



## Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Ekonomi Umm  
Assignment title: Bu Rizky  
Submission title: THE ROLE OF ISLAMIC MOTIVATION IN MEDIATING EFFECT O...  
File name: MOTIVATION\_IN\_MEDIATING\_EFFECT\_OF\_ENTREPRENEURSHI...  
File size: 234.63K  
Page count: 15  
Word count: 4,285  
Character count: 26,924  
Submission date: 26-Aug-2024 01:41PM (UTC+0700)  
Submission ID: 2438230629

Evaluasi: Jurnal manajemen Pendidikan Islam  
ISSN (P): 2580-3387, ISSN (E): 2615-2886  
DOI : <http://doi.org/10.32478/evaluasi.v6i2.1065>  
Article Type : Original Research Article



### THE ROLE OF ISLAMIC MOTIVATION IN MEDIATING EFFECT OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION TO ENTREPRENEURSHIP INTENTIONS DURING THE COVID 19 PANDEMIC

Rizki Febriani, Tri Wahyu Oktavendi  
Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

corresponding author: [rizkifebriani@ummalang.ac.id](mailto:rizkifebriani@ummalang.ac.id)

#### Submission Track:

Submission : 02-07-2022  
Accept Submission : 30-09-2022  
Available Online : 30-09-2022

Copyright © 2022 Author



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0


#### Abstract.

*This study aims to determine the relationship between entrepreneurship education on entrepreneurship intention, then between entrepreneurship education on Islamic motivation, the effect of Islamic motivation on entrepreneurship intention and the indirect effect between entrepreneurship education on entrepreneurship intention through Islamic motivation. The sample of this study were students from universities with Islamic values as many as 121 respondents spread across Indonesia. Sampling by purposive sampling method. The results of this study are first, there is an influence between entrepreneurship education on entrepreneurship intention, second, there is a relationship between entrepreneurship education and Islamic motivation, third, Islamic motivation has an effect on entrepreneurship intention and fourth, Islamic motivation is not able to mediate the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurship intention. The advice given especially to universities is to provide a forum for students to be able to start their business early on and increase the portion for entrepreneurial practice (not only theory) for students to further hone their skills in business.*

307

# Ekonomi Umm

## THE ROLE OF ISLAMIC MOTIVATION IN MEDIATING EFFECT OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION TO ENTREPRENEURSHI...

 Bu Rizky

 PLAGIASI DOSEN

 University of Muhammadiyah Malang

---

### Document Details

**Submission ID**

trn:oid::1:2990473290

**Submission Date**

Aug 26, 2024, 1:41 PM GMT+7

**Download Date**

Aug 26, 2024, 1:44 PM GMT+7

**File Name**

MOTIVATION\_IN\_MEDIATING\_EFFECT\_OF\_ENTREPRENEURSHIP\_EDUCATION.pdf

**File Size**

234.6 KB

15 Pages

4,285 Words

26,924 Characters

# 10% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

## Filtered from the Report




- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text

## Exclusions

- ▶ 21 Excluded Matches

---

## Top Sources

- 11%  Internet sources
- 0%  Publications
- 6%  Submitted works (Student Papers)

---

## Integrity Flags




### 0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

## Top Sources

- 11%  Internet sources
- 0%  Publications
- 6%  Submitted works (Student Papers)

---

## Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

<b>1</b>	<b>Student papers</b>	
	Universitas Brawijaya	<b>6%</b>
<b>2</b>	<b>Internet</b>	
	e-journal.staima-alhikam.ac.id	<b>4%</b>

## THE ROLE OF ISLAMIC MOTIVATION IN MEDIATING EFFECT OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION TO ENTREPRENEURSHIP INTENTIONS DURING THE COVID 19 PANDEMIC

Rizki Febriani, Tri Wahyu Oktavendi  
Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

corresponding author: rizkifebrianipdim@gmail.com

### Submission Track:

Submission : 02-07-2022

Accept Submission : 30-09-2022

Available Online : 30-09-2022

Copyright @ 2022 Author



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0

### Abstract.

*This study aims to determine the relationship between entrepreneurship education on entrepreneurship intention, then between entrepreneurship education on Islamic motivation, the effect of Islamic motivation on entrepreneurship intention and the indirect effect between entrepreneurship education on entrepreneurship intention through Islamic motivation. The sample of this study were students from universities with Islamic values as many as 121 respondents spread across Indonesia. Sampling by purposive sampling method. The results of this study are first, there is an influence between entrepreneurship education on entrepreneurship intention, second, there is a relationship between entrepreneurship education and Islamic motivation, third, Islamic motivation has an effect on entrepreneurship intention and fourth, Islamic motivation is not able to mediate the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurship intention. The advice given especially to universities is to provide a forum for students to be able to start their business early on and increase the portion for entrepreneurial practice (not only theory) for students to further hone their skills in business.*

### Abstrak.

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara entrepreneurship education terhadap entrepreneurship intention, lalu antara entrepreneurship education terhadap Islamic motivation, efek Islamic motivation terhadap entrepreneurship intention dan pengaruh tidak langsung antara entrepreneurship education terhadap entrepreneurship intention melalui Islamic motivation. Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa dari universitas dengan nilai-nilai Islam sebanyak 121 responden yang tersebar di Indonesia. Pengambilan sampel dengan metode purposive sampling. Hasil dari penelitian ini yang pertama, terdapat pengaruh antara entrepreneurship education terhadap entrepreneurship intention, kedua, terdapat hubungan antara entrepreneurship education terhadap Islamic motivation, ketiga, Islamic motivation berpengaruh terhadap entrepreneurship intention serta keempat, Islamic motivation tidak mampu memediasi hubungan antara entrepreneurship education terhadap entrepreneurship intention. Saran yang diberikan khususnya untuk universitas adalah dengan menyediakan wadah bagi mahasiswa untuk bisa memulai bisnis mereka sejak dini serta menambah porsi untuk praktek kewirausahaan (tidak hanya teori) bagi mahasiswa agar semakin mengasah skill mereka dalam berbisnis.*

**Keywords.** pendidikan kewirausahaan, motivasi islami, niat berwirausaha, covid-19.

### A. PENDAHULUAN.

Pandemi yang belum berhenti membawa dampak pada perekonomian global. Menurut IMF, sebagian besar sekitar 95 persen negara-negara di dunia diprediksi mengalami pertumbuhan ekonomi yang negatif. Selain itu, IMF mencatat pandemi virus corona juga telah menyebabkan kerugian perekonomian global sebesar 12 triliun dolar AS atau sekitar Rp168.000 triliun (wartaekonomi.co.id). Bahkan IMF, menetapkan tahun 2020 sebagai *The Great Lockdown* pada bulan April 2020. Dimana ekonomi dunia di tahun ini diprediksi lebih buruk dari *The Great Depression* pada tahun 1929 dan *Global Financial Crisis* tahun 2008.

Pertumbuhan ekonomi dunia masing-masing diprediksi -4,9%; -5,2 % dan -6% hingga -7,6% oleh IMF, Bank Dunia dan OECD (*The Organization for Economic Co-operation and Development*). Selain itu, pandemi ini juga berpengaruh terhadap tingkat pengangguran secara global. OECD mencatat total 7,42% pengangguran per Agustus 2020, sedangkan berdasar data Trading Economics, rata-rata tingkat pengangguran dunia di kuartal IV 2020 diprediksi mencapai 9,9 %.

Di Indonesia sendiri, menurut Menteri Ketenagakerjaan, Ida Fauziyah, berdasarkan data BPS menyatakan terdapat 29, 12 juta penduduk usia kerja yang terdampak pandemi covid-19. Dengan rincian 2, 56 juta orang pengangguran karena

covid-19; bukan angkatan kerja karena covid 19 sebesar 0,76 juta orang; sementara tidak bekerja karena covid-19 sebesar 1,77 orang; dan yang bekerja dengan mengalami pengurangan jam kerja sebanyak 24, 03 orang ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)). Lebih lanjut, Menaker menjelaskan pandemi yang terjadi selama ini menyebabkan kenaikan jumlah penganggur menjadi 9,7 juta orang dengan tingkat pengangguran terbuka (TPT) mencapai 7,07 persen. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah Indonesia serta seluruh warganya, agar bisa mengatasi tingkat pengangguran yang tinggi.

Indonesia merupakan negara berkembang dengan jumlah penduduk terbesar di dunia. Secara global posisinya di bawah China sebagai negara dengan banyak penduduk. Indonesia juga dikenal sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Total populasi ini didominasi oleh pemuda atau 24 % sekitar 63 juta mayoritas adalah pemuda santri, Indonesia punya keuntungan banyaknya generasi pemuda yang ada atau disebut dengan bonus demografi. Pemuda adalah generasi penerus bangsa, dimana tanggung jawab tongkat kepemimpinan akan menjadi milik mereka. Termasuk di dalamnya dalam mengatasi pengangguran. (Çera & Çera, 2020) memberikan fakta bahwa kewirausahaan mengurangi tingkat pengangguran dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, ada kekhawatiran terus-menerus di antara akademisi dan pembuat kebijakan tentang bagaimana strategi terbaik untuk menumbuhkan kewirausahaan.

Pemuda dalam Islam memiliki arti yang sangat penting. Tidak lah pergerakan dan perjuangan Islam dalam menegakkan agama Nya di bumi ini melainkan ada pemuda yang turut andil di dalamnya. Sebut saja Khalifah Ali bin Abi Thalib yang memeluk Islam pada usia muda. Beliau dikenal sebagai ahli strategi perang, beliau juga dikenal sebagai sahabat intelektual muda yang jenius dan pakar semua keilmuan, termasuk dalam bidang ilmu tafsir dan ilmu hikmah. Ada juga sahabat Usamah bin Zaid. Beliau merupakan panglima perang termuda dalam sejarah Islam. Beliau mengikuti perang pertama kali untuk menegakkan agama Allah di usia 15 tahun pada perang Mu'tah. Tidak hanya menjadi panglima perang termuda yang mampu memimpin kalangan seniornya seperti Abu Bakar, Ali bin Abi Thalib, Umar bin Khattab, dan sahabat lainnya, Usamah bin Zaid juga menjadi pemuda kesayangan Rasulullah.

Tingkat pengangguran yang begitu tinggi di Indonesia, jika tidak segera diatasi maka akan menjadikan kemiskinan semakin tumbuh subur. Kesejahteraan masyarakat tidak dapat dijamin, karena mereka hidup susah dibawah tekanan pengangguran. Mereka tidak bisa menghasilkan uang untuk membiayai kehidupan sehari-hari. Salah satu cara untuk mengatasi hal ini, adalah dengan jalan mengubah jalan berpikir para pemuda agar tidak selalu mengukur kesuksesan dari menjadi seorang karyawan tetapi mereka juga harus menumbuhkan jiwa wirausaha di dalam diri mereka. Berwirausaha adalah suatu jalan agar kita dapat meningkatkan kesempatan lapangan pekerjaan bagi orang lain dan tentunya akan berdampak pada pengurangan angka pengangguran (Dilanchiev, 2014). Selain itu, dengan berwirausaha, diharapkan dapat membentuk mental pemuda untuk lebih mandiri, tidak bergantung pada orang lain. Tentunya hal

ini juga akan berdampak jangka panjang untuk meningkatkan tingkat kemandirian bangsa kita terhadap negara lain.

Menurut data terbaru tahun 2020, jumlah wirausahawan di Indonesia masih sedikit yaitu di bawah 4%. Hal ini tidak sebanding dengan banyaknya jumlah populasi di Indonesia. Hal ini juga bisa mengindikasikan rendahnya intensi berwirausaha para generasi muda. Oleh karena itu, dalam penelitian ini mencoba untuk mencari variabel-variabel yang bisa meningkatkan intensi berwirausaha terutama pada pemuda.

Negara Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Bahkan penduduknya pun mayoritas berada di usia produktif termasuk generasi milenial di dalamnya. Hal ini merupakan kekuatan untuk mendorong industri wirausaha ke kancah global. Generasi muda atau milenial ini mempunyai peran penting dalam menggerakkan ekonomi ke depan. Apalagi dengan perkembangan dunia digital sekarang. Generasi potensial ini selayaknya didorong sebagai pelaku usaha bukan hanya sebagai konsumen.

Islam sebagai agama yang sempurna memberikan petunjuk kepada manusia tentang bidang usaha yang halal, cara berusaha dan bagaimana manusia harus mengatur hubungan kerja dengan sesama mereka supaya memberikan manfaat yang baik bagi kepentingan bersama dan dapat menciptakan kesejahteraan serta kemakmuran hidup bagi segenap manusia. Islam tidak hanya menyuruh manusia bekerja bagi kepentingan dirinya sendiri secara halal, tetapi juga memerintahkan manusia menjalin hubungan kerja dengan orang lain bagi kepentingan dan keuntungan kehidupan manusia di bumi ini. Rasulullah saw adalah seorang pedagang dan beliau memuji serta mendoakan para pedagang yang jujur dalam berniaga. Dalam hadist: "Pedagang yang jujur dan terpercaya akan dibangkitkan bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan para syuhada" (HR. Tirmidzi). Hal ini membuktikan bahwa pekerjaan berdagang adalah profesi yang mulia dalam Islam.

Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, seharusnya bisa mencontoh dan meneladani apa yang dilakukan Rasulullah saw tersebut. Beliau berusaha dengan tangannya yang mulia, beliau bekerja dan mandiri tanpa memintaminta. Selain itu, dengan jumlah penduduk muslim yang besar pada pribadi masing-masing di Indonesia berpotensi untuk dikembangkan nilai-nilai islami di dalamnya.

Nabi Muhammad Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam adalah suri tauladan, seorang pengusaha yang sukses. Ketika mencapai usia dewasa beliau memilih pekerjaan sebagai pedagang/wirausaha. Pada saat belum memiliki modal, beliau menjadi manajer perdagangan para investor (shohibul mal) berdasarkan bagi hasil. Seorang investor besar Makkah, Khadijah, mengangkatnya sebagai manajer ke pusat perdagangan Habshah di Yaman. Kecakapannya sebagai wirausaha telah mendatangkan keuntungan besar baginya dan investornya. Tidak satu pun jenis bisnis yang beliau tangani mendapat kerugian. Beliau juga empat kali memimpin ekspedisi perdagangan untuk Khadijah ke Syiria, Jorash, dan Bahrain di sebelah timur Semenanjung Arab. Dalam literatur sejarah disebutkan bahwa di sekitar masa mudanya, Nabi Saw banyak dilukiskan sebagai Al-Amin atau Ash-Shiddiq dan bahkan pernah mengikuti pamannya berdagang ke Syiria pada usia anak-anak, 12 tahun.



Masyarakat Islam adalah komunitas yang menjadi fokus penelitian ini. Sistem nilai komunitas Islam didasarkan pada dua dimensi yaitu yang pertama nilai tentang hubungan manusia dengan Allah dan yang kedua, nilai yang berkaitan dengan komunitas koherensi (sesama manusia) (Rehan et al., 2019). Kedua dimensi tersebut dapat mempengaruhi dan membentuk sikap anggota masyarakat menuju kewirausahaan (Dana, 2011). Lebih lanjut dinyatakan bahwa, agama sebetulnya tidak secara langsung mempengaruhi aktivitas kewirausahaan (Dana, 2011). Sebaliknya, pengaruhnya tidak langsung, yaitu melalui peningkatan motivasi dalam berwirausaha karena nilai-nilai wirausaha adalah nilai yang diajarkan dalam praktik berniaga oleh Rasulullah Shallaallahu 'Alaihi Wa Sallam. Secara khusus, agama memiliki pengaruh pada niat berwirausaha (Abdullahi & Suleiman, 2015).

(Çera & Çera, 2020) dalam penelitiannya menegaskan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua kelompok yang diteliti tentang niat berwirausaha mereka setelah menempuh matakuliah kewirausahaan hingga selesai. Hasil menunjukkan bahwa niat berwirausaha dipengaruhi oleh program pendidikan kewirausahaan. Hasil penelitian (Jena, 2020) menunjukkan pengaruh positif yang signifikan dari variabel pendidikan kewirausahaan terhadap niat kewirausahaan.

Terdapat konsensus di antara peneliti mengenai keterkaitan antara pendidikan kewirausahaan dan niat untuk memulai bisnis (Durán-Sánchez et al., 2019). Peran perguruan tinggi dinilai sangat penting dalam memicu proses pembelajaran dan mentransfer pengetahuan kepada individu, yang pada gilirannya bisa mempromosikan kegiatan kewirausahaan (Audretsch, 2017). Di Indonesia, hampir seluruh Perguruan Tinggi baik Universitas Umum ataupun Universitas Islam telah menjadikan mata kuliah kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib bagi mahasiswa baik secara teori ataupun praktek. Hanya saja keefektifannya dalam meningkatkan motivasi dan intensi berwirausaha yang perlu diuji agar bisa dievaluasi ke depannya.

Beberapa penelitian menunjukkan siswa yang menghadiri kursus di mana kewirausahaan merupakan bagian dari kurikulum menunjukkan angka kecenderungan dan motivasi yang lebih besar untuk terlibat dalam penciptaan bisnis baru (Mei et al., 2020) (Lee et al., 2005) dan (Souitaris et al., 2007) lebih lanjut dinyatakan bahwa pendidikan memiliki implikasi yang lebih luas meningkatkan motivasi untuk teori kewirausahaan dan juga untuk praktik kewirausahaan.

Dari beberapa hasil penelitian di atas, Peneliti banyak menemukan konsep-konsep konvensional yang dipraktekkan, misal motivasi, tetapi masih sangat langka menemukan penelitian empirik dengan konsep nilai Islami juga motivasi Islami pada komunitas Islam. Padahal hal ini sangat penting untuk memudahkan seorang muslim untuk mempraktekkan nilai-nilai islami dalam keseharian mereka, terutama bagi para pemuda untuk meningkatkan intensi berwirausaha mereka. Oleh karena itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan tentang hal tersebut.

## **B. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah eksplanatory, dimana dalam penelitian ini menguji model *Entrepreneurship Intention, Islamic Motivation* dan *Entrepreneurship Education*.

Variabel (konstruk) pada penelitian ini adalah *Entrepreneurship Intention, Entrepreneurship Education* dan *Islamic Motivation* yang terdiri dari beberapa indikator pengukuran. Indikator pengukuran ini disajikan dalam bentuk pertanyaan dan pernyataan sebagai berikut: kesiapan untuk menjadi wirausaha, keinginan untuk menjadi wirausaha, kerja keras, menentukan membentuk usaha, keseriusan dan niat yang kuat.

**Tabel 1. Indikator Penelitian**

Variabel	Indikator	Sumber
<i>Entrepreneur Intention</i>		
EI1	Jika saya memiliki kesempatan pada masa pandemi Covid-19, saya akan menjadi pengusaha	(Linan, Fransisco ; Chen, 2009)
EI2	Saya siap menjadi seorang pengusaha	(Linan, Fransisco ; Chen, 2009)
EI3	Saya akan bekerja keras agar sukses menjadi pengusaha	(Linan, Fransisco ; Chen, 2009)
EI4	Covid-19 adalah peluang yang bisa menjadikan saya pengusaha	(Linan, Fransisco ; Chen, 2009)
EI5	Saya serius dalam membuat usaha pada masa ini	(Linan, Fransisco ; Chen, 2009)
EI6	Saya mempunyai niat yang kuat untuk menjadi pengusaha pada era Covid-19	(Linan, Fransisco ; Chen, 2009)
<i>Entrepreneur Education</i>		
IE1	Universitas saya mengajarkan tentang entrepreneurship	(Purwana, 2018)
IE2	Saya berfikir bahwa <i>entrepreneur education</i> mendorong saya untuk menjadi seorang <i>entrepreneur</i>	(Purwana, 2018)
IE3	Universitas saya mengajarkan untuk	(Purwana, 2018)

	memulai suatu bisnis	
IE4	Entrepreneur dapat berkembang dengan adanya edukasi	(Purwana, 2018)
IE5	Edukasi di Universitas mendorong saya untuk berfikir kreatif dan mendapatkan ide untuk memulai bisnis	(Purwana, 2018)
IE6	Universitas saya mengembangkan kemampuan entrepreneur saya	(Purwana, 2018)
IE7	Universitas saya mengembangkan Skill entrepreneur saya	(Purwana, 2018)
IE8	Di Universitas, saya belajar hal penting tentang entrepreneur	(Purwana, 2018)
<i>Islamic Motivation</i>		
IM1	Tujuan saya untuk menjadi entrepreneur adalah untuk mendapat berkah dari Allah.	(Anggadwita et al., 2017)
IM2	Saya ingin menjadi entrepreneur sebagai bentuk penghambaan kepada Allah.	(Anggadwita et al., 2017)
IM3	Saya ingin menjadi entrepreneur untuk mencapai ambisi pribadi.	(Anggadwita et al., 2017)
IM4	Saya menjadi entrepreneur agar bisa memperoleh keuntungan.	(Anggadwita et al., 2017)

Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh mahasiswa pada Universitas berbasis Islam. Jumlah sample yang diambil dalam penelitian ini didasarkan pada Hair, Black, Babin & Anderson (2010) yaitu jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Terdapat 18 item pertanyaan sehingga bisa dihitung yang berarti minimal jumlah sampel adalah 90 sampel.

Teknik pengambilan sample adalah *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Responden yang masih berstatus mahasiswa.
- b. Respoonden yang telah menempuh mata kuliah Kewirausahaan
- c. Responden yang telah menempuh mata kuliah berbasis Keislaman

d. Responden yang mengisi kuisisioner secara lengkap  
 Jenis data yang digunakan pada penelitian ini ialah data primer. Data primer yang digunakan pada penelitian ini yaitu hasil kuesioner. Teknik pengambilan data pada penelitian ini dengan menggunakan teknik kuesioner, yaitu dengan bantuan *googleform*.

**C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

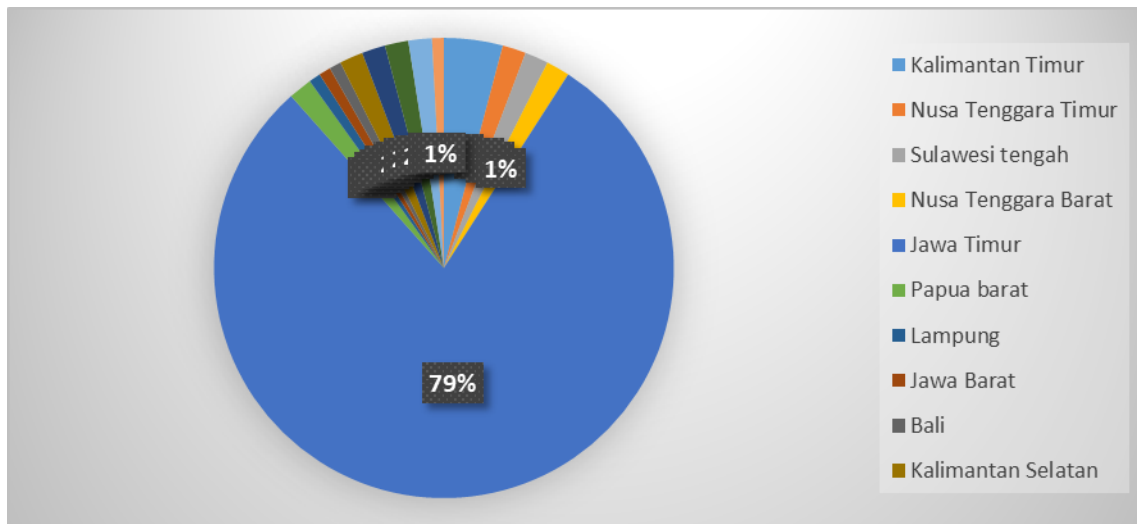
**Deskripsi Responden**

**Tabel 2. Deksripsi Responden Berdasarkan Gender**

Perempuan	100
Laki-Laki	21
Total	121

Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 121 responden yang telah memenuhi syarat. Berdasarkan *Gender* yang ditampilkan pada tabel 1 sebanyak 100 Responden Perempuan, dan 21 Laki-Laki. Responden yang dipilih adalah mahasiswa yang telah menempuh studi mata kuliah kewirausahaan dan mata kuliah dengan nilai-nilai Islami (seperti: Bisnis Islam, Ekonomi Islam/Syariah, Manajemen Islami, Akuntansi Syariah, Fiqh Muamalah dll.). Hal ini sejalan dengan variabel tentang Islamic Entrepreneur Education. Masa pengumpulan data dilakukan selama Pandemi Covid-19 melanda di Indonesia.

**Gambar 1. Provinsi Asal Responden**



Dilihat dari Gambar 1, sebaran provinsi asal responden yang tertinggi berasal dari Jawa Timur yaitu sebesar 96 responden, lalu urutan kedua 5 responden berasal

dari Kalimantan Timur, provinsi dengan 2 responden yaitu Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Tengah, Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Selatan, Kalimantan Utara, Kalimantan Tenggara, Maluku, Papua lalu disusul provinsi dengan responden berjumlah 1 orang masing-masing yaitu Lampung, Jawa Barat, Bali dan Jawa Tengah.

### Outer Model: Reliabilitas dan Validitas

Evaluasi yang pertama pada penelitian ini adalah Outer Model. Evaluasi ini digunakan untuk menentukan tingkat Reliabilitas dan Validitas. Reliabilitas pada penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah tepat, konsisten dan akurat dalam mengukur tiap konstruk. Relianilitas itu sendiri ditentukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* (CA) dan *Composite Reliability* (CR). Konstruk-konstruk dalam penelitian ini dapat dinyatakan *reliable* apabila nilai CR maupun CA berada di atas 0,70. Tabel 3 menunjukkan bahwa semua nilai CA dan CR masing-masing variabel dalam penelitian ini telah mencapai nilai di atas 0.70. Oleh karena itu, seluruh item yang digunakan dalam penelitian ini telah *reliable*.

**Tabel 3. CA, CR, dan AVE**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Islamic Entrepreneur Education	0,925	0,930	0,939	0,660
Entrepreneur Intention	0,904	0,932	0,926	0,677
Islamic Motivation	0,760	0,760	0,893	0,806

Selain reliabilitas, validitas model pengukuran tentu perlu dilakukan. Terdapat dua cara yaitu dengan menggunakan *Convergent Validity* (CV) dan *Discriminat Validity* (DV). Untuk menentukan hasil CV, peneliti menggunakan nilai dari *Cross Loading*. Untuk mengukur *cross loading* yaitu dengan membandingkan korelasi antara indikator dengan konstraknya dan konstruk dari blok lainnya. Jika korelasi yang terjadi antara indikator dengan konstraknya adalah lebih tinggi dari korelasi anantara konstruk dengan blok lainnya. Hasil *Cross Loading* dapat dilihat dari Tabel 4, sedangkan hasil dari DV yaitu terdapat di Tabel 3 dengan melihat nilai AVE. Nilai AVE harus di atas 0.5 untuk dapat dikatakan valid. Dari kedua hasil CV dan DV maka dapat disimpulkan bahwa model pengukuran pada penelitian ini dinyatakan *Valid*.

**Tabel 4. Cross Loading**

	Entrepreneur Education	Entrepreneur Intention	Islamic Motivation
(EI1)	0,314	0,858	0,340
(EI2)	0,255	0,756	0,214
(EI3)	0,252	0,753	0,187
(EI4)	0,241	0,769	0,176
(EI5)	0,381	0,912	0,361
(EI6)	0,328	0,875	0,344
(IE1)	0,782	0,176	0,455
(IE2)	0,810	0,258	0,524
(IE3)	0,854	0,240	0,473
(IE4)	0,657	0,243	0,384
(IE5)	0,851	0,384	0,478
(IE6)	0,807	0,329	0,515
(IE7)	0,838	0,330	0,481
(IE8)	0,880	0,386	0,446
(IM1)	0,531	0,284	0,897
(IM2)	0,510	0,334	0,899

### Inner Model

Inner Model pada penelitian ini digunakan untuk melihat hubungan antar variabel dan kekuatan dari hubungan tersebut. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai P-Value, apabila nilai di bawah 0.05 maka Hipotesis diterima, sebaliknya apabila di atas 0.05 maka Hipotesis ditolak. Hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5 menunjukkan bahwa *Entrepreneur Education* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneur Intention* dengan nilai P-Values 0.016, sedangkan *Islamic Entrepreneur Education* berpengaruh positif terhadap *Islamic Motivation*. Hipotesis selanjutnya juga diterima dengan nilai P-Value 0.048 artinya *Islamic Motivation* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneur Intention*.

**Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis Langsung**

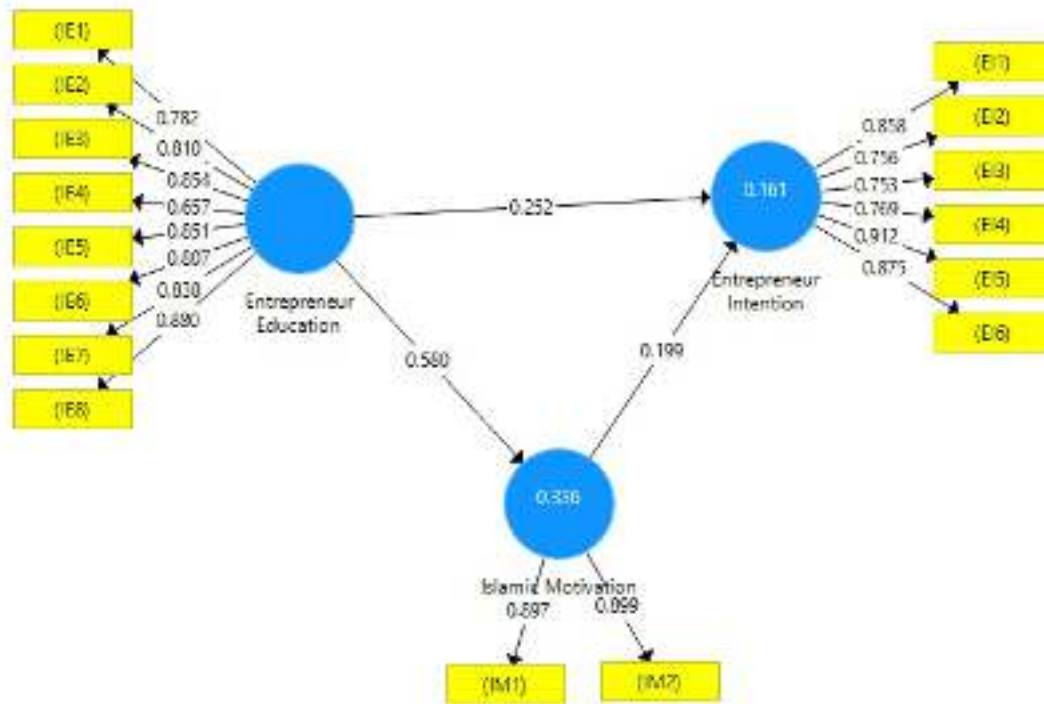
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Decision
Islamic Entrepreneur Education -> Entrepreneur Intention	0,252	0,273	0,104	2,429	0,016	Accepted
Islamic Entrepreneur Education -> Islamic Motivation	0,580	0,581	0,077	7,483	0,000	Accepted
Islamic Motivation -> Entrepreneur Intention	0,199	0,204	0,100	1,984	0,048	Accepted

Untuk kekuatan dari hubungan masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 6. Kekuatan dari hubungan tersebut dengan melihat nilai *R2 Adjusted*. Nilai *R2 Adjusted* untuk *Entrepreneur Intention* adalah sebesar 0.146 yang artinya nilai *R2 Adjusted* <0.25 Lemah. Di sisi lain, untuk *Islamic Motivation* adalah sebesar 0.331 yang artinya nilai *R2 Adjusted* >0,25 dan <0,50 Moderate.

**Tabel 6. R-Squared**

	R Square	R Square Adjusted
Entrepreneur Intention	0,161	0,146
Islamic Motivation	0,336	0,331

**Gambar 2. Hasil Output Smart PLS**



**Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis Tidak Langsung**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Entrepreneur Education -> Islamic Motivation -> Entrepreneur Intention	0.115	0.118	0.060	1.914	0.056

**D. KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa semakin baik pelaksanaan entrepreneurship education pada universitas dapat meningkatkan entrepreneurship intention mahasiswa (Rani et al., 2019; Sahinidis et al., 2019). Selanjutnya semakin baik pelaksanaan entrepreneurship education ini juga bisa



2 meningkatkan Islamic motivation dari mahasiswa (Mahendra et al., 2017), serta semakin tinggi Islamic motivation maka hal ini dapat meningkatkan entrepreneurship intention (Alam et al., 2019; Solesvik, 2013). Sedangkan hasil pengaruh tidak langsung, Islamic motivation tidak bisa memediasi pengaruh antara entrepreneurship education dengan entrepreneurship intention, hal ini tidak sesuai dengan penelitian (Malebana, 2014; Ratih Indriyani, 2017).

Saran dari hasil penelitian ini bagi universitas, bahwa sudah tepat menjadikan mata kuliah kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib yang diampu oleh mahasiswa, karena hal ini bisa meningkatkan keinginan mereka untuk berwirausaha, lalu universitas mengemas mata kuliah ini dengan lebih menarik, bisa dengan memberikan porsi lebih bagi mahasiswa untuk praktek secara langsung, dan melanjutkan mata kuliah ini dalam bentuk inkubator bisnis bagi mahasiswa-mahasiswa yang memang memiliki passion dan kemampuan di bidang usaha serta meningkatkan motivasi secara islami yaitu penekanan niatan dan tujuan akhir dalam berwirausaha adalah karena Allah semata dengan mengharap pertolongan-Nya agar sukses dunia akhirat.

## REFERENSI

- Abdullahi, A. I., & Suleiman, M. S. (2015). Impact of Religion on Entrepreneurial Intention of University Students in Kano State , Nigeria. *International Conference on Empowering Islamic Civilization in the 21st Century, September*, 363–375.
- Alam, M. Z., Kousar, S., & Rehman, C. A. (2019). Role of entrepreneurial motivation on entrepreneurial intentions and behaviour: theory of planned behaviour extension on engineering students in Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1–20. <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0175-1>
- Anggadwita, G., Ramadani, V., Alamanda, D. T., Ratten, V., & Hashani, M. (2017). Entrepreneurial intentions from an Islamic perspective: A study of Muslim entrepreneurs in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(2), 165–179. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2017.084086>
- Audretsch, D. B. (2017). Entrepreneurship and universities. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(1), 4. <https://doi.org/10.1504/ijesb.2017.10004584>
- Çera, G., & Çera, E. (2020). Intention to start a business and entrepreneurship education programme: a pre- and post-programme research design. *Journal of Enterprising Communities*, 14(4), 603–619. <https://doi.org/10.1108/JEC-05-2020-0095>
- Dana, L. P. (2011). Religion as an explanatory variable for entrepreneurship. *World Encyclopedia of Entrepreneurship*, 10(2), 359–376. <https://doi.org/10.5367/000000009788161280>
- Dilanchiev, A. (2014). Relationship between Entrepreneurship and Unemployment :

The Case of Georgia. *Journal of Social Sciences*, 3(2), 5–9.  
<http://oaji.net/articles/2016/2903-1455537612.pdf>

Durán-Sánchez, A., Del Río-Rama, M. de la C., Álvarez-García, J., & García-Vélez, D. F. (2019). Mapping of scientific coverage on education for Entrepreneurship in Higher Education. *Journal of Enterprising Communities*, 13(1–2), 84–104.  
<https://doi.org/10.1108/JEC-10-2018-0072>

Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107(January), 106275.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>

Lee, S. M., Chang, D., & Lim, S. (2005). Impact of Entrepreneurship Education: A Comparative Study of the U.S. and Korea. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(1), 27–43. <https://doi.org/10.1007/s11365-005-6674-2>

Linan, Fransisco ; Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 33(No.3), 593-617.  
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>

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. *International Education Studies*, 10(9), 61.  
<https://doi.org/10.5539/ies.v10n9p61>

Malebana, M. J. (2014). Entrepreneurial Intentions and Entrepreneurial Motivation of South African Rural University Students. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(9), 709–726. <https://doi.org/10.22610/jeb.v6i9.531>

Mei, H., Lee, C. H., & Xiang, Y. (2020). Entrepreneurship education and students' entrepreneurial intention in higher education. *Education Sciences*, 10(9), 1–18.  
<https://doi.org/10.3390/educsci10090257>

Purwana, D. (2018). Determinant Factors of Students' Entrepreneurial Intention: a Comparative Study. *Dinamika Pendidikan*, 13(1), 1–13.  
<https://doi.org/10.15294/dp.v13i1.12971>

Rani, N. S. A., Krishnan, K. S., Saidun, Z., & Ahmad, H. (2019). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention of Universiti Kuala Lumpur – teknoputra alumni. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(1), 147–155. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7118>

Ratih Indriyani. (2017). Pengaruh Entrepreneurship Education Terhadap Entrepreneurial Intention Melalui Entrepreneurial Motivation Sebagai Mediasi

Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Surabaya. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 10(2012), 26–46.

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*, 13(5), 557–583. <https://doi.org/10.1108/JEC-05-2019-0041>

Sahinidis, A. G., Polychronopoulos, G., & Kallivokas, D. (2019). *Entrepreneurship Education Impact on Entrepreneurial Intention Among Tourism Students: A Longitudinal Study*. 1245–1250. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-12453-3\\_142](https://doi.org/10.1007/978-3-030-12453-3_142)

Solesvik, M. Z. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions: Investigating the role of education major. *Education and Training*, 55(3), 253–271. <https://doi.org/10.1108/00400911311309314>

Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>