

**PERAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI
DALAM MENDORONG INTENSI BERWIRAUSAHA PADA
MAHASISWI MUSLIM MELALUI PENDEKATAN
*THEORY PLANNED BEHAVIOR***

Arikatul Maimunah* dan Nurhidayati

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung

*Email: arikatulmaimunah6@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran religiusitas sebagai variabel moderasi dalam mendorong intensi berwirausaha pada mahasiswa Muslim di Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Pendekatan yang digunakan adalah Theory of Planned Behavior (TPB), yang mencakup variabel sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku sebagai prediktor utama niat berwirausaha. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada 100 mahasiswa Muslim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berperan signifikan dalam memoderasi pengaruh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku terhadap niat berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa religiusitas dapat memperkuat niat berwirausaha di kalangan mahasiswa Muslim, yang berimplikasi pada pentingnya nilai-nilai agama dalam pendidikan kewirausahaan.

Kata kunci : *Theory of Planned Behavior*, religiusitas, intensi berwirausaha, mahasiswa Muslim, kewirausahaan.

Abstract

This research aims to analyze the role of religiosity as a moderating variable in encouraging entrepreneurial intentions among Muslim female students at the Sultan Agung Islamic University, Semarang. The approach used is the Theory of Planned Behavior (TPB), which includes attitudinal variables, subjective norms, and perceived behavioral control as the main predictors of entrepreneurial intentions. This research uses quantitative methods with data obtained from questionnaires distributed to 100 Muslim female students. The research results show that religiosity plays a significant role in moderating the influence of attitudes, subjective norms, and behavioral control on entrepreneurial intentions. These findings indicate that religiosity can strengthen entrepreneurial intentions among Muslim female students, which has implications for the importance of religious values in entrepreneurship education.

Keywords: *Online repurchase intention, perceived enjoyment, e-service quality, perceived usefulness, online trust.*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, kewirausahaan telah menjadi perhatian lembaga pendidikan dan pemerintah. Alasannya adalah pertumbuhan wirausaha akan mendorong pembangunan ekonomi melalui ide-ide bisnis baru. Kewirausahaan memberikan individu sarana untuk mengatasi kesulitan keuangan dan menciptakan pertumbuhan ekonomi karena mereka dapat menciptakan lapangan kerja baru. Sebagai anggota G-20, yang merupakan negara dengan tingkat produksi barang dalam negeri (PDB) tertinggi, Indonesia merupakan salah satu dengan jumlah penduduk tertinggi keempat di dunia, sehingga menghasilkan pertumbuhan penduduk yang sangat tinggi (BPS, 2021).

Persentase wirausahawan di Indonesia saat ini berada pada angka 4%, angka yang sangat kecil. Secara umum, setidaknya 5% dari seluruh populasi harus dipekerjakan oleh wirausaha di suatu negara agar memenuhi syarat sebagai negara besar. Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah (2020), rasio kewirausahaan Indonesia saat ini sekitar 3,47 persen dari total jumlah penduduk di negara ini, yaitu sekitar 270 juta jiwa. Namun jika dibandingkan dengan negara anggota ASEAN, seperti Malaysia (4,74%), Singapura (8,76%), dan Thailand (4,26%), angkanya tentu jauh lebih tinggi di banding Indonesia (Rangga, 2021). Fenomena ini memberikan tantangan bagi pendudukan Indonesia untuk mengimbangi jumlah pengusaha negara ASEAN lainnya dalam menciptakan inovasi dan kreativitas dengan memanfaatkan sumber daya Indonesia yang melimpah. Seiring dengan berkembangnya teknologi, laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia di era industri 4.0 saat ini semakin meningkat. Mesin utama pertumbuhan ekonomi nasional adalah

kewirausahaan (Rizal & Chandra, 2016). Berkat peluang kerja yang ada saat ini, masyarakat luas mampu memproduksi barang dagangannya di rumah dan menjualnya melalui toko online (Setyorini, Nurhayati & Rosmita, 2019). Pengusaha tidak perlu memiliki toko sendiri untuk menjual barangnya. Selain itu, mereka tidak diharuskan untuk memproduksi barang atau jasa sendiri melainkan dapat menjual barang yang diproduksi oleh pihak lain atau agen dengan bertindak sebagai reseller (Susanti, 2017).

Islam adalah agama mayoritas di Indonesia, oleh karena itu umat Islam mempunyai insentif khusus untuk memajukan pembangunan nasional melalui dorongan perusahaan swasta. Biasanya seseorang mendirikan bisnis dengan bantuan pasangannya, teman dekat, keluarga, asosiasi dagang, asosiasi profesi, hubungan masyarakat, dan sumber daya pendidikan (Nurudin, 2017). Dorongan mereka memicu rasa ingin tahu dalam memulai bisnis. Minat individu dalam berwirausaha bukanlah bawaan namun hal tersebut berkembang seiring berjalannya waktu berdasarkan beberapa pengaruh. Basu dan Virick (2008) menunjukkan faktor latar belakang keluarga yang berwirausaha, akan membentuk sikap (attitudes), Norma subyektif (subjective norms), dan persepsi perilaku terkendali (perceived behavioural control) ini dikarenakan program-program pendidikan diberikan universitas yang meliputi pelatihan khusus dan aktivitas-aktifitas kewirausahaan diyakini dapat membentuk kreatifitas, dan meningkatkan wawasan mengenai kewirausahaan yang akan mempengaruhi tindakan seseorang menciptakan usahanya sendiri. Seseorang yang memiliki pengalaman di perusahaan keluarga akan memilih untuk memulai perusahaannya sendiri karena mereka yakin akan lebih

menguntungkan dan mereka dapat meluncurkan usaha baru secara efektif. Sama halnya dengan pengalaman kerja, seseorang yang sudah bekerja mempunyai keinginan yang kuat untuk meluncurkan usahanya sendiri karena yakin bisa berhasil dalam menjalankannya.

Meski demikian, variabel sikap (attitude) tampaknya tidak berdampak terhadap intensi berwirausaha, menurut hasil penelitian Maullah dan Rofiuddin (2020). Keadaan ini diakibatkan oleh ketidakpuasan mahasiswa yang terus berlanjut terhadap pengetahuan tentang peluang bisnis, serta menurunnya keberanian mengambil tantangan. Kurang tertarik terhadap peluang usaha kemungkinan karena mahasiswa belum siap untuk menjalani usaha dan adanya aktivitas lain seperti kuliah dan sebagainya. Kurang berani dalam mengambil resiko dan tantangan kemungkinan dari sisi modal yang masih belum terpenuhi atau bahkan kurangnya keahlian bisnis sebelumnya.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 menunjukkan hal tersebut, mereka menunjukkan bahwa perempuan mengelola hingga 64,5% dari seluruh UMKM. Lebih lanjut, studi yang dilakukan oleh Dalberg dan Sasakawa Peace Foundation mengungkapkan bahwa 21% perempuan Indonesia adalah pemilik bisnis. Jika dibandingkan jumlah penduduk Indonesia dengan jumlah wirausaha, statistik ini masih rendah. Penting untuk melihat lebih dekat faktor-faktor yang juga mendukung munculnya wirausaha baru di kalangan perempuan karena salah satu potensi permasalahan dalam kemajuan teknologi saat ini adalah kemajuan teknologi dapat mempermudah perempuan untuk berwirausaha, namun hal tersebut mungkin belum sepenuhnya membangkitkan minat mereka untuk melakukan hal tersebut. Permasalahan lain terletak pada persepsi yang

menyebutkan bahwa laki-lakilah yang menggerakkan perekonomian keluarga, sehingga mendorong rendahnya keinginan perempuan untuk mandiri melalui kewirausahaan. Karena berkembangnya stigma dan cara berpikir di masyarakat, minat perempuan untuk berwirausaha masih tergolong rendah. Namun dengan semakin banyaknya masyarakat yang sadar akan pendidikan, perempuan akan mendapatkan manfaat dari akses yang setara terhadap pendidikan, sehingga lebih mudah bagi mereka untuk mendapatkan sumber daya dan pengetahuan tentang kewirausahaan. Demikian pula, karena terdapat korelasi yang signifikan antara cita-cita Islam dan kewirausahaan, Universitas Islam Sultan Agung Semarang dapat memainkan peran yang sangat penting dalam mendorong munculnya wirausahawan muslim. Materi perkuliahan yang bersumber dari Alquran dan hadis sangat relevan dengan munculnya pemilik usaha baru, khususnya di kalangan mahasiswi muslim. Seorang wanita muslim berkewajiban mendukung keluarganya dalam mencari rezeki, seperti yang ditunjukkan oleh istri Nabi Muhammad, Siti Khadijah.

Dari identifikasi masalah dan fenomena di atas, peneliti melihat perlu kajian mendalam tentang bagaimana religiusitas dengan minat berwirausaha di kalangan mahasiswi muslim khususnya di Universitas Islam Sultan Agung melalui pendekatan teori rencana terkendali (Theory of Planned Behavior), peneliti ingin mengkaji lebih dalam tentang fenomena ini. Variabel-variabel dalam Theory of Planned behaviour dirasa mampu menjelaskan sebuah fenomena variabel dalam hal minat atau intensi. Variabel sikap (attitude) dan norma subyektif (subjective norma) serta persepsi perilaku yang terkendali (Perceived Behavior Control) bertindak sebagai prediktor karena variabel-variabel tersebut merupakan konsep

individu dalam mengontrol dirinya sendiri untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Permasalahan di atas dan dipadukan dengan variabel religiusitas maka peneliti akan menelaah lebih dalam tentang variabel di atas dalam memprediksi tentang minat berwirausaha khususnya mahasiswi muslim di Universitas Islam Sultan Agung Semarang dalam satu model penelitian dengan judul “**Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Mendorong Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswi Muslim Melalui Pendekatan Theory Planned Behavior Di Universitas Islam Sultan Agung Semarang**”.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perilaku Terencana (*Theory Planned Behavior (TPB)*)

Theory of Planned Behaviour (TPB) adalah salah satu teori lanjutan dari Theory Reaction of Action (TRA) (Ajzen, 1991). TPB bertujuan untuk menguji dan melakukan prediksi Human Intention dan Actual Behavior. Theory Planned of Behavior adalah terusan dari Theory of Reasoned Action (TRA). Dalam teori TPB lebih memerhatikan intensi atau niat seseorang untuk berperilaku. Adapun faktor faktor dari TPB diantaranya adalah sikap (*attitude*), norma subyektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku (*perceived behavior control*).

Menurut McNally, J. J., Martin, B. C., Honig, B., Bergmann, H., & Piperopoulos, P. (2016), variabel sikap (*attitude*) diukur dengan indikator berikut:

- a. Pilihan karir.
- b. Jiwa kepemimpinan.
- c. Senang dengan tantangan.
- d. Kreatif dan inovatif.

Menurut Botsaris, C., & Vamvaka, V. (2016), variabel norma subyektif

(*subjective norms*) diukur dengan indikator berikut:

- a. Dukungan orang tua.
- b. Dukungan lingkungan pertemanan.
- c. Pengalaman anggota keluarga.
- d. Termotivasi untuk berwirausaha

Menurut Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, T., & Botsaris, C. (2020), variabel norma Perceived Behavioral Control (persepsi terhadap kendali perilaku) diukur dengan indikator berikut:

- a. Kepercayaan diri.
- b. Kemampuan mengelola usaha.
- c. Kemampuan menjadi pemimpin.

Intensi Berwirausaha

Secara harfiah, intensi adalah niat. Intensi merupakan keinginan seseorang dalam menyelesaikan permasalahan dan memenuhi kebutuhan hidup. Menurut Wijaya (2007), intensi adalah kesungguhan niat seseorang untuk melakukan perbuatan atau memunculkan suatu perilaku tertentu. Kewirausahaan sering dikaitkan dengan proses, pembentukan, atau pertumbuhan suatu bisnis baru yang berorientasi pada perolehan keuntungan, penciptaan nilai, dan pembentukan produk atau jasa baru yang unik dan inovatif. Menurut Botsaris, C., & Vamvaka, V. (2016), intensi berwirausaha diukur dengan indikator berikut:

- a. Ketertarikan menjadi wirausaha.
- b. Keinginan memiliki usaha.
- c. Kesiediaan menjadi wirausaha
- d. Merasa senang untuk berwirausaha

Religiusitas

Agama menurut Souiden & Rani (2015) adalah suatu gagasan, sistem simbol, dan cara hidup yang dirancang untuk memberikan seseorang rasa kedekatan dengan Tuhan dan bimbingan dalam interaksi antar pribadi. Dalam konteks agama islam, religiusitas adalah

menjalankan seluruh ajaran agama dengan bersungguh-sungguh. Suhartanto (2019) menegaskan bahwa tingkat religiusitas seseorang, atau seberapa taatnya seseorang terhadap agama yang dianutnya, mempunyai pengaruh besar terhadap pandangan, nilai, dan perilakunya. Agama atau religiusitas berdampak pada perilaku, hubungan, sikap, dan kesadaran. Dalam mengukur religiusitas menurut Rehan, F., Block, J., & Fisch, C. (2019), dapat menggunakan indikator sebagai berikut:

- a. Keyakinan adanya Tuhan.
- b. Ketaqwaan seseorang.
- c. Taat beribadah.
- d. Pengamalan agama

**Hubungan Variabel
Pengaruh sikap (attitude)
berwirausaha terhadap intensi (minat)
berwirausaha**

Menurut Ajzen (1991), sikap dicirikan sebagai evaluasi seseorang baik yang disukai maupun yang tidak disukai setelah terlibat dalam suatu perilaku tertentu. Pendapat seseorang mengenai hasil atau keuntungan yang akan dialaminya di masa depan akibat tindakannya itulah yang menentukan sikapnya (East, 1993). Peluang untuk menumbuhkan minat positif dalam berperilaku muncul ketika seseorang mempunyai sikap positif terhadap perilaku tertentu. Berdasarkan penjelasan mengenai sikap (attitude) tersebut maka peneliti dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Sikap (attitude) tidak berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Pengaruh norma subyektif (subjective norms) berwirausaha terhadap intensi (minat) berwirausaha

Kekuatan sosial yang dikenal sebagai norma subjektif mungkin dapat membujuk seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu atau tidak (Ajzen,

1991). Keyakinan normatif atau norma subjektif adalah keyakinan bahwa aktivitas seseorang disahkan oleh orang-orang terdekatnya (Machrus & Purwono, 2010). Individu terdekat yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang adalah teman, keluarga, pasangan, dan rekan kerja. Semakin besar tekanan sosial yang ada, semakin besar pula motivasi masyarakat untuk mengambil tindakan. Berdasarkan pernyataan dalam penelitian diatas tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam rancangan penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Norma subyektif (subjective norma) berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Pengaruh kontrol perilaku (percieved control behavior) berwirausaha terhadap intensi (minat) berwirausaha

Istilah kontrol perilaku juga dikenal sebagai percieved control behavior mengacu pada penilaian seseorang tentang betapa sederhana atau sulitnya melakukan perilaku tertentu berdasarkan pengalaman sebelumnya (Ajzen, 1991). Persepsi ini ditentukan oleh keyakinan kendali, bahwa individu dapat melakukan tindakan karena didukung oleh sumber daya yang ada (Machrus & Purwono, 2010).. Maka dugaan sementara atau hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3: Persepsi terhadap kendali perilaku (Perceived Behavioral Control) berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Religiusitas memoderasi hubungan antara sikap berwirausaha, norma subyektif berwirausaha dan kontrol perilaku (Perceived Behavioral Control) berwirausaha terhadap intensi (minat) berwirausaha

Beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara religiusitas dengan sikap dan perilaku. Hubungan antara religiusitas dan kewirausahaan sangatlah berkaitan, sehingga siapa pun yang memiliki tingkat religiusitas yang sehat akan selalu menekankan etika, moralitas, dan rasa hormat terhadap lingkungan dalam usahanya (Fauzan, 2014). Pada penelitian ini, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

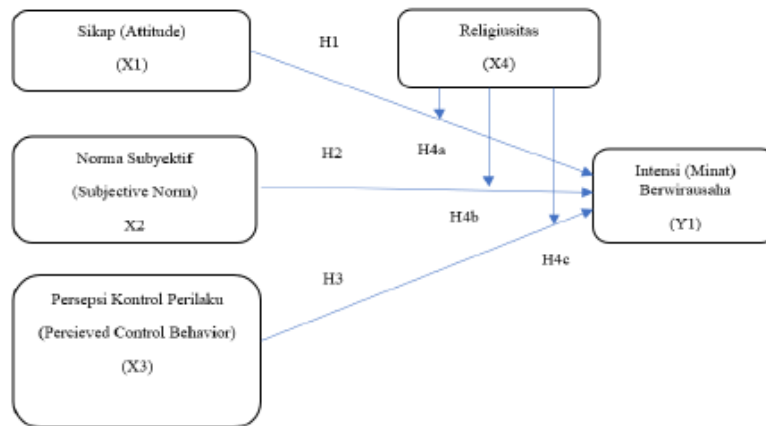
H4a: *Religiusitas memoderasi pengaruh sikap (attitude) berwirausaha dalam mendorong minat berwirausaha*

mahasiswi muslim Universitas Islam Sultan Agung Semarang

H4b: *Religiusitas memoderasi pengaruh norma subyektif (subjective norma) berwirausaha dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswi muslim Universitas Islam Sultan Agung Semarang*

H4c: *Religiusitas memoderasi pengaruh perceived behavioral control (persepsi terhadap kendali perilaku) berwirausaha dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswi muslim Universitas Islam Sultan Agung Semarang*

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017), Jenis penelitian yang akan diteliti ini menggunakan metode *explanatory research* yang bermakna dapat menjelaskan mengenai pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Variabel independen (bebas) yaitu sikap (attitude), norma subyektif (subjective norm), persepsi control perilaku, dan (perceived control behavior) adapun variabel dependen (terikat) adalah intensi (minat) berwirausaha sedangkan religiusitas menjadi variabel moderasi.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi islam yang ada di Semarang. Dan Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan non probability sampling dengan jenis purposive sampling karena di dasari pada pertimbangan kriteria tertentu yaitu mahasiswi muslim Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Sumber Data

Sumber Data Primer

Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban responden melalui pertanyaan kuesioner yang meliputi sikap (attitude), norma subyektif (subjective norm), persepsi control perilaku, (perceived control behavior),

intensi (minat) berwirausaha dan religiusitas.

Sumber Data Skunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari artikel jurnal terkait penelitian dan informasi lainnya yang didapatkan secara online.

Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Dengan kriteria mahasiswi muslim univertitas islam sultan agung semarang. Menurut (Sugiyono, 2017), kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang dapat digunakan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan terkait penelitian melalui google form yang kemudian di sebarakan kepada responden untuk mengisikan jawabannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Responden penelitian

Analisis Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Berdasarkan hasil olah data pada Tabel 1, maka bisa diketahui bahwasanya dari sisi usia respoden, responden yang berusia kurang dari 20 taun yaitu sebanyak 7 orang (7%), responden yang berusia 20 – 23 tahun sebanyak 92 orang (92%), respoden yang berusia lebih dari 23 tahun sebanya 1 orang (1%). Dapat disimpulkan bahwa dilihat dari sisi usia responden, mayoritas responden penelitian ini yaitu berusia 21 tahun.

Dilihat dari sisi angkatan, responden angkatan 2019 yaitu sebanyak 1 orang (1%), responden angkatan 2020 yaitu sebanyak 49 orang (49%), angkatan 2021 yaitu sebanyak 23 orang (23%), angkatan 2022 yaitu sebanyak 20 orang (20%) dan angkatan 2023 yaitu sebanyak 7 orang (7%). Sehingga, mayoritas responden penelitian ini yaitu Angkatan 2020.

Dilihat dari sisi semester responden, responden semester 1-3 yaitu

sebanyak 7 orang (7%), semester 4-6 yaitu sebanyak 44 orang (44%), semester 7-8 yaitu sebanyak 48 orang (48%) dan semester lebih dari 8 yaitu sebanyak 1 orang (1%). Dapat disimpulkan bahwa dilihat dari semester yang ditempuh responden, mayoritas responden penelitian ini yaitu sedang menempuh semester 7-8.

Dilihat dari sisi fakultas, responden fakultas ekonomi yaitu sebanyak 79 orang (79%) dan fakultas lainnya sebanyak 21 orang (21%). Dapat disimpulkan bahwa dilihat dari sisi fakultas, mayoritas responden penelitian ini yaitu berada di fakultas ekonomi.

Dilihat dari sisi kuliah sambil kerja, responden yang berkuliah sambil kerja yaitu sebanyak 15 orang (15%) dan yang tidak sambil kerja yaitu sebanyak 85 orang (85%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian ini yaitu tidak berkuliah sambil kerja. Dilihat dari mempunyai usaha sendiri, responden yang mempunyai usaha sendiri yaitu sebanyak 21 orang (21%) dan yang tidak memiliki bisnis yaitu sebanyak 79 orang (79%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian ini yaitu tidak memiliki usaha sendiri.

Dilihat dari keluarga memiliki bisnis, responden yang memiliki keluarga yang berbisnis yaitu sebanyak 81 orang (81%) dan yang tidak memiliki keluarga berbisnis sebanyak 19 orang (19%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian ini yaitu tidak mempunyai keluarga yang berbisnis. Dilihat dari sosok inspiratif, responden yang memiliki sosok inspiratif yaitu sebanyak 65 orang (65%) dan yang tidak memiliki sosok inspiratif sebanyak 35 orang (35%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian ini yaitu mempunyai sosok inspiratif yang dijadikan untuk membangun sebuah usaha.

Tabel 1. Deskripsi Respondeln Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik	Frekuensi	Presentase
Usia		
> 20 Tahun	7	7%
21 – 23 Tahun	92	92%
< 23 Tahun	1	1%
Total	100	100%
Angkatan		
2019	1	1%
2020	49	49%
2021	23	23%
2022	20	20%
2023	7	7%
Total	100	100%
Semeseter		
1-3	7	7%
4-6	44	44%
7-8	48	48%
>8	1	1%
Total	100	100%
Fakultas		
Ekonomi	79	79%
Lainnya	21	21%
Total	100	100%
Kuliah Sambil Kerja		
Ya	85	85%
Tidak	15	15%
Total	100	100%
Mempunyai Usaha Sendiri		
Ya	79	79%
Tidak	21	21%
Total	100	100%
Keluarga Memiliki Bisnis		
Ya	19	19%
Tidak	81	81%
Total	100	100%
Memiliki Sosok Inspiratif		
Ya	35	35%
Tidak	65	65%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah 2024

**Analisis Deskriptif Variabel
 Deskripsi Variabel *Attitude*
 Berwirausaha**

Hasil olah data pada tabel 2, menunjukkan bahwa indeks rata-rata *attitude* berwirausaha ialah sebesar 4.08 dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswi muslim Unissula Semarang memiliki tanggapan *attitude* berwirausaha yang baik. Hal ini

dikarenakan bahwa mahasiswi muslim Unissula Semarang setuju bahwa wirausaha menjadi pilihan karir untuk masa depan karena menjanjikan pendapatan yang tinggi, mereka dapat menjadi pimpinan di perusahaan, mereka lebih memilih menjadi wirausahawan karena senang dengan pekerjaan yang menantang dan dapat terlibat dalam proses penyampaian ide kreatif dan inovatif.

Tabel 2 Hasil Uji Deskripsi Variabel *Attitude Berwirausaha*

Item	Score	STS	TS	R	S	SS	Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Pilihan Karir	F	2	1	24	37	36	4.04	Tinggi
	Fs%	2	2	72	148	180		
Jiwa kepemimpinan	F	0	0	25	43	32	4.07	Sangat Tinggi
	Fs%	0	0	75	172	160		
Senang dengan tantangan	F	0	2	21	44	33	4.08	Tinggi
	Fs%	0	4	63	176	165		
Kreatif dan inovatif	F	0	1	18	49	32	4.12	Tinggi
	Fs%	0	2	54	196	160		
Rata-rata							4.08	Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

Deskripsi Variabel *Subjective Norm Berwirausaha*

Hasil olah data pada tabel 3, menunjukkan bahwa indeks rata-rata *subjective norm* berwirausaha sebesar 4.16 dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa muslim Unissula Semarang memiliki tanggapan *subjective norm* berwirausaha yang baik. Hal ini

dikarenakan bahwa orang tua mendukung semangat mahasiswi untuk menjadi wirausahawan, circle pertemanan mendukung berkarir untuk berwirausaha, pengalaman keluarga mendukung mahasiswi lebih berani memilih menjadi wirausahawan dan mahasiswa memiliki tokoh role model yang memotivasi untuk berwirausaha.

Tabel 3 Hasil Uji Deskripsi Variabel *Subjective Norm*

Item	Score	STS	TS	R	S	SS	Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Dukungan orang tua	F	1	3	20	39	37	4.08	Tinggi
	Fs%	1	6	60	156	185		
Dukungan lingkungan pertemanan	F	1	1	19	43	36	4.12	Tinggi
	Fs%	1	1	57	172	180		
Pengalaman anggota keluarga	F	0	0	9	47	44	4.35	Sangat Tinggi
	Fs%	0	0	27	235	220		
Termotivasi untuk berwirausaha	F	0	0	24	42	34	4.10	Tinggi
	Fs%	0	0	72	168	170		
Rata-rata							4.16	Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

Deskripsi Variabel *Perceived Behavioral Control*

Hasil olah data pada tabel 4, menunjukkan bahwa indeks rata-rata *perceived behavioral control* ialah sebesar 4.21 dalam kategori sangat tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa muslim Unissula Semarang memiliki tanggapan *perceive behavioral control* yang baik. Hal ini dikarenakan bahwa mahasiswa percaya bahwa dia akan menjadi wirausahawan yang sukses,

dapat mengelola usaha yang dimiliki untuk berkembang dan mampu memimpin orang lain sehingga

mahasiswi dapat mengelola perusahaan dengan baik.

Tabel 4. Hasil Uji Deskripsi Variabel *Perceived Behavioral Control* Berwirausaha

Item	Score	STS	TS	R	S	SS	Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Kepercayaan diri	F	0	2	13	41	44	4.27	Sangat Tinggi
	Fs%	0	4	39	164	220		
Kemampuan mengelola usaha	F	0	1	10	44	45	4.33	Sangat Tinggi
	Fs%	0	2	30	176	225		
Kemampuan menjadi pemimpin	F	0	1	10	74	15	4.03	Tinggi
	Fs%	0	2	30	296	75		
Rata-rata							4.21	Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

Analisis Deskripsi Variabel Intensi

Hasil olah data pada tabel 5, menunjukkan bahwa indeks rata-rata intensi berwirausaha ialah sebesar 4.15 dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswi muslim Unissula Semarang memiliki tanggapan intensi

berwirausaha yang baik. Hal ini dikarenakan bahwa mahasiswi sangat serius berfikir untuk menjadi seorang wirausahawan, selalu membaca buku tentang topik mendirikan usaha milik sendiri, memilih memiliki bisnis sendiri dimasa depan dan selalu mengikuti seminar tentang kewirausahaan.

Tabel 5. Hasil Uji Deskripsi Variabel Intensi Berwirausaha

Item	Score	STS	TS	R	S	SS	Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Ketertarikan menjadi wirausaha	F	2	6	18	33	41	4.05	Tinggi
	Fs%	2	12	54	132	205		
Keinginan memiliki usaha	F	1	1	14	40	44	4.25	Sangat Tinggi
	Fs%	1	2	42	160	220		
Kesediaan menjadi wirausaha	F	1	3	20	35	41	4.12	Tinggi
	Fs%	1	6	60	140	205		
Merasa senang untuk berwirausaha	F	1	2	15	41	41	4.19	Tinggi
	Fs%	1	4	45	164	205		
Rata-rata							4.15	Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

Analisis Deskriptif Variabel Religiusitas

Hasil olah data pada tabel 6, menunjukkan bahwa indeks rata-rata religiusitas ialah sebesar 4.24 dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas

mahasiswi muslim Unissula Semarang memiliki tanggapan religiusitas yang baik. Hal ini dikarenakan bahwa mahasiswi yakin bahwa Allah SWT itu ada dan merupakan Tuhan bagi umat seluruh alam, mahasiswi selalu mengerjakan perintah dan menjauhi

larangan Allah SWT, melaksanakan ibadah sholat dengan tepat waktu dan percaya jika membantu orang lain yang sedang kesulitan akan mendapatkan pahala dan balasan dari Allah SWT. Namun, masih terdapat beberapa

responden yang menjawab dibawah angka 4. Hal ini menandakan bahwa saat ini zaman telah bergeser dan kepercayaan pada Allah yang masih rendah.

Tabel 6. Hasil Uji Deskripsi Variabel Religiusitas

Item	Score	STS	TS	R	S	SS	Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Keyakinan adanya Tuhan	F	0	1	10	44	45	4.33	Sangat Tinggi
Ketaqwaan seseorang	Fs%	0	2	30	176	225	4.21	Sangat Tinggi
Taat beribadah	F	1	0	11	39	49	4.35	Sangat Tinggi
Pengamalan agama	Fs%	1	0	33	156	245	4.05	Tinggi
		0	0	9	77	14	4.05	Tinggi
		0	0	27	308	70		
Rata-rata							4.24	Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

Uji Instrument Penelitian

Uji Validitas

Pada tabel 7, dapat dilihat bahwasanya pada masing-masing variabel *Attitude Berwirausaha* (X1), *Subjective Norm Berwirausaha* (X2), *Percieved Behavioral Control Berwirausaha* (X3), *Intensi Berwirausaha* (Y) dan *Religiusitas* (M) memiliki t hitung >

1.966. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing item pertanyaan kuesioner variabel *Attitude Berwirausaha* (X1), *Subjective Norm Berwirausaha* (X2), *Percieved Behavioral Control Berwirausaha* (X3), *Intensi Berwirausaha* (Y) dan *Religiusitas* (M) dinyatakan “valid” dan layak untuk diteliti lebih lanjut.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>Attitude Berwirausaha</i>	Pilihan karir	0.760	1.966	Valid
	Jiwa kepemimpinan	0.755	1.966	Valid
	Senang dengan tantangan Kreatif dan inovatif	0.776	1.966	Valid
<i>Subjective Norm Berwirausaha</i>	Dukungan orang tua	0.757	1.966	Valid
	Dukungan lingkungan pertemanan	0.788	1.966	Valid
<i>Percieved Behavioral Control Berwirausaha</i>	Pengalaman anggota keluarga	0.789	1.966	Valid
	Termotivasi untuk berwirausaha	0.634	1.966	Valid
<i>Intensi Berwirausaha</i>	Kepercayaan diri	0.519	1.966	Valid
	Kemampuan mengelola usaha	0.832	1.966	Valid
	Kemampuan menjadi pemimpin	0.840	1.966	Valid
	Kepercayaan diri	0.654	1.966	Valid
		0.832	1.966	Valid
<i>Intensi Berwirausaha</i>	Ketertarikan menjadi wirausaha	0.878	1.966	Valid
	Keinginan memiliki usaha	0.904	1.966	Valid
	Kesediaan menjadi wirausaha	0.904	1.966	Valid
	Merasa senang untuk berwirausaha	0.921	1.966	Valid

Tabel 7. Hasil Uji Validitas (lanjutan)

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Religiusitas	Keyakinan adanya Tuhan	0.710	1.966	Valid
	Ketaqwaan seseorang	0.765	1.966	Valid
	Taat beribadah	0.771	1.966	Valid
	Pengamalan agama	0.394	1.966	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

Uji Reliabelitas

Dari tabel 8, dapat dinyatakan bahwa masing-masing secara berurutan variabel *Attitude Berwirausaha* (X1), *Subjective Norm Berwirausaha* (X2), *Perceived Behavioral Control Berwirausaha* (X3), Intensi Berwirausaha (Y) dan

Religiusitas (M) memiliki cronbach's alpha bernilai 0.755, 0.625, 0.676, 0.919 dan 0.605 yang mana nilai dari *critical value* uji reliabilitas adalah 0.60. Pada riset ini instrumen dinyatakan "reliabel" atau bisa dipercaya dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Critical Value	Keterangan
<i>Attitude Berwirausaha</i>	0.755	0.60	Reliabel
<i>Subjective Norm Berwirausaha</i>	0.625	0.60	Reliabel
<i>Perceived Behavioral Control Berwirausaha</i>	0.676	0.60	Reliabel
Intensi Berwirausaha	0.919	0.60	Reliabel
Religiusitas	0.605	0.60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dapat diketahui dari tabel 9 diatas, bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah

0.172, artinya distribusi data dikategorikan normal dikarenakan nilai *Kolmogorov-smirnov* bernilai lebih dari 0.05.

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	16.6100000
	Std Deviation	2.29430920
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.062
Test Statistic		.076
Asymp Sig (2-tailed)		.172 ^c

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan tabel 10, didapati bahwa nilai sig. keseluruhan variabel bernilai lebih dari 0.05. Bisa ditarik kesimpulan

bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas pada model penelitian ini.

Tabel 10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.	Keterangan
<i>Attitude Berwirausaha</i>	0.069	
<i>Subjective Norm Berwirausaha</i>	0.322	Tidak terjadi
<i>Perceived Behavioral Control Berwirausaha</i>	0.666	heteroskedastisitas
Religiusitas	0.349	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan tabel 11, didapati bahwa nilai VIF keseluruhan variabel bernilai < 10, sedangkan nilai Tolerance seluruh

variabel yakni > 0.10. Bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas pada model penelitian ini.

Tabel 11
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Attitude Berwirausaha</i>	0.887	1.127	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Subjective Norm Berwirausaha</i>	0.806	1.240	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Perceived Behavioral Control Berwirausaha</i>	0.562	1.779	Tidak terjadi multikolinieritas
Religiusitas	0.540	1.853	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 12. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
Attitude	-1.614	1.012	-1.221		-1.595	.114
Subjective Norm	1.935	.957	1.295		2.022	.046
Perceived Control Behavior	-2.093	1.424	-1.029		-1.470	.145
Religiusitas	-1.953	1.451	-1.119		-1.346	.182
X1M	.139	.059	2.288		2.363	.020
X2M	-.092	.057	-1.517		-1.595	.114
X3M	.100	.086	1.391		1.154	.251

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi

a: Dependent Variable: Intensi Berwirausaha.

Adapun persamaan dari analisis regresi linear berganda yaitu:

$$Y = -B1X1 + B2X2 - B3X3 - B4M + B1X1 * M - B2X2 * M + B3X3 * M + e$$

Uji T

Pada tabel 13 dapat disimpulkan bahwa terdapat 2 hipotesis yang diterima. Hal ini dapat dilihat dari nilai sig pada tabell diatas kurang dari 0,05 yang belrarti hipotelsis pada pelnellitian ini ditelrima.

Tabel 13. Hasil Uji T

Variabel	Hasil				Keterangan
	T Tabel	T Hitung	Beta	Sig	
<i>Attitude Berwirausaha</i> → Intensi Berwirausaha	1.985	-0.1595	-1.221	0.114	H1 ditolak
<i>Subjective Norm Berwirausaha</i> → Intensi Berwirausaha	1.985	2.022	1.295	0.046	H2 diterima
<i>Perceived Behavioral Control Berwirausaha</i> → Intensi Berwirausaha	1.985	-1.470	-1.029	0.145	H3 ditolak
<i>Attitude Berwirausaha * Religiusitas</i> → Intensi Berwirausaha	1.985	2.363	-1.119	0.020	H4a diterima
<i>Subjective Norm Berwirausaha * Religiusitas</i> → Intensi Berwirausaha	1.985	1.595	2.288	0.114	H4b ditolak
<i>Perceived Behavioral Control Berwirausaha * Religiusitas</i> → Intensi Berwirausaha	1.985	1.154	-1.517	0.251	H4c ditolak

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

Uji F

Pada tabel 14 di atas, diketahui nilai f hitung dari tabel Anova tersebut yaitu sebesar 33.690 > f hitung 2.47, serta nilai signifikansi model tersebut sebesar 0.000 < 0.05, sehingga *Attitude*

Berwirausaha (X1), *Subjective Norm Berwirausaha* (X2), *Percieved Control Behavior Berwirausaha* (X3) berpengaruh simultan terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

Tabel 14. Hasil Uji F

Model	F-hitung	F-tabel	Sig.
Reggression	33.690	2.47	0.000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

Uji Koefisien determinasi

Dari hasil output tabel 15, dapat diketahui bahwa nilai koef. determinansi pada model regresi ini didapat dari 0.498

x 100%, yaitu 49.8%. Hal ini menyatakan bahwasannya 49.8% variasi variabel intensi berwirausaha dapat dipengaruhi oleh variabel *Attitude*

Berwirausaha, Subjective Norm Berwirausaha, Percieved Behavioral Control Berwirausaha. Sementara selebihnya, yaitu 50.2% dipengaruhi

oleh variabel yang tidak terdapat pada model, seperti variabel pengetahuan kewirausahaan, modal dan lain sebagainya.

Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.716	0.513	0.498	2.270

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 23

PEMBAHASAN

Pengaruh *Attitude Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswi Muslim Unissula Semarang*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas, ini menunjukkan bahwa *attitude* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha. Nilai mean tertinggi berada pada instrumen “kreatif dan inovatif” dengan nilai 4.12 “tinggi”. Ini mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswi muslim Unissula Semarang memilih menjadi wirausahawan karena bisa menampung ide kreatif dan inovatif. Dapat dinyatakan bahwa **H1 ditolak**. Adanya *attitude* wirausaha yang baik, belum tentu mendorong intensi berwirausaha mahasiswi muslim Unissula Semarang. Hal ini dikarenakan bahwa meskipun mahasiswi memiliki sikap yang positif terhadap kewirausahaan, ada faktor-faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi intensi mereka untuk berwirausaha. Misalnya, mereka mungkin lebih mempertimbangkan stabilitas pekerjaan, tingkat risiko yang terkait dengan kewirausahaan, dukungan dari keluarga atau lingkungan sosial, serta ketersediaan modal dan sumber daya. Sikap positif seperti kreatifitas dan inovasi mungkin sudah ada, tetapi jika mereka merasa ragu atau tidak yakin dengan prospek kewirausahaan, mereka mungkin tidak memiliki intensi yang kuat untuk memulai bisnis (Hendrawan & Sirine, 2017). Hasil penelitian ini

sejalan dengan penelitian Octaviani (2019) menunjukkan bahwa *attitude berwirausaha* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Hendrawan & Sirine (2017) yang menunjukkan bahwa *attitude berwirausaha* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Pengaruh *Subjective Norm Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswi Muslim Unissula Semarang*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas, ini menunjukkan bahwa *subjective norm berwirausaha* berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha. Nilai mean tertinggi berada pada instrumen “pengalaman anggota keluarga” dengan nilai 4.35 “sangat tinggi”. Ini mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswi muslim Unissula Semarang mempunyai pengalaman keluarga yang mendukungnya lebih berani memilih menjadi wirausahawan. Dapat dinyatakan bahwa **H2 diterima**. Adanya dukungan yang kuat dari lingkungan sosial dan keluarga memainkan peran penting dalam mendorong intensi berwirausaha mahasiswi muslim Unissula Semarang.

Norma subjektif adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan tekanan motivasi, khususnya tekanan sosial yang dialami atau diyakini seseorang mengenai setuju atau tidaknya orang lain dengan perilakunya (Ajzen, 1991). Dukungan dari keluarga, seperti

yang tercermin dalam pengalaman anggota keluarga yang mendukung, ini membangun pondasi yang kuat bagi mahasiswi untuk mengejar karir sebagai wirausahawan. Ketika mahasiswi melihat bahwa keluarga mereka memberikan dukungan moral, dukungan praktis, dan bahkan dukungan finansial untuk berwirausaha, ini membantu meningkatkan keyakinan diri mereka dalam menghadapi tantangan yang mungkin timbul dalam memulai dan mengelola usaha mereka sendiri (Prawira & Hidayah, 2021). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Purtri & Handayani (2023) yang menunjukkan bahwa *subjective norm berwirausaha* berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Azizah (2023) menunjukkan bahwa *subjective norm berwirausaha* berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Prawira & Hidayah (2021) yang menunjukkan bahwa *subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Perceived Behavioral Control Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswi Muslim Unissula Semarang

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas, ini menunjukkan bahwa *perceived behavioral control* berwirausaha tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha. Nilai mean tertinggi berada pada instrumen “Kemampuan mengelola usaha” dengan nilai 4.33 “sangat tinggi”. Ini mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswi muslim Unissula Semarang setuju bahwa mereka dapat mengelola usaha yang saya miliki untuk berkembang. Dapat dinyatakan bahwa **H3 ditolak**. Adanya control perilaku diri yang baik, belum tentu menjadikan intensi berwirausaha mahasiswi muslim Unissula Semarang meningkat. Hal ini dikarenakan

meskipun mahasiswi memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam kemampuan mereka untuk mengelola dan mengembangkan usaha, ada kemungkinan bahwa mereka menghadapi hambatan lain yang menghalangi niat mereka untuk berwirausaha. Hambatan ini bisa berupa kurangnya akses ke sumber daya keuangan, minimnya dukungan dari lingkungan sekitar, atau ketidakpastian dalam menghadapi risiko bisnis. Selain itu, meskipun mahasiswi merasa mampu mengelola usaha, faktor-faktor lain seperti tekanan sosial, prioritas akademik, atau pandangan mereka terhadap keamanan pekerjaan di sektor lain mungkin lebih mempengaruhi keputusan mereka. Dengan kata lain, meskipun *perceived behavioral control* yang kuat ada, hal ini tidak secara otomatis diterjemahkan menjadi intensi yang kuat untuk berwirausaha karena adanya faktor-faktor eksternal dan internal yang lebih kompleks dan memengaruhi keputusan mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Respati & Santoso (2021) yang menunjukkan bahwa *perceived behavioral control* berwirausaha tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha. Namun, hasil penelitian ini berlawanan dengan hasil penelitian Hansfel & Puspitowati (2020) menunjukkan bahwa *perceived behavioral control berwirausaha* berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Pengaruh Attitude Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswi Muslim Unissula Semarang Dimoderasi Religiusitas

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas, ini menunjukkan bahwa religiusitas dapat memoderasi pengaruh *attitude berwirausaha* terhadap intensi berwirausaha. Dapat dinyatakan bahwa **H4a diterima**. Adanya moderasi ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas

yang tinggi memperkuat hubungan antara sikap positif terhadap berwirausaha dan intensi untuk terlibat dalam aktivitas wirausaha oleh mahasiswi muslim Unissula Semarang. Religiusitas, yang mencakup tingkat kepatuhan dan praktik keagamaan mahasiswi, dapat mempengaruhi bagaimana mereka menafsirkan nilai-nilai dan norma-norma yang mendukung kewirausahaan. Mahasiswi dengan tingkat religiusitas yang tinggi lebih cenderung melihat wirausaha sebagai cara untuk mengimplementasikan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, seperti memberikan manfaat kepada masyarakat, menciptakan lapangan kerja, atau mengembangkan usaha yang halal dan berkah. Sikap positif terhadap berwirausaha diperkuat dengan adanya sikap religiusitas, dimana nilai-nilai agama dapat mempengaruhi meningkatnya intensi berwirausaha (Wardani & Nugraha, 2021). Mahasiswa yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung melihat berwirausaha sebagai sebuah upaya untuk menerapkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Mereka melihat usaha bisnis sebagai cara untuk memberikan manfaat kepada masyarakat, menciptakan lapangan kerja, atau menghasilkan pendapatan yang halal dan bermanfaat secara sosial. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fauzan (2014) yang menekankan bahwa Hubungan antara religiusitas dan kewirausahaan sangatlah berkaitan, sehingga siapa pun yang memiliki tingkat religiusitas yang sehat akan selalu menekankan etika, moralitas, dan rasa hormat terhadap lingkungan dalam usahanya.

Pengaruh *Subjective Norm Berwirausaha* Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswi Muslim Unissula Semarang Dimoderasi Religiusitas

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas, ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak

dapat memoderasi pengaruh *subjective norm berwirausaha* terhadap intensi berwirausaha. Dapat dinyatakan bahwa **H4b ditolak**. Artinya, religiusitas tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara *subjective norm berwirausaha* dengan intensi berwirausaha. Hal ini dikarenakan bahwa pengaruh *subjective norm* terhadap intensi berwirausaha cenderung tidak dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat religiusitas mahasiswi. Dimana religiusitas lebih berfokus pada aspek individual (internal) sedangkan norma subjektif berasal dari lingkungan sekitar (eksternal).

Religiusitas, meskipun memberikan dasar nilai dan dukungan moral yang kuat untuk berwirausaha, tidak secara langsung mempengaruhi cara mahasiswi menafsirkan atau mengevaluasi norma subjektif yang mereka alami. Faktor-faktor seperti dukungan sosial dari keluarga, teman sebaya, atau dosen, lebih dipengaruhi oleh pengalaman personal dan interpretasi individu terhadap lingkungan sosial mereka daripada oleh tingkat kepatuhan keagamaan mereka (Hidayati & Aligarh, 2022). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Hidayati & Aligarh (2022) yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh *subjective norm* terhadap niat seseorang. Hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian Memon et.al (2020) yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh *subjective norm* terhadap niat perilaku seseorang.

Pengaruh *Perceived Behavioral Control Berwirausaha* Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswi Muslim Unissula Semarang Dimoderasi Religiusitas

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas, ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh *perceived behavioral control berwirausaha*

terhadap intensi berwirausaha. Dapat dinyatakan bahwa **H4c ditolak**. Artinya, religiusitas tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara *perceived behavioral control berwirausaha* dengan intensi berwirausaha. Hal ini dikarenakan bahwa keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengendalikan dan menjalankan tindakan kewirausahaan lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor praktis dan pengalaman nyata daripada oleh tingkat keagamaan mereka. *Perceived behavioral control* berwirausaha, yang mencakup persepsi mahasiswa tentang kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan dan mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha, bersifat sangat personal dan kontekstual. Kepercayaan diri dalam kemampuan mengelola usaha sering kali dibangun melalui pengalaman langsung, pelatihan, pendidikan, dan keberhasilan dalam tugas-tugas terkait kewirausahaan. Meskipun religiusitas dapat memberikan dukungan moral dan nilai-nilai etis, itu tidak secara langsung memengaruhi keyakinan praktis seseorang tentang kemampuan mereka untuk menjalankan dan mengelola usaha (Hidayati & Aligarh, 2022).

Selain itu, *perceived behavioral control berwirausaha* sering kali melibatkan keterampilan dan pengetahuan praktis yang spesifik, seperti keterampilan manajemen, pemahaman tentang pasar, dan kemampuan untuk mengelola risiko. Faktor-faktor ini lebih dipengaruhi oleh pendidikan kewirausahaan, pelatihan profesional, dan pengalaman praktis daripada oleh kepercayaan religius. Oleh karena itu, meskipun religiusitas dapat memberikan motivasi tambahan atau landasan moral, itu tidak cukup kuat untuk memoderasi hubungan antara *perceived behavioral control berwirausaha* dan intensi berwirausaha. Hasil penelitian ini didukung oleh

penelitian Hidayati & Aligarh (2022) yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh subjective norm terhadap niat seseorang.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai “Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi dalam Mendorong Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswi Muslim Melalui Pendekatan *Theory Planned Behavior* di Universitas Islam Sultan Agung Semarang”, maka disimpulkan:

1. *Attitude Berwirausaha* tidak berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha. Adanya *attitude* wirausaha yang baik, belum tentu mendorong intensi berwirausaha mahasiswa muslim Unissula Semarang.
2. *Subjective Norm Berwirausaha* berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha. Adanya dukungan yang kuat dari lingkungan sosial dan keluarga memainkan peran penting dalam mendorong intensi berwirausaha mahasiswa muslim Unissula Semarang.
3. *Perceived Behavioral Control Berwirausaha* berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha. Adanya *perceived behavioral control* wirausaha yang baik, belum tentu mendorong intensi berwirausaha mahasiswa muslim Unissula Semarang.
4. Religiusitas dapat memoderasi pengaruh *attitude berwirausaha* terhadap intensi berwirausaha. Adanya moderasi ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas yang tinggi memperkuat hubungan antara sikap positif terhadap berwirausaha dan intensi untuk terlibat dalam aktivitas

wirausaha oleh mahasiswi muslim Unissula Semarang.

5. Religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh *subjective norm berwirausaha* terhadap intensi berwirausaha.
6. Religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh *perceived behavioral control berwirausaha* terhadap intensi berwirausaha. Artinya, religiusitas tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara *perceived behavioral control berwirausaha* dengan intensi berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Muhammad Syakir,dkk, *Tafsir Ath- Thabari*, (Jakarta : Pustaka Azzam, 2007) hlm.58
- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2).
- Ajzen, I. and Fishbein, M. 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice.Hall.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. 2005. *The influence of attitudes on behavior*. In Albarracin, D., Johnson, BT., Zanna MP. (Eds), *The handbook of attitudes*, Lawrence Erlbaum Associates.
- Alwisol. 2009. *Psikologi Kepribadian, Edisi Revisi*. Malang: UMM Press.
- Anggles, S. N. & Memarista, G. 2017. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Mahasiswa untuk Berwirausaha* dalam "Jurnal Agora Vol. 5 No. 1".
- Amalia, H. N., & Hadi, S. (2016). Pengaruh Prestasi dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Jurusan Pemasaran. *Economic Education Analysis Journal*, 5(3), 761–773.
- Ananta, R. K. E., Djalali, A., & Farid, M. (2014). Minat Wirausaha, Konsep Diri dan Kreativitas. *Jurnal Psikologi Tabularasa*, 9(1), 48–57.
- Andika, M., & Madjid, I. (2012). Analisis pengaruh sikap, norma subyektif dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala. In *Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper" Improving Performance by Improving Environment* (Vol. 190196).
- Astuti, R. D., & Martdianty, F. (2012). Students' entrepreneurial intentions by using theory of planned behavior: The case in Indonesia. *The South East Asian Journal of Management*, 6(2), 3.
- Azizah, B. N. (2023). Pengaruh Determinan Attitude, Subjective Norms, dan Perceived Behaviour Control Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Siswa SMK Di Kota Bandung. *DELUSION: Exploring Psychology*, 1(1), 15-20.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2021
- Basu, A., & Virick, M. (2008). Assessing entrepreneurial intentions amongst students: A comparative study. In *VentureWell. Proceedings of Open, the Annual Conference* (p. 79). National Collegiate Inventors & Innovators Alliance.
- Botsaris, C., & Vamvaka, V. (2016). Attitude toward entrepreneurship: Structure, prediction from behavioral beliefs, and relation to entrepreneurial intention. *Journal of the knowledge Economy*, 7, 433-460.
- Dewanti, Ratna Listiana, Taufik Bin Abad, Universitas Teknologi Yogyakarta, And Universitas Teknologi Yogyakarta. 2014. "Prediksi Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Menggunakan

- Pendekatan Theory Of Planned Behavior.” *Telaah Bisnis* 15: 139–50.
- Diwatie, R., & Kostradiharto, A. (2022). Peran Religiusitas Dalam Mendorong Intensi Menjadi Wirausaha Pada Kaum Muslim Urban Melalui Pendekatan Theory Planned Behavior (Studi Kasus Pada Kelompok Kajian Humaira Surakarta) (Doctoral dissertation, UIN Raden Mas Said Surakarta).