



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2025) pp: 936-941

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Religiusitas sebagai Trigger Event dan Kontrol Perilaku: Merumuskan Model Niat Kewirausahaan Muslim Siswa Berbasis Modifikasi Teori Perilaku Terencana

Aly Muhtarom, Suhono, Muhammad Muzaidin, Moh Yusuf, Nazih Sadatul Kahfi

Magister Islamic Education, Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman (UNDARIS), Semarang

alimuhtarom3005@gmail.com, suhonoblora@gmail.com, muzaidinfix@gmail.com, yusufbengis.yusuf@gmail.com,
kahfinazih1@gmail.com

Abstrak

Religiusitas memiliki peran strategis dalam membentuk orientasi, motivasi, dan kontrol etis perilaku kewirausahaan generasi muda Muslim. Artikel ini bertujuan merumuskan model konseptual niat kewirausahaan Muslim siswa dengan memodifikasi Theory of Planned Behavior (TPB) melalui penempatan religiusitas sebagai trigger event sekaligus kontrol perilaku. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologis pada 18 informan yang terdiri atas 15 siswa dan 3 guru kewirausahaan di tiga SMK Islam di Rembang, Jawa Tengah. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif terhadap kegiatan kewirausahaan bernuansa religius, serta studi dokumentasi kurikulum dan program sekolah. Analisis data dilakukan secara tematik mengikuti tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman religius seperti kajian keagamaan, keteladanan guru, dan proyek sosial-entrepreneurship berfungsi sebagai peristiwa pemicu (trigger event) yang menumbuhkan niat berwirausaha sebagai wujud ibadah dan pencarian keberkahan. Religiusitas juga memperkuat tiga determinan utama TPB, yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, sekaligus bertindak sebagai kendali moral untuk menghindari praktik usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah. Artikel ini menawarkan model TPB-Religiusitas yang kontekstual dengan ekosistem pendidikan Islam dan memberikan implikasi praktis bagi pengembangan kurikulum kewirausahaan berlandaskan nilai, peran guru sebagai role model spiritual, serta desain program sekolah yang mampu menghubungkan niat kewirausahaan dengan tindakan nyata yang etis dan berkelanjutan.

Kata kunci: Religiusitas, Niat Kewirausahaan, Theory of Planned Behavior, Kewirausahaan Islam, Pendidikan Vokasional

1. Latar Belakang

Indonesia berada dalam momentum penting pengembangan kewirausahaan muda. Laporan *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) menunjukkan tingkat intensi berwirausaha penduduk usia 18-64 tahun yang belum terlibat usaha mencapai sekitar 35% indikator bahwa potensi pembentukan usaha baru relatif tinggi di kawasan ini. Namun, di saat bersamaan, hambatan psikologis seperti *fear of failure* kembali meningkat secara global menurut GEM 2024/2025, *Entrepreneurship Reality Check*, sehingga niat yang tinggi tidak selalu berujung pada tindakan memulai usaha. Fenomena niat-tindakan yang “tidak tersambung” ini relevan untuk konteks Indonesia yang tengah memperkuat ekonomi digital dan ekosistem wirausaha pemula.[1]

Di sisi pasar tenaga kerja, pengangguran muda (15-24 tahun) Indonesia masih menjadi tantangan. Estimasi ILO yang dihimpun Bank Dunia menempatkan tingkat pengangguran muda Indonesia di kisaran 13% pada 2024, menandakan adanya segmen besar lulusan sekolah yang membutuhkan jalur transisi kerja alternatif selain menjadi pekerja upahan. Kewirausahaan terutama yang berbasis nilai dan komunitas muncul sebagai opsi strategis untuk menyerap energi produktif generasi muda, termasuk siswa sekolah menengah kejuruan (SMK) berbasis Islam.[2] Dalam konteks siswa Muslim, religiusitas bukan sekadar identitas spiritual, melainkan sumber nilai yang membentuk orientasi ekonomi dan etika bisnis. Sejumlah studi mutakhir menunjukkan nilai-nilai Islam berkorelasi positif dengan niat berwirausaha dan bahkan perilaku kewirausahaan, baik pada mahasiswa Indonesia maupun di negara Muslim lain (mis. Maroko). Namun, pengaruh ini tidak selalu linier, ia bergantung pada cara nilai keagamaan tersebut masuk sebagai pemicu (trigger event) motivasi dan kontrol perilaku dalam pengambilan keputusan.[3]

Religiusitas sebagai Trigger Event dan Kontrol Perilaku: Merumuskan Model Niat Kewirausahaan Muslim Siswa Berbasis Modifikasi Teori Perilaku Terencana

Kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan niat sebagai fungsi sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* (PBC). TPB telah mapan dalam menjelaskan niat kewirausahaan, tetapi masih menyisakan ruang untuk mengintegrasikan dimensi nilai agama sebagai sumber motivasi transenden dan kendali moral atas perilaku bisnis dua peran yang tidak secara eksplisit dimodelkan dalam TPB asli Ajzen (1991). Dengan kata lain, *mengapa* siswa Muslim berniat berwirausaha (motif spiritual) dan *bagaimana* mereka mengendalikan perilaku (etika/akhlak) merupakan aspek yang layak dimasukkan ke dalam pengayaan model. [4] Urgensi kajian ini berada pada irisan tiga tren: (a) lonjakan minat berwirausaha yang belum sepenuhnya termaterialkan menjadi tindakan, (b) kebutuhan kanal transisi kerja produktif bagi remaja/kaum muda, dan (c) peran sekolah berbasis Islam yang kian menempatkan pendidikan kewirausahaan berlandaskan nilai sebagai bagian dari kurikulum. Ketiganya menuntut model konseptual yang tidak hanya prediktif, tetapi juga kontekstual terhadap realitas sosial-keagamaan siswa Muslim Indonesia.[5]

Fakta sosial di sekolah berbasis Islam (madrasah/SMK Islam) memperlihatkan adanya habitus religius (ibadah rutin, penguatan akhlak, keteladanan guru) yang berpotensi bertindak sebagai pemicu pengalaman puncak (*trigger event*) misalnya ceramah kewirausahaan bernuansa syariah, praktik *entrepreneurial project* bertema kemaslahatan, atau paparan kisah teladan pedagang Muslim. Di saat yang sama, habitus ini dapat berfungsi sebagai kontrol (batasan) dalam keputusan bisnis menghindari riba, kecurangan, dan eksploitasi. Namun, bagaimana kedua fungsi tersebut memengaruhi sikap, norma, dan PBC hingga membentuk niat masih jarang dipetakan secara kualitatif mendalam pada level siswa menengah.[5] Kesenjangan literatur (literature gap) dapat diringkas dalam tiga poin. Pertama, banyak riset menelaah religiusitas dan intensi pada mahasiswa atau pelaku dewasa; populasi siswa SMK relatif terabaikan. Kedua, studi sering kuantitatif dan menguji jalur struktural tanpa menggali mekanisme pengalaman religius sebagai *trigger event* yang memantik makna dan komitmen. Ketiga, literatur kerap menempatkan religiusitas sebagai prediktor langsung niat, bukan sebagai mekanisme penguat (yang menstruktur ulang sikap/norma/PBC). Kesenjangan ini membuka peluang untuk memodifikasi TPB sehingga religiusitas berperan ganda: *pemicu* dan *kontrol*.

Kajian teori pada penelitian ini menempatkan TPB sebagai kerangka dasar dan nilai Islam/keberagamaan sebagai pengaya model. Secara teoretik, religiusitas (dimensi keyakinan, praktik, pengetahuan, dan pengalaman transenden) diposisikan memengaruhi sikap kewirausahaan (makna kerja-berkah, kebermanfaatn), norma subjektif (dukungan keluarga/guru/komunitas keagamaan), serta PBC (*self-efficacy* moral dan persepsi sumber daya yang halal). Hasil-hasil studi di berbagai konteks Muslim mendukung arah ini: nilai Islam meningkatkan intensi dan perilaku kewirausahaan, termasuk varian sosial-entrepreneurship, dengan jalur mediasi pada motivasi dan sikap.[6] Dari perspektif metodologis, pendekatan kualitatif diperlukan untuk menangkap narasi, simbol, dan pengalaman religius yang berfungsi sebagai *trigger event* (misal: momen spiritual, perjumpaan teladan, program keagamaan) serta bagaimana pengalaman tersebut diterjemahkan menjadi aturan praktis (akhlak kerja) yang mengontrol perilaku kewirausahaan. Temuan kualitatif diharapkan memperkaya pemodelan TPB yang lazimnya deduktif-kuantitatif, sekaligus menyediakan kategori-kategori teoretik untuk pengembangan instrumen kuantitatif di studi berikutnya. (Argumen ini menyambungkan kebutuhan teori dan praktik pendidikan kewirausahaan Islami).

Tujuan artikel ini adalah merumuskan model niat kewirausahaan siswa Muslim berbasis modifikasi TPB yang menempatkan religiusitas sebagai trigger event dan kontrol perilaku, melalui pendekatan kualitatif pada ekosistem sekolah berbasis Islam. Manfaat teoretis: memperkaya TPB dengan mekanisme bernuansa nilai (spiritual-moral) dan memperjelas posisi religiusitas sebagai penguat sikap, norma, dan PBC. Manfaat praktis: memberi landasan bagi desain kurikulum kewirausahaan Islami, strategi bimbingan karier sekolah, dan program penguatan karakter wirausaha yang selaras syariah sehingga intensi yang tinggi dapat menjelma menjadi tindakan berwirausaha yang etis dan berkelanjutan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi fenomenologis, karena tujuan utama penelitian adalah memahami secara mendalam makna pengalaman religius siswa Muslim yang berfungsi sebagai *trigger event* dan *kontrol perilaku* dalam membentuk niat kewirausahaan. Pendekatan fenomenologis dipilih untuk menggali kesadaran, refleksi, dan nilai-nilai subjektif yang tidak dapat dijelaskan melalui angka statistik, tetapi melalui narasi dan interpretasi pengalaman individu. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Creswell (2018),[7] bahwa fenomenologi digunakan ketika peneliti ingin memahami esensi pengalaman hidup yang dialami beberapa

individu terhadap suatu fenomena tertentu. Dalam konteks ini, fenomenanya adalah keterkaitan religiusitas dengan pembentukan niat kewirausahaan pada siswa sekolah menengah kejuruan berbasis Islam.

Sumber data utama penelitian ini berasal dari siswa dan guru kewirausahaan di tiga Sekolah Menengah Kejuruan Islam di Rembang. Kriteria pemilihan subjek dilakukan secara *purposive sampling*, yakni berdasarkan pertimbangan bahwa peserta memiliki keterlibatan aktif dalam kegiatan kewirausahaan sekolah dan menunjukkan tingkat religiusitas tinggi dalam keseharian (terlibat dalam kegiatan keagamaan, pengajian, dan praktik ibadah rutin). Jumlah informan sebanyak 15 orang siswa dan 3 guru pembimbing kewirausahaan dianggap memadai untuk memperoleh kedalaman informasi, sesuai dengan prinsip saturasi data dalam penelitian kualitatif (Guest, Namey, & Chen, 2020).[8] Teknik pengumpulan data dilakukan melalui *in-depth interview*, observasi partisipatif terhadap kegiatan kewirausahaan bernuansa religius, serta dokumentasi berupa catatan kegiatan, modul pelatihan, dan kurikulum sekolah.

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman (2014)[9] yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Setiap data hasil wawancara ditranskripsi dan dikode secara tematik menggunakan pendekatan analisis tematik Braun & Clarke (2006) untuk mengidentifikasi pola makna yang menggambarkan peran religiusitas sebagai pemicu motivasi (*trigger event*) dan pengendali perilaku (*behavioral control*).[10] Validitas temuan diperkuat melalui triangulasi sumber (membandingkan hasil wawancara dengan observasi dan dokumentasi) serta member checking kepada informan untuk memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan pengalaman nyata peserta. Pendekatan analisis ini memungkinkan munculnya model konseptual kualitatif yang memetakan bagaimana religiusitas bekerja dalam kerangka modifikasi *Theory of Planned Behavior* untuk konteks siswa Muslim Indonesia.

3. Hasil dan Diskusi

Hasil

Penelitian ini melibatkan 18 informan, 15 siswa dan 3 guru dari tiga SMK Islam di Rembang, Jawa Tengah, yang aktif dalam kegiatan kewirausahaan berbasis nilai Islam seperti *bazar halal* dan *project-based entrepreneurship*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen sekolah untuk memahami hubungan antara religiusitas dan niat kewirausahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berperan ganda dalam membentuk niat kewirausahaan siswa Muslim. Pertama, religiusitas bertindak sebagai *trigger event*, yakni pemicu spiritual yang menumbuhkan motivasi berwirausaha melalui pengalaman religius, kisah teladan pengusaha Muslim, kajian keagamaan, serta proyek sosial bernuansa ibadah. Kedua, religiusitas membentuk sikap positif (*attitude*) dengan menanamkan orientasi keberkahan, kejuruan, dan tanggung jawab sosial dalam berbisnis.

Selain itu, norma subjektif muncul dari dukungan keluarga, guru, dan komunitas keagamaan yang memperkuat legitimasi moral untuk berwirausaha halal. Religiusitas juga meningkatkan persepsi kontrol perilaku (PBC) melalui *spiritual self-efficacy* yang menumbuhkan keberanian memulai usaha kecil, menggunakan strategi halal, dan menghindari sumber modal ribawi. Fungsi lainnya tampak sebagai *behavioral control*, di mana nilai iman berperan sebagai batas etis yang mencegah praktik riba, kecurangan, atau eksploitasi.

Walaupun siswa menghadapi hambatan seperti keterbatasan modal dan *fear of failure*, mereka mengatasinya dengan strategi adaptif berbasis nilai Islam, seperti sistem *pre-order*, kolaborasi tim kecil, dan pemanfaatan jaringan dakwah. Secara keseluruhan, religiusitas terbukti memperkuat ketiga determinan utama *Theory of Planned Behavior* sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku, serta menjembatani kesenjangan antara niat dan tindakan wirausaha nyata.

Diskusi

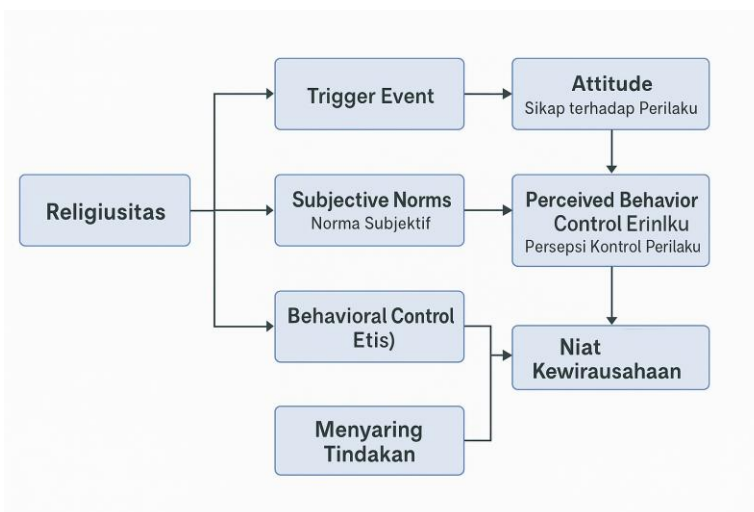
Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengalaman religius siswa merupakan *trigger event* yang memicu munculnya niat awal untuk berwirausaha. Dalam psikologi kewirausahaan, *trigger event* dipahami sebagai peristiwa bermakna yang menimbulkan kesadaran dan keinginan untuk mengubah arah hidup melalui aktivitas usaha. Pada konteks siswa Muslim, pemicu tersebut tidak selalu berupa krisis ekonomi atau dorongan materi,

melainkan refleksi spiritual yang menginternalisasi nilai-nilai iman, kejujuran, dan keberkahan dalam pandangan hidup. Pengalaman seperti mendengarkan kisah sukses pengusaha Muslim yang amanah, mengikuti kajian bertema “rezeki halal”, atau terlibat dalam kegiatan sosial seperti *bazar amal* dan *buka puasa bersama*, menjadi titik balik yang menggugah motivasi berwirausaha sebagai wujud ibadah. Fenomena ini menegaskan bahwa kesadaran religius dapat menjadi pemantik transformasi motivasi, dari sekadar mencari keuntungan menuju pencarian makna dan keberkahan. Sejalan dengan pandangan Ananda Magfiroh (2025), religiusitas yang tertanam dalam diri individu mampu menumbuhkan *moral purpose* tujuan moral yang memperkuat intensi untuk berusaha sesuai nilai-nilai Islam. Dengan demikian, *trigger event* berbasis spiritual berperan sebagai pintu masuk yang menyiapkan mentalitas kewirausahaan Islami di kalangan siswa SMK.[11]

Dalam model *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991)[2], niat dipengaruhi oleh tiga determinan utama: sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control/PBC*). Hasil penelitian ini memperluas model tersebut dengan menambahkan religiusitas sebagai variabel yang memengaruhi dan memperkuat ketiga aspek tersebut. Pertama, religiusitas memengaruhi sikap terhadap kewirausahaan dengan menggeser orientasi nilai siswa dari orientasi profit menuju orientasi keberkahan dan kemanfaatan sosial. Bekerja dan berwirausaha dipahami sebagai bagian dari ibadah, sehingga etika seperti kejujuran, ketekunan, dan tanggung jawab menjadi prinsip utama dalam usaha. Kedua, religiusitas memperkuat norma subjektif dengan menciptakan jaringan dukungan moral dari keluarga, guru, dan komunitas keagamaan. Dukungan ini membentuk tekanan sosial positif yang menumbuhkan rasa tanggung jawab moral terhadap perilaku usaha yang etis dan syariah. Ketiga, religiusitas meningkatkan persepsi kontrol perilaku (PBC) melalui *spiritual self-efficacy*, yakni keyakinan bahwa kerja keras dan kejujuran adalah bentuk tawakal yang mendatangkan rezeki halal. Siswa yang memiliki keyakinan spiritual tinggi lebih berani memulai usaha kecil, mengatasi hambatan, dan percaya pada keberlanjutan rezeki yang berkah. Hasil ini sejalan dengan penelitian Boubker, Khouilid, dan Mokhtari (2024)[12] yang menunjukkan bahwa religiusitas memperkuat kepercayaan diri moral dan rasa tanggung jawab dalam konteks kewirausahaan mahasiswa Muslim.

Temuan yang paling menonjol adalah peran religiusitas sebagai *behavioral control*, yaitu mekanisme batin yang menahan individu dari perilaku tidak etis dalam berwirausaha. Siswa dengan tingkat religiusitas tinggi menunjukkan kecenderungan kuat untuk menolak praktik riba, manipulasi harga, eksploitasi tenaga kerja, serta bentuk transaksi yang tidak transparan.[13] Dalam kerangka Islam, mekanisme ini sejalan dengan konsep *taqwa* yang berfungsi sebagai pengendali moral dan spiritual untuk menjaga integritas tindakan manusia. Beekun (1997)[14] menegaskan bahwa etika bisnis Islam menempatkan akhlak sebagai dimensi spiritual dari pengambilan keputusan ekonomi. Hal ini tercermin pada perilaku siswa yang menekankan *akad yang jelas*, keterbukaan harga, dan kepatuhan pada nilai keadilan sosial. Fungsi kontrol etis ini memperluas konsep PBC dalam TPB yang semula fokus pada kemampuan teknis dan ketersediaan sumber daya menjadi juga mencakup aspek moral dan spiritual. Dengan demikian, religiusitas bukan hanya sumber motivasi internal (niat), tetapi juga bertindak sebagai mekanisme eksternal yang mengarahkan tindakan agar tetap berada dalam koridor syariah.

Gambar: Model konseptual TPB–Religiusitas



Berdasarkan hasil penelitian, dapat dirumuskan sebuah model konseptual TPB-Religiusitas yang menempatkan religiusitas pada dua peran utama: (1) sebagai *trigger event* yang membentuk sikap, norma, dan PBC; serta (2) sebagai *behavioral control* yang memfilter perilaku etis kewirausahaan. Model ini menggambarkan hubungan yang dinamis di mana nilai-nilai spiritual tidak hanya mendorong intensi, tetapi juga memastikan konsistensi antara niat dan tindakan nyata. Temuan ini memperkuat pandangan Ajzen (2011)[13] bahwa TPB bersifat terbuka terhadap konteks budaya dan nilai. Dalam konteks pendidikan Islam, model TPB-Religiusitas ini relevan untuk menjelaskan bagaimana sistem pendidikan berbasis nilai mampu menginternalisasi etika ke dalam niat dan perilaku ekonomi siswa, sehingga kewirausahaan tidak sekadar rasional, tetapi juga bermoral.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas landasan *Theory of Planned Behavior* dengan menambahkan dimensi religiusitas sebagai variabel kontekstual yang mampu menjembatani *intention-behavior gap*, jarak antara niat dan tindakan yang sering muncul dalam praktik kewirausahaan. Religiusitas terbukti berfungsi sebagai faktor yang memperkuat determinan utama TPB sekaligus mengarahkan perilaku menuju keseimbangan antara rasionalitas ekonomi dan moralitas spiritual.[15] Selain itu, penelitian ini mendukung teori *Islamic Entrepreneurship* (Hassan et al., 2020)[16], yang menempatkan iman, akhlak, dan tanggung jawab sosial sebagai fondasi utama perilaku bisnis Muslim. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya literatur kewirausahaan dengan perspektif integratif antara teori perilaku Barat dan prinsip etika Islam.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan arah baru bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan berbasis nilai Islam. Pertama, sekolah dan lembaga pendidikan Islam perlu mengintegrasikan pembelajaran spiritual ke dalam kurikulum kewirausahaan agar peserta didik memahami hubungan antara iman dan aktivitas ekonomi. Kedua, guru dan pembimbing kewirausahaan perlu berperan aktif sebagai *moral facilitator* dan *role model* yang memunculkan *trigger event* religius melalui bimbingan, keteladanan, dan kegiatan sosial. Ketiga, sekolah dapat membangun ekosistem kewirausahaan syariah, misalnya melalui *bazar halal*, inkubasi bisnis etis, dan kolaborasi komunitas masjid.[17] Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi kewirausahaan, tetapi juga memperkuat karakter spiritual dan sosial siswa, menjadikan religiusitas bukan sekadar ajaran moral, tetapi sumber daya psikologis dan sosial yang produktif.

Penelitian ini memperluas hasil studi-studi terdahulu seperti Ramli & Yusof (2022) dan Khoiriyah et al. (2023)[3], dengan menempatkan fokus pada konteks siswa SMK Islam populasi yang sebelumnya belum banyak dikaji. Jika penelitian sebelumnya berorientasi kuantitatif dan memposisikan religiusitas sebagai prediktor langsung, penelitian ini menampilkan pendekatan kualitatif yang menelusuri mekanisme pengalaman religius secara mendalam. Peran religiusitas ditemukan lebih kompleks, mencakup dimensi afektif (emosi spiritual), kognitif (pemaknaan ibadah), dan konatif (pengendalian perilaku).[18] Dengan demikian, model TPB yang dimodifikasi oleh religiusitas memberikan penjelasan yang lebih kontekstual terhadap dinamika niat kewirausahaan di lingkungan pendidikan Islam. Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa religiusitas berperan sebagai fondasi utama pembentukan niat kewirausahaan Muslim siswa. Nilai-nilai spiritual tidak hanya memicu keinginan untuk berwirausaha, tetapi juga membentuk etika dalam praktiknya. Dengan menginternalisasi iman, kejujuran, dan tanggung jawab sosial ke dalam pendidikan kewirausahaan, sekolah berbasis Islam dapat mencetak generasi wirausaha yang berintegritas, berorientasi keberkahan, dan mampu menyeimbangkan dimensi spiritual dengan tuntutan ekonomi

4. Kesimpulan

Penelitian ini melibatkan 18 informan, 15 siswa dan 3 guru dari tiga SMK Islam di Rembang, Jawa Tengah yang aktif dalam kegiatan kewirausahaan berbasis nilai Islam seperti bazar halal dan project-based entrepreneurship. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen sekolah untuk memahami hubungan antara religiusitas dan niat kewirausahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berperan ganda dalam membentuk niat kewirausahaan siswa Muslim. Pertama, religiusitas bertindak sebagai trigger event, yakni pemicu spiritual yang menumbuhkan motivasi berwirausaha melalui pengalaman religius, kisah teladan pengusaha Muslim, kajian keagamaan, serta proyek sosial bernuansa ibadah. Kedua, religiusitas membentuk sikap positif (*attitude*) dengan menanamkan orientasi keberkahan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial dalam berbisnis. Selain itu, norma subjektif muncul dari dukungan keluarga, guru, dan komunitas keagamaan yang memperkuat legitimasi moral untuk berwirausaha halal. Religiusitas juga meningkatkan persepsi kontrol perilaku (PBC) melalui *spiritual self-efficacy* yang menumbuhkan keberanian memulai usaha kecil, menggunakan strategi halal, dan menghindari sumber modal ribawi. Fungsi lainnya tampak sebagai *behavioral control*, di mana nilai iman

berperan sebagai batas etis yang mencegah praktik riba, kecurangan, atau eksploitasi. Walaupun siswa menghadapi hambatan seperti keterbatasan modal dan *fear of failure*, mereka mengatasinya dengan strategi adaptif berbasis nilai Islam, seperti sistem pre-order, kolaborasi tim kecil, dan pemanfaatan jaringan dakwah. Secara keseluruhan, religiusitas terbukti memperkuat ketiga determinan utama *Theory of Planned Behavior* sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku serta menjembatani kesenjangan antara niat dan tindakan wirausaha nyata.

Referensi

- [1] R. Jumadi and N. H. Mustofa, "Pengaruh Media Sosial , Pendidikan Kewirausahaan , Ekspektasi Pendapatan , Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis," *Al Maal J. Islam. Econ. Bank.*, vol. 3, no. 2, pp. 115–128, 2022.
- [2] S. Maulah and M. Rofuiddin, "Mengukur minat berwirausaha dengan menggunakan pendekatan theory of planned behavior dan religiusitas," *J. Manag. Digit. Bus.*, vol. 1, no. 2, pp. 105–121, 2021.
- [3] E. Z. Khoiriyah and A. A. Ridlwan, "Religiosity and Islamic Entrepreneurial Intention : The Mediating Role of Islamic Entrepreneurial Motivation in Muslim Students," *Rev. Islam. Econ. Financ.*, vol. 8, no. 1, pp. 73–90, 2025.
- [4] R. E. Mayer, *Multimedia Learning*, Second. Cambridge, 2009. [Online]. Available: www.cambridge.org/9780521514125
- [5] F. Muklis and Andri Novius, "Analisis Faktor Pendidikan Kewirausahaan, Religiositas, Motivasi, Dan Lingkungan Sosial Yang Mempengaruhi Entrepreneurial Intention," *J. Al-Iqtishad*, vol. 17, no. 2, pp. 228–248, 2021.
- [6] S. Juhairiah and D. T. Yuwono, "Pentingnya Menumbuhkan Minat Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa Menggunakan Teknologi Digital di Era Industri 4.0," *Neraca J. Pendidik. Ekon.*, vol. 8, no. 1, pp. 38–43, 2022, doi: 10.33084/neraca.v8i1.4361.
- [7] Creswell, *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*, no. 3. Thousand Oaks: CA: SAGE Publications., 2018.
- [8] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D," 2013, *Alfabeta, Bandung*.
- [9] M. B. Miles, A. M. Huberman, and J. Saldana, *Qualitative Data Analysis a Methods Sourcebook*, 3rd ed. United Kingdom: United States of America Library, 1994.
- [10] V. Braun and V. Clarke, "Using Thematic Analysis in Psychology," *Qual. Res. Psychol.*, vol. 3, no. 2, pp. 77–101, 2006, doi: 10.1191/1478088706qp063oa.
- [11] A. Magfirah, Ismawat, and Samsul, "Pengaruh Pengetahuan Santri dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pondok Pesantren Al-Hasil Makassar)," *JEKIS J. Ekon. Islam*, vol. 3, no. 2, pp. 62–79, 2025.
- [12] N. Untarini and M. Si, "Integrating Islamic Values in Business," *Bisma J. bisnis dan Manaj.*, vol. 2, no. 031, 2024.
- [13] D. N. Agustin and L. Hakim, "Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pengetahuan , Persepsi Produk Bank Syariah dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah," *J. Pendidik. Akunt.*, vol. 10, no. 2, pp. 106–116, 2022.
- [14] S. Z. @ H. Ahmad, S. A. Ghani, U. H. H. Hashim, Z. Shaadon, and N. S. Mustapa, "The Purpose of Reading Arabic Text and the Problems Faced: A Preliminary Survey at the Faculty of Islamic Studies," *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 59, pp. 18–25, 2012, doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.240.
- [15] M. I. Arkan, "Terhadap Perilaku Konsumtif Yang Dimoderasi Religiusitas Pada Kalangan Mahasiswa Uin K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Skripsi," *Ekon. Sharia J. Pemikir. dan Pengemb. Ekon. Syariah*, vol. 2, no. 3, p. 66, 2025.
- [16] S. C. Haron, I. H. Ahmed, A. Mamat, W. R. W. Ahmad, and M. M. R. Fouad, "Challenges in Learning to Speak Arabic," *J. Educ. Pract.*, vol. 7, no. 24, pp. 80–85, 2016, [Online]. Available: www.iiste.org
- [17] E. Sudaryati and jihan F. Dhmasanti, "Mediasi Profesionalisme pada Pengaruh Intensitas Moral dan Religiusitas Terhadap Perilaku Etis Auditor," *Ekuitas J. Ekon. dan Keuang.*, no. 32, pp. 481–502, 2018, doi: 10.24034/j25485024.y2020.v4.i4.4564.
- [18] M. Menabung, A. Sujianto, D. A. Triramdhani, and A. Giovanni, "Pengaruh Pengetahuan , Perspektif , dan Religuitas Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Wawasan J. Ilmu Manajemen, Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 3, 2023.