

Pengaruh nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa ekonomi Islam di Universitas Negeri Surabaya

Yulistya Rahma Fitri¹⁾*, Ahmad Ajib Ridlwan²⁾

^{1, 2} Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia.

Email: [^{1\)}yulisttya.22064@unesa.ac.id](mailto:yulisttya.22064@unesa.ac.id), [^{2\)}ahmadajibridlwan@unesa.ac.id](mailto:ahmadajibridlwan@unesa.ac.id)

Abstrak

Rendahnya rasio kewirausahaan nasional dan tingginya angka pengangguran terdidik menuntut perguruan tinggi untuk lebih serius dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan, baik melalui pendekatan nilai agama maupun bekal ilmu di kampus. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam di Universitas Negeri Surabaya. Pendekatan menggunakan metode kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Penelitian dilaksanakan di Universitas Negeri Surabaya dengan subjek mahasiswa S1 Ekonomi Islam angkatan 2022, 2023, dan 2024 yang berjumlah 270 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner berskala Likert sebagai instrumen penelitian utama. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda yang diolah menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa internalisasi nilai-nilai Islam dan penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan yang baik merupakan faktor penting dalam meningkatkan niat berwirausaha mahasiswa. Penelitian di masa mendatang disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menggunakan desain penelitian jangka panjang untuk menguji konsistensi niat berwirausaha hingga lulus, serta memasukkan variabel eksternal seperti akses modal keuangan dan dukungan keluarga.

Kata kunci: niat berwirausaha, nilai-nilai islam, pendidikan kewirausahaan.

Abstract

The low national entrepreneurship ratio and high rate of educated unemployment rate require higher education institutions to rigorously foster entrepreneurial spirit through both religious values and academic knowledge. This study examines the effects of Islamic values and entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of Islamic Economics undergraduate students at Universitas Negeri Surabaya. The study uses a quantitative approach with a causal-associative design. The study was conducted at Universitas Negeri Surabaya and involved 270 respondents from the 2022, 2023, and 2024 cohorts of the Islamic Economics program. The study used Likert-scale questionnaires as the primary data collection instrument. The study used multiple linear regression analysis, processed in SPSS. The results indicate that both Islamic values and entrepreneurship education have a positive and significant effect on students' entrepreneurial intention. Simultaneously, both variables also demonstrate a positive and significant effect on entrepreneurial intention. Based on these findings, it can be concluded that the internalization of Islamic values and the effective implementation of entrepreneurship education are critical factors in enhancing students' entrepreneurial intention. Future research is recommended to expand the scope of study by employing longitudinal research designs to examine the consistency of entrepreneurial

intention until graduation, as well as incorporating external variables such as access to financial capital and family support.

Keywords: *entrepreneurship education, entrepreneurial intention, Islamic values.*

Pendahuluan

Kewirausahaan dapat mengatasi permasalahan ekonomi nasional, seperti tingginya tingkat kemiskinan yang tidak berbanding lurus dengan ketersediaan lapangan kerja, sehingga dampaknya langsung dirasakan oleh masyarakat (Ahmed, 2020). Kewirausahaan diakui dapat meningkatkan peluang kerja baru, mengurangi angka pengangguran, dan mengentaskan kemiskinan (Nakara *et al.*, 2021). Peran kewirausahaan tercapai melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan atau kekayaan, serta penghubungan pasar lokal dengan pasar global (Anggadwita, 2017). Karena perannya yang penting dalam mengatasi masalah ekonomi, efektivitas kewirausahaan perlu diukur secara kuantitatif.

Pemerintah Indonesia, melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2022 tentang pengembangan kewirausahaan nasional, menetapkan rasio kewirausahaan sebagai indikator keberhasilan nasional, yaitu perbandingan antara jumlah wirausaha pemula dan wirausaha mapan dengan jumlah angkatan kerja. Pengukuran rasio kewirausahaan minimal sebesar 4% ditetapkan sebagai prasyarat bagi suatu negara untuk mencapai status negara maju (KemenkopUKM, 2022). Target 4% merupakan ambisi pemerintah Indonesia sebagai bagian dari agenda pembangunan jangka panjang. Pada tahun 2024, rasio kewirausahaan mencapai 3,35% yang mewakili 4,9 juta individu dari total angkatan kerja nasional, seperti yang dijelaskan pada Tabel 1 (Bank Mandiri, 2024).

Tabel 1. Perkembangan Rasio Wirausaha Indonesia

Tahun	Rasio Kewirausahaan
2016	3,49%
2017	3,09%
2018	3,22%
2019	3,21%
2020	2,93%
2021	2,89%
2022	2,86%
2023	3,04%
2024	3,35%

Sumber: Databoks (2025)

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa meskipun rasio kewirausahaan di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 3,35%, angka ini masih di bawah prasyarat 4%, yang mengindikasikan bahwa kapasitas ekonomi nasional untuk menciptakan lapangan kerja produktif masih belum optimal. Ketidakseimbangan berkontribusi terhadap tingkat pengangguran, khususnya pada kalangan lulusan perguruan tinggi yang kesulitan menemukan lapangan kerja sesuai dengan kualifikasi mereka (Sawitri & Widarini, 2025). Badan Pusat Statistik (2025) mengonfirmasi bahwa jumlah pengangguran pada Februari 2025 pada kelompok lulusan perguruan tinggi tingkat Diploma I-III sebesar 177.399 orang dan pada tingkat Diploma-S3 sebesar 1.010.652 orang, sebagaimana dijelaskan pada Tabel 2.

Tabel 2. Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas yang termasuk Kelompok Umur dan Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan Indonesia, Februari 2025

Kelompok Umur	Sekolah Dasar ke Bawah	Sekolah Mengengah Pertama	Sekolah Menengah Atas	Sekolah Menengah Kejuruan	Diploma I/II/III	Diploma IV, S1, S2, S3
15-24	244.917	488.877	1.273.395	1.039.154	56.798	446.787
25-34	242.752	321.336	398.123	426.398	75.975	474.516
35-44	199.838	187.552	139.276	87.378	23.080	46.904
45-54	222.907	97.904	124.787	49.165	13.974	20.059
55-64	216.129	68.445	83.579	21.406	NA	19.500
65+	117.116	15.073	19.733	NA	NA	NA
Jumlah Total	1.243.652	1.179.187	2.038.893	1.628.517	177.399	1.010.652

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (2025)

Data pada Tabel 2, menjelaskan adanya kesenjangan antara lulusan terdidik, sehingga menekankan pentingnya mendorong lulusan perguruan tinggi untuk menempuh jalur kewirausahaan sebagai solusi strategis. Rendahnya aktivitas kewirausahaan yang terbatas di kalangan mahasiswa dan lulusan, semakin terlihat dari data Badan Pusat Statistik (2025) bulan Februari yang menunjukkan bahwa sebagian besar wirausaha di Indonesia didominasi oleh individu dengan tingkat pendidikan sekolah dasar ke bawah sebanyak 13.102.699 orang. Proporsi wirausaha dari kelompok lulusan perguruan tinggi masih sangat kecil yakni tingkat Diploma I-III sebesar 455.998 orang dan diploma IV- S3 1.200.797 orang seperti dijelaskan pada Tabel 3.

Tabel 3. Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas yang Bekerja Selama Seminggu Terakhir Menurut Status Pekerjaan Utama dan Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan di Indonesia, Februari 2025

Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan	
Sekolah Dasar ke Bawah	13.102.699
Sekolah Menengah Pertama	5.984.117
Sekolah Menengah Atas	5.910.808
Sekolah Menengah Kejuruan	3.359.514
Diploma I/II/III	455.998
Diploma IV/S1/S2/S3	1.200.797
Jumlah Total	29.993.993

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (2025)

Tabel 3. menunjukkan bahwa aktivitas kewirausahaan di Indonesia masih didominasi oleh individu dengan pendidikan dasar atau di bawahnya, dan sebagian kecil lulusan perguruan tinggi. Niat dan aktivitas kewirausahaan di kalangan mahasiswa atau lulusan masih terbatas, sehingga perlu dijelaskan lebih lanjut faktor yang menghambat mahasiswa atau lulusan untuk dari pencari kerja beralih menjadi pencipta lapangan kerja. Salah satu faktor yang menjadi penghalang berkaitan dengan antusiasme dalam memulai bisnis yang seringkali tinggi, namun menghadapi kesulitan untuk mengimplementasikan bisnis tersebut secara nyata. Hal ini dapat dijelaskan melalui faktor nonmotivasi seperti, adanya kesempatan, keterampilan, dan sumber daya (Conner *et al.*, 2016). Faktor-faktor ini membatasi kemampuan individu untuk membuat keputusan mengambil tindakan nyata dan memperkuat anggapan bahwa niat untuk

bertindak akan lebih tinggi jika individu merasa memiliki kemampuan yang tinggi dalam mengendalikan perilakunya (Conner et al., 2016).

Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991), niat adalah aspek pendorong yang berdampak pada perilaku dengan menunjukkan sejauh mana upaya perencanaan yang dilakukan oleh individu untuk melaksanakan suatu tindakan. Memahami niat sebagai prediktor perilaku kewirausahaan sangat penting, terutama dalam konteks mahasiswa yang memiliki latar belakang pendidikan khusus, seperti mahasiswa Ekonomi Islam yang tidak hanya dibekali keterampilan bisnis, tetapi juga landasan nilai-nilai Islam yang kuat untuk menciptakan bisnis berbasis syariah (Siddiq et al., 2020). Untuk memahami potensi kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam di kalangan mahasiswa, penting pula untuk melihat posisi Indonesia dalam konteks ekonomi Islam.

Indonesia berada di posisi ketiga menurut riset *State of the Global Islamic Economy Report* (SGIE) 2024/2025 (DinarStandard, 2024). Pencapaian posisi strategis ini sangat bergantung pada ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten dalam bisnis, tetapi memiliki landasan kuat pada nilai-nilai Islam. Hal ini didukung oleh temuan yang menunjukkan peran dasar nilai-nilai Islam dalam membentuk niat berwirausaha. Hasil penelitian Wibowo et al. (2022) mengatakan, nilai-nilai Islam berfungsi sebagai pendorong yang memengaruhi niat berwirausaha. Kemudian, hasil penelitian Sulistyowati et al. (2024) mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam perilaku kewirausahaan yang sangat relevan untuk mempromosikan inisiatif bisnis yang etis. Kewirausahaan dalam nilai-nilai Islam harus didasarkan pada cara Nabi Muhammad SAW, seperti kejujuran, kepercayaan, dan amanah, serta dilakukan sesuai hukum agama Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an dan hadis (Anggadwita, 2017).

Penerapan kewirausahaan di kalangan mahasiswa Ekonomi Islam bukan hanya solusi terhadap masalah pengangguran terdidik, tetapi juga cara strategis dalam membangun ekosistem bisnis syariah yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, amanah, dan larangan riba, sehingga meningkatkan kemajuan ekonomi syariah di Indonesia (Bintang et al., 2023). Meskipun kewirausahaan mahasiswa Ekonomi Islam menjanjikan solusi untuk pengangguran dan kemajuan ekonomi Islam, efektivitasnya sangat bergantung pada kualitas pendidikan kewirausahaan. Sebagaimana terungkap dalam penelitian Ismail et al. (2025), pendidikan kewirausahaan berdampak positif dan signifikan terhadap niat kewirausahaan. Kemudian, hasil penelitian Ahmed (2020) tentang program pendidikan kewirausahaan menunjukkan bahwa tiga komponen program, yakni aktivitas pembelajaran, inspirasi, dan sumber daya, memengaruhi niat berwirausaha. Secara spesifik, akses ke sumber daya inkubasi memiliki dampak paling kuat terhadap niat berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan dalam penelitian Listyaningsih et al. (2024), tidak berdampak signifikan terhadap niat berwirausaha dan motivasi berwirausaha, dengan kesimpulan bahwa program tersebut sering dianggap sama dengan pembelajaran kuliah yang secara umum dan tidak efektif dalam menumbuhkan niat kewirausahaan karena berisi teori atau penjelasannya saja.

Kajian mengenai niat berwirausaha telah banyak dilakukan. Penelitian saat ini menunjukkan tiga kesenjangan utama yang menyisakan celah empiris dalam pemahaman mengenai pendorong niat berwirausaha. Pertama, kesenjangan sampel: sebagian besar penelitian yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dan niat berwirausaha dilakukan pada subjek di lingkungan keagamaan yang terkonsentrasi, seperti santri di pondok pesantren (Mulyana et al., 2025; Sulistyowati et al., 2024; Wibowo et al., 2022). Kemudian, nilai-nilai Islam hanya berfungsi sebagai variabel mediasi, sehingga membatasi eksplorasi pengaruh langsungnya sebagai prediktor utama (Sulistyowati et al., 2024). Selanjutnya, hanya diarahkan untuk memprediksi niat berwirausaha sosial, bukan niat berwirausaha secara umum (Mohammadi et al., 2019;

Bintang et al., 2023). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengisi kekosongan penelitian dengan menguji secara langsung dan simultan pengaruh nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan sebagai dua variabel independen terhadap niat berwirausaha dalam populasi spesifik mahasiswa Ekonomi Islam.

Kajian Teori

Islam dan Kewirausahaan

Agama membentuk kepribadian individu dan sebagai faktor yang menentukan tindakan seseorang (*Kelly et al.*, 2024). Hal ini karena agama menentukan banyak kebiasaan sehari-hari umatnya, termasuk dalam kegiatan ekonomi. Lebih spesifiknya, Islam adalah agama yang mendorong kegiatan kewirausahaan seperti pengambilan risiko dan inovasi. Kewirausahaan dalam Islam adalah tentang mencapai falah, kesuksesan yang meliputi kesejahteraan di dunia dan akhirat melalui pengelolaan sumber daya yang terpercaya (*Fatira et al.*, 2022). Berbeda dengan kewirausahaan tradisional, di mana individu bertindak semata-mata untuk kepentingan pribadi atau bisnis mereka sendiri (keuntungan), kewirausahaan Islami, selain bisnis itu sendiri, juga mengintegrasikan aspek spiritual dan moral (*Haris et al.*, 2025).

Kewirausahaan Islami dari perspektif bisnis mengajarkan standar moral dan etika yang komprehensif untuk berperilaku adil dan transparan dalam kegiatan bisnis (Segaf, 2022). Islam sangat mendorong para pengusaha Muslim untuk memasukkan nilai-nilai kepercayaan, kejujuran, dan keadilan dalam menjalankan bisnis (Rehan et al., 2019). Kemudian, perspektif spiritual selalu memiliki tempat yang tinggi dalam kewirausahaan Islam (Raza et al., 2025). Islam menekankan bahwa semua transaksi bisnis harus dilakukan sesuai pedoman Islam, dan jika seorang pengusaha melakukan kesalahan, ia harus mempertanggungjawabkannya kepada Allah pada hari kiamat.

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

Teori Perilaku Terencana (TPB) adalah pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menggabungkan konsep kontrol perilaku yang dirasakan untuk mengatasi kelemahan TRA dalam menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya berada di bawah pengendalian individu (Ajzen, 1991). TPB menyatakan bahwa niat adalah penentu utama yang secara langsung dari perilaku dengan menunjukkan tingkat usaha dan perencanaan yang dilakukan individu dalam pelaksanaannya. Menurut Ajzen, (1991) berpendapat bahwa niat individu dalam melakukan perilaku ditentukan oleh tiga prediktor utama yakni:

1. Sikap terhadap Perilaku (*Attitude toward the Behavior*)
Mengacu pada sejauh mana individu memiliki evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku yang dimaksud.
2. Norma Subjektif (*Subjective Norms*)
Dorongan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan tersebut.
3. Kontrol Perilaku yang Dirasakan (*Perceived Behavioral Control*)
Kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku berdasarkan sumber daya yang dimiliki.

TPB diakui sebagai pengintegrasi niat berwirausaha yang secara langsung menunjukkan relevansi tinggi dalam konteks kewirausahaan (Lihua, 2022). Nilai-nilai Islam dapat membentuk sikap dan norma subjektif, sementara pendidikan kewirausahaan meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan.

Niat Berwirausaha

Niat berwirausaha terdiri dari 2 kata, niat dan berwirausaha. Secara bahasa, niat berasal dari bahasa arab *nawaa-yanwi-niyyatan* (نية – ينوي – نوى). Lafaz ini memiliki dua makna, yakni Niat/tujuan dan pengamanan. Dari segi terminologi, para ulama berbeda pendapat mengenai definisi niat. Mazhab Maliki mendefinisikan niat sebagai tujuan dari suatu tindakan yang ingin dilakukan seseorang. (Ansory, 2019). Sehingga, niat muncul sebelum perbuatan itu sendiri.

Menurut Ajzen (1991), niat didefinisikan sebagai pencerminan sejauh mana individu melakukan upaya perencanaan untuk melaksanakan suatu tindakan tertentu. Niat berwirausaha merupakan langkah pertama dalam proses penciptaan usaha yang terus berkembang dan terkadang panjang (Lee & Wong, 2004). Penelitian mengadopsi kerangka dari (Liñán, 2009; Rodrigues et al., 2022; Lihua, 2022) dengan membedah menjadi 5 dimensi utama yang mencerminkan komitmen individu.

Nilai-Nilai Islam

Nilai-nilai Islam merupakan kepercayaan dan prinsip moral yang memandu semua aspek kehidupan Muslim (Gursoy, 2017). Definisi nilai sendiri menurut Hills (2002) merupakan sebuah konsep eksplisit atau implisit yang khas bagi seseorang yang terkait dengan karakteristik suatu kelompok tentang hal-hal yang diinginkan, memengaruhi pemilihan dari berbagai cara, sarana, dan tujuan. Sementara Islam berasal dari akar kata aslama-yuslimuislaaman (أَسْلَمَ – يَسْلِمُ – إِسْلَامٌ), yang bermakna tunduk, menyerah, dan selamat (Adnan, 2022). Sehingga Islam adalah penyerahan diri penuh kepada Allah SWT. Sebagai tujuan hidup. Nilai-nilai Islam mengacu pada prinsip etis dan moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Nilai-nilai Islam diadaptasi dengan penekanan kewirausahaan sebagai proses mengidentifikasi, memahami, mengembangkan, dan menghasilkan sesuatu yang baru dengan aktivitas sebagai ibadah dan kontribusi sosial, bukan hanya sekadar pencarian keuntungan duniawi (Anggadwita, 2017). Penelitian mengadopsi kerangka dari Wahab et al. (2016) yang terdiri atas 5 dimensi utama yang mencerminkan nilai-nilai Islam yang dianut oleh individu.

Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan merupakan proses pembelajaran terencana dengan tujuan menumbuhkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan melalui pengalaman belajar formal maupun nonformal (Ahmed, 2020). Pendidikan kewirausahaan berupaya untuk menanamkan jiwa wirausaha dengan cara menciptakan sesuatu yang baru, inovatif (mempunyai keunggulan), produktif, dan bermanfaat bagi dirinya dan orang lain (Noerhartat, 2021). Secara teoretis, pendidikan kewirausahaan meningkatkan *perceived behavioral control* (efikasi diri atau keyakinan seseorang terhadap kemampuannya secara spesifik) yang merupakan salah satu penentu utama niat berwirausaha dalam TPB (Lihua, 2022). Individual yang mengikuti pendidikan kewirausahaan memperoleh pengetahuan praktis dan keterampilan manajerial, hal ini secara langsung meningkatkan efikasi diri terkait kemampuan untuk memulai dan mengelola usaha. penelitian mengadopsi kerangka dari (Ponco et al., 2020; Ahmed, 2020) dengan membedah pendidikan kewirausahaan menjadi 5 dimensi.

Pengaruh Nilai-nilai Islam terhadap Niat berwirausaha

Nilai-nilai Islam mengacu pada konsep moral dan aturan yang diambil dari Al-Qur'an dan Hadis, seperti *siddiq* (kejujuran), amanah (integritas), fathanah (profesional), tabligh (transparansi), dan istiqamah (konsisten) yang dimasukkan dalam aktivitas bisnis (Anggadwita, 2017). Nilai-nilai mentransformasi niat berwirausaha dari sekadar mencari

keuntungan material menjadi pencapaian barakah atau ibadah serta kontribusi sosial. Hal ini secara spesifik memengaruhi dua komponen utama TPB, yaitu sikap terhadap perilaku, di mana kewirausahaan dipandang sebagai tindakan positif dan ibadah. Kemudian, norma subjektif didorong oleh agama atau sosial untuk berbisnis secara halal (Wibowo et al., 2022). Mahasiswa Ekonomi Islam yang memiliki orientasi dasar pada nilai-nilai Islam dan motivasi ukhrawi (kehidupan akhirat) lebih berkomitmen untuk memulai usaha yang menjunjung tinggi panduan etika, termasuk keuntungan, halal, keadilan, dan dampak sosial. Sehingga mendorong komitmen profesional dan kesiapan bertindak dalam mendirikan bisnis (Sulistiyowati et al., 2024). Dengan demikian, semakin kuat internalisasi nilai-nilai Islam, semakin tinggi niat berwirausaha.

H1: Nilai-nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam di Universitas Negeri Surabaya.

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha

Pendidikan kewirausahaan dilakukan dengan proses pembelajaran terencana yang membekali siswa dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan melalui kurikulum berbasis bimbingan dan praktik. (Ahmed, 2020). Pendidikan kewirausahaan berfungsi untuk meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived Behavioral Control*) dalam kerangka TPB (Lihua, 2022).

Ketika mahasiswa mendapatkan pengetahuan praktis tentang penyusunan rencana bisnis dan manajemen risiko serta peluang untuk menerapkan teori (melalui simulasi atau magang, merasa lebih mampu dan percaya diri dalam memulai usaha. Peningkatan kompetensi dan efikasi diri ini menghasilkan keyakinan bahwa individu memiliki sumber daya dan kemampuan untuk mengatasi hambatan dalam memulai bisnis. Peningkatan kontrol perilaku yang dirasakan memperkuat rencana tindakan serius, usaha dan upaya maksimal yang diinternalisasi dalam niat berwirausaha. Oleh karena itu, semakin intensif dan efektif pendidikan kewirausahaan yang diikuti, semakin tinggi pula niat berwirausaha mahasiswa.

H2: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam di Universitas Negeri Surabaya.

Pengaruh Nilai-Nilai Islam dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat berwirausaha

Niat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam dipengaruhi oleh interaksi secara bersamaan faktor internal (keyakinan spiritual dalam nilai-nilai Islam) dan faktor eksternal (pendidikan dan keterampilan). Nilai-nilai Islam memberikan landasan etika dan motivasi spiritual yang mendorong alasan untuk berwirausaha (membentuk Sikap dan Norma Subjektif), sementara pendidikan kewirausahaan memberikan kepada diri kemampuan praktis dan kepercayaan untuk memungkinkan cara untuk berwirausaha (meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan). Ketika kedua faktor ini bekerja secara simultan, akan terjadi sinergi. Integrasi ini menghasilkan wirausahawan yang tidak hanya kompeten secara bisnis tetapi juga berintegritas dan berkomitmen untuk menciptakan masalah (Badriyah et al., 2025).

H3: Nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat Berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam di Universitas Negeri Surabaya.

Metode Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam di Universitas Negeri Surabaya dengan kriteria angkatan 2022, 2023, dan 2024 yang sedang dan sudah menempuh mata kuliah kewirausahaan, dengan total jumlah 830 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan (*error*) sebesar 5%, sehingga diperoleh sampel minimum sebanyak 270 mahasiswa atau responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* untuk menjaga keterwakilan tiap angkatan secara proporsional.

Tabel 4. Rincian populasi dalam penelitian

Angkatan	Jumlah
2022	200
2023	360
2024	270
Total	830

Sumber: (admisi. UNESA, 2024)

Untuk menghitung ukuran sampel yang digunakan dari keseluruhan populasi, penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2023).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan

Sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{830}{1 + 830(0,05)^2} = 269,91 \text{ dibulatkan menjadi } 270 \text{ mahasiswa.}$$

Proporsi sampel untuk masing-masing angkatan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Angkatan 2022} & \frac{200}{830} \times 270 = 65,06 = 65 \\ \text{Angkatan 2023} & \frac{360}{830} \times 270 = 117,10 = 117 \\ \text{Angkatan 2024} & \frac{270}{830} \times 270 = 87,83 = 88 \end{aligned}$$

Berdasarkan proporsi sampel yang telah disebutkan dan pembulatan, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 270 siswa sebagai batas minimum.

Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei menggunakan kuesioner yang disebarakan secara digital melalui *Google Form*. Instrumen penelitian diukur menggunakan Skala Likert 1-4, mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Desain pilihan paksa tanpa opsi netral yang diterapkan untuk menghindari bias akibat ambiguitas kalimat dalam jawaban responden. Data dalam penelitian diolah secara statistic menggunakan perangkat lunak IBM SPSS, kemudian dianalisis meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasi yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas,

serta analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil dan Pembahasan

Hasil utama penelitian yang diperoleh dari pengumpulan data kuesioner terhadap 270 responden mahasiswa S1 Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya angkatan 2022, 2023, dan 2024.

Sebelum melakukan analisis regresi dan pengujian asumsi klasik, seluruh data yang diperoleh dari 270 responden diuji instrumen terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa butir-butir pernyataan dalam kuesioner tetap valid dan reliabel saat diterapkan pada sampel utama penelitian. Uji validitas dilakukan pada 270 responden untuk menentukan item yang valid dan layak dilanjutkan dalam penelitian menggunakan nilai r -tabel sebesar 0,119 (r -hitung > r -tabel). Berikut adalah hasil pengujian validitas untuk setiap variabel:

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Nilai-Nilai Islam(X1) dan Pendidikan Kewirausahaan (X2)

Variabel	No item pernyataan	Nilai r -hitung	Nilai r -tabel	Keterangan
Nilai-Nilai Islam (X1)	1	0,535	0,119	Valid
	2	0,461	0,119	Valid
	3	0,467	0,119	Valid
	4	0,465	0,119	Valid
	5	0,554	0,119	Valid
	6	0,472	0,119	Valid
	7	0,521	0,119	Valid
	8	0,542	0,119	Valid
	9	0,504	0,119	Valid
	10	0,493	0,119	Valid
	11	0,367	0,119	Valid
	12	0,438	0,119	Valid
Pendidikan Kewirausahaan (X2)	1	0,648	0,119	Valid
	2	0,519	0,119	Valid
	3	0,569	0,119	Valid
	4	0,518	0,119	Valid
	5	0,512	0,119	Valid
	6	0,579	0,119	Valid
	7	0,533	0,119	Valid
	8	0,503	0,119	Valid
	9	0,548	0,119	Valid
	10	0,569	0,119	Valid
	11	0,547	0,119	Valid
	12	0,519	0,119	Valid

Sumber: Output IBM SPSS 27 (data diolah, 2026)

Tabel 6. Uji Validitas Variabel Niat Berwirausaha (Y)

Variabel	No item pernyataan	Nilai r -hitung	Nilai r -tabel	Keterangan
----------	--------------------	-------------------	------------------	------------

Niat Berwirausaha	1	0,603	0,119	Valid
	2	0,513	0,119	Valid
	3	0,554	0,119	Valid
	4	0,596	0,119	Valid
	5	0,616	0,119	Valid
	6	0,664	0,119	Valid
	7	0,557	0,119	Valid
	8	0,559	0,119	Valid
	9	0,549	0,119	Valid
	10	0,590	0,119	Valid
	11	0,519	0,119	Valid

Sumber: Output IBM SPSS 27 (data diolah, 2026)

Tabel diatas menunjukkan hasil pengujian terhadap 11 butir pernyataan, indikator memiliki nilai $> r_{hitung}$ 0,119, sehingga dinyatakan valid. Maka keseluruhan item pernyataan variabel niat berwirausaha dinyatakan valid dan bisa dilakukan penelitian selanjutnya.

Pengujian Reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Cronbach's alpha*, di mana variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's alpha* $> 0,60$. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach's alpha* $< 0,60$, maka dinyatakan tidak reliabel. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas dari variabel yang digunakan:

Tabel 7. Uji Reliabilitas Variabel Nilai-Nilai Islam dan Pendidikan Kewirausahaan

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
1.	Nilai-Nilai Islam (X1)	0,759	12	Reliabel
2.	Pendidikan Kewirausahaan (X2)	0,817	12	Reliabel

Sumber: Output IBM SPSS 27 (data diolah, 2026)

Tabel 8. Uji Reliabilitas Variabel Niat Berwirausaha

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
1.	Niat Berwirausaha (Y)	0,818	11	Reliabel

Sumber: Output IBM SPSS 27 (data diolah, 2026)

Tabel diatas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel mempunyai *Cronbach's Alpha* bernilai $> 0,6$. Artinya, seluruh instrumen penelitian reliabel sehingga jawaban responden untuk variabel niat berwirausaha nantinya konsisten dari waktu ke waktu.

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat dianalisis dengan metode analisis regresi linier berganda. Pertama, uji normalitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria pengujian yang digunakan: jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.

Tabel 9. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov

N	<i>Kolmogorov-Smirnov (Sig.)</i>	Keterangan
270	0,200	Normal

Sumber: Output IBM SPSS 27 (data diolah, 2026)

Tabel 9 menunjukkan melalui uji, *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* nilai signifikannya sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan nilai residual dalam model regresi berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas telah terpenuhi.

Dalam penelitian ini, dasar pengambilan keputusan diterapkan untuk menguji multikolinearitas. Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak melebihi 10 dan nilai *tolerance* (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka model dianggap bebas dari multikolinearitas. Tabel di bawah ini memperlihatkan uji multikolinearitas dalam penelitian ini berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS:

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Nilai-Nilai Islam	0,349	2,865
Pendidikan Kewirausahaan	0,349	2,865

Sumber: Output IBM SPSS 27 (data diolah, 2026)

Tabel 10 menunjukkan nilai *Tolerance* dari variabel nilai-nilai Islam (X1) adalah $0,349 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $2,865 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinearitas. Nilai *Tolerance* dari variabel pendidikan Kewirausahaan (X2) adalah $0,349 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $2,865 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinearitas. Sehingga adanya korelasi antar variabel independen yakni nilai-nilai islam (X2) dan pendidikan kewirausahaan (X2).

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilaksanakan dengan Uji *Glejser*, yang menyimpulkan bahwa jika nilai signifikansi variabel independen melebihi 0,05, maka tidak ada gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Nilai-Nilai Islam(X1)	0,104	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Pendidikan Kewirausahaan	0,001	Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Output IBM SPSS 27 (data diolah, 2026)

Tabel 11 menunjukkan, variabel nilai-nilai Islam (X1) memperoleh nilai signifikansi $0,104 > 0,05$, menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Sementara, variabel pendidikan kewirausahaan (X2) memperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, yang menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Upaya perbaikan melalui transformasi akar kuadrat ($\sqrt{SQRT}$) dan invers akar kuadrat ($1/\sqrt{SQRT}$), namun gejala heteroskedastisitas masih tetap ditemukan gejala heteroskedastisitas. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa asumsi heteroskedastisitas pada model regresi belum sepenuhnya terpenuhi. Menurut Ghozali (2021), pelanggaran asumsi heteroskedastisitas tidak menyebabkan koefisien regresi *Ordinary Least Squares* (OLS) menjadi bias, namun dapat membuat estimasi *standard error* menjadi kurang efisien sehingga pengujian statistik, seperti uji t dan uji F, memiliki risiko menghasilkan keputusan yang kurang tepat. Oleh karena itu, untuk memperoleh menghasilkan pengujian signifikansi yang tetap valid, penelitian ini menerapkan *Heteroskedasticity-Consistent Standard Error* (HCSE) menggunakan pendekatan *Newey-West Standard Errors* yang dikembangkan oleh Andrew F. Hayes (2007). Hasil estimasi menggunakan *Newey-West Standard Errors* menunjukkan nilai *standard error* nilai-nilai Islam 0,104 dan pendidikan kewirausahaan pada regresi OLS sebesar 0.001, kemudian dikoreksi dengan regresi HCSE atau *Newey-West standard error* menjadi 0,0543 (X1) dan 0,0546 (X2)

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh nilai-nilai Islam dan Pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam

di Universitas Negeri Surabaya. Berdasarkan hasil estimasi regresi menggunakan pendekatan *Heteroskedasticity-Consistent Standard Error* (HCSE) Newey-West hasilnya sebagai berikut:

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan masing-masing berpengaruh terhadap variabel niat untuk berwirausaha. Hasil pengujian dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 12. Hasil Estimasi Regresi Robust HCSE (Newey-West)

Variabel	Koefisien (B)	N-W-SE	t	Sig.
Konstanta	-0,3112	1,0890	-,2858	0,7753
Nilai-Nilai Islam (X1)	0,3698	0,0543	6,8086	0,000
Pendidikan Kewirausahaan(X2)	0,5487	0,0546	10,0457	0,000

Sumber: Output IBM SPSS 27 (data diolah, 2026)

Catatan: Nilai t-tabel = 1,969 pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,3112 + 0,3698X_1 + 0,5487X_2 + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi dengan menggunakan Newey-West Standard Errors untuk mengoreksi heteroskedastisitas, diperoleh hasil bahwa nilai konstanta sebesar $-0,3112$ menunjukkan bahwa ketika variabel nilai-nilai Islam (X_1) dan pendidikan kewirausahaan (X_2) bernilai nol, niat berwirausaha (Y) diprediksi sebesar $-0,3112$. Namun, nilai konstanta tersebut tidak signifikan secara statistik karena memiliki nilai signifikansi sebesar 0,7753, lebih besar dari 0,05. Variabel nilai-nilai Islam memiliki koefisien regresi sebesar 0,3698, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit nilai-nilai Islam akan meningkatkan niat berwirausaha sebesar 0,3698 unit, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Hasil pengujian menunjukkan nilai t-hitung sebesar 6,8086 dengan nilai signifikansi 0,000, lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, nilai-nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Selanjutnya, variabel pendidikan kewirausahaan memiliki koefisien regresi sebesar 0,5487, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu unit pendidikan kewirausahaan akan meningkatkan niat berwirausaha sebesar 0,5487 unit, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Hasil pengujian menunjukkan nilai t-hitung sebesar 10,0457 dengan nilai signifikansi 0,000, lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Secara keseluruhan, kedua variabel independen tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, dengan koefisien regresi pendidikan kewirausahaan yang lebih besar dibandingkan dengan nilai-nilai Islam. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model penelitian ini, pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh relatif lebih besar terhadap niat berwirausaha dibandingkan dengan nilai-nilai Islam, dengan tetap mempertimbangkan skala pengukuran masing-masing variabel.

Uji F digunakan untuk menentukan signifikan atau tidaknya suatu variabel nilai-nilai Islam dan pendidikan secara simultan dalam memengaruhi variabel niat berwirausaha. Adapun hasil uji F dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 13. Hasil Uji F Robust (Newey-West)

R Square	F Hitung	Sig.
0,8035	617,5346	0,000

Sumber: Output IBM SPSS 27 (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 13, hasil estimasi menggunakan *Newey-West Standard Errors* menunjukkan nilai F sebesar 617,5346 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi adalah 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya.

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya menggambarkan seberapa baik model dapat menjelaskan berbagai variabel yang berkaitan dengan niat kewirausahaan. Adapun hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,896	0,803	0,802

Sumber: Output IBM SPSS 27 (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 14, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,803 atau 80,3%. Ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dan Pendidikan Kewirausahaan mampu menjelaskan niat berwirausaha sebesar 80,3%, sedangkan 19,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Nilai-Nilai Islam terhadap Niat Berwirausaha

Hasil pengujian dengan pendekatan *Heteroskedasticity-Consistent Standard Error* (HCSE) *Newey-West* menunjukkan nilai t sebesar 6,8086 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa H1 diterima. Dengan demikian, nilai-nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap niat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya.

Hasil ini menjelaskan bahwa penerapan nilai-nilai Islam tidak menimbulkan rasa takut untuk memulai berwirausaha, melainkan menjadi dorongan spiritual yang kuat. Jika dikaitkan dengan hasil jawaban responden keberhasilan tidak lepas dari kehendak Allah. Hal ini membuktikan bahwa landasan spiritual yang kuat menumbuhkan tawakal yang tinggi. Konsep tawakal mengurangi ketakutan akan kegagalan usaha, sehingga meningkatkan komitmen dan kesiapan bertindak mahasiswa untuk berwirausaha sesuai syariah.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggadwita (2017) dan *Rodrigues et al.* (2022) menegaskan bahwa karakteristik wirausaha Muslim seperti *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* serta keyakinan agama yang kuat bertindak sebagai pemicu utama munculnya niat berwirausaha yang kuat. Namun, hasil penelitian *Mohammadi et al.* (2019) menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam sebagai variabel mediasi atau penghubung tidak memiliki pengaruh langsung. Sebaliknya, dalam konteks mahasiswa Ekonomi Islam UNESA, nilai-nilai Islam terbukti mampu berdiri sendiri sebagai prediktor utama yang secara langsung memengaruhi

tinggi-rendahnya niat berwirausaha mahasiswa tanpa harus dipengaruhi oleh variabel perantara.

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991)., nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis bertindak sebagai membentuk sikap terhadap perilaku. Mahasiswa Ekonomi Islam tidak lagi memandang aktivitas berwirausaha hanya berorientasi pada maksimalisasi keuntungan material semata, tetapi sebagai refleksi ibadah muamalah untuk mencapai kesejahteraan di dunia dan kemuliaan di akhirat melalui pengelolaan sumber daya secara amanah.

Etika kerja Islam yang tercermin melalui *mujahadah* (kerja keras dan upaya optimal) serta *itqan* (perfeksionisme dan efisiensi) mengubah persepsi sosial mahasiswa sebagai sebuah kemuliaan dan tanggung jawab kolektif untuk ekonomi umat.

Landasan ini berakar kuat pada perintah langsung Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah An-Nur Ayat 37:

رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

Artinya: Orang-orang yang tidak tergoa oleh perniagaan dan transaksi, serta lengah dalam mengingat Allah, melaksanakan shalat, dan menunaikan zakat. Mereka khawatir akan saat ketika hati dan mata mereka akan tergetar (Hari Kiamat).

Berdasarkan Tafsir Al-Azhar, ayat ini secara kritis menjelaskan karakter manusia sejati' (*rijal*) yang mampu menjaga keseimbangan spiritual dan material. Bagi mahasiswa Ekonomi Islam UNESA, berwirausaha tidak menjauhkan mereka dari Allah, melainkan menjadi wujud nyata dari takwa. Ayat ini membangun keyakinan bahwa berwirausaha merupakan bagian dari ibadah dan nilai spiritual. Ketika ada keyakinan bahwa Allah selalu mengawasi (*ihsan*), maka komitmen untuk menyusun rencana tindakan serius dalam mendirikan bisnis syariah yang adil, transparan, dan bebas riba akan meningkat secara signifikan (HAMKA, 1967).

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji dengan *Heteroskedasticity-Consistent Standard Error* (HCSE) Newey-West, diperoleh nilai t sebesar 10,0457 dan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa H2 diterima. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap niat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya.

Hasil ini didukung oleh karakteristik responden, di mana mayoritas mahasiswa (62,2%) telah lulus mata kuliah kewirausahaan secara menyeluruh. Pengalaman praktis, pengerjaan proyek bisnis nyata, dan keterlibatan dalam kompetisi rancangan bisnis (*business plan*) yang difasilitasi oleh kampus secara nyata telah berhasil mematangkan kesiapan mental dan fisik mahasiswa untuk beralih peran dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan dan memperkuat penelitian sebelumnya. Ahmed (2020) dan Wibowo et al. (2022) menyatakan bahwa program pendidikan kewirausahaan yang mengintegrasikan aspek pembelajaran (*learning*), inspirasi (*inspiration*), dan ketersediaan sumber daya (*resources*) memberikan dorongan kuat bagi penciptaan usaha baru. Namun, hasil penelitian (Listyaningsih et al., 2024) yang tidak berpengaruh menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak memiliki dampak signifikan karena sering dianggap sebatas formalitas perkuliahan teoritis yang membosankan. Di sisi lain, hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda, di mana pendidikan kewirausahaan S1 Ekonomi Islam UNESA tidak hanya diajarkan secara konvensional, melainkan juga menggunakan

pendekatan praktik langsung dan ekosistem inkubasi yang terbukti efektif dalam membangun niat berwirausaha mahasiswa.

Dalam Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*), pendidikan kewirausahaan berfungsi sebagai faktor luar yang membentuk kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) atau efikasi diri mahasiswa. Pendidikan yang efektif tidak hanya memberikan teori dasar, tetapi juga membangun keterampilan praktis seperti manajemen, negosiasi, pemasaran, dan literasi keuangan.

Ketika mahasiswa diberikan peluang nyata untuk menguji ide bisnis mereka melalui simulasi, magang, dan paparan langsung dari praktisi, persepsi mereka terhadap kesulitan berbisnis berkurang. Mahasiswa merasa memiliki kontrol penuh atas sumber daya dan kapabilitas operasional yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha. Sesuai dengan prinsip TPB, peningkatan kontrol perilaku yang dirasakan ini secara langsung akan memperkuat rencana tindakan serius dan pengorbanan upaya maksimal mahasiswa. Hal ini mendorong komitmen mereka untuk menjadi wirausahawan muslim yang kompeten di era ekonomi digital.

Pengaruh Nilai-Nilai Islam dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha.

Hasil pengujian simultan dengan menggunakan *Heteroskedasticity-Consistent Standard Error* (HCSE) *Newey-West* menghasilkan nilai *F-hitung* sebesar 617,5346 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa H_3 diterima. Dengan demikian, nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya.

Kekuatan model regresi ini diperkuat oleh nilai Koefisien Determinasi (R^2) yang mencapai 0,803 atau sebesar 80,3%. Angka ini mencerminkan bahwa naik-turunnya niat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam UNESA mampu dijelaskan secara kuat dan solid sebesar 80,3% oleh nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan yang mereka terima. Sementara sisanya sebesar 19,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini seperti faktor modal finansial, regulasi pemerintah, atau latar belakang keluarga wirausaha. Hasil penelitian ini, mendukung penelitian Baharuddin (2020) dan Badriyah et al. (2025) yang menunjukkan pentingnya menyelaraskan nilai-nilai Islam dengan pendidikan formal untuk menumbuhkan niat berwirausaha yang berkelanjutan. Penelitian ini membuktikan bahwa penggabungan faktor spiritual (internal) dan akademis (eksternal) memberikan dampak yang jauh lebih kuat dibandingkan dengan jika kedua variabel tersebut berdiri sendiri-sendiri.

Teori Perilaku Terencana (TPB) yang diusulkan oleh Ajzen (1991). Dalam kerangka TPB, keputusan untuk bertindak dipengaruhi oleh tiga elemen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Ketika variabel nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan berinteraksi secara simultan, kedua variabel ini masuk sebagai dorongan yang kuat untuk merekonstruksi ketiga komponen TPB tersebut sekaligus. Nilai-nilai Islam bertindak sebagai pendorong dimensi sikap terhadap perilaku dengan mengubah pandangan mahasiswa bahwa berbisnis bukan sekadar mencari materi, melainkan ibadah muamalah untuk mencapai falah. Namun, sikap terhadap perilaku tidak akan pernah terwujud menjadi niat yang konkret tanpa adanya kontrol perilaku yang dirasakan (efikasi diri) yang disediakan oleh pendidikan kewirausahaan melalui pembekalan keahlian praktis, manajemen risiko, dan literasi keuangan bisnis.

Gabungan inilah yang mengatasi kelemahan jika variabel tersebut berdiri sendiri. Mahasiswa yang hanya memiliki nilai-nilai Islam yang kuat tanpa pendidikan kewirausahaan akan mempunyai komitmen spiritual yang tinggi, namun kurang kapabilitas teknis (kontrol perilaku rendah), sehingga memicu keraguan untuk memulai tindakan nyata. Sebaliknya, jika mahasiswa hanya dibekali pendidikan kewirausahaan tanpa dasar nilai-nilai Islam, wirausahawan yang lahir berisiko tinggi mengabaikan batas etika moral dan prinsip transaksi syariah demi keuntungan materi semata. Ketika kedua variabel ini berpadu secara simultan, nilai-nilai Islam berperan sebagai pengarah etika dan penggerak niat awal, sedangkan pendidikan kewirausahaan menyediakan kapabilitas dasar dan keahlian taktis. Hal inilah yang secara kritis melahirkan profil *Shariapreneur* atau *Muslim Entrepreneur* terdidik dari Universitas Negeri Surabaya, yang siap menjawab tantangan makroekonomi nasional seperti menekan angka pengangguran sarjana dan mengejar target rasio kewirausahaan nasional minimal 4% sekaligus berkontribusi aktif dalam memperkuat ekosistem global ekonomi syariah.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Nilai-nilai Islam berperan sebagai landasan moral dan spiritual yang membentuk orientasi kewirausahaan, sehingga kegiatan bisnis tidak hanya dipandang sebagai upaya memperoleh keuntungan material, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah muamalah yang berorientasi pada kemaslahatan dan pencapaian falah. Selain itu, pendidikan kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa, dengan koefisien regresi yang lebih besar dibandingkan dengan nilai-nilai Islam. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan kesiapan mahasiswa untuk berwirausaha melalui pengembangan pengetahuan, keterampilan praktis, dan kepercayaan diri dalam menjalankan usaha. Secara keseluruhan, nilai-nilai Islam dan pendidikan kewirausahaan merupakan faktor penting yang dapat mendukung tumbuhnya niat berwirausaha mahasiswa untuk menjadi wirausahawan muslim yang kompeten, berintegritas, dan berorientasi pada kebermanfaatan bagi masyarakat.

Berdasarkan temuan tersebut, perguruan tinggi disarankan untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan pendidikan kewirausahaan melalui pembelajaran yang tidak hanya berfokus pada aspek teoretis, tetapi juga pada praktik bisnis, pengembangan ide usaha, pendampingan kewirausahaan, dan pengalaman menjalankan usaha secara langsung. Penguatan nilai-nilai Islam perlu dilakukan melalui penanaman prinsip kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan kebermanfaatan dalam aktivitas bisnis, sedangkan pendidikan kewirausahaan perlu diarahkan pada peningkatan keterampilan manajerial, kemampuan mengenali peluang usaha, serta kesiapan menghadapi risiko. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan responden dan menggunakan desain penelitian longitudinal guna mengamati konsistensi niat berwirausaha mahasiswa hingga mereka menyelesaikan pendidikan dan memasuki dunia kerja. Penelitian mendatang juga dapat memasukkan variabel eksternal, seperti akses terhadap modal keuangan, dukungan keluarga, lingkungan sosial, dan akses terhadap ekosistem kewirausahaan, untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha mahasiswa.

Referensi

- Admisi Universitas Negeri Surabaya. (2024). *Daya tampung dan kuota penerimaan mahasiswa baru angkatan 2022, 2023, dan 2024*. <https://admisi.unesa.ac.id/page/kuota-lama>
- Ahdiat, A. (2025). *Perkembangan rasio wirausaha Indonesia 2016–2025*. Databoks.
- Ahmed, T. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *The International Journal of Management Education*, 18(1), Article 100327. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100327>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Anggadwita, G., Ramadani, V., Alamanda, D. T., Ratten, V., & Hashani, M. (2017). Entrepreneurial intentions from an Islamic perspective: A study of Muslim entrepreneurs in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(2).
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Keadaan angkatan kerja di Indonesia Februari 2025*.
- Badriyah, H., Kurniawan, M., & Susanto, I. (2025). The effectiveness of entrepreneurship education on entrepreneurial interest and the ability of Sharia-based entrepreneurship. 5(1), 217–236. <https://doi.org/10.37680/ijief.v5i1.7062>
- Baharuddin, G. (2020). Aligning entrepreneurial intention towards sustainable development among Muslim. 14(2), 407–430.
- Bank Mandiri. (2023). *Daily economic and market review*.
- Bintang, K. I., Kurjono, K., & Umar, A. (2023). The influence of Islamic values on social entrepreneurial intentions: Mediation of entrepreneurial attitudes, Bandung Muslim community. *Jurnal Kajian Peradaban Islam*, 6(2), 115–121. <https://doi.org/10.47076/jkpi.v6i2.222>
- Conner, M., Abraham, C., Prestwich, A., Hutter, R., Hallam, J., Sykes-Muskett, B., Morris, B., & Hurling, R. (2016). Impact of goal priority and goal conflict on the intention–health-behavior relationship: Tests on physical activity and other health behaviors. *Health Psychology*, 35(9), 1017–1026. <https://doi.org/10.1037/hea0000340>
- Fatira, M. A., Nasution, M. Y., & Syariah, E. (2022). Implementasi faham dalam ekonomi Islam melalui kesadaran petani sebagai homo Islamicus melaksanakan pembayaran zakat pertanian. *Serambi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(3), 303–316. <https://doi.org/10.36407/serambi.v4i3.842>
- Gateway, S. (2024). *State of the global Islamic economy report 2023–2024*. DinarStandard. <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10).
- Gursoy, D. (2017). Religiosity and entrepreneurship behaviours. *International Journal of Hospitality Management*, 67, 87–94. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.08.005>
- Haris, M., Abroza, A., Ardiansyah, I., Syahrudin, M., & Umam, A. (2025). Islamic entrepreneurship research trends in a bibliometric analysis based on the Scopus database (2010–2024). *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.18196/jiebr.v5i1.351>

Hamka. (1967). *Tafsir Al-Azhar*.

Ismail, I. J., Marua, N. M., & Changalima, I. A. (2025). Enhancing halal entrepreneurial intention: The impact of halal entrepreneurship education and halal entrepreneurial awareness. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, Article 101548. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101548>

Kelly, J. M., Kramer, S. R., & Shariff, A. F. (2024). Religiosity predicts prosociality, especially when measured by self-report: A meta-analysis of almost 60 years of research. *Psychological Bulletin*, 150(3), 284–318. <https://doi.org/10.1037/bul0000413>

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Sejuta wirausaha baru*.

Lee, S. H., & Wong, P. K. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 7–28. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00112-X](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00112-X)

Lihua, D. (2022). An extended model of the theory of planned behavior: An empirical study of entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior in college students. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 627818. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.627818>

Liñán, F. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>

Listyaningsih, E., Mufahamah, E., Ibarra, F. P., Ruby, M., & Delos, H. M. (2024). Entrepreneurship education, entrepreneurship intentions, and entrepreneurship motivation on students' entrepreneurship interest among higher education students. *Power and Education*, 16(3), 297–313. <https://doi.org/10.1177/17577438231217035>

Mohammadi, P., Kamarudin, S., & Omar, R. (2019). Do Islamic values impact social entrepreneurial intention of university students in Malaysia? An empirical investigation into the mediating role of [informasi judul belum lengkap]. *Accountancy Business and the Public Interest*, 36(2).

Mulyana, M., Thohir, A., Truna, D. S., & Rahman, M. T. (2025). Optimizing entrepreneurship education to grow urban students' entrepreneurial intentions. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 14(3), 121. <https://doi.org/10.36941/ajis-2025-0052>

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021–2024. (2022).

Ponco, R., Karyaningsih, D., Wibowo, A., Saptono, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Does entrepreneurial knowledge influence vocational students' intention? Lessons from Indonesia. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 138–155.

Raza, M., Khalique, M., Khalid, R., Kasuma, J., Ali, W., & Selem, K. M. (2025). Achieving SMEs' excellence: Scale development of Islamic entrepreneurship from business and spiritual perspectives. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 16(1), 86–106. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2023-0060>

Rehan, F., Block, J., & Fisch, C. (2019). Entrepreneurship in Islamic communities: How do Islamic values and Islamic practices influence entrepreneurship intentions? *Journal of Enterprising Communities*, 13(5), 557–583. <https://doi.org/10.1108/JEC-05-2019-0041>

- Rodrigues, M., Silva, R., & Franco, M. (2022). What it is important to know about the effect of religious beliefs on entrepreneurial intention: The case of university students. *Higher Education Quarterly*, 77(2), 246–269. <https://doi.org/10.1111/hequ.12394>
- Segaf. (2022). Moslempreneurship: Nurturing the entrepreneurial behaviour of Islamic boarding school students in Indonesia. *Journal of Positive School Psychology*, 6(5), 1936–1944. <http://journalppw.com>
- Siddiq, I., Juliana, J., & Adirestuty, F. (2020). Shariapreneur interest: Analysis of Sharia business knowledge and motivation (Studies on students of the Islamic Economics study program at universities in Bandung City). *Review of Islamic Economics and Finance*, 3(2), 80–90. <https://doi.org/10.17509/rief.v3i2.30399>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*.
- Sulistyowati, R., Maula, F. I., Mahendra, A. M., & A'rasy, F. (2024). Ecosystems and entrepreneurial intention among students: The mediating role of Islamic values. *Perspektiv Nauki i Obrazowania*, 69(3), 113–129. <https://doi.org/10.32744/pse.2024.3.7>
- Wahab, M. A., Quazi, A., & Blackman, D. (2016). Measuring and validating Islamic work value constructs: An empirical exploration using Malaysian samples. *Journal of Business Research*, 69(10), 4194–4204. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.005>
- Wibowo, A., Umi, S., Widjaja, M., Utomo, S. H., & Kusumojanto, D. D. (2022). The role of entrepreneurial education and Islamic values matter. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 11(3), 1607–1616. <https://doi.org/10.11591/ijere.v11i3.22264>