

**PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP WIRAUSAHA MUSLIM
MUDA
(STUDI KASUS PONDOK PESANTREN DI YOGYAKARTA)**

Febrian Wahyu Wibowo, Rusny Istiqomah Sujono

Universitas Alma Ata Yogyakarta

Corresponding E-mail: febrianwahyu@almaata.ac.id

Article History:

Received: 3 June 2021, Revised: 21 September 2021, Accepted: 14 October 2021

Abstract

The success of a business depends on how the business owner runs his business operations. Of course, every businessman has different ways and methods of running his business. The difference of a businessman in carrying out his business operations is influenced by many factors, one of which is the religious factor. The factors of religiosity, religion and something that someone believes in will affect how that person's attitude. Between one business and another, of course it will never be the same, inequalities exist in various aspects such as customer service, product manufacture, after-sales service and various aspects of a business. The differences that exist are of course influenced by the way the business owner runs his business according to the attitude the businessman has. In this study focuses on religiosity towards an entrepreneur, which of course the entrepreneur's attitude will affect the business he is running. Based on the test conducted, the researcher found that the religiosity factor was very influential on the attitude of an entrepreneur.

Keyword: *Business, Entrepreneur, Religion*

JEL Classification: *M3, M31, M13*

Abstrak

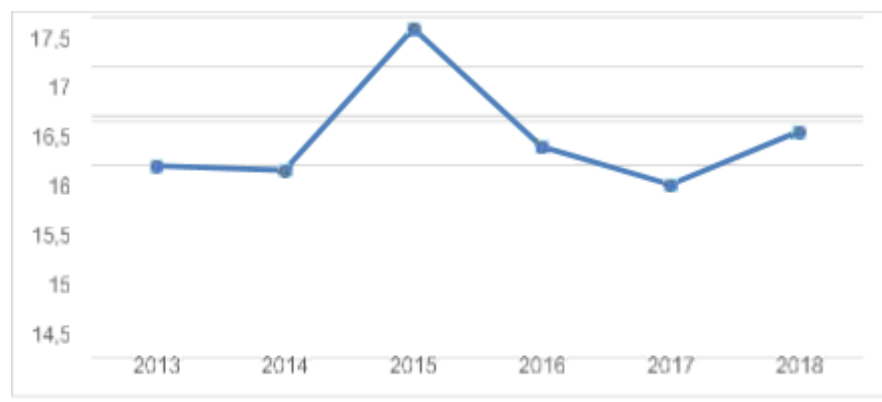
Kesuksesan sebuah bisnis sangat bergantung dengan bagaimana cara pemilik bisnis menjalankan operasional bisnisnya. Tentunya setiap pebisnis memiliki cara dan metode yang berbeda beda dalam menjalankan bisnisnya. Perbedaan seorang pebisnis dalam menjalankan operasioal bisnisnya di pengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah faktor religiusitas. Faktor religiusitas, agama dan sesuatu yang di percayai oleh seseorang akan mempengaruhi bagaimana sikap orang tersebut. Antara bisnis yang satu dengan bisnis yang lain tentu tidak akan pernah sama, ketidaksamaan terdapat dalam berbagai aspek seperti pelayana terhadap konsumen, pembuatan produk, pelayanan purna jual dan berbagai macam aspek dalam sebuah bisnis. Perbedaan perbedaan yang ada tentunya dipengaruhi oleh cara pemilik bisnis menjalankan bisnisnya sesuai sikap yang dimiliki pebisnis tersebut. Dalam penelitian ini berfokus pada pengarus religiusitas terhadap seorang pengusaha yang tentunya sikap pengusaha akan berpengaruh pada bisnis yang dijalannya. Berdasarkan Uji yang dilakukan peneliti mendapati bahwa faktor religiusitas sangat berpengaruh pada sikap seorang wirausaha.

Kata Kunci: Bisnis, Pengusaha, Agama

Klasifikasi JEL: M3, M31, M13

1. LATAR BELAKANG

Peminatan suatu pekerjaan kini makin bergeser, pada masa lalu seseorang berlomba lomba untuk mendapatkan pekerjaan, mencari lowongan kerja dan berusaha untuk bisa menjadi karyawan atau staf pada suatu perusahaan. Indonesia menghadapi permasalahan di antaranya adalah adanya pengangguran muda. Menurut data dari World Bank yang bersumber dari *International Labor Organization* (ILO) pada tahun 2013- 2018 di Indonesia mengalami perubahan yang bersifat fluktuatif. Hal ini menjadi masalah serius yang perlu dihadapi oleh Indonesia.



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Pengangguran Muda (juta jiwa)

Sumber: World Bank 2019

Oleh karena itu masyarakat di Indonesia khususnya sudah mulai bergeser yang awalnya dengan pola mencari pekerjaan kini sebagian orang lebih memilih untuk berbisnis atau berwirausaha sendiri. Banyak keuntungan dan kekurangan di antara pilihan untuk menjadi karyawan atau menjadi pebisnis dan memiliki usaha sendiri. Salah satu keuntungan yang dapat diperoleh dengan menjadi wirausaha adalah fleksibilitas waktu dan besaran pendapatan yang dapat disesuaikan dengan keinginan pribadi, berdasarkan hal tersebut banyak orang mulai memilih jalan hidupnya untuk menjadi pebisnis atau berwirausaha pada usia muda. Selain itu wirausaha juga memiliki peran penting dalam perekonomian sebagai penunjang pembangunan ekonomi (Dhaliwal, 2016; Ogbo, 2012; Acs dan Virgili, 2009; Al Qital, Sunarya, & Devi, 2021).

Menurut *Global Entrepreneurship Monitor* (2011), peran kewirausahaan mampu

menciptakan kesejahteraan baik di dunia maupun diakhirat, hal ini sejalan dengan tujuan dari ekonomi Islam yaitu mencapai falah atau kesejahteraan ekonomi atau Maqashid Sha'riah. Yang dimana hal ini didukung dengan jumlah masyarakat Indonesia yang beragama Muslim.

Adanya lingkungan pesantren sebagai manifestasi bukti dominannya masyarakat muslim di Indonesia membuat adanya pengalaman atau pendidikan kewirausahaan di pondok pesantren dapat meningkatkan pembangunan perekonomian di Indonesia. Tokoh Islam lainpun jga mendukung hal tersebut, seperti Ibnu Khaldun yang menekankan pentingnya seseorang untuk berusaha agar dapat memenuhi kebutuhannya, maka itulah yang disebut rezeki dan bila masih ada kelebihan dapat menjadi modal untuk memperoleh penghidupan (Salam, 2011).

Berdasarkan teorinya kewirausahaan adalah konsep yang sangat kompleks, dan dapat dijelaskan dengan berbagai perspektif yang berbeda. Banyak peneliti menjelaskan tentang kewirausahaan dengan berbagai perspektif antara lain kewirausahaan dilihat dari sikap kewirausahaan (Fitzsimmons & Douglas, 2005; Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt, 1991), proses (Lumpkin & Dess, 1996) dan perilaku (Covin & Slevin, 1991; Zahra, 1993). Berbagai perspektif tersebut telah di sepakati banyak pihak dan telah menjadi tolok ukur perusahaan dalam hal evaluasi kinerja suatu perusahaan. Robinson (1991) mengatakan kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan posisi persaingan dan menempatkan perusahaan dalam pasar atau industri dimana mereka menjalankan kegiatan bisnis. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada usia muda merupakan alternatif jalan keluar untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri (Suharti dan Sirine, 2012).

Teori lain yang memfokuskan kewirausahaan dari sudut pandang perilaku mengatakan bahwa berwirausaha ditunjukkan oleh kemampuan untuk mendeteksi peluang dan kemampuan untuk memotivasi dalam mencapai suatu peluang yang ada (Botsaris & Vamvaka, 2012; Duygulu & Kurgun, 2009). Selain itu dalam sudut pandang ini kewirausahaan akan mendorong seseorang untuk menunjukkan, mengevaluasi dan memanfaatkan kesempatan (Shane & Yenkataraman, 2000). Adanya pendidikan

wirausaha selama ini telah dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan hasrat, jiwa dan perilaku berwirausaha di kalangan generasi muda (Kourilsky dan Walstad, 1998).

Pada saat ini, pendekatan suatu bisnis atau kewirausahaan tidak hanya difokuskan pada apa yang terlihat mata dan yang bersifat fisik namun juga hal lain diluar itu. Salah satu faktor yang saat ini menjadi salah satu pertimbangan pebisnis adalah faktor religiusitas. Faktor religiusitas berpengaruh pada semua aspek yang ada dalam suatu bisnis baik itu penciptaan suatu bisnis, inovasi dalam bisnis tersebut, pengembangan bisnis, sikap kewirausahaan dan masih banyak hal lain yang dipengaruhi oleh faktor religiusitas (Antoncic & Hisrich, 2003; Halis, Ozsabuncuoglu, & Ozsagir, 2007; Shane & Venkataraman, 2000; Ali, et al, 2020). Religiusitas telah menjadi hal penting dalam suatu manajemen perusahaan dan dunia kewirausahaan. Pendapat lain mengatakan bahwa keberhasilan kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja sangat dipengaruhi oleh tingkat religiusitas wirausaha, dan religiusitas akan memiliki dampak pada sikap dan perilaku perubahan dari wirausaha (Carswell & Rolland, 2007). Selain itu, religiusitas sebagai input dari budaya akan berperan dalam pengembangan kewirausahaan (Morrison, 2000).

Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti berpendapat bahwa faktor religiusitas merupakan hal penting dalam berwirausaha, segala hal yang dilakukan oleh seorang pebisnis akan berlandaskan pada nilai-nilai religiusitasnya baik itu dalam pembuatan suatu bisnis, memasarkan produk yang dimilikinya, mengolah dan menghasilkan suatu produk bahkan hingga bagaimana pebisnis tersebut mengelola keuangan usahanya. Dengan demikian ketika bisnis yang dijalankan dengan berlandaskan religiusitas akan lebih baik dan memiliki kinerja yang unggul dalam menjalankan bisnisnya (Lannaccone, 1998; Naughton & Cornwall, 2009). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui religiusitas wirausaha muslim muda di Pondok Pesantren Yogyakarta, serta mengetahui pengaruh religiusitas terhadap wirausaha muslim muda di Pondok Pesantren Yogyakarta.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Religiusitas

a. Definisi Religiusitas

Secara bahasa ada tiga istilah yang masing-masing kata tersebut memiliki perbedaan arti yakni religi, religiusitas dan religius. Slim (Rasmanah, 2003) mendefinisikan istilah tersebut dari bahasa Inggris. Religi berasal dari kata *religion* sebagai bentuk dari kata benda yang berarti agama atau kepercayaan akan adanya sesuatu kekuatan kodrati di atas manusia. Religiusitas berasal dari kata *religiosity* yang berarti keshalihan, pengabdian yang besar pada agama. Religiusitas berasal dari *religious* yang berkenaan dengan religi atau sifat religi yang melekat pada diri seseorang.

Religiusitas berasal dari bahasa latin "*relegare*" yang berarti mengikat secara erat atau ikatan kebersamaan (Mansen, dalam Kaye & Raghavan, 2000). Religiusitas adalah sebuah ekspresi Spiritual seseorang yang berkaitan dengan sistem keyakinan, nilai, hukum yang berlaku dan ritual (Kaye & Raghavan, 2000). Religiusitas merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu di dalam hati, getaran hati nurani pribadi dan sikap personal. Religiusitas yaitu sikap keberagamaan yang berarti adanya unsur internalisasi agama ke dalam diri seseorang (Holdcroff, 2006). Berdasarkan beberapa pengertian diatas peneliti mengambil kesimpulan bahwa religiusitas merupakan ekspresi spiritual seseorang berupa unsur internalisasi agama ke dalam diri seseorang yang telah dihayati oleh seseorang di dalam hati, getaran hati nurani pribadi dan sikap personal.

b. Dimensi Religiusitas

Menurut Holdcroff (2006) bahwa ada lima aspek atau dimensi religiusitas yaitu:

1. Dimensi Ideologi atau keyakinan, yaitu dimensi dari keberagamaan yang berkaitan dengan apa yang harus dipercayai, misalnya kepercayaan adanya Tuhan, malaikat, surga, dsb. Kepercayaan atau doktrin agama adalah dimensi yang paling mendasar.
2. Dimensi Peribadatan, yaitu dimensi keberagamaan yang berkaitan dengan sejumlah perilaku, dimana perilaku tersebut sudah ditetapkan oleh agama, seperti tata cara ibadah, pembaptisan, pengakuan dosa, berpuasa, shalat atau menjalankan ritual-ritual khusus pada hari-hari suci.

3. Dimensi Penghayatan, yaitu dimensi yang berkaitan dengan perasaan keagamaan yang dialami oleh penganut agama atau seberapa jauh seseorang dapat menghayati pengalaman dalam ritual agama yang dilakukannya, misalnya kekhusyukan ketika melakukan sholat.
4. Dimensi Pengetahuan, yaitu berkaitan dengan pemahaman dan pengetahuan seseorang terhadap ajaran-ajaran agama yang dianutnya.
5. Dimensi Pengamalan, yaitu berkaitan dengan akibat dari ajaran- ajaran agama yang dianutnya yang diaplikasikan melalui sikap dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari.

c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Thouless (1935) mengemukakan empat faktor religiusitas yang di masukkan dalam kelompok utama, yaitu:

1. Pengaruh-pengaruh sosial

Faktor sosial mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keberagamaan, yaitu: pendidikan orang tua, tradisi-tradisi sosial dan tekanan-tekanan lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan.

2. Berbagai pengalaman

Pengalaman pribadi atau kelompok pemeluk agama pengalaman konflik moral dan seperangkat pengalaman batin emosional yang terikat secara langsung dengan Tuhan atau dengan sejumlah wujud lain pada sikap keberagamaan juga dapat membantu dalam perkembangan sikap keberagamaan.

3. Kebutuhan

Kebutuhan-kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi secara sempurna, sehingga mengakibatkan terasa adanya kebutuhan akan kepuasan agama. Kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat dikelompokkan dalam empat bagian : kebutuhan akan keselamatan; kebutuhan akan cinta ; kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena adanya kematian

4. Proses Pemikiran

Faktor terakhir adalah peranan yang dimainkan oleh penalaran verbal dalam

perkembangan sikap keberagamaan. Manusia adalah makhluk berpikir. Salah satu akibat dari pemikirannya adalah bahwa ia membantu dirinya menentukan keyakinan-keyakinan iman yang harus diterimanya dan mana yang ditolak.

d. Pengukuran Religiusitas

Religiusitas atau keberagamaan pada diri seseorang adalah bersifat individual, subyektif, dan kompleks. Tingkat religiusitas seseorang selalu berhubungan dengan aspek lahiriyah dan batiniyah, sehingga sulit diketahuikan diukur. Namun Mirsaleh, Rezai, Kivi dan Ghorbani dalam penelitiannya mampu mengukur tingkat religiusitas dengan menggunakan *Islamic Religiosity Scale* sebagai alat ukur dengan indikator sebagai berikut, (1) Kedalaman hubungan dengan Allah; (2) Hubungan antar manusia berdasarkan syaria Islam; (3) Melaksanakan dan mengadopsi perilaku keberagamaan; (4) Keyakinan adanya akhirat.

Selanjutnya Youssef et al (2011) juga telah mengeksplorasi sebuah konsep pengukuran yang didasarkan pada perspektif perilaku yang dinamakan dengan *Islamic Behavior Religiosity Scale (IBRS)*. Skala yang disuguhkan dalam penelitian tersebut merupakan hasil modifikasi dari *Islamic Religiosity Scale* yang dikemukakan oleh Ji & Ibrahim (2017) skala telah dimodifikasi dengan mengikutsertakan semua devisi Islam yang meliputi: keyakinan, ibadah, undang- undang, moralitas, serta pengukuran perilaku. IBRS digunakan oleh para marketer untuk mengakses tingkat religiusitas konsumen yang dapat dihubungkan dengan perilaku konsumen dan menjadikan prediktor minat beli. Faktor yang digunakan dalam *Islamic Behavioral Religiosity Scale (IBRS)* yaitu, faktor pertama doktrin Islam (*Islamic Doctrinal*), faktor kedua religiusitas intrinsik (*intrinsic religiosity*) dan faktor ketiga religiusitas ekstrinsik (*extrinsic religiosity*).

2.2 Kewirausahawan Muslim Muda

a. Pengertian Kewirausahawan

Kewirausahawan merupakan proses seseorang dalam mengolah pikiran guna menciptakan terobosan atau pemikiran yang baru dengan tujuan kemakmuran. Seorang pengusaha ialah yang menggabungkan sumber daya, bahan baku, tenaga kerja dan aset-aset lainnya untuk memperoleh nilai yang lebih besar dari sebelumnya, juga seseorang yang mengenalkan perubahan, inovasi dan tantangan baru (Rosmiati, Junias dan Munawar, 2015). Kewirausahaan

dapat diartikan sebuah proses dinamis untuk menambahkan kekayaan oleh individu yang menanggung risiko utama dalam aspek modal waktu, dan komitmen sebagai karier untuk menyediakan nilai bagi beberapa produk dan jasa (Hisrich, 2001 dalam Rosmiati, Junias dan Munawar, 2015). Kewirausahaan adalah ilmu yang membahas tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup (Zimmerer, 1998). Kewirausahaan merupakan ilmu, seni, watak, perilaku, sifat dan ciri seseorang yang memiliki kemampuan untuk mewujudkan gagasan inovatif secara kreatif dalam dunia nyata. Kewirausahaan juga merupakan kemampuan inovatif dan kreatif yang dijadikan sebagai dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang sukses (Bahri, 2018).

Definisi kewirausahaan menekankan 4 aspek dasar untuk menjadi seorang pengusaha, yaitu:

1. Melibatkan proses penciptaan dan menciptakan nilai baru.
2. Menuntut sejumlah waktu dan upaya yang dibutuhkan. Melibatkan seseorang menjadi pengusaha, penghargaan yang paling penting adalah kebebasan, kemudian kepuasan pribadi.
3. Pengusaha akan merespon dan membuat perubahan melalui tindakan. Tindakan kewirausahaan menyatu pada perilaku sebagai bentuk tanggapan atas keputusan yang didasarkan pada pertimbangan ketidak pastian mengenai peluang untuk mendapatkan keuntungan.

b. Wirausahawan Muslim Muda

Wirausahawan muslim muda ialah pemuda dengan tekad yang kuat dan dapat mengolah pemikiran dan tenaga dalam menciptakan suatu inovasi dan kreatifitas baru dalam berbagai bentuk yang dilandasi dengan nilai-nilai islam. Salah satu tokoh muslim yang mengajarkan dan menerapkan mengenai usahawan muslim muda ialah Nabi Muhammad SAW. Jiwa bisnis Nabi Muhammad SAW bermula ketika ia berusia 4 tahun dan masih diasuh oleh Halimah Assa'diyah. Bersama dengan anak- anak Halimah Assa'diyah, Nabi Muhammad yang kala itu masih berumur 4 tahun ikut mengembala domba-domba milik penduduk Makkah. dan ketika ia menginjak umur 12 tahun, ia mulai sering diajak pamannya Abu Thalib untuk ikut berbisnis dan juga sering diajak mengunjungi festival perdagangan yang diadakan di 3 pasar terkenal pada waktu itu, yaitu; Ukaz, Mina dan Dzul Majaz. Jiwa berbisnisnya berlanjut sampai ia berumur 25

tahun, ia mendapatkan modal dari Khadijah dengan mendagangkan usahanya ke Negri Syam dengan sistim bagi hasil. Dari kisah Bisnis Nabi Muhammad SAW, mengajarkan bahwa dengan semangat muda yang masih membara yang dilandasi dengan prinsip-prinsip syariah dan agamis, maka dapat menghasilkan suatu inovasi baru yang berguna bagi diri sendiri, masyarakat dan agama.

c. Hubungan Antara Religiusitas dan Kewirausahawan

Agama dan aktivitas usaha memiliki hubungan yang saling tergantung (carswell dan Rolland, 2007). Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai hubungan antara religiusitas dan Kewirausahawan Menunjukan bahwa agama mempengaruhi aktivitas kewirausahawan, mempengaruhi keputusan untuk menjadi pengusaha, manajemen perusahaan, dan jaringan antar pengusaha (Balog, Baker dan Walker, 2014, dalam Fauzan, 2014). Keberhasilan suatu kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja sangat dipengaruhi oleh tingkat religiusitas suatu wirausaha, dan religiusitas akan memiliki dampak pada perilaku dan sikap perbedaan dari wirausaha tersebut (Carswell dan Rolland, 2007).

Saat ini fenomena kewirausahawan tidak hanya dihubungkan dan dijelaskan melalui pendekatan psikologi dan sosial yang menekankan pada inovasi, pengembangan bisnis, dan penciptaan bisnis baru. Tapi penelitian-penelitian yang dilakukan sudah mengarah pada perspektif bahwa pembuatan dan pengembangan kewirausahawan dapat diarahkan melalui pendekatan agama (Hisrich dan Antoncic, 2003, dalam Fauzan, 2014). Secara umum, religiusitas digambarkan seperangkat nilai- nilai, etika, norma, kepercayaan, dan perilaku yang harus dimiliki seseorang dalam melakukan kegiatan usahanya (Fauzan, 2014).

Dalam Islam diajarkan bahwa dalam meraih kesuksesan didunia dan diakhirat kelak, umat muslim didorong untuk selalu bekerja keras dalam hal apapun, misalnya bekerja, belajar, dll. Tetapi bukan karena bekerja keras, hanya mengandalkan kemampuan diri sendiri, umat muslim juga dianjurkan untuk saling membantu antara satu sama lain guna menyambung tali silaturahmi. Dalam Islam, harus ada interaksi antara iman dan amal. Jadi, disamping memanfaatkan kemampuan diri sendiri dan orang lain dalam hal bekerja keras, harus ditekankan bahwa kemampuan diri sendiri dan pertolongan orang

lain akan sia-sia apabila tidak melibatkan pertolongan Allah SWT. Dengan Ridho Allah SWT, seluruh usaha dan kerja keras akan membawakan hasil akhir yang manis. Salah satu contoh bekerja keras ialah berwirausaha. Kewirausahaan adalah semangat, perilaku, sikap, dan kemampuan seseorang dalam menangani kegiatan dan usaha yang mengarah pada upaya mencari, menerapkan kerja, menciptakan teknologi dan produk baru yang dilakukan berdasarkan Ridho-nya, karena semuanya akan dikembalikan kepada-Nya, kewirausahaan juga merupakan bagian dari ekonomi Islam dan bisnis, kewirausahaan mengejar peluang sumber daya yang dikendalikan. Nabi Muhammad SAW dan para sahabatnya adalah contoh teladan dalam berwirausaha (Fauzan, 2014). Islam tidak sama sekali berlawanan dengan kewirausahaan, akan tetapi Islam mengajak semua umat muslim untuk menjadi pengusaha dalam kehidupan masing-masing dengan diberikan aturan yang harus diikuti oleh semua umat muslim yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadist. Al-Qur'an dan Hadist inilah yang menjadi sumber nilai, perilaku, sikap dan etika seorang muslim dalam berwirausaha (Faizal, Ridhwan, dan Kalsom, 2013, dalam Fauzan, 2014).

Al-Qur'an sebagai panduan hidup manusia, memberikan pedoman syariah bagi para usahawan untuk bekerja dan cara memandang tuhan. Orang yang bekerja berhak mendapat surga, penghargaan Islam terhadap kemauan bekerja seseorang tidak hanya dalam kerangka jangka pendek saja, namun barang siapa yang bekerja dengan baik dan benar, surga telah dijanjikan bagi mereka (Soemitra, 2015 dalam Bahri, 2018).

2.3 Hipotesis Penelitian

- H1. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecenderungan seseorang menjadi wirausaha muda
- H2. Religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kecenderungan seseorang menjadi wirausaha muda

3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian dan Data

Desain penelitian ini termasuk dalam penelitian kausal yaitu tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih.

Sedangkan pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini diorientasikan untuk mengungkapkan bagaimana pengaruh religiusitas terhadap wirausahawan muslim muda. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah wirausaha yang berada di Yogyakarta. Metode pengambilan *sample* pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sample*. *Purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2005). Peneliti menentukan kriteria-kriteria tertentu untuk memilih anggota sampel yang sekiranya dapat memberikan prospek yang baik bagi pengolahan data yang akurat. Adapun kriteria-kriteria yang dijadikan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut: (a) Responden beragama islam; (b) Responden berusia 15-24 Tahun (BPS.go.id); (c) Responden memiliki pekerjaan dan penghasilan; (d) Responden berstatus wirausaha; (e) Responden berdomisili di Yogyakarta; (f) Responden berada di lingkungan pondok pesantren.

Sedangkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden wirausaha muda yang terdapat di Yogyakarta. Lokasi penelitian ini berada di ponpes kota Yogyakarta. Waktu untuk melaksanakan penelitian ini pada tanggal 22 Januari hingga 2 Agustus 2020. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan menggunakan metode angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos dan Internet (Sugiyono, 2005).

3.2 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh diuraikan serta dianalisis untuk memperoleh gambaran yang jelas dari hasil jawaban responden melalui kuesioner. Data mentah yang didapatkan oleh penyusun di lapangan kemudian diolah dengan

menggunakan rumus-rumus statistik yang sudah ada. Analisis data yang diperlukan untuk menemukan jawaban atas rumusan masalah penelitian ini adalah analisis kausalitas. Alat analisis yang digunakan adalah analisis *Weighted Least Square* (WLS).

Adapun tahapan-tahapannya terdiri dari uji deskriptif, uji WLS dan uji Hipotesis.

1. Analisis Deskriptif

Menurut Nasution (2006) analisa deskriptif adalah analisa yang berupa uraian yang bersifat keterangan untuk membantu menguraikan hasil analisis karakteristik dengan menggunakan teknik persentase.

2. Analisis Regresi WLS (*Weighted Least Square*)

Metode WLS adalah mengestimasi suatu garis regresi dengan jalan meminimalkan jumlah dari kuadrat kesalahan setiap observasi terhadap garis tersebut dengan cara membagi persamaan regresi *Ordinary Least Square* (OLS) biasa (Winarno, 2009). Metode OLS biasanya digunakan dalam regresi linear untuk persamaan garis atau kurva yang tepat untuk sekumpulan data.

Pada regresi OLS (*Ordinary Least Squares*) diasumsikan bahwa nilai duga parameter regresi akan tetap (konstan), artinya parameter regresi bernilai sama untuk setiap titik di dalam wilayah penelitian (parameter global). Maka informasi yang tidak dapat ditangani oleh metode regresi OLS akan diselesaikan melalui WLS (*Weighted Least Squares*). Hal tersebut terjadi karena regresi OLS menjadi kurang mampu dalam menjelaskan fenomena data yang sebenarnya. Oleh karena itu, regresi OLS dikembangkan menjadi WLS (*Weighted Least Squares*). Kelebihan dari metode WLS ketimbang OLS adalah Metode WLS bisa mengatur pentingnya setiap observasi dalam menentukan solusi akhir. Mengingat metode kuadrat terkecil terdiri dari beberapa macam, maka metode kuadrat terkecil yang paling sederhana adalah *Ordinary Least Squares* (OLS) dan metode kuadrat terkecil yang lebih bagus adalah metode *Weighted Least Squares* (WLS). Metode WLS dalam penelitian ini diturunkan menjadi model ekonometrik sebagaimana berikut ini:

$$Y = C + bX \quad (1)$$

Keterangan:

Y: Kewirausahaan

X: Religiusitas

C: Konstanta

bX: Koefisien Regresi X

a. Uji Hipotesis

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui seberapa koefisien regresi (b) sebagai penaksir nilai X, atau dapat diartikan sebagai penguji secara individual tentang pengaruh variabel bebas (Independen) terhadap variabel dependen. Pengujian terhadap koefisien regresi dalam model persamaan 1 adalah pengujian t-test. Untuk mengetahui tingkat signifikan dari masing-masing koefisien regresi, dengan rumus:

$$t = \frac{b-B}{S_b}$$

Keterangan:

b: Koefisien regresi

B: Rata-rata sampel

S_b : Standar error dan koefisien

b. Uji Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan kekuatan hubungan fungsional antara variabel dependen dengan variabel independen. Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 s/d -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel acak. Jika korelasi positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan searah. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan tinggi pula. Sebaliknya, jika korelasi negatif, maka kedua variabel mempunyai hubungan terbalik. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan menjadi rendah dan sebaliknya (Wahyono, 2009).

Koefisien determinasi (R^2) digunakan sebagai alat analisis untuk menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 yang semakin mendekati 1 menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Sebaliknya, semakin mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin lemah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif Responden

Penyusun akan menguraikan mengenai data yang menjadi responden dalam penelitian ini. Berikut analisis deskriptif responden wirausahawan muda yang ada di Yogyakarta yang meliputi: (a) Jenis kelamin; (b) Usia; (c) Pendidikan terakhir; dan (d) Jenis Usaha. Berdasarkan data yang diperoleh dari proses tabulasi frekuensi, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	93	60,4
	Perempuan	61	39,6
Usia	18 s/d 20 tahun	52	33,8
	21 s/d 24 tahun	102	66,2
Pendidikan	SMA	38	24,7
	S1	112	72,7
	S2	4	2,6
Jenis Usaha	Aksesoris	25	16,2
	Fashion	13	8,4
	Jasa	25	16,2
	Kuliner	91	59,1

Berdasarkan Tabel 1 diatas diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 93 orang (60,4%). Sedangkan sisanya yang berjumlah 61 orang (39,6%) adalah berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan kategori usia, responden penelitian ini memiliki usia antara 21 s/d 24 tahun yaitu sebanyak 102 orang (66,2%), sedangkan sisanya berumur di antara 18 s/d 20 tahun yaitu sebanyak 52 orang (33,8%). Berdasarkan kategori Pendidikan diketahui bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar pendidikan terakhir adalah S1 yaitu berjumlah 112 orang (72,7%). Kemudian responden SMA berjumlah 38 orang (24,7%), sedangkan sisanya yaitu lulusan S2 berjumlah 4 orang (2,6%). Berdasarkan kategori jenis usaha diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki usaha kuliner adalah yaitu sebanyak 91 orang (59,1%). Sedangkan yang memiliki usaha aksesoris dan Jasa masing- masing berjumlah 25 orang (33,4%), dan yang memiliki jenis usaha fashion

berjumlah 13 orang (8,4%).

4.2 Analisis Deskriptif Variabel

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh juga data mengenai tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun data selengkapnya adalah sebagai berikut. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh data mengenai tanggapan responden terhadap variabel religiusitas dengan kriteria:

Skor minimum: 28

Skor maksimum: 22

Nilai SD (σ): 1,37262

Mean teoritis (μ): 26,5390

Dengan klasifikasi:

Tinggi : $x \geq \text{Mean} + 1 (\text{SD})$
 $x \geq 26,5390 + 1(1,37262)$ atau $x \geq 27,91162$
 Sedang : $\text{Mean} - 1 (\text{SD}) \leq x$
 $< \text{Mean} + 1 (\text{SD})$ $26,5390 -$
 $1(1,37262) \leq x < 26,5390 +$
 $1(1,37262)$
 atau $25,16638 \leq x < 27,91162$
 Rendah : $x \leq \text{Mean} - 1 (\text{SD})$
 $x \leq 26,5390 - 1(1,37262)$ atau $x \leq 25,16638$

Tabel 2. Tanggapan Responden

Tanggapan Variabel Religiusitas	Jumlah	Persentase (%)	Tanggapan Variabel Sikap Wirausaha	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	48	31,17	Sangat Baik	0	0,0
Sedang	76	49,35	Baik	116	75,32
Rendah	30	19,48	Kurang Baik	38	24,68
Jumlah	154	100,0	Jumlah	154	100,0

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel Religiusitas yang termasuk dalam kategori tinggi sebanyak 48 orang (31,17%)

selanjutnya untuk tanggapan responden sedang sebanyak 76 orang (49,35%) dan untuk tanggapan rendah sebanyak 30 orang (19,48%). Berdasarkan kondisi tersebut, hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variable Religiusitas termasuk dalam kategori sedang. Tabel 2 juga menjelaskan bahwa tanggapan responden terhadap variabel sikap wirausaha yang termasuk dalam kategori baik sebanyak 116 orang (75,32%) dan tanggapan responden kurang bahagia yaitu sebanyak 38 orang (24,68%), sedangkan tanggapan responden dalam kategori sangat baik adalah tidak ada 0%. Berdasarkan kondisi tersebut, hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap sikap wirausaha termasuk dalam kategori baik.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis *Weight Least Squares*

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Weight Least Squares* (WLS). Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Religiusitas terhadap Sikap Wirausaha Muda di Ponpes Yogyakarta. Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan bantuan komputer pada program SPSS 23.0 diperoleh hasil yang tercantum dalam tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis *Weight Least Squares*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18,890	4,788		3,945	,000
totalx	,386	,180	,171	2,141	,034

Sumber: Output SPSS 23.0

Berdasarkan hasil perhitungan analisis *Weight Least Squares* maka secara matematis dapat ditulis ke dalam persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 18,890 + 0,386X \text{ ..(2)}$$

Pada persamaan 2 ditunjukkan pengaruh variabel Religiusitas (X) terhadap variabel Sikap Wirausaha (Y). Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (b_0) = 18,890

Artinya apabila variabel Religiusitas tidak ada atau sama dengan nol maka sikap

wirausaha memiliki nilai positif sebesar 18,890.

2. Koefisien regresi $b_1 = 0,386$

Artinya apabila variabel Religiusitas naik 1 point, maka sikap wirausaha akan naik menjadi sebesar 18,890 dengan asumsi variabel lain tidak ada atau sama dengan nol.

4.2 Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai t hitung sebesar 3,945 dengan *sig. t* sebesar 0,000 ($p < 0,05$) sehingga keputusannya menolak H_0 dan menerima H_a , yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan variabel religiusitas terhadap Sikap Wirausaha. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap sikap wirausaha didukung. Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil perhitungan analisis *Weight Least Squares* diperoleh nilai F hitung sebesar 4,585 dengan tingkat signifikansi 0,034. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap sikap wirausaha. Koefisien korelasi sederhana (r) digunakan sebagai alat analisis untuk menunjukkan hubungan signifikan dari variabel Religiusitas terhadap variabel sikap wirausaha. Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Analisis Korelasi *Bivariate Person*

		Religiusitas	Sikap Wirausaha
Religiusitas	Pearson Correlation	1	,171*
	Sig (2-tailed)		,034
	N	154	154
Sikap Wirausaha	Pearson Correlation	,171*	1
	Sig (2-tailed)	0,34	
	N	154	154

Sumber: SPSS 23 (2020)

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh dari hasil pengujian yaitu nilai variabel Religiusitas (X) terhadap Sikap Wirausaha (Y) sebesar 0,171, yang berarti hubungan antara religiusitas (X) terhadap sikap wirausaha (Y) kategori sangat rendah. Nilai r diperoleh positif berarti hubungan antara variabel adalah positif sedang, yang artinya, apabila variabel religiusitas meningkat maka sikap wirausaha juga akan meningkat. Koefisien

determinasi digunakan sebagai alat analisis untuk menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independen yaitu religiusitas. Dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,029 yang berarti bahwa religiusitas memberikan kontribusi pada sikap wirausaha sebesar 2,9% sedangkan sisanya sebesar 97,1 % dipengaruhi oleh varian di luar model. Religiusitas merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu di dalam hati, getaran hati nurani pribadi, dan sikap personal (Mangunjiwa, 1986).

Pengalaman religius ataupun kepercayaan yang dimiliki seseorang membuat seseorang memiliki perasaan bermakna dalam kehidupannya (Pollner, dalam Eddington & Shuman, 2005). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel sikap wirausaha. Faktor religiusitas berpengaruh pada semua aspek yang ada dalam suatu bisnis baik itu penciptaan suatu bisnis, inovasi dalam bisnis tersebut, pengembangan bisnis, sikap kewirausahaan dan masih banyak hal lain yang dipengaruhi oleh faktor religiusitas. (Antoncic & Hisrich, 2003; Halis, Ozsabuncuoglu, & Ozsagir, 2007; Shane & Venkataraman, 2000).

Religiusitas telah menjadi hal penting dalam suatu manajemen perusahaan dan dunia kewirausahaan. (Zulkifli & Rosli, 2013). Pendapat lain mengatakan bahwa keberhasilan kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja sangat dipengaruhi oleh tingkat religiusitas wirausaha, dan religiusitas akan memiliki dampak pada sikap dan perilaku perubahan dari wirausaha (Carswell & Rolland, 2007). Selain itu, religiusitas sebagai input dari budaya akan berperan dalam pengembangan kewirausahaan (Morrison, 2000). Dari berbagai penelitian terdahulu dan teori yang ada, maka semakin jelas bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap sikap wirausaha.

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh religiusitas terhadap sikap wirausaha, dapat diambil kesimpulan bahwa rata-rata wirausaha muda di Ponpes Yogyakarta yang memiliki religiusitas dalam kategori tinggi sebanyak 48 orang (31,17%) selanjutnya untuk tanggapan responden sedang sebanyak 76 orang (49,35%) dan untuk tanggapan rendah sebanyak 30 orang (19,48%). Berdasarkan kondisi tersebut, hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variable religiusitas

termasuk dalam kategori sedang. Dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,029 yang berarti bahwa religiusitas memberikan kontribusi pada sikap wirausaha sebesar 2,9% sedangkan sisanya sebesar 97,1 % dipengaruhi oleh varian di luar model.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki religiusitas kurang dari setengah dari jumlah responden yang ada sehingga memiliki pengaruh yang sangat kecil dibandingkan dengan variabel lain di luar model penelitian. Oleh karena itu, diharapkan agar responden lebih meningkatkan religiusitas seseorang agar lebih dapat merasakan adanya pengaruh yang kuat religiusitas terhadap sikap wirausaha yang tentunya sudah didapat ketika di pondok pesantren. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan memperbanyak teori agar pembahasannya menjadi lebih lengkap agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dan bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhim, F. (2009). Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni dan Bukan Alumni Pesantren (Studi pada Kantor Depag Kabupaten Bangkalan). *Jurnal Ekonomi Modernisasi Volume 5, No. 2*.
- Acs, Z., Åstebro, T., Audretsch, D., & Robinson, D. T. (2016). Public policy to promote entrepreneurship: a call to arms. *Small Business Economics*, 47 (1), 35-51.
- Ali, M. M., Devi, A., Furqani, H., & Hamzah, H. (2020). Islamic financial inclusion determinants in Indonesia: An ANP approach. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*.
- Al Qital, S., Sunarya, S. L., & Devi, A. (2021). Analisis Wakafpreneur sebagai Upaya Mencapai Tujuan Ekonomi dan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Pusat Penelitian Ekonomi Indonesia*, 1(1), 31-39.
- Antonic, B., & Hisrich, Robert D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal Of Small Business and Enterprise Development*, 10 (1), 7-24.
- Arief, M. (2013). A Theoretical Review of Entrepreneurship: The Effect of Religiosity to the Performance. *International Conference on Entrepreneurship and Business management (ICEBM 2013)*.
- Bahri, (2018). Kewirausahaan Islam: Penerapan Konsep Berwirausaha dan Bertransaksi Syariah dengan Metode Dimensi Vertikal (Hablumminallah) dan Dimensi Horizontal (Hablumminannas), *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 1(2): 70-73.
- Balog, A. M., Baker, L.K.T., Walker, A.G. (2013) Religiosity and Spirituality In Entrepreneurship: A review and Research Agenda. *Journal of Management, Spirituality & Religion*.
- Botsaris, C. A., & Vamvaka, V. (2012). Models of the determinants of entrepreneurial

- behavior: A literature review. *Regional Science Inquiry Journal*, 43(5), 994-1003.
- Carswell, P., & Rolland, Deborah. (2007). Religion and entrepreneurship in New Zealand. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(2), 162-174.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(1), 7-26.
- Dhaliwal, A. (2016) Role of Entrepreneurship in Economic Development. *International Journal of Scientific Research and Management*. Vol. 4 Issue 06 p. 4262-4269.
- Duygulu, E., & Kurgun, O. A. (2009). The effect of managerial entrepreneurship behavior on employee satisfaction: Hospitality managers dilemma. *African Journal of Business Management*, 3(11), 615-726.
- Eddington, N., & Shuman, R. (2005). Subjective well-being (happiness). *Continuing psychology education*, 6.
- Fauzan, (2013). Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Berbisnis (Studi pada RM.Padang di Kota Malang). *JMK*, Vol.15 No.1.
- Fauzan, (2014). Hubungan Religiusitas dan Kewirausahaan: Sebuah Kajian Empiris dalam Perspektif Islam. *Jurnal Akuntansi Universitas Kanjuruhan Malang*, 10 (2): 148-153.
- Fitzsimmons, J., & Douglas, E. J. (2005). Entrepreneurial Attitudes and Entrepreneurial Intentions: a Cross-Cultural Study of Potential Entrepreneurs in India, China, Thailand and Australia. *Applied Optics*, 47(june), 1-20.
- Gursoy, D., Altinay, L., & Kenebayeva, A. (2017). Religiosity and entrepreneurship behaviours. *International Journal of Hospitality Management*, 67, 87-94.
- Halis, M., Ozsabuncuoglu, I. H., & Ozsagir, A. (2007). The values of entrepreneurship and factors that effect entrepreneurship: Findings from Anatolia. *Serbian Journal of Management*, 2(1), 21-34.
- Holdcroft, B. B. (2006). What is religiosity. *Catholic Education: A Journal of inquiry and practice*, 10(1).
- Ji, C. H. C., & Ibrahim, Y. (2007). Islamic doctrinal orthodoxy and religious orientations: Scale development and validation. *The international journal for the psychology of religion*, 17(3), 189-208.
- Kaye, J., & Raghavan, S. K. (2000). Spirituality in Disability and Illness: The Psychology of Religion and Coping. *Theory, Research, Practice*. New York: Guilford.
- Kourilsky, M. L., & Walstad, W. B. (1998). Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *Journal of Business venturing*, 13(1), 77-88.
- Lannaccone, L. R. (1998). Introduction to the Economics of Religion. *Journal of Economic Literature*, 36(3), 1465-1495.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- Morris, M. H., Lewis, P. S., & Sexton, D. L. (1994). Reconceptualizing entrepreneurship: An Input-Output Perspective. *SAM Advanced Management Journal*, 59 (1), 21-31.
- Morrison, A. (2000). Entrepreneurship: what triggers it? *International Journal of*

Entrepreneurial Behavior & Research.

- Mustikowati, Indah. R., Wilujeng. S. (2016). Religiusitas dan Kewirausahaan; Faktor Kritis dalam Mencapai Kinerja Bisnis pada UKM di Kabupaten Malang. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol. 3 No.2*
- Muttaqin, R (2011). Kemandirian dan Perberdayaan Ekonomi Berbasis Pesantren (Studi atas Peran Pondok Pesantren Al-Ittifaq Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung terhadap Kemandirian Ekonomi Santri dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Sekitarnya). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia. Volume I, No. 2 Desember 2011.*
- Naughton, M., & Cornwall, J. R. (2010). Culture as the basis of the good entrepreneur. *Journal of Religion and Business Ethics*, 1(1), 2.
- Ogbo, A. (2012). The Role of Entrepreneurship in Economic Development: The Nigerian Perspective. *European Journal of Business and Management Vol.4 No. 8.*
- Rasmanah, M. (2003). *Hubungan religiusitas dan pola asuh Islam dengan kecerdasan emosional pada remaja* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13-31.
- Rosmiati, R., Junias, D. T. S., & Munawar, M. (2015). Sikap, motivasi, dan minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 17(1), 21-30.
- Salam, A. (2011). Interrelasi Antara Etika Dan Sistem Ekonomi (Studi Pemikiran Ekonomi Ibnu Khaldun). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia. Volume I, No.2 Desember 2011.*
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise Of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217- 226.
- Suharti, L., & Sirine, H. (2012). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat kewirausahaan (entrepreneurial intention). *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 13(2), 124-134.
- Thouless, R. H. (1935). The tendency to certainty in religious belief. *British Journal of Psychology*, 26(1), 16-31.
- Valliere, D. (2008). Exploring Buddhist Influence On The Entrepreneurial Decision. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14 (3)172-191.
- Youssef, M.A., Kortam, W., El-Bassiouny, E.A.A.N (2011), "Measuring Islamic-Driven Buyer Behavioral Implications: A Proposed Market- Minded Religiosity Scale", *Journal of American Science* 7 (8) : 728-741.
- Yunadi, A. (2011). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Permintaan Pembiayaan Mudharabah, *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 1(2): 4.
- Zahra, S. A. (1993). Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: A taxonomic approach. *Journal of business venturing*, 8(4), 319-340.
- Zimmerer, T. W. (1998). dan Scarborough. NM, *Essentials of entrepreneurship and small business (Management, Prentice-Hall, Inc., 2003).*

