

Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Religiusitas, Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening

Wahid Bayu Laksono¹ dan Mohammad Soleh²

¹ Institut Agama Islam Negeri Salatiga, wahidbayu21@gmail.com

² Institut Agama Islam Negeri Salatiga, mohammad.soleh@iainsalatiga.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of entrepreneurship training, religiosity, and creativity on interest in entrepreneurship by using motivation as an intervening variable. The main finding in this study is about how far the motivational variable can mediate between the independent variables and the dependent variable. The type used in this study is quantitative using a sample of 87 respondents. The results of the study found that: (a) motivation was not able to mediate the effect of training entrepreneurship on entrepreneurial interest from the results of research calculations with a t-count value of $1.61807136606 < 1.66298$ with a significance level of 0.05, (b) motivation is not able to mediate the influence of religiosity on entrepreneurial interest. From the results of research calculations with a t-value of $1.35580366084 < 1.66298$ with a significance level of 0.05, and (c) motivation is able to mediate the effect of creativity on interest in entrepreneurship. From the results of research calculations with a t value of $2.33241078441 > 1.66298$ with a significance level of 0.05. Thus, motivation can only mediate creativity to interest in entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship Training, Religiosity, Creativity, and Motivation

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Seorang yang dikatakan wirausahawan adalah individu yang membuat bisnis baru, berani menanggung risiko dan memanfaatkan penghasilan yang didapat. Wirausahawan juga dipandang sebagai inovator, pencetus ide dan pencipta bisnis baru dalam bidang barang maupun jasa. Pengusaha atau wirausahawan memiliki sebuah peran yang sangat penting dalam sektor ekonomi, dengan menggunakan inisiatif dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengantisipasi kebutuhan dan membuat ide-ide baru yang bagus untuk masuk ke pasar. Kewirausahaan adalah proses untuk mendirikan suatu bisnis. Kewirausahaan dapat dikatakan berhasil ketika dalam mengambil risiko dan peluang dapat dinilai dengan ketenaran, pertumbuhan yang berkelanjutan, serta keuntungan (Muhtarom et al., 2017).

Perkembangan ekonomi di Indonesia dari waktu ke waktu mengalami kemajuan, banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan tersebut, salah satunya dari faktor wirausaha. Menurut Kasmir (2011) wirausahawan adalah seseorang yang memiliki jiwa pemberani untuk mengambil risiko serta membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Wirausaha juga memiliki peranan untuk menciptakan kemakmuran, kesempatan kerja, dan pemerataan kekayaan yang memiliki fungsi sebagai mesin menunjang pertumbuhan ekonomi suatu negara (Suryana, 2008). Dengan banyaknya orang yang berwirausaha maka akan semakin banyak juga lapangan pekerjaan yang tercipta, sehingga dengan banyaknya lapangan pekerjaan maka akan mengurangi pengangguran yang ada.

Besarnya gelombang gerakan dan tingginya semangat bisnis berwirausaha di dunia santri secara masif nasional pada beberapa tahun terakhir ini telah menciptakan generasi baru pada santri, yaitu *santripreneur* (manusia yang mapan dalam mentalitas, berdedikasi dalam karya, bermoral dalam perilaku, alim dalam agama, dan cakap dalam berbisnis). Dengan cara menginovasi ataupun meningkatkan kreativitasnya, mereka bukan hanya berkontribusi banyak melahirkan produk-produk bisnis dan wirausaha namun juga dalam ranah sosial dan adab (<https://santripreneur.co.id>, 2016). Dari sini maka banyak pesantren yang memberikan pelatihan-pelatihan kepada santri supaya dapat menghadapi perkembangan ekonomi yang semakin maju.

Dalam perkembangan ekonomi Indonesia, lembaga pendidikan mempunyai peranan penting untuk menyiapkan para wirausahawan yang siap untuk menghadapi gejolak ekonomi, pondok pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan tersebut (Afandi, 2019). Dengan semakin berkembangnya teknologi dan zaman yang semakin maju, banyak juga pondok pesantren yang berkembang. Jika pada zaman dahulu pondok pesantren hanya berfokus pada pendidikan saja, namun saat ini banyak pondok pesantren yang mulai mengajarkan dan mengembangkan pelatihan *skill* pada santrinya. Hal ini bertujuan untuk mengasah *skill* dan memperbaiki ekonomi santri setelah lulus dari pesantren, maka dari itu dengan adanya pelatihan-pelatihan maka juga akan menjadi motivasi dan membangun kreativitas santri untuk berwirausaha.

Berawal dari kepedulian yang menjadi pengangguran dan bingung mencari pekerjaan, dan dikarenakan tidak adanya manajemen bisnis yang menyejahterakan pondok pesantren dan guru diniah sehingga tidak ada

anggaran program persiapan bagi santri untuk menjalani kehidupan dengan berwirausaha (Rumahsantripreneurindonesia.or.id, 2020). Sebagaimana yang banyak terjadi dipesantren saat ini pelatihan kewirausahaan, motivasi dan kreativitas mulai diajarkan oleh para guru sehingga para santri dapat memiliki minat berwirausaha. Lepas dari itu, sisi keagamaan yang mendarah daging dikalangan pesantren juga akan membuat santri mengerti bagaimana cara berwirausaha sesuai ketentuan syariat agama. Hal ini yang melatarbelakangi terbentuknya *santripreneur*, dengan harapan ketika keluar dari pesantren, santri bisa menciptakan lapangan pekerjaan untuk memperbaiki ekonominya dan ekonomi masyarakat.

Pelatihan kewirausahaan juga merupakan sebuah faktor penting untuk menciptakan dan menumbuhkan sebuah keinginan berwirausaha. menurut Muhtarom et al. (2017) pelatihan kewirausahaan sangatlah penting untuk melatih, membimbing, dan mendampingi seseorang untuk menjadi wirausaha. Dapat diambil kesimpulan dari pernyataan tersebut, bahwa pelatihan kewirausahaan sangatlah penting supaya dapat membentuk pola pikir, perilaku dan *skill* seseorang supaya menjadi wirausahawan, sehingga dengan terciptanya wirausahawan-wirausahawan baru berharap dapat memajukan sebuah bangsa.

Religiusitas merupakan salah satu bagian dari kewirausahaan. Religiusitas yang dimaksud di sini bukanlah sebuah aspek dalam agama namun lebih cenderung kedalam niat, moral, dan sosial. Religiusitas menurut Jalaluddin (2002) merupakan sebuah situasi dan kondisi dimana seseorang ter dorong untuk menjalankan suatu hal dengan dasar ketaatan agama. Menurut Glock and Stark (1986) dalam Nasikhah & Prihastuti (2013) bahwa Religiusitas merupakan suatu bentuk keyakinan supranatural yang mengandung penghayatan untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Dan mereka membagi dalam lima dimensi yaitu pengalaman, peribadatan, keyakinan, pengetahuan agama, penghayatan.

Kreativitas merupakan sebuah tata cara untuk menyeimbangkan sarana dari ketiga aspek esensial yaitu praktis, kreatif, dan kecerdasan analis (Makmur, 2015). Seorang dapat dikatakan kreatif ketika mempunyai kebebasan untuk bertindak dan berpikir. Kebebasan bersumber dari individu, seperti kemampuan yang dapat digunakan untuk mengatur pengendalian diri untuk memperoleh pilihan lain supaya dapat mengaktualisasikan kemampuan kreatif yang dimiliki seseorang (Ru'iya, 2018). Kebebasan tersebut tak terbatas sehingga dengan mencari dan mengasah kemampuan

akan menimbulkan dan menciptakan sesuatu yang baru. Kebebasan berfikir juga dapat menciptakan sesuatu yang baru, baik dengan cara mengombinasikan atau menginovasi sesuatu yang sudah ada.

Dari paparan diatas, peneliti memperoleh *research gap* dimana penelitian terdahulu memperoleh hasil yang berbeda-beda. Penelitian terkait santripreneur sangatlah minim, seperti halnya dalam penelitian Abbas et al. (2019) dan juga penelitian Wahid & Sa'diyah (2020) yang meneliti tentang peningkatan skill terhadap santri, sedangkan penelitian tentang minat berwirausaha santri di Pesantren belum ditemukan oleh penulis.

Oleh sebab itu penulis terdorong untuk melakukan penelitian tentang minat berwirausaha santri dan menambahkan variabel baru yaitu variabel intervening, dengan tujuan untuk menemukan jawaban dan memecahkan apakah pendidikan kewirausahaan, religiusitas, kreativitas dan motivasi mampu mempengaruhi minat berwirausaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

1. Theory of Planned Behavior

Menurut Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975 dalam Park & Blenkinsopp (2009) *Theory of Planned Behaviour* (TPB) merupakan sebuah pengembangan teori dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Ajzen's mengemukakan bahwa TPB sudah diterima secara luas dijadikan alat untuk menganalisis antara perbedaan niat, sikap, dan perilaku. Faktor utama dalam TPB ialah niat atau kemauan seseorang untuk menjalankan sebuah perilaku tertentu. Dimana dalam kasus ini, usaha untuk memakai TPB menjadi proses untuk menjelaskan niat dan perilaku, supaya bisa membantu untuk menanggulangi kekurangan ataupun keterbatasan dari penelitian terdahulu, dan menambah upaya untuk memahami perihal sesuatu yang diteliti antara niat, sikap dan perilaku.

2. Minat berwirausaha

Minat berwirausaha menurut Fuadi (2010) merupakan ketertarikan, kesediaan, dan keinginan untuk memiliki kemauan dan bekerja keras supaya dapat berusaha dengan maksimal. Hal ini juga bertujuan supaya kebutuhan hidup sehari-harinya dapat terpenuhi tanpa adanya rasa takut akan resiko yang mungkin akan terjadi, dan juga senantiasa berkeinginan keras belajar dari kegagalan. Sedangkan menurut Aris Subandono (2007) dalam Ulfa (2016) minat wirausaha adalah keinginan hati dalam diri

untuk membangun suatu usaha dan seterusnya dapat mengatur, mengorganisir, mengembangkan, dan menanggung resiko usaha yang telah dibangun. Yanto (1996 : 23-24) dalam Boga (2017) berpendapat bahwa minat wirausaha merupakan sebuah kemampuan seseorang supaya dapat memberanikan diri untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari supaya dapat mengatasi permasalahan, kebutuhan hidup, dan untuk mengembangkan usaha yang baru dengan adanya keyakinan akan potensi diri sendiri.

3. Pelatihan kewirausahaan

Menurut Peter F. Drucker berwirausaha adalah sebuah aktivitas yang memerlukan inovasi dan kreativitas, sehingga sanggup untuk membangun suatu hal yang belum pernah ada. Kewirausahaan juga sebuah kekuatan untuk membangun dan menciptakan kegiatan tentang sebuah usaha (Kasmir, 2011). Menurut Purnomo (2017) pelatihan kewirausahaan merupakan sebuah kegiatan untuk menyampaikan ilmu dan skill dari sumber kepada penerima supaya dapat melatih sikap, perilaku, semangat, kemampuan, dan kemauan setiap individu dalam menjalankan usaha. Hal ini juga merupakan sebuah upaya untuk menciptakan, menerapkan serta mencari keuntungan dan cara kerja dalam sebuah kegiatan usaha. Firdaus (2019) berpendapat bahwa pelatihan kewirausahaan ialah sebuah program untuk melatih seseorang dengan cara membagikan skill berwirausaha, menumbuhkan minat dan motivasi untuk berwirausaha, sehingga individu dapat meningkatkan pengalaman, pengetahuan, kemampuan dan keterampilan dalam berwirausaha. Dari penjelasan tersebut pelatihan kewirausahaan merupakan sebuah proses yang akan menumbuhkan keahlian khusus dan untuk menciptakan hal yang baru.

4. Religiusitas

Menurut McDaniel & Burnett dalam Sulhaini (2020) Religiositas merupakan sebuah tingkat kepercayaan yang khusus untuk mencapai nilai-nilai dan cita-cita agama yang dipraktekkan serta dilakukan oleh seorang individu. Religiositas juga merupakan sebuah keyakinan terhadap Tuhan (iman) yang diiringi dengan sebuah keinginan untuk menjalani aturan-aturan yang diyakini akan ditetapkan oleh Allah. Banyak peneliti yang menduga tentang individu yang memiliki sistem kognitif yang berhubungan dengan afiliasi keagamaan, yang merupakan gambaran dari keyakinan, harapan, perilaku, dan rangkaian nilai-nilai yang dibagikan untuk seluruh individu dalam sebuah kelompok.

Spiritualisme juga berhubungan dengan sebuah sistem kognitif yang mengarah pada tingkat seseorang untuk menjaga keyakinan akan pentingnya nilai-nilai kepercayaan kepada tuhan ataupun agama (Muhammad & Mizerski, 2010). Penerapannya, ketika seseorang mampu untuk menerapkan sistem kognitifnya pada orang-orang yang ada didalam sebuah kelompok, kemungkinan akan menyebabkan sebuah perubahan perilaku (Cindyana Bella Iswandani, 2019).

Menurut Jalaluddin (2002) menyatakan bahwa religiositas merupakan sebuah keadaan dimana seseorang dapat ter dorong menjalankan segala sesuatu berlandaskan akan ketiaatan agama. Menurut Glock and Stark (1986) dalam Nasikhah & Prihastuti (2013) bahwa religiositas merupakan sebuah wujud keyakinan spiritual yang berisikan perasaan dalam menjalani kehidupan. Dan mereka membagi menjadi lima dimensi yaitu pengalaman, peribadatan, keyakinan, pengetahuan agama, penghayatan.

5. Kreativitas

Menurut Ru'iya (2018) kreativitas ialah sebuah skill untuk menggabungkan suatu hal baru yang telah didapatkan dari proses kognitif seseorang. Menurut Campbell (2017: 35) dalam (Sunarto, 2018) hasil gabungan yang memiliki sifat baru ini mempunyai kegunaan yang sangat tinggi dan bisa dibuat kembali dilain waktu. Kreativitas juga dapat diartikan sebagai kepandaian (inellegency), kecakapan (smartly), kelancaran (fluency) dan kelenturan (flexibility). Menurut Suryana (2008) Kreativitas juga merupakan sebuah kemampuan pengembangan dan menemukan ide-ide dserta cara-cara baru untuk mencari jalan keluar dari sebuah permasalahan dan peluang yang ada.

6. Motivasi

Edwin B. Flippo dalam Dayana & Marbun (2018) berpendapat bahwa motivasi merupakan sebuah skill untuk menunjukkan seseorang karyawan ataupun perusahaan supaya dapat berhasil bekerja, sehingga para karyawan serta tujuan perusahaan tersebut akan tercapai. Menurut Santoso Soroso dalam Mar'ie Muhammad (2019) motivasi merupakan satu bagian ataupun kelompok perilaku yang dijadikan dasar untuk seseorang bertindak dengan cara yang telah dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk menjadi seorang wirausaha, motivasi wirausaha sangatlah penting ditanam dalam diri, karena untuk menjadi seorang wirausaha tidak mudah dan juga tidak sulit. Namun diperlukan sebuah kerja keras untuk terus menerus mencari sumber daya lainnya baik secara

ilmu pengetahuan ataupun suatu hal yang baru lainnya (kreatif dan inovatif) supaya mendukung pengembangan usaha.

Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang juga membahas tentang pemaparan minat berwirausaha sangat minim. Dalam hal ini, peneliti memiliki keinginan untuk meneliti terkait adanya hubungan dan pengaruh pelatihan kewirausahaan, religiositas dan kreativitas terhadap minat berwirausaha dengan motivasi sebagai variabel intervening dengan studi kasus santri Pondok Pesantren Sunan Giri. Tabel berikut menunjukkan beberapa penelitian terdahulu:

Tabel 1.Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian	
1. Pengaruh Pelatihan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha				
	(Maryani et al., 2020)	Independen : pelatihan kewirausahaan, Dependen : Minat Berwirausaha	Positif dan signifikan	
	(Sukirman & Afifi, 2021)	Independen : Pelatihan kewirausahaan Dependen : Minat Berwirausaha	Positif dan signifikan	
	(Rahmi & Hidayati, 2019)	Independen : pelatihan kewirausahaan Dependen : Minat Berwirausaha	Positif tidak signifikan	
2. Pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha				
1.	(Mar'ie Muhammad, 2019)	Independen : Motivasi Dependen : Minat Berwirausaha	Positif tidak signifikan	
2.	(Munawar & Supriatna, 2018)	Independen : Motivasi Dependen : Minat Berwirausaha	Positif signifikan	
3.	(Wijayangka et al., 2018)	Independen : Motivasi Dependen : Minat Berwirausaha	Positif signifikan	
4.	(Sektiyaningsih & Aisyah, 2020)	Independen : Motivasi Dependen : Minat Berwirausaha	positif signifikan	
3. Pengaruh religiositas terhadap minat berwirausaha				
1.	(Cindiana Iswandani, 2019)	Bella Independen : Religiusitas Dependen : minat Kewirausahaan	Positif tidak signifikan	
2.	(Syifa Safina Zedtin, 2019)	Independen : Religiusitas Dependen : Minat Kewirausahaan	Positif signifikan	
3.	(Putri Arum Wahyuningsih, 2019)	Independen : Religiusitas Dependen : Minat Berwirausaha	Tidak berpengaruh	

4. Pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha

1. (Nurikasari, 2016)	Independen : Kreativitas Dependen : Minat Berwirausaha	Positif signifikan
2. (Hisyam, 2018)	Independen : kreativitas Dependen : Minat Berwirausaha	Positif signifikan
3. (Dina, 2019)	Independen : kreatifitas Dependen : Minat Berwirausaha	Tidak signifikan

Berdasarkan tabel diatas, variabel independen (bebas) yang dipakai dipenelitian ini adalah pelatihan kewirausahaan, religiositas dan kreativitas. Minat berwirausaha merupakan variabel dependen (terikat) yang digunakan penelitian ini. Pada penelitian terdahulu yang peneliti dapatkan, terdapat perbedaan penelitian diantaranya:

1. Terdapat atau perbedaan hasil dari satu peneliti dengan peneliti lainnya atau *research gap*.
2. Motivasi menjadi variabel intervening dalam penelitian ini.
3. Pondok Pesantren Sunan Giri menjadi objek dalam penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah jenis penelitian yang dapat melahirkan hasil penelitian yang bisa didapat dengan memakai metode statistik ataupun model lainnya dari kuantifikasi. Pada penelitian ini peneliti akan menguji antara hubungan variabel independen (pelatihan kewirausahaan, religiusitas, kreativitas), variabel intervening (motivasi), dan variabel dependen (minat berwirausaha).

Populasi merupakan seluruh santri Pondok Pesantren Sunan Giri Salatiga sebanyak 502 santri. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling* dengan menggunakan 3 kriteria yaitu santri yang berumur diatas 15 tahun, masih aktif kegiatan mengikuti belajar mengajar, dan yang pernah mengikuti pelatihan wirausaha. Sehingga dari kriteria yang telah disebutkan menghasilkan sample sebanyak 87 santri.

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

H1: pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

H2: religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

H3: kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

H4: pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi

H5: religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi H6:

kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi

H7: motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha H8: pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan melalui motivasi terhadap minat berwirausaha

H9: religiusitas berpengaruh positif dan signifikan melalui motivasi terhadap minat berwirausaha

H10: kreativitas berpengaruh positif dan signifikan melalui motivasi terhadap minat berwirausaha

Hipotesis dapat dikatakan lolos apabila dapat memenuhi standar uji yaitu:

Uji F = jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Artinya secara parsial variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Uji t = Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima, artinya secara parsial varibael independen mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen.

Path Analysis (Analisis Jalur)

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur. Model analisis jalur digunakan untuk menganalisis model ikatan antar variabel dengan tujuan supaya dapat diketahui pengaruh tidak langsung atau pengaruh langsung antara variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) (Riduan dan Sunarto 2012: 140).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

InsurTech Uji F merupakan uji yang digunakan untuk melihat adanya variabel bebas (X, Z) secara bersama-sama berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen (Y) (Bawono, 2006). Uji F bisa diketahui dari tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Statistik F Utama

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1	Regression	1126.540	4	281.635	15.591
	Residual	1481.207	82	18.063	.000 ^b

Total	2607.747	86
-------	----------	----

a. Dependent Variable: y.tot**b. Predictors: (Constant), z.tot, x2.tot, x1.tot, x3.tot**

Dari tabel 4.7 bisa dijelaskan bahwa nilai F hitung sebesar 15.591, dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0.000 maka bisa disimpulkan bahwa variabel pelatihan kewirausahaan, religiositas, kreativitas, dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berwirausaha.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik F Intervening

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3	59.701	22.160	.000 ^b
	Residual	83	2.694		
	Total	86			

a. Dependent Variable: z.tot**b. Predictors: (Constant), x3.tot, x1.tot, x2.tot**

Dari tabel diatas memperoleh hasil F hitung sebesar 22.160, dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0.000 maka bisa disimpulkan bahwa variabel pelatihan kewirausahaan, religiusitas, dan kreativitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel motivasi.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menggambarkan seberapa jauh tingkat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, atau seberapa besar variabel independen berkontribusi untuk mempengaruhi variabel dependen (Bawono, 2006). Dalam penelitian ini menerangkan besarnya *adjusted R²* yaitu 0.404. Dapat diambil kesimpulan bahwa hubungan antara variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 40.4%. Sedangkan yang lainnya yaitu 59.6% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

besarnya *adjusted R²* yaitu 0.425. dapat dikatakan bahwa variasi variabel independen bisa menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 42.5%. Sedangkan yang lainnya sebesar 57.5% dijelaskan oleh variasi variabel lain diluar penelitian ini.

b. Uji Statistik t

Uji T_{test} dilakukan untuk melihat nilai signifansi apakah berpengaruh atau tidak suatu variabel independen terhadap variabel dependen(Bawono, 2006). Dari perbandingan nilai t hitung dengan t tabel. Ketika nilai signifikansi < 0.05 atau $= 0,05$ bisa dijelaskan bahwa variabel

dependen dipengaruhi variabel independen secara individu (Ghozali, 2013). Hasil uji t bisa diketahui dari tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Statistik t Utama

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients	B	Standardized Coefficients		
(Constant)	9.991	3.698		2.702	.008
x1.tot	.308	.280	.103	1.099	.275
x2.tot	.047	.151	.030	.309	.758
x3.tot	.694	.212	.354	3.271	.002
z.tot	.791	.284	.311	2.783	.007

a. Dependent Variable: y.tot

Dari tabel 4.11 di atas dapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z + e$$

$$Y = 9.991 + 0.308 X_1 + 0.047 X_2 + 0.694 X_3 + 0.791 Z + e$$

Dari model persamaan regresi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Variabel independen dinyatakan konstanta dengan nilai sebesar 9.991, maka rata-rata minat berwirausaha akan naik sebesar 9.991 satuan.
- 2) Koefisien pelatihan kewirausahaan (X_1) sebesar 0.308 dengan nilai signifikansi $0.275 > 0.05$ menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel pelatihan kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel minat berwirausaha sebesar 0.308. Sehingga, pelatihan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.
- 3) Koefisien religiusitas (X_2) sebesar 0.047 dengan nilai signifikansi $0.758 > 0.05$ menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel religiusitas sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel minat berwirausaha sebesar 0.047. Sehingga, religiusitas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.
- 4) Koefisien kreativitas (X_3) sebesar 0.694 dengan nilai signifikansi $0.002 < 0.05$ menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel kreativitas sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel minat berwirausaha sebesar 0.049. Sehingga, kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
- 5) Koefisien motivasi (Z) sebesar 0.791 dengan nilai signifikansi sebesar $0.007 < 0.05$ menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel motivasi sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel minat berwirausaha sebesar 0.085.

Sehingga, motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Tabel 5. Hasil Uji Statistik t Intervening

Model	Coefficients^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients	B	Std. Error		
1	(Constant)	.234	1.428	.164	.870
	x1.tot	.330	.102	.280	3.235 .002
	x2.tot	.094	.057	.155	1.635 .106
	x3.tot	.331	.073	.429	4.506 .000

a. Dependent Variable: z.tot

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

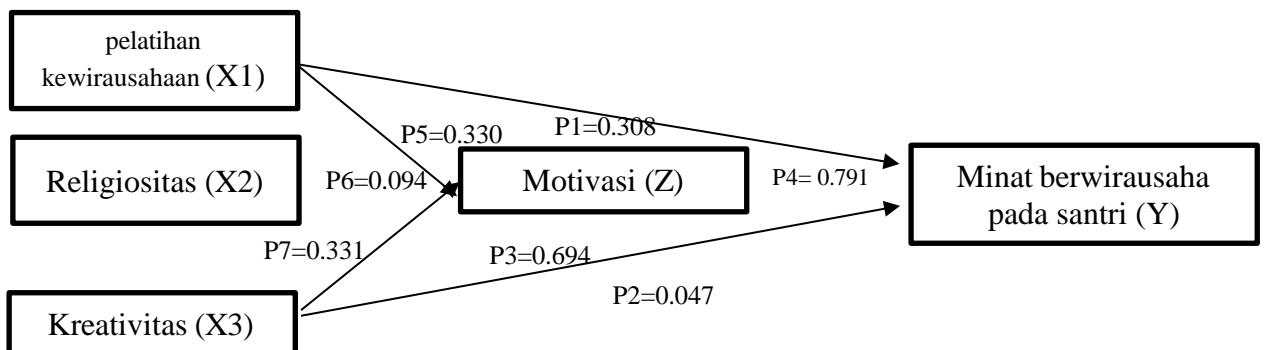
$$Z = 0.234 + 0.330 X_1 + 0.094 X_2 + 0.331 X_3 + e$$

Dari model persamaan regresi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Konstanta sebesar 0.234 menyatakan jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata minat berwirausaha akan naik sebesar 0.234 satuan.
- 2) Koefisien pelatihan kewirausahaan (X1) sebesar 0.330 dengan nilai signifikansi $0.002 < 0.05$ menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel pelatihan kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel motivasi sebesar 0.330. Sehingga, pelatihan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi.
- 3) Koefisien religiusitas (X2) sebesar 0.094 dengan nilai signifikansi $0.106 > 0.05$ menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel religiusitas sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel motivasi sebesar 0.094. Sehingga, religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap motivasi.
- 4) Koefisien kreativitas (X3) sebesar 0.331 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel ang kreativitas sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel motivasi sebesar 0.331. Sehingga, kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi.

Path Analysis

Berikut ini adalah hasil uji analisis jalur:



Gambar. 1. Analisis Jalur

Menurut gambar 1 bisa dilihat pengaruh tidak langsung, pengaruh langsung dan juga pengaruh secara total dari penelitian ini:

- Pengaruh langsung pelatihan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha $P1 = 0.308$
- Pengaruh langsung religiusitas terhadap minat berwirausaha $P2 = 0.047$
- Pengaruh langsung kreativitas terhadap minat berwirausaha $P3 = 0.694$
- Pengaruh langsung motivasi terhadap minat berwirausaha $P4 = 0.791$
- Pengaruh tidak langsung pelatihan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha $P5 \times P4 = 0.330 \times 0.791 = 0.26103$
- Pengaruh tidak langsung religiusitas terhadap minat berwirausaha $P6 \times P4 = 0.094 \times 0.791 = 0.074354$
- Pengaruh tidak langsung kreativitas terhadap minat berwirausaha $P7 \times P4 = 0.331 \times 0.791 = 0.261821$

Pembahasan

1. Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Pengujian variabel pelatihan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dapat dilihat pada tabel diatas diketahui bahwa pelatihan kewirausahaan (X1) memiliki koefisien sebesar 0.308, nilai t sebesar 1.099 dan nilai signifikansi sebesar $0.275 > 0.05$, artinya variabel pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.

Koefisien pelatihan kewirausahaan (X1) sebesar 0.308 menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel pelatihan kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel minat berwirausaha sebesar 0.308 satuan. Dengan demikian penelitian ini menolak hipotesis pertama (H1)

yaitu pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hal ini berarti bahwa tidak semua santri beranggapan bahwa pelatihan kewirausahaan akan membuat seseorang berminat untuk berwirausaha. Metode dalam pelatihan kewirausahaan kurang efektif sehingga para santri kurang memahami dan menyerap apa yang telah diajarkan. Padahal menurut (Maryani et al., 2020) memaparkan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat menumbuhkan minat seseorang untuk berwirausaha.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Berwirausaha

Pengujian variabel religiusitas terhadap minat berwirausaha dapat dilihat pada tabel diatas diketahui bahwa religiusitas (X2) memiliki koefisien sebesar 0.047, nilai t sebesar 0.309 dan nilai signifikansi sebesar $0.758 > 0.05$, artinya variabel religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.

Koefisien religiusitas (X2) sebesar 0.047 menyatakan bahwa setiap penurunan variabel religiusitas sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel minat berwirausaha sebesar 0.047 satuan. Dengan demikian penelitian ini menolak hipotesis kedua (H2) yaitu religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hal ini berarti bahwa tidak semua santri beranggapan bahwa sisi religiusitas akan membuat seseorang berminat untuk berwirausaha. Dikarenakan pelajaran dan pengaplikasian pondok pesantren salaf yang masih memegang teguh dan mendalami kitab kuning sehingga fokus para santri masih diarahkan untuk menguasai dan memahami secara mendalam kitab kuning. Hal ini juga berkaitan ketika para santri untuk mengambil keputusan atau tindakan berwirausaha kurang memahami terkait nilai-nilai religiusitas untuk berwirausaha. Padahal menurut (Syifa Safina Zedtin, 2019) memaparkan bahwa sisi religiusitas dapat menumbuhkan minat seseorang untuk berwirausaha.

3. Pengaruh Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha

Pengujian variabel kreativitas terhadap minat berwirausaha dapat dilihat pada tabel diatas diketahui bahwa kreativitas (X3) memiliki koefisien sebesar 0.695, nilai t sebesar 3.271 dan nilai signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$, artinya variabel kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Koefisien kreativitas (X3) sebesar 0.695 menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel kreativitas sebesar satu satuan maka akan menaikkan

variabel minat berwirausaha sebesar 0.695 satuan. Dengan demikian penelitian ini menerima hipotesis ketiga (H3) yaitu kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

4. Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Motivasi

Pengujian variabel pelatihan kewirausahaan terhadap motivasi dapat dilihat pada tabel diatas diketahui pelatihan kewirausahaan (X1) memiliki koefisien sebesar 0.330, nilai t sebesar 3.235 dan nilai signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$, artinya variabel pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi.

Koefisien pelatihan kewirausahaan (X1) sebesar 0.330 menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel pelatihan kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel motivasi sebesar 0.330 satuan. Dengan demikian penelitian ini menerima hipotesis keempat (H4) yaitu pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi.

5. Pengaruh Religiusitas terhadap Motivasi

Pengujian variabel religiusitas terhadap motivasi dapat dilihat pada tabel diatas diketahui bahwa religiusitas (X2) memiliki koefisien sebesar 0.094, nilai t sebesar 1.635 dan nilai signifikansi sebesar $0.106 > 0.05$, artinya variabel religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap motivasi. Koefisien religiusitas (X2) sebesar 0.094 menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel religiusitas sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel motivasi sebesar 0.094 satuan. Dengan demikian penelitian ini menolak hipotesis kelima (H5) yaitu religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi.

Hal ini menunjukkan bahwa para santri dalam sisi religiusitasnya tidak akan menumbuhkan sebuah motivasi. Sehingga motivasi tidak timbul dari sisi religiusitasnya melainkan akan tibul dari hal-hal yang lain. Dalam hal ini nilai-nilai religiusitas dipandang kurang untuk menumbuhkan motivasi para santri.

6. Pengaruh Kreativitas terhadap Motivasi

Pengujian variabel kreativitas terhadap motivasi dapat dilihat pada tabel diatas diketahui bahwa kreativitas (X2) memiliki koefisien sebesar 0.331, nilai t sebesar 4.506 dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, artinya variabel kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi. Koefisien kreativitas (X2) sebesar 0.331 menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel kreativitas sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel motivasi sebesar 0.331 satuan. Dengan demikian penelitian ini menerima

hipotesis keenam (H_6) yaitu kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi.

7. Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha

Pengujian variabel motivasi terhadap minat berwirausaha dapat dilihat pada tabel diatas diketahui bahwa motivasi (Z) memiliki koefisien sebesar 0.791, nilai t sebesar 2.783 dan nilai signifikansi sebesar $0.007 < 0.05$, artinya variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Koefisien motivasi (Z) sebesar 0.791 menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel motivasi sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel minat berwirausaha sebesar 0.791 satuan. Dengan demikian penelitian ini menerima hipotesis ketujuh (H_7) yaitu motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

8. Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha dengan Motivasi sebagai variabel *intervening*

Diketahui pengaruh langsung pelatihan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha adalah 0.308. Pengaruh tidak langsung pelatihan kewirausahaan melalui minat berwirausaha adalah $= 0.330 \times 0.791 = 0.26103$. Pengaruh total pelatihan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha adalah pengaruh langsung + pengaruh tidak langsung 0.308
 $+ 0.330 = 0.638$.

Untuk mengetahui apakah pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien ($p_5 \times p_4$) sebesar 0.26103 signifikan atau tidak, maka diuji dengan Sobel test sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Sp2p3 &= \sqrt{3^2(2^2 + 2^2)3^2 + 2(2^2)3^2} \\ &= \sqrt{(0.791)^2(0.102)^2 + (0.330)^2(0.284)^2 + (0.102)^2(0.284)^2} \\ &= \sqrt{(0.625681)(0.010404) + (0.1089)(0.080656)} + \\ &\quad (0.010404)(0.080656) \\ &= \sqrt{0.006509585124 + 0.0087834384} + 0.000839145024 \\ &= \sqrt{0.016132168548} \\ &= 0.16132168548 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil Sp2p3 tersebut kita dapat menghitung nilai t statistic pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t &= \frac{\sqrt{3^2}}{\sqrt{2(2)3}} \\ t &= \frac{0.26103}{0.16132168548} \\ t &= 1.61807136606 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui nilai t hitung $1.61807136606 < 1.66298$ dengan taraf signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan motivasi (Z) tidak mampu memediasi pengaruh pelatihan kewirausahaan (X1) terhadap minat berwirausaha (Y). Dengan demikian penelitian ini menolak hipotesis kedelapan (H8) yaitu motivasi dapat memediasi pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Hal ini disebabkan karena motivasi tidak dapat memediasi pelatihan kewirausahaan para santri untuk menumbuhkan minat berwirausaha. Dikarenakan pelatihan kewirausahaan sebuah cara untuk melatih dan menumbuhkan skill para santri. Materi dan metode dikira hanya sebatas penyampaian praktik dari pemateri kepada peserta. Pelatihan merupakan sebuah cara untuk menumbuhkan motivasi untuk berwirausaha (Mar'ie Muhammad, 2019).

9. Pengaruh religiusitas terhadap minat berwirausaha dengan motivasi sebagai variabel *intervening*

Diketahui pengaruh langsung religiusitas terhadap minat berwirausaha adalah 0.047. Pengaruh tidak langsung religiusitas melalui minat berwirausaha adalah $0.094 \times 0.791 = 0.074354$. Pengaruh total *relationship marketing* terhadap *customer satisfaction* adalah pengaruh langsung + pengaruh tidak langsung $0.047 + 0.094 = 0.141$.

Untuk mengetahui apakah pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien ($p_6 \times p_4$) sebesar 0.074354 signifikan atau tidak, maka diuji dengan Sobel test sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Sp2p3 &= \sqrt{3^2 \cdot 2^2 + 2^2 \cdot 3^2 + 2 \cdot 2 \cdot 3} \\ &= \sqrt{(0.791)^2(0.057)^2 + (0.094)^2(0.284)^2 + (0.057)^2(0.284)^2} \\ &= \sqrt{(0.625681)(0.003249) + (0.008836)(0.080656)} + \\ &\quad (0.003249)(0.080656) \\ &= \sqrt{0.002032837569 + 0.000712676416} + 0.000262051344 \\ &= \sqrt{0.003007565329} \\ &= 0.05484127396 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil Sp2p3 tersebut kita dapat menghitung nilai t statistic pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t &= \frac{\sqrt{3} \cdot 2}{\sqrt{2} \cdot 3} \\ t &= \frac{0.074354}{0.05484127396} \\ t &= 1.35580366084 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui nilai t hitung $1.35580366084 < 1.66298$ dengan taraf signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan motivasi (Z) tidak mampu memediasi pengaruh religiusitas (X2) terhadap minat berwirausaha (Y). Dengan demikian penelitian ini menolak hipotesis kesembilan (H9) yaitu motivasi dapat memediasi pengaruh religiusitas terhadap minat berwirausaha.

Hal ini disebabkan karena motivasi tidak dapat memediasi religiusitas para santri untuk menumbuhkak minat berwirausaha. Dikarenakan Religiusitas merupakan penghayatan kedalaman kepercayaan yang diekspresikan dengan melakukan ibadah sehari-hari (Anwar et al., 2019).

10. Pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha dengan motivasi sebagai variabel intervening

Diketahui pengaruh langsung keativitas terhadap minat berwirausaha adalah 0.694. Pengaruh tidak langsung keativitas melalui minat berwirausaha adalah $0.331 \times 0.791 = 0.261821$. Pengaruh total relationship marketing terhadap customer satisfaction adalah pengaruh langsung + pengaruh tidak langsung $0.694 + 0.331 = 1.025$.

Untuk mengetahui apakah pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien ($p7 \times p4$) sebesar 0.261821 signifikan atau tidak, maka diuji dengan Sobel test sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Sp2p3 &= \sqrt{p3^2Sp2^2 + p2^2Sp3^2 + Sp2^2Sp3^2} \\ &= \sqrt{(0.791)^2(0.073)^2 + (0.331)^2(0.284)^2 + (0.073)^2(0.284)^2} \\ &= \sqrt{(0.625681)(0.005329) + (0.109561)(0.080656)} \\ &\quad + (0.005329)(0.080656) \\ &= \sqrt{0.00333425405 + 0.00883675202 + 0.00042981582} \\ &= \sqrt{0.01260082189} \\ &= 0.11225338253 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil Sp2p3 tersebut kita dapat menghitung nilai t statistic pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t &= \frac{p3 p2}{Sp2Sp3} \\ t &= \frac{0.261821}{0.11225338253} \\ t &= 2.33241078441 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui nilai t hitung $2.33241078441 > 1.66298$ dengan taraf signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan tidak signifikan. Artinya motivasi (Z) tidak mampu memediasi pengaruh kreativitas (X3) terhadap minat berwirausaha (Y).

Dengan demikian penelitian ini menolak hipotesis kesepuluh (H10) yaitu motivasi dapat memediasi pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha.

Hal ini disebabkan karena motivasi tidak dapat memediasi kreativitas para santri untuk menumbuhkah minat berwirausaha. Dikarenakan kreativitas sendiri merupakan kemampuan untuk memulai ide, melihat hubungan yang baru, atau tak diduga sebelumnya. Kreativitas juga merupakan sebuah kemampuan untuk melihat peluang apa yang dibutuhkan oleh pasar dengan sebuah inovasi (Hisyam, 2018)

SIMPULAN

Dari penelitian yang sudah dilakukan dari tahap pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data mengenai pengaruh pelatihan kewirausahaan, religiusitas, dan kreativitas terhadap minat berwirausaha dengan motivasi sebagai variabel intervening (studi kasus pada santri Pondok Pesantren Sunan Giri) maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.
2. Religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.
3. kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
4. Pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi
5. Religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap motivasi.
6. kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi.
7. motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
8. motivasi tidak dapat memediasi pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.
9. motivasi tidak dapat memediasi pengaruh religiusitas terhadap minat berwirausaha.
10. Motivasi dapat memediasi pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Amron, Usman, & Mursid, A. 2018. Buying Decision in The Marketing of Sharia Life Insurance Evidence from Indonesia). *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2017-0013>
- Abbas, M. H. I., Sumarsono, H., Satrio, Y. D., & Priambodo, M. P. (2019). SANTRIPRENEUR: Program Peningkatan Kemampuan Berwirausaha Santri Pondok Pesantren melalui Pelatihan Sablon Digital. *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 94. <https://doi.org/10.31604/jpm.v2i2.94-100>
- Afandi, Z. (2019). Strategi Pendidikan Entrepreneurship di Pesantren Al- Mawaddah Kudus. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(1), 55. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i1.5191>
- Anwar, D., Marnola, I., & Suryani, S. (2019). Pengaruh Religiusitas Dan Komunitas Terhadap Motivasi Berwirausaha Para Pemuda. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 4(2), 181. <https://doi.org/10.15548/jebi.v4i2.244>
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga Press.
- Boga, T. (2017). Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga Universitas Pendidikan Indonesia. *Media Pendidikan, Gizi, Dan Kuliner*, 6(2), 81–93.
- Cindyana Bella Iswandani. (2019). *Pemahaman Akuntansi (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Dayana, I., & Marbun, J. (2018). *Motivasi Kehidupan*. Guepedia.
- Dina, M. (2019). *Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura, Pontianak)*. 8.
- Firdaus, V. (2019). Pengaruh Pelatihan Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Pengandang Disabilitas Di Kabupaten Jember. *Jurnal Fenomena 2018, January*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi ke T). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hisyam, W. (2018). Pengaruh Kemandirian Dan Kreativitas Terhadap Minat Santri Untuk Berwirausaha. *Journal of Chemical Information and Modeling*. file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf
- [https://santripreneur.co.id. \(2016\). Sejarah. Https://Santripreneur.Co.Id. https://santripreneur.co.id/sejarah/](https://santripreneur.co.id. (2016). Sejarah. Https://Santripreneur.Co.Id. https://santripreneur.co.id/sejarah/)
- Jalaluddin. (2002). *Psikologi Agama*. PT Raja Grafindo Persada.

- Kasmir. (2011). *kewirausahaan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Makmur, A. (2015). Efektifitas Penggunaan Metode Base Method Dalam Meningkatkan Kreativitas Dan Motivasi Belajar Matematika Siswa Smp N 10 Padangsidimpuan. *Jurnal EduTech Vol .1 No 1, 1*.
- Mar'ie Muhammad. (2019). *Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sts Jambi)*.
- Maryani, H., Asriati, N., & achmadi. (2020). *Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Dan Motivasi Kerja Terhadap Minat Berwirausaha Penghuni Lapas Perempuan Kelas Ii A Pontianak*. 1–10.
- Muhtarom, M., Nizaruddin, N., & Zuhri, M. S. (2017). Pelatihan Kewirausahaan Di Universitas Pgri Semarang. *E-Dimas*, 8(1), 104. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v8i1.1379>
- Munawar, A., & Supriatna, N. (2018). Pengaruh Sikap Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi, II*, 14–23. <https://doi.org/10.23969/oikos.v2i1.916>
- Nasikhah, D., & Prihastuti, D. (2013). Hubungan antara Tingkat Religiusitas dengan Perilaku Kenakalan Remaja pada Masa Remaja Awal. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan*, 2(2), 69–72.
- Nurikasari, F. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang. *Artikel Ilmiah*.
- Park, H., & Blenkinsopp, J. (2009). Whistleblowing as Planned Behavior – A Survey of South Korean Police Officers. *Journal of Business Ethics*, 85, 545–556. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9788-y>
- Purnomo, B. R. (2017). Efektivitas Pelatihan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Pengetahuan Dan Motivasi Berwirausaha Pada Penyandang Tunarungu. *Ekspektra, Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1, 21–30.
- Putri Arum Wahyuningsih. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Di Wisata Religi Gunungpring*. 117-99؛ص ٨
- Rahmi, V. A., & Hidayati, R. A. (2019). Efektivitas Pelatihan Keterampilan Dalam Menumbuhkan Minat Wirausaha Wanita Melalui Motivasi Diri Berwirausaha. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.32503/jmk.v4i1.350>
- Ru'iya, S. (2018). Kreativitas, Pemacu Dan Penghambatnya Dalam Kehidupan Manusia. *Al-Misbah (Jurnal Islamic Studies)*, 2(2), 203–218. <https://doi.org/10.26555/almisbah.v2i2.103>
- Rumahsantripreneurindonesia.or.id. (2020). *Latar Belakang*.

- Rumahsantripreneurindonesia.or.Id.
<https://www.rumahsantripreneurindonesia.or.id/2020/04/tentang-kami.html>
- Sektiyaningsih, I. S., & Aisyah, S. (2020). Analisis Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Inovasi, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa IBM Asmi Jakarta. *JMBA Jurnal Manajemen Dan ...*, 06(02), 67–77.
<https://journal.ibmasmi.ac.id/index.php/JMBA/article/view/415>
- Sukirman, & Afifi, Z. (2021). *The Influence of Entrepreneurship Understanding, Entrepreneurship Training, and Interest in Entrepreneurship in Efforts to Increase Business Productivity*. 2(2), 61–71.
- Sulhaini. (2020). Usaha Pariwisata Halal: Sele-Efficacy, Pengetahuan Pariwisata Halal , Religiusitas Nusa Tengara Barat. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram*, 9(3), 257–269.
- Suryana. (2008). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. salembe empat.
- Syifa Safina Zedtin. (2019). *Religiusitas, Dukungan Sosial Dan Pembelajaran Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Dengan Efikasi Diri Sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Anggota UKM LDK di Jakarta Barat)*.
- Ulfa, N. (2016). Minat Wirausaha Kaum Santri Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya (Studi Pada Pondok Pesantren Ar-Riyadh Palembang). *I-Economics*, 1(1), 91–121.
- Wahid, A. H., & Sa'diyah, H. (2020). Pembangunan Santripreneur Melalui Penguatan Kurikulum Pesantren Berbasis Kearifan Lokal Di Era Disruptif. *Risâlah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 6(1), 80–99.
https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v6i1.130
- Wijayangka, C., Kartawinata, budi rustandi, & Novrianto, B. (2018). *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom*. 3(61), 89–100.
- Nengsih, T. A., Nofrianto, N., Rosmanidar, E., & Uriawan, W. (2021). Corporate Social Responsibility on Image and Trust of Bank Syariah Mandiri. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 13(1), 151–170.
<https://doi.org/10.15408/aiq.v13i1.18347>
- Rosmanidar, E., Ahsan, M., Al-Hadi, A. A., & Thi Minh Phuong, N. (2022). Is It Fair To Assess the Performance of Islamic Banks Based on the Conventional Bank Platform? *ULUL ALBAB Jurnal Studi Islam*, 23(1), 1–21.
<https://doi.org/10.18860/ua.v23i1.15473>
- Arrahman, A., & Yanti, I. (2022). Halal Industry in Javanese Culture; Yogyakarta Regional Government Policy in obtaining its economic values. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 16(1), 151–174.
<https://doi.org/10.18326/infsl3.v16i1.151-174>
- As'ad, Putra, D. I. A., & Arfan. (2021). Being al-wasatiyah agents: The role of azharite organization in the moderation of Indonesian religious constellation. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 11(2), 124–145.
<https://doi.org/10.32350/jitc.11.2.07>
- Hardi, E. A., Masnidar, M., & Anita, E. (2022). Philanthropy and Sustainable

Compassion: An Evidence of Charity Activism in Alumni Association of Islamic Boarding School. INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, 15(2), 337–360. <https://doi.org/10.18326/infsl3.v15i2.337-360>