

Dampak Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Kewirausahaan Melalui Mediasi Sikap Dan *Islamic Value* Pada Mahasiswa Agribisnis Umlandung

Tri Hanifawati

Prodi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Bandung
email: trihanifawati@umlandung.ac.id

Received: 31 Oktober, 2022; Accepted: 7 November 2022; Published: 12 Desember, 2022

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pendidikan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan melalui mediasi sikap dan *Islamic value*. Intensi kewirausahaan dapat dikembangkan melalui pendidikan kewirausahaan, namun demikian diduga dipengaruhi faktor tidak langsung. Pengumpulan data dilakukan melalui sensus terhadap mahasiswa Agribisnis di Universitas Muhammadiyah Bandung yang telah lulus rangkaian mata kuliah Pengembangan Bisnis, kemudian dianalisis menggunakan SMART PLS dan SPSS. Hasil menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berdampak signifikan dan positif terhadap sikap kewirausahaan ($\beta=+0,669$; $t=7,751$, $p\text{-value}<0,05$) dan *Islamic value* ($\beta=+0,639$; $t=4,771$; $p\text{-value}<0,05$), namun tidak ditemukan adanya pengaruh langsung terhadap intensi kewirausahaan ($\beta=+0,382$; $t=1,543$; $p\text{-value}>0,05$). Analisa variabel mediasi menunjukkan bahwa sikap kewirausahaan memediasi secara signifikan dan positif hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan intensi kewirausahaan ($\beta=+0,411$; $t=3,005$; $p\text{-value}<0,05$). Temuan penelitian memberikan beberapa rekomendasi penting terhadap pengembangan kurikulum pendidikan kewirausahaan di institusi pendidikan tinggi.

Kata kunci: intensi kewirausahaan; *Islamic value*; pendidikan kewirausahaan; sikap kewirausahaan

Abstract

The study's aim is to determine the impact of entrepreneurship education toward entrepreneurial intentions by combining entrepreneurial attitudes and *Islamic values*. Entrepreneurial intentions can be developed through entrepreneurship education; however, it is thought to be influenced by indirect factors. The data were collected through a census of all students who had passed a series of Business Development lectures in the Agribusiness Department in Universitas Muhammadiyah Bandung, then it was analyzed using SMART PLS and SPSS. The result shows that entrepreneurship education has a significant and positive impact on entrepreneurial attitude ($\beta=+0,669$; $t=7,751$, $p\text{-value}<0,05$) and *Islamic value* ($\beta=+0,639$; $t=4,771$; $p\text{-value}<0,05$), however it is not direct significant effect to intentions ($\beta=+0,382$; $t=1,543$; $p\text{-value}>0,05$). The mediation variables analysis shows that entrepreneurial attitudes significantly

and positively mediate the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions ($\beta=+0,411$; $t=3,005$; $p\text{-value}<0,05$). The study findings provide important recommendations to develop the entrepreneurship education curriculum of higher education institutions.

Keywords: Entrepreneurial Attitude; Entrepreneurial Intention; *Islamic Value*; Entrepreneurship Education;

PENDAHULUAN

Salah satu titik kritis bonus demografi di Indonesia adalah tingginya jumlah angkatan kerja produktif yang jika tidak diantisipasi akan menjadi masalah yang cukup serius di masa mendatang. Menurut Organisasi Buruh Internasional (ILO), angka pengangguran pemuda di dunia masih tinggi; sedangkan di Indonesia, BPS merilis bahwa angka pengangguran masih mencapai 5,50%, diantaranya merupakan lulusan perguruan tinggi. Lulusan perguruan tinggi umumnya memilih bekerja di sektor publik atau menjadi karyawan di perusahaan. Sebagian tertarik berwirausaha, namun dalam implementasinya cenderung terkendala dengan kurangnya keterampilan, lingkungan bisnis yang kurang mendukung, kurangnya bimbingan, dan akses modal. Institusi pendidikan, pemerintah, dan *third sector* kemudian saling bersinergi untuk menumbuhkan minat kewirausahaan pada generasi muda, melalui berbagai pelatihan kewirausahaan, penyediaan akses modal seperti melalui skema hibah, serta pembinaan intensif.

Tindakan seseorang untuk memulai sebuah usaha umumnya dimulai dari adanya niat dan hasrat yang kuat atau disebut sebagai intensi kewirausahaan. Intensi kewirausahaan adalah kondisi pikiran sadar yang mengarahkan perhatian pada obyek spesifik untuk menjadi wirausaha dan mencari jalan untuk mencapainya (Wells, 2014). Intensi juga didefinisikan sebagai hasrat kuat untuk melakukan kegiatan produktif yang mengarahkan seseorang untuk menerapkan konsep bisnis baru yang relevan (Mahendra et al., 2017). Dengan demikian, intensi kewirausahaan dapat dimaknai sebagai hasrat kuat seseorang untuk menjadi seorang wirausaha yang dibuktikan dengan upaya yang nyata. Contohnya, mulai

menyusun rencana usaha, mengembangkan prototype produk, mengembangkan jaringan atau mulai menganalisa sumber modal potensial untuk memulai usahanya.

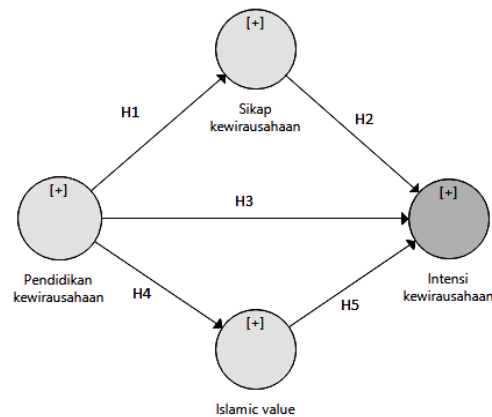
Intensi kewirausahaan dapat dikembangkan secara spesifik melalui pendidikan dan pelatihan kewirausahaan (Mahendra et al. 2017; Barba-sánchez & Atienza-sahuquillo 2018; Al-Awlaqi, et al. 2018). Pendidikan tersebut bertujuan untuk membekali siswa dengan alat dan keterampilan untuk meningkatkan peluang keberhasilan bisnis, membantu mengidentifikasi peluang, dan meningkatkan kepercayaan diri bagi mereka yang belum berpengalaman (Kim & Park, 2019). Kegiatannya meliputi proses untuk menanamkan, menumbuhkan, dan membentuk kompetensi dan skill melalui peningkatan pengetahuan dan pengalaman praktis (Mahendra et al., 2017). Hal tersebut menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berorientasi pada aspek konseptual dan pratikal melalui kegiatan praktek atau magang yang relevan.

Pendidikan kewirausahaan dilaporkan berdampak positif terhadap motivasi kewirausahaan (Barba-sánchez & Atienza-sahuquillo 2018; Mahendra et al. 2017), intensi kewirausahaan (Welsh et al., 2016), dan perilaku kewirausahaan (Welsh et al. 2016; Mahendra et al. 2017). Selain meningkatkan intensi, pendidikan kewirausahaan juga berdampak positif terhadap kemampuan pengambilan keputusan, inovasi, dan kemampuan menangkap peluang baru dalam pengembangan produk dan pasar (Al-Awlaqi et al., 2018). Namun demikian, kewirausahaan merupakan aktivitas yang sangat kompleks sehingga dalam prakteknya dipengaruhi banyak faktor internal lain, seperti kemampuan leadership, penerimaan risiko, perilaku inovasi; serta juga dipengaruhi faktor eksternal bisnis seperti tren teknologi dan perubahan makro ekonomi.

Berdasarkan teori perilaku dijelaskan bahwa intensi kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku (Wijaya, 2007). Penelitian terdahulu melaporkan bahwa sikap kewirausahaan berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan (Kusmintarti et al. 2014; Yousaf et al. 2020; dan Isma et al. 2020). Sikap secara umum dapat mempengaruhi seseorang untuk

berperilaku tertentu, dimana pendidikan kewirausahaan berperan membentuk sikap kewirausahaan (Abun et al., 2018). Namun demikian, sikap kewirausahaan tidak hanya dipengaruhi pengetahuan dan keterampilan individu tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan seperti kebijakan pemerintah, standar pelaporan akuntansi dan perpajakan, faktor teknologi serta faktor lainnya (Yousaf et al., 2020). Sayangnya, menurut Islami (2017) intensi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap perilaku berwirausaha. Artinya, meskipun seseorang memiliki sikap positif terhadap kewirausahaan dan memiliki hasrat berwirausaha, namun belum tentu melakukan tindakan nyata untuk mencapai hasratnya tersebut.

Di sisi lain, persaingan bisnis yang ketat seringkali menjadikan seseorang mengabaikan nilai, norma, dan etika untuk meraih profit yang optimum, sehingga pendidikan kewirausahaan juga wajib menanamkan nilai-nilai moral, etika, dan tanggungjawab sosial yang bersifat universal berbasis pada nilai-nilai ke-Tuhanan. Menurut Dana (2009), keyakinan agama dapat mendorong semangat berwirausaha tetapi juga dapat menghambat semangat berwirausaha. Sedangkan Rehan et al. (2019), menjelaskan bahwa baik *Islamic value* maupun praktik Islami keduanya berdampak positif terhadap intensi kewirausahaan yang dimediasi oleh aspek sikap. Penelitian lain menguatkan bahwa *Islamic value* berdampak signifikan terhadap inspirasi kewirausahaan, sikap kewirausahaan, dan intensi kewirausahaan, dimana pendidikan kewirausahaan berdampak langsung dan tidak langsung terhadap intensi melalui mediasi inspirasi dan motivasi (Wibowo et al., 2022). Dengan demikian, diduga bahwa *Islamic value* berdampak positif terhadap intensi kewirausahaan.



Gambar 1. Kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian (Sumber: Penulis, 2022)

Terakhir, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dampak pendidikan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan melalui mediasi sikap dan *Islamic value*. Studi ini merupakan bagian dari proses evaluasi pembelajaran pada mata kuliah Pengembangan Bisnis (PB) I sampai IV pada Prodi Agribisnis di Universitas Muhammadiyah Bandung (UMBandung), sehingga diharapkan secara umum akan berguna bagi pengembangan kurikulum pendidikan kewirausahaan di insititusi pendidikan secara umum. Kerangka pemikiran dan hipotesis (Gambar 1), diduga bahwa pendidikan kewirausahaan mempengaruhi sikap, intensi, dan *Islamic value*. Selain itu, diduga bahwa sikap kewirausahaan dan *Islamic value* mampu memediasi hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan intensi kewirausahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data primer dilakukan melalui *assessment* sensus terhadap mahasiswa Agribisnis UMBandung yang telah lulus pada rangkaian mata kuliah PB I sampai IV. UMBandung merupakan kampus yang memulai perkuliahan aktif di akhir tahun 2016, sehingga jumlah mahasiswa pada angkatan awal masih sedikit. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Agribisnis angkatan 2016, 2017, dan 2018 sebanyak 17 orang. Adapun sampel penelitian adalah mahasiswa pada angkatan tersebut yang telah lulus pada mata kuliah PB I sampai IV, yakni sebanyak 16 orang yang terdiri dari

angkatan 2016 (3 orang), angkatan 2017 (6 orang), dan angkatan 2018 (7 orang). Mereka mengisi kuesioner *assessment* yang sama di semester terakhir lulus pada mata kuliah PB IV.

Profil responden adalah laki-laki (75%), sisanya wanita. Pada saat mengisi kuesioner, mereka berumur 21 tahun (62,5%), 22 tahun (18,75%), dan sisanya berumur 23, 24, dan 27 masing-masing sebanyak 6,25%. Sebanyak 75% memilih rencana karir sebagai pengusaha dan sisanya ingin berkarir pada bidang lain. Variabel penelitian sebagaimana disajikan pada Tabel 1. Analisis data dilakukan untuk mengetahui pengaruh mata kuliah PB I sampai IV, kemudian disebut variabel 'pendidikan kewirausahaan' terhadap variabel sikap kewirausahaan, *Islamic value*, dan intensi kewirausahaan dengan teknik analisis jalur menggunakan Smart-PLS 3. SPSS 26 digunakan untuk uji determinasi (R^2), karena PLS Algoritm tidak dapat dilakukan pada jumlah 16 sampel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Hasil uji validitas dan reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menganalisa outer loading dan Cronbach's Alpha berdasarkan hasil bootstrapping dengan membandingkan nilai p-value dengan signifikansi 0,05. Hasilnya, pada variabel sikap, dari 8 item pertanyaan terdapat 4 item yang tidak valid; pada variabel *Islamic value* dari 10 item pertanyaan terdapat 4 item yang tidak valid; pada variabel intensi kewirausahaan dari 15 item pertanyaan terdapat 2 item yang tidak valid, dan untuk variabel pendidikan kewirausahaan semua item valid. Item valid dan reliable ditunjukkan dengan nilai p-value dari t-statistik $< 0,05$. Adapun semua item yang tidak valid dihilangkan pada pengujian selanjutnya.

b. Hasil analisis jalur

Hasil analisis jalur (Tabel 2) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Islamic value* ($\beta=+0,639$; $t=4,771$; $p\text{-value}<0,05$) dan sikap kewirausahaan ($\beta=+0,669$; $t=7,751$, $p\text{-value}=0,000$), namun

tidak ditemukan pengaruh signifikan terhadap intensi ($\beta=+0,382$; $t=1,543$; $p\text{-value}>0,05$).

Tabel 1. Hasil koefisien jalur

Hubungan	Sample Mean (coefficient of influence)	T- Statistics	P- Values	Hasil
<i>Islamic value</i> → Intensi kewirausahaan	-0,041	0,297	0,770	Tidak signifikan
Pendidikan kewirausahaan → Intensi kewirausahaan	0,382	1,543	0,142	Tidak signifikan
Pendidikan kewirausahaan → <i>Islamic value</i>	0,639	4,771	0,000	Signifikan
Pendidikan kewirausahaan → Sikap kewirausahaan	0,669	7,751	0,000	Signifikan
Sikap kewirausahaan → Intensi kewirausahaan	0,628	3,035	0,008	Signifikan

Sumber: Data Primer, Diolah 2022

Sikap kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kewirausahaan ($\beta=+0,628$; $t=3,035$; $p\text{-value}<0,05$), sedangkan *Islamic value* tidak ditemukan pengaruh signifikan terhadap intensi ($\beta=-0,041$; $t=0,297$; $p\text{-value}>0,05$).

Pendidikan kewirausahaan (Tabel 3) dapat menjelaskan variabel sikap sebesar 40,6% ($R^2=0,406$); menjelaskan variabel *Islamic value* sebesar 31,9% ($R^2=0,319$); dan menjelaskan variabel intensi kewirausahaan sebesar 51,2% ($R^2=0,512$). Adapun secara keseluruhan, variabel pendidikan kewirausahaan, sikap, dan *Islamic value* dapat menjelaskan sebesar 77,3% ($R^2=0,773$) terhadap intensi kewirausahaan, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Tabel 2. Hasil uji determinasi (R^2)

Model	Nilai R^2
Pendidikan kewirausahaan → sikap	0,406
Pendidikan kewirausahaan → <i>Islamic value</i>	0,319
Pendidikan kewirausahaan → Intensi kewirausahaan	0,512
Pendidikan kewirausahaan, sikap, & <i>Islamic value</i> → Intensi kewirausahaan	0,773

Sumber: Data Primer, Diolah 2022

c. Hasil analisis variabel mediasi

Dalam menilai pengaruh mediasi, penulis membandingkan pengaruh langsung (Tabel 2) dan tidak langsung (Tabel 4). Hasil uji pengaruh tidak langsung (Tabel 4) menunjukkan bahwa sikap kewirausahaan berdampak signifikan dan positif dalam memediasi secara parsial hubungan antara pendidikan kewirausahaan dengan intensi kewirausahaan ($\beta=+0,411$; $t=3,005$; $p\text{-value}<0,05$).

Tabel 3. Analisis variabel mediasi

Pengaruh tidak langsung	Sample Mean (coefficient of influence)	T- Statistics	P- Values	Hasil
Pendidikan kewirausahaan → <i>Islamic value</i> → Intensi kewirausahaan	-0,020	0,243	0,811	Tidak signifikan
Pendidikan kewirausahaan → Sikap kewirausahaan → Intensi kewirausahaan	0,411	3,005	0,008	Signifikan

Sumber: Data Primer, Diolah 2022

Menurut Wilson et al. (2021), mediasi parsial terjadi ketika pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel menunjukkan hasil yang signifikan. Hal tersebut diperkuat dengan hasil analisis pengaruh langsung (Tabel 2) yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan dan positif dari sikap kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan. Sedangkan variabel *Islamic value* (Tabel 4) tidak ditemukan secara signifikan memediasi pengaruh antara pendidikan kewirausahaan dan intensi ($\beta=-0,020$; $t=0,243$; $p\text{-value} >0,05$). Hasil tersebut juga konsisten dengan pengujian langsung (Tabel 2) yang menunjukkan bahwa meskipun pendidikan kewirausahaan ditemukan berpengaruh signifikan terhadap *Islamic value*, namun tidak berdampak signifikan terhadap intensi kewirausahaan.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak semua hipotesis yang diajukan didukung oleh penelitian ini. **Pertama**, dari hasil analisis pengaruh langsung terungkap bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan dan positif hanya terhadap sikap dan *Islamic value*. Hal ini mengindikasikan bahwa mata kuliah kewirausahaan pada penelitian ini mampu meningkatkan sikap kewirausahaan mahasiswa dengan beberapa indikator seperti ketertarikan yang besar terhadap bisnis, bangga jika mereka dapat menjalankan sebuah bisnis, dan

keyakinan bahwa bisnis dapat memberikan manfaat untuk mereka dan orang lain di sekitarnya. Selain itu, mata kuliah kewirausahaan juga mampu menumbuhkan nilai keislaman yang baik dengan indikator seperti meyakini bahwa rejeki dan kesuksesan bisnis tidak lepas dari campur tangan Allah, hanya ingin berbisnis secara halal, mampu mengambil hikmah dan pelajaran dari kegagalan, dan meyakini bahwa bersedekah akan menjadikan bisnis menjadi lebih barokah. Dari hasil uji determinasi diketahui bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh sebesar 40,6% terhadap sikap, sedangkan pengaruhnya terhadap *Islamic value* lebih kecil (31,9%). Mengindikasikan bahwa sikap kewirausahaan dan *Islamic value* tidak hanya dipengaruhi oleh pendidikan kewirausahaan di kelas, tetapi juga dapat dipengaruhi faktor lain baik dari kegiatan akademik pada mata kuliah lain maupun aktivitas non-akademik di luar kampus.

Kedua, hasil analisa pengaruh langsung tidak ditemukan pengaruh signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap intensi, namun hasil analisa pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa sikap kewirausahaan secara signifikan memediasi hubungan antara kedua variabel tersebut. Artinya bahwa hasrat wirausaha terbentuk pada seseorang yang bersikap positif terhadap kewirausahaan. Ini mengindikasikan pentingnya peran pendidikan kewirausahaan untuk menumbuhkan mindset yang positif terhadap kewirausahaan sehingga intensi siswa tumbuh seiring dengan perubahan sikapnya. Nilai koefisien positif pada pengujian langsung dan tidak langsung dapat dimaknai bahwa semakin besar intensitas dan kualitas pendidikan kewirausahaan maka akan semakin besar dampaknya terhadap sikap kewirausahaan, semakin positif sikap kewirausahaannya maka semakin besar intensi kewirausahaannya.

Ketiga, pendidikan kewirausahaan ditemukan berdampak signifikan terhadap *Islamic value*, tetapi tidak ditemukan dampak signifikan *Islamic value* terhadap intensi baik melalui pengujian langsung maupun tidak langsung. Namun demikian, penulis meyakini bahwa penerapan nilai-nilai Islami sangat penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Sebuah penelitian menemukan bahwa tingkat

ketakwaan berpengaruh terhadap efektivitas kepemimpinan bisnis, dimana kata Taqwa dan turunannya digambarkan dengan banyak sifat dan karakteristik seperti kejujuran, kesabaran, iman, pengampunan, dan kebaikan (Sulaiman et al., 2015). Penelitian lain menemukan bahwa *Islamic social responsibility* berpengaruh terhadap prestasi pekerja (Sulaiman et al., 2018). Religiusitas Islam di negara dengan mayoritas konsumen muslim juga ditemukan memiliki hubungan signifikan dengan ekuitas merek (Jaroenwanit et al., 2016), disamping bahwa informasi halal produk juga merupakan pertimbangan utama konsumen pada tahap pemilihan alternatif produk makanan minuman (Hanifawati et al., 2017). Bagi seorang pengusaha muslim, menyediakan produk halal bukan hanya karena untuk tujuan pemasaran tetapi juga sebagai tanggungjawab moral untuk menyediakan pangan halal dan thoyyib untuk konsumen. Artinya, sangat penting bagi entitas bisnis untuk menerapkan aspek moral, etika, menghormati hak-hak konsumen, serta memiliki tanggungjawab sosial dan lingkungan dalam setiap aktivitas bisnisnya; dimana peran pendidikan kewirausahaan adalah menumbuhkan kesadaran dan menanamkan perilaku akan nilai-nilai tersebut terhadap peserta didik.

Keempat, berdasarkan hasil uji determinasi terungkap bahwa pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan meningkat seiring dukungan variabel lain. Sebagai contoh, variabel pendidikan kewirausahaan, sikap, dan *Islamic value* yang diuji bersamaan menunjukkan dampak sebesar 77,3% terhadap intensi kewirausahaan, sedangkan dampak yang ditimbulkan dari pengujian variabel individu jauh lebih kecil berkisar antara 32% - 52%. Hal ini mengindikasikan bahwa menumbuhkan intensi kewirausahaan adalah pekerjaan yang kompleks karena dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal siswa, bahkan pendidikan kewirausahaan dengan serangkaian kegiatan praktek *project-based* dan magang saja mungkin belum cukup. Pendekatan pembelajaran perlu lebih variatif dengan melibatkan proses yang lebih kreatif dan relevan seperti praktek *project-based* berdasarkan studi kasus dari masalah nyata yang ada di perusahaan agribisnis, menghadirkan praktisi bukan hanya sebagai

dosen tamu yang memberikan ceramah atau seminar tetapi belajar penyelesaian masalah bisnis atas sebuah studi kasus dari perspektif ahli, riset masalah pelanggan, magang wirausaha, mengembangkan ide bisnis sampai merealisasikannya dalam skala mikro, dan *field study* ke perusahaan setidaknya pada setiap rangkaian kegiatan mata kuliah kewirausahaan yang semuanya dapat diintegrasikan dengan kegiatan MBKM. Seringkali, tantangan untuk merealisasikan konsep yang ideal adalah keterbatasan keterampilan dosen pengampu yang cenderung hanya menguasai aspek konseptual, keterbatasan anggaran institusi, dan ekosistem Perguruan Tinggi yang belum mendukung seperti sarana dan prasarana yang masih minim. Sebagai solusinya, *tim teaching* dengan kompetensi yang lebih beragam, menghadirkan praktisi untuk fokus pada studi kasus, program magang non-reguler yang terintegrasi dengan MBKM di perusahaan yang relevan, dan tentunya komitmen Perguruan Tinggi untuk alokasi sumberdaya finansial dan non-finansial sangat dibutuhkan untuk menciptakan ekosistem pendidikan kewirausahaan yang kondusif bagi mahasiswa.

Pada akhirnya, temuan penting yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah urgensi membangun sikap kewirausahaan untuk menumbuhkan intensi kewirausahaan dan urgensi menanamkan value etika, moral, dan tanggungjawab sosial dalam bisnis. Sikap dimulai dari keyakinan terhadap hal yang diyakini manfaat atau kebenarannya, kemudian tumbuh menjadi perasaan emosional dan pada akhirnya mendorong pada sebuah perilaku dan tindakan nyata. Sikap kewirausahaan yang positif dibentuk oleh pengetahuan yang benar tentang kewirausahaan, kemudian melahirkan pemahaman dan menumbuhkan keyakinan bahwa berwirausaha akan berdampak besar untuk diri sendiri dan orang lain di masa depan. Sedangkan *Islamic value* menjadi pedoman bagi setiap individu untuk menjalankan aktivitas bisnis yang bertanggungjawab.

Temuan tersebut memiliki implikasi penting khususnya bagi pengembangan kurikulum mata kuliah kewirausahaan di Perguruan Tinggi. **Pertama**, kurikulum pendidikan kewirausahaan sebaiknya tidak hanya fokus menyajikan bahan kajian

yang bermuatan bisnis dan manajemen tetapi juga menyajikan topik yang mampu menumbuhkan mindset kewirausahaan (*entrepreneurial growth mindset*), dimana konsep-konsep pengembangan diri yang dapat membangun pola pikir, sikap, karakter, dan perilaku seorang entrepreneur dapat disajikan secara sistematis dan terintegrasi dalam setiap rangkaian mata kuliah kewirausahaan atau bahkan jika perlu dibuat satu mata kuliah khusus tentang mindset kewirausahaan sebagai pra syarat untuk mengambil mata kuliah kewirausahaan pada level yang lebih tinggi. Adapun beberapa karakter penting selain *Islamic value*, yang dapat ditumbuhkan melalui pendidikan kewirausahaan antara lain kepemimpinan dan proaktif. Kepemimpinan proaktif disebut sebagai faktor kunci yang menentukan potensi transformasi pada sebuah organisasi (Kontić & Vidicki, 2018). Proaktif berkaitan dengan sikap pemimpin organisasi yang berwawasan ke depan dimana mereka aktif mencari berbagai peluang baru untuk mengembangkan produk dan layanan atau membangun inisiatif untuk mencari solusi baru melalui berbagai peluang bisnis di masa depan. Karakter tersebut membutuhkan kemampuan pengambilan risiko yang baik, sebab berinvestasi pada produk, layanan atau teknologi baru artinya perlu siap menghadapi ketidakpastian. Selain itu aspek-aspek lain seperti skill kerjasama tim, komunikasi efektif, disiplin dan tanggungjawab juga perlu ditanamkan dalam proses pembelajaran. **Kedua**, hasrat berwirausaha akan tumbuh dengan baik jika didukung oleh keterampilan yang memadai. Artinya, kurikulum pendidikan kewirausahaan bukan hanya menyajikan aspek teoritikal dan konseptual tetapi juga aspek praktikal, misalnya keterampilan mengembangkan ide bisnis maupun ide produk, testing dan validasi produk, riset pasar, analisa kelayakan investasi dan kelayakan bisnis, pencatatan dan pengelolaan keuangan, pengembangan dan teknologi pemasaran, bisnis *pitching*, membuat perencanaan bisnis dan praktek merealisasikannya dalam skala kecil, dan lain sebagainya.

KESIMPULAN

Dari studi ini dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap dan *Islamic value*, dimana secara tidak langsung sikap kewirausahaan signifikan mempengaruhi intensi. Temuan pentingnya, membangun sikap kewirausahaan yang positif merupakan langkah fundamental untuk menumbuhkan intensi kewirausahaan. Implikasinya, penting untuk mengintegrasikan kurikulum pendidikan kewirausahaan yang mampu menumbuhkan mindset kewirausahaan, selain juga memberikan keterampilan bisnis dan manajemen.

DAFTAR RUJUKAN

- Abun, D., Foronda, S. L. G. L., Agoot, F., Belandres, M. L. V, & Magallanez, T. (2018). Measuring Entrepreneurial Knowledge and Entrepreneurial Intention of ABM Grade XII, Senior High School Students of Divine Word Colleges in Region I, Philippines. *International Journal of Applied Research*, 4(4). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3807867>
- Al-Awlaqi, M. A., Aamer, A. M., & Habtoor, N. (2018). The effect of entrepreneurship training on entrepreneurial orientation: Evidence from a regression discontinuity design on micro-sized businesses. *International Journal of Management Education*, July. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2018.11.003>
- Barba-sánchez, V., & Atienza-sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53–61. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.04.001>
- Dana, L. P. (2009). Religion as an Explanatory Variable for Entrepreneurship: *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 10(2), 359–376. <https://doi.org/10.5367/000000009788161280>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Philosophy and Rhetoric* 10 (2), 130–132. https://philarchive.org/rec/FISBAI?how_to_cite=1
- Hanifawati, T., Suryantini, A., & Mulyo, J. H. (2017). Pengaruh Atribut Kemasan Makanan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian. *Agriekonomika*, 6(9), 73–86. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i1.1895>
- Islami, N. N. (2017). Pengaruh Sikap Kewirausahaan, Norma Subyektif, Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Berwirausaha Melalui Intensi Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(1), 5. <https://doi.org/10.26740/jepk.v3n1.p5-20>

- Isma, A., Sudarmiati, & Hermawan, A. (2020). The Effect of Entrepreneurial Self-Efficacy, Subjective Norm, and Locus of Control on Entrepreneurial Intention Through Entrepreneurial Attitude in Economic Faculty Students of Universitas Negeri Makassar. *International Journal of Business, Economics and Law*, 23(1), 262–272. <https://www.ijbel.com/wp-content/uploads/2020/12/IJBEL23-255.pdf>
- Jaroenwanit, P., Khamwon, A., & Hayeemad, M. (2016). The Drivers of Halal Brand Equity: Islamic Religiosity, Brand Tribalism, Brand Engagement in Self-Concept, and Brand Relationship. *ISERD International Conference, October*, 17–22. http://www.worldresearchlibrary.org/up_proc/pdf/482-147765363317-22.pdf
- Kim, M., & Park, M. J. (2019). Entrepreneurial education program motivations in shaping engineering students' entrepreneurial intention: The mediating effect of assimilation and accommodation. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(3), 328–350. <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2018-0082/FULL/XML>
- Kontić, L., & Vidicki, Đ. (2018). Strategy for digital organization: Testing a measurement tool for digital transformation. *Strategic Management*, 23(2), 29–35. <https://doi.org/10.5937/straman1801029k>
- Kusmintarti, A., Thoyib, A., Ashar, K., & Maskie, G. (2014). The Relationships among Entrepreneurial Characteristics, Entrepreneurial Attitude, and Entrepreneurial Intention. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(6), 25–32. <https://doi.org/10.9790/487x-16622532>
- Mahendra, A. M., Djatmika, E. T., & Hermawan, A. (2017). *The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention Mediated by Motivation and Attitude among Management Students, State University of Malang, Indonesia*. 10(9), 61–69. <https://doi.org/10.5539/ies.v10n9p61>
- Rehan, F., Block, J., & Fisch, C. (2019). Entrepreneurship in Islamic communities How do *Islamic values* and Islamic practices influence entrepreneurship intentions? *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(5), 557–583. <https://doi.org/10.1108/JEC-05-2019-0041>
- Sulaiman, M., Khalid, N., Mohammed Kamil, N., & Selladurai, S. (2018). The Impact of Spirituality and Social Responsibility on Organizational Citizenship Behaviour From the Islamic Perspective: Empirical Investigation of Malaysian Businesses. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*, 31(1), 59–80. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2015-3101-04>
- Sulaiman, M., Seedurai, S., Kamil, N. M., & Mohse, N. R. M. (2015). The Influence of Spirituality and Responsibility on Business Leadership Effectiveness: an Empirical Analysis. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 10(2), 310–334.
- Vaziri, S. A., Hosseini, S. E., & Jafari, A. (2014). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Skills of University Graduates (Case Study : Payame Noor University of Torbat - E- Heydariye). *International Conference on Arts, Economics and Management (ICAEM'14) March 22-23, 2014 Dubai*

- (UAE), 17–19. <http://icehm.org/upload/9718ED0314050.pdf>
- Wells, V. (2014). The influence of behavioural psychology on consumer psychology and marketing. *Journal of Marketing Management*. <http://eprints.whiterose.ac.uk/94148/>
- Welsh, D. H. B., Tullar, W. L., & Nemati, H. (2016). Journal of Innovation Entrepreneurship education : Process , method , or both ? *Suma de Negocios*, 1(3), 125–132. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.01.005>
- Wibowo, A., Umi Mintarti Widjaja, S., Hadi Utomo, S., Dwi Kusumojanto, D., Wardoyo, C., Wishnu Wardana, L., & Shandy Narmaditya, B. (2022). Does *Islamic values* matter for Indonesian students' entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial inspiration and attitude. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(2), 242–263. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2021-0090>
- Wijaya, T. (2007). Hubungan Adversity Intelligence Dengan Intensi Berwirausaha (Studi Empiris pada Siswa SMKN 7 Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 117–127. <http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/16784>
- Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. (2021). The role of perceived usefulness and perceived ease-of-use toward satisfaction and trust which influence computer consumers' loyalty in china. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(3), 262–294. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.32106>
- Yousaf, U., Ali, S. A., Ahmed, M., Usman, B., & Sameer, I. (2020). From entrepreneurial education to entrepreneurial intention: a sequential mediation of self-efficacy and entrepreneurial attitude. *International Journal of Innovation Science*, 13(3), 364–380. <https://doi.org/10.1108/IJIS-09-2020-0133>