle Adoption: An Application of The Technology Acceptance Model and Innovation Diffusion theory. *Technology Analysis & Strategic Management*, 3(2), 1–15. <https://doi.org/10.1080/09537325.2020.1826423>
- Yukongdi, V., & Lopa, N. Z. (2017). Entrepreneurial intention: a study of individual, situational and gender differences. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 333–352. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2016-0168>
- Yulianita. (2018). Comparison of Generation X and Y: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Subjective Norms on Purchase Intention in E-Commerce. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(2), 140–152.
- Zhang, Y., Wan, G., Huang, L., & Yao, Q. (2015). Study on the Impact of Perceived Network Externalities on Consumers' New Product Purchase Intention. *Journal of Science and Management*, 8(1), 99–106.
- Zikra, R. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Locus of Control Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Yang Berbelanja Di Toko Daring Zaloria. *Tesis-Universitas Sumatera Utara*, 1–141.
- Zulfiqar, S., Al-Reshidi, H. A., Al Moteri, M. A., Feroz, H. M. B., Yahya, N., & Al-Rahmi, W. M. (2021). Understanding and Predicting Students' Entrepreneurial Intention Through Business Simulation Games: A Perspective of Covid-19. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–27. <https://doi.org/10.3390/su13041838>