



**JBK**

Jurnal Bisnis & Kewirausahaan

Volume 20 Issue 1, Year 2024

ISSN (*print*) : 0216-9843

ISSN (*online*) : 2580-5614

Homepage : <http://ojs2.pnb.ac.id/index.php/JBK>

---

## Dampak Nilai Personal dan Pertimbangan Konsekuensi Masa Depan Terhadap Intensi *Sustainable Entrepreneurship* dalam Komunitas Muslim

Fajar Andrian Sutisna <sup>1</sup>, Febrina Putri Salma <sup>2</sup>, Amalia Zhalzabilla <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Indonesia

<sup>2</sup> Bisnis Islam, Universitas Indonesia, Indonesia

<sup>3</sup> Akuntansi, Universitas Hasanuddin, Indonesia

<sup>1</sup> [fajarandrian44@gmail.com](mailto:fajarandrian44@gmail.com)

**Abstract.** Sustainable entrepreneurship is a solution to environmental problems. Intentions can encourage individuals to implement sustainable entrepreneurship. This study aims to determine the intentions of students of the Faculty of Economics and Business in sustainable entrepreneurship through the components of values, attitudes, subjective norms, and behavioral control. The research method used in this study is a quantitative method with a conclusive research type. The data used are primary data with 210 respondents distributed through questionnaires. The data analysis model in this study uses Structural Equation Modeling (SEM) with Smart-PLS data processing software. The results showed that the egoistic values and CFC-I variables had a significant and positive influence on the attitude of sustainable entrepreneurship. Furthermore, the attitude and behavioral control variables have a significant direct effect on the intention of sustainable entrepreneurship. However, subjective norms have no significant effect on the intention of sustainable entrepreneurship.

**Keywords:** *sustainable entrepreneurship, Theory of Planned Behavior (TPB), personal values, consideration of future consequences*

**Abstrak.** *Sustainable entrepreneurship* dapat menjadi solusi permasalahan lingkungan. Intensi dapat mendorong individu dalam menerapkan *sustainable entrepreneurship*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui intensi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam kewirausahaan berkelanjutan melalui komponen nilai, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian konklusif. Data yang digunakan adalah data primer dengan responden sebanyak 210 responden yang disebarkan melalui kuesioner. Model analisis data dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) dengan software olah data Smart-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *egoistic values* dan CFC-I mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap sikap *sustainable entrepreneurship*. Lebih lanjut, variabel sikap dan kontrol perilaku mempunyai pengaruh langsung signifikan terhadap intensi *sustainable entrepreneurship*. Namun, norma subjektif mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap intensi *sustainable entrepreneurship*.

**Kata Kunci:** *kewirausahaan berkelanjutan, Theory of Planned Behavior (TPB), nilai personal, pertimbangan konsekuensi masa depan*

## PENDAHULUAN

Permasalahan lingkungan hidup merupakan hal penting yang dapat memengaruhi kehidupan manusia. Dampak negatif dari permasalahan lingkungan hidup ini adalah kerusakan lingkungan yang dapat menyebabkan bencana alam, seperti longsor, banjir, dan sebagainya. Indonesia mempunyai beberapa permasalahan lingkungan hidup mulai dari masih banyaknya sampah yang dibuang sembarangan hingga penggundulan hutan secara liar. Masih kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan hidup mengakibatkan Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah produksi sampah terbesar di dunia. Pada tahun 2021, data dari Kementerian Lingkungan dan Kehutanan (KLHK) menunjukkan bahwa Indonesia menjadi penghasil 67,8 juta ton sampah. Dari jumlah tersebut, sebanyak 11,6 juta ton atau 17 persen sampah di Indonesia merupakan sampah plastik sekaligus menjadikan Indonesia sebagai negara penyumbang sampah plastik terbesar di dunia (Andryanto, 2021). Sampah plastik membutuhkan waktu hingga ratusan tahun agar bisa terurai dan jika dimakan oleh bakteri maupun binatang akan mengakibatkan racun berantai sesuai dengan rantai makanannya (Farin, 2021). Selain itu, sampah plastik juga menyebabkan pencemaran air laut yang mengakibatkan beberapa hewan laut mati karena memakan sampah plastik (Wijaya, 2019). Pada tahun 2020, sebanyak 627,80 g/m<sup>2</sup> atau 35,4 persen dari total sampah di laut Indonesia adalah sampah plastik (Dihni, 2022).

KLHK mencatat bahwa penyumbang sampah terbesar berdasarkan sumbernya berasal dari aktivitas rumah tangga, yaitu sebesar 41,4 persen. Dalam upaya meminimalisasi kerusakan lingkungan yang semakin parah, masyarakat perlu untuk mempelajari konsep 3R (*Reuse, Reduce, Recycle*), seperti menggunakan kantong belanja yang dapat digunakan berkali-kali. Selain masyarakat, para pelaku bisnis juga perlu untuk mempelajari konsep *sustainable entrepreneurship*. Hasil survei Katadata Insight Center (KIC) sebanyak 65,5 persen responden pelaku UMKM dari 1.162 responden masih menggunakan kantong belanja plastik karena praktis digunakan. Maka dengan diterapkannya konsep *sustainable entrepreneurship* akan memberi kemungkinan para pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produk-produk yang ramah lingkungan. Selanjutnya, mahasiswa dianggap sebagai calon wirausaha karena dapat memilih untuk memulai bisnis sendiri setelah lulus (Koe *et al.*, 2019). Mahasiswa juga merupakan agen perubahan yang mempunyai faktor penting dalam mengimplementasikan konsep *sustainable entrepreneurship*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sugiarto & Gabriella (2020) mengemukakan bahwa mahasiswa mempunyai tingkat kesadaran ramah lingkungan yang tinggi dan perilaku ramah lingkungan yang sedang. Selain itu, mahasiswa yang lulus dari perguruan tinggi cenderung memiliki pemahaman pengetahuan yang relatif baik mengenai kewirausahaan, meskipun tidak memiliki *mindset* dan keterampilan berwirausaha (Sudrajat, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Krueger, Reilly & Casrud dalam Julita & Prabowo (2018) menyatakan bahwa salah satu cara untuk mengetahui kesiapan mahasiswa tingkat akhir untuk menjadi wirausaha di masa depan adalah dengan mengukur intensi kewirausahaan. Intensi merupakan salah satu pendorong utama individu dalam menerapkan *sustainable entrepreneurship*. Dalam mewujudkan *sustainable development* para ahli berpendapat bahwa individu yang berkontribusi harus menunjukkan beberapa pertimbangan konsekuensi masa depan dari perilaku mereka untuk mempertimbangkan kehidupan generasi yang akan datang (Arnocky *et al.*, 2014). Selain itu, agama juga memiliki pengaruh terhadap niat dalam berwirausaha (Abdullahi & Suleiman, 2015). Niat berwirausaha dalam perspektif Islam adalah langkah awal dalam melakukan sesuatu sehingga akan berkontribusi pada karakteristik wirausaha. Secara keseluruhan, agama Islam juga mendorong pemeluknya untuk menjadi wirausaha yang aktif dan inovatif (Ratten *et al.*, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Thelken & de Jong (2020) menggabungkan *self-transcending* (altruisme dan biosfer) dan *self-enhancing* (egoisme dan altruisme biosfer) dalam *Theory of Planned Behaviour (TPB)* untuk menjelaskan niat dalam *sustainable entrepreneurship*. Dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa terdapat motivasi lain yang memengaruhi individu dalam intensi *sustainable entrepreneurship*. Penelitian Ratten *et al.*, (2017) mengenai niat dan motivasi wirausaha kepada 250 responden mengemukakan 36% responden menjawab untuk mendapat rida Allah dan 30% menyatakan untuk beribadah kepada Allah. Maka dari itu, kami menambahkan variabel nilai-nilai Islam ke dalam TPB.

Penelitian ini bertujuan untuk memprediksi niat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam *sustainable entrepreneurship* dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi intensi *sustainable entrepreneurship* yang dilihat dari komponen nilai termasuk di dalamnya nilai-nilai Islam, orientasi masa depan, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Dampak Nilai Personal dan Pertimbangan Konsekuensi Masa Depan terhadap Intensi *Sustainable Entrepreneurship* dalam Komunitas Islam.”

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini:

- H1a : *Biospheric Values* berpengaruh positif terhadap sikap *sustainable entrepreneurship*.
- H1b : *Altruistic Values* berpengaruh positif terhadap sikap *sustainable entrepreneurship*.
- H1c : *Egoistic Values* berpengaruh negatif terhadap sikap *sustainable entrepreneurship*.
- H1d : *Hedonic Values* berpengaruh negatif terhadap sikap *sustainable entrepreneurship*.
- H2a : *CFC-Future* berpengaruh positif terhadap sikap *sustainable entrepreneurship*.
- H2b : *CFC-Immediate* berpengaruh negatif terhadap sikap *sustainable entrepreneurship*.
- H3 : Sikap *sustainable entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap intensi *sustainable entrepreneurship*.
- H4 : Norma subjektif *sustainable entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap intensi *sustainable entrepreneurship*.
- H5 : Kontrol perilaku *sustainable entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap intensi *sustainable entrepreneurship*.
- H6a : Nilai-nilai Islam berpengaruh positif terhadap intensi *sustainable entrepreneurship* melalui sikap *sustainable entrepreneurship*.
- H6b : Nilai-nilai Islam berpengaruh positif terhadap intensi *sustainable entrepreneurship* melalui norma subjektif *sustainable entrepreneurship*.
- H6c : Nilai-nilai Islam berpengaruh positif terhadap intensi *sustainable entrepreneurship* melalui kontrol perilaku *sustainable entrepreneurship*.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian konklusif. Desain penelitian konklusif merupakan jenis penelitian yang menguji hipotesis tertentu dan menjelaskan hubungan antar variabel nya melalui proses penelitian formal dan terstruktur (Malhotra, 2010). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survei secara *online*.

Pemilihan populasi untuk sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan kriteria sampel yang ditetapkan adalah mahasiswa aktif tingkat sarjana pada perguruan tinggi di Pulau Jawa, khususnya fakultas ekonomi dan bisnis, serta beragama Islam. Pemilihan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis dan beragama Islam dipilih karena subjek penelitian tersebut lebih banyak terpapar dengan pembelajaran dan aktivitas kewirausahaan serta terinternalisasi dengan nilai-nilai Islam. Sedangkan, pemilihan ruang lingkup wilayah penelitian di Pulau Jawa dipilih karena Pulau Jawa menjadi pusat perekonomian dan tujuan urbanisasi yang memiliki potensi konsentrasi kepadatan penduduk dan pembangunan industri yang berdampak pada kelestarian lingkungan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience*

*sampling* dengan total 210 responden. *Convenience sampling* merupakan pengambilan sampel non probabilitas dengan cara memilih siapapun individu yang siap untuk menjadi responden (Cooper & Schindler, 2017). *Convenience sampling* dipilih untuk memudahkan pelaksanaan penelitian sesuai dengan kriteria sampel yang akan diteliti. Dengan *convenience sampling*, peneliti dapat memilih siapa saja untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian melalui pertemuan langsung maupun tidak langsung.

Model analisis data dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modelling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS) dengan menggunakan *software* olah data Smart PLS. Pada SEM, analisis model dapat dibagi menjadi dua, yaitu *outer model* dan *inner model*. *Outer model* digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel, sedangkan *inner model* digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antar indikator dengan variabel latennya. Pengukuran *outer model* harus memenuhi kriteria konsistensi dan reliabilitas internal, validitas konvergen, dan validitas diskriminan. Sedangkan dalam *inner model* terdapat beberapa aspek yang harus diperhatikan seperti uji multikolinearitas, koefisien jalur, uji mediasi, dan nilai  $R^2$ .

Penelitian ini melibatkan empat variabel laten yang terdiri atas tiga variabel eksogen dan satu variabel endogen. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah sikap, kontrol perilaku, dan norma subjektif. Variabel sikap juga menjadi variabel endogen yang mendapat pengaruh dari variabel sikap *biospheric*, sikap *altruistic*, sikap *egoistic*, sikap *hedonic*, nilai-nilai Islam, *consideration of future consequences-future (CFC-Future)*, dan *consideration of future consequences-immediate (CFC-Immediate)*. Adapun variabel endogen dalam penelitian ini adalah intensi *sustainable entrepreneurship* pada mahasiswa ekonomi dan bisnis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Model Pengukuran

Analisis model pengukuran yang pertama adalah uji validitas *outer model* dengan menggunakan teknis analisis *convergent validity*. Pengukuran indikator reflektif dapat dikatakan tinggi ketika nilai *outer loading* bernilai  $> 0,7$ . Akan tetapi, dalam penelitian tahap awal pengukuran, *outer loading* dapat berkisar antara 0,5 sampai 0,6 (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini menggunakan batas *outer loading* 0,6 sehingga item yang bernilai di bawah 0,6 akan dikeluarkan dari analisis selanjutnya. Terdapat indikator konstruk yang tidak memenuhi *convergent validity* yang disyaratkan, yaitu lebih kecil sama dengan 0,6. Indikator yang tidak memenuhi syarat adalah indikator ALT3, EGO1, CFCF3, CFCI2, BC1, dan SUB1 yang masing-masing indikatornya bernilai 0,499, 0,344, 0,537, 0,460, 0,555, dan 0,6. Keempat indikator ini akan dikeluarkan dari model untuk diukur kembali *convergent validity*-nya.

Berdasarkan Tabel 1, nilai pada akar kuadrat AVE di setiap konstruk dalam setiap bagian diagonal lebih besar dari pada korelasi dengan konstruk yang lainnya. Maka, dapat dikatakan bahwa nilai tersebut memiliki nilai diskriminan yang baik, karena pengukur-pengukur konstruk yang berbeda tidak berkorelasi tinggi (Hoyle, 2012).

Selanjutnya adalah Pengujian reliabilitas konstruk dapat dilihat dari nilai *composite reliability* yang lebih besar dari 0,7. Akan tetapi, penelitian eksploratori dengan *composite reliability* bernilai 0,6 masih dapat diterima (Bagozzi & Yi, 1988). Dari Tabel 2, dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* memiliki nilai lebih dari 0,7 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel telah reliabel.

Selanjutnya, uji multikolinearitas yang dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai *tolerance* 0,20 atau lebih rendah dan  $VIF > 5$ , hal tersebut menunjukkan potensi adanya kolinearitas antar variabel eksogen (Hair *et al.*, 2016). Maka dari itu, nilai VIF harus kurang dari 5 agar terbebas dari multikolinearitas. Berikut ini nilai VIF dalam penelitian ini. Dari Tabel 3, dapat diketahui bahwa variabel eksogen maupun variabel endogen mempunyai nilai  $VIF < 5$ . Oleh karena itu, seluruh variabel dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya kolinearitas.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Diskriminan

	<i>Altruistic Values</i>	<i>Biospheric Values</i>	<i>CFC Future</i>	<i>CFC Immediate</i>	<i>Egoistic Values</i>	<i>Hedonic Values</i>	<i>Intensi Sustainable Entrepreneurship</i>	<i>Kontrol Perilaku</i>	<i>Nilai-Nilai Islam</i>	<i>Norma Subjektif</i>	<i>Sikap</i>
<i>Altruistic Values</i>	0,773										
<i>Biospheric Values</i>	0,478	0,899									
<i>CFC Future</i>	0,246	0,29	0,743								
<i>CFC Immediate</i>	0,105	-0,038	0,027	0,77							
<i>Egoistic Values</i>	0,387	0,391	0,309	0,123	0,744						
<i>Hedonic Values</i>	0,078	0,126	-0,014	0,336	0,152	0,818					
<i>Intensi Sustainable Entrepreneurship</i>	0,17	0,306	0,298	0,083	0,349	-0,045	0,87				
<i>Kontrol Perilaku</i>	0,357	0,455	0,328	0,082	0,33	0,062	0,589	0,707			
<i>Nilai-Nilai Islam</i>	0,517	0,501	0,361	0,018	0,344	0	0,239	0,326	0,803		
<i>Norma Subjektif</i>	0,248	0,255	0,289	0,159	0,206	0,147	0,295	0,318	0,241	0,711	
<i>Sikap</i>	0,201	0,361	0,35	0,184	0,379	0,133	0,634	0,44	0,28	0,258	0,736

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

**Tabel 2.** Uji Reliabilitas

<i>Construct Reliability and Validity</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Biospheric Values</i>	0,927	Reliabel
<i>Altruistic Values</i>	0,816	Reliabel
<i>Egoistic Values</i>	0,787	Reliabel
<i>Hedonic Values</i>	0,669	Reliabel
<i>CFC-Future</i>	0,786	Reliabel
<i>CFC-Immediate</i>	0,878	Reliabel
<i>Nilai-Nilai Islam</i>	0,644	Reliabel
<i>Sikap Sustainable Entrepreneurship</i>	0,914	Reliabel
<i>Norma Subjektif Sustainable Entrepreneurship</i>	0,836	Reliabel
<i>Kontrol Perilaku Sustainable Entrepreneurship</i>	0,888	Reliabel
<i>Intensi Sustainable Entrepreneurship</i>	0,903	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

**Tabel 3. Uji Multikolinearitas**

Variabel Eksogen	Inner VIF Value	
	Sikap	Intensi <i>Sustainable Entrepreneurship</i>
<i>Biospheric Values</i>	1,616	
<i>Altruistic Values</i>	1,570	
<i>Egoistic Values</i>	1,323	
<i>Hedonic Values</i>	1,135	
<i>CFC-Future</i>	1,198	
<i>CFC-Immediate</i>	1,135	
Nilai-Nilai Islam	1,624	1,170
Kontrol <i>Perilaku Sustainable Entrepreneurship</i>		1,306
Norma Subjektif <i>Sustainable Entrepreneurship</i>		1,135
Sikap <i>Sustainable Entrepreneurship</i>		1,257

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

### Analisis Model Struktural

Analisis model struktural menggunakan *estimate for path coefficients* yang lebih lanjut dijelaskan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis	Jalur	Koefisien	Nilai P	Keterangan
H1a	<i>Biospheric Values</i> → Sikap <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	0,235	0,001	Signifikan
H1b	<i>Altruistic Values</i> → Sikap <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	-0,096	0,122	Tidak Signifikan
H1c	<i>Egoistic Values</i> → Sikap <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	0,213	0,001	Signifikan
H1d	<i>Hedonic Values</i> → Sikap <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	0,027	0,358	Tidak Signifikan
H2a	<i>CFC-Future</i> → Sikap <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	0,215	0,008	Signifikan
H2b	<i>CFC-Immediate</i> → Sikap <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	0,161	0,004	Signifikan
H3	Sikap <i>Sustainable Entrepreneurship</i> → Intensi <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	0,460	0,000	Signifikan
H4	Norma Subjektif <i>Sustainable Entrepreneurship</i> → Intensi <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	0,064	0,112	Tidak Signifikan
H5	Kontrol <i>Perilaku Sustainable Entrepreneurship</i> → Intensi <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	0,376	0,000	Signifikan
Tanpa Mediasi	Nilai-Nilai Islam → Intensi <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	-0,028	0,319	Tidak Signifikan
H6a	Nilai-Nilai Islam → Sikap <i>Sustainable Entrepreneurship</i> → Intensi <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	-	-	-
H6b	Nilai-Nilai Islam → Norma Subjektif <i>Sustainable Entrepreneurship</i> → Intensi <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	-	-	-
H6c	Nilai-Nilai Islam → Kontrol <i>Perilaku Sustainable Entrepreneurship</i> → Intensi <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	-	-	-

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Mengacu pada Tabel 4, *biospheric values* terbukti signifikan memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship* dan memiliki korelasi yang positif. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa peningkatan *biospheric values* dapat memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship*. *Biospheric values* memang menekankan pada kesejahteraan lingkungan sehingga individu yang memiliki *biospheric values* akan lebih peduli terhadap alam (Hughner et

al., 2007; Rahman & Reynolds, 2016). Lebih lanjut, didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wang *et al.*, (2020), individu yang berorientasi *biospheric values* secara signifikan lebih mungkin berkorban untuk lingkungan.

H1a: *Biospheric values* terbukti signifikan memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship*

Variabel *altruistic values* tidak signifikan memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship* secara langsung, sehingga H1b ditolak dan H0 diterima. Menurut Teng *et al.*, (2015), *altruistic values* menggambarkan perasaan individu terkait benar dan etisnya sesuatu untuk dilakukan yang terdiri atas norma-norma pribadi, termasuk komitmen yang dirasakan individu dalam membuat pilihan terbaik, terlepas dari apa yang dipikirkan oleh orang lain. Bisa saja individu hanya mengutamakan kepentingan pribadi dalam membuat pilihan terbaik tersebut daripada memikirkan dampaknya terhadap sekitar, khususnya lingkungan, sehingga tidak memiliki sikap *sustainable entrepreneurship*.

H1b: *Altruistic values* tidak terbukti signifikan memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship*

Variabel *egoistic values* terbukti signifikan memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship*, akan tetapi memiliki korelasi yang positif sehingga H1c ditolak dan H0 diterima. *Egoistic values* berfokus pada hasil individu untuk kepentingan pribadi (Rahman & Reynolds, 2016) dan umumnya terkait dengan individualisme (Gagnier, 2010; Chen, 2013). Menurut Kim & Choi, (2005), individualisme dapat ditandai dengan sikap kemandirian, kebebasan memilih, dan menyukai tingkat persaingan atau kompetitif yang semakin ketat. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan justifikasi bahwa individu dengan orientasi *egoistic values* bisa jadi memiliki sikap *sustainable entrepreneurship* karena mereka memerlukan lebih banyak sumber daya untuk memenuhi kebutuhan kompetitif yang dimiliki dalam mencapai tujuannya (Kaufmann *et al.*, 2012).

H1c: *Egoistic values* terbukti signifikan memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship* dengan korelasi yang positif

Variabel *hedonic values* terbukti tidak signifikan dengan sikap *sustainable entrepreneurship* secara langsung sehingga H1d ditolak dan H0 diterima. *Hedonic values* berkaitan dengan perasaan nikmat, senang, dan sejahtera (Babin *et al.*, 1994). Berdasarkan hal tersebut, mungkin saja individu dengan *hedonic values* yang tinggi lebih memilih memenuhi kenikmatan, kesenangan, dan kesejahteraan diri sendiri, daripada memperhatikan lingkungan dengan menjadi *sustainable entrepreneur*.

H1d: *Hedonic values* tidak terbukti signifikan memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship*

Variabel *CFC-Future* terbukti mempunyai pengaruh positif signifikan memengaruhi terhadap sikap *sustainable entrepreneurship*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Thelken & de Jong, 2020) yang menyatakan bahwa individu yang tinggi dalam mempertimbangkan konsekuensi masa depan (*CFC-F*) akan menguntungkan dalam sikap mereka terhadap *sustainable entrepreneurship*. Hal ini terjadi karena individu bersedia untuk memenuhi kebutuhan generasi mendatang dengan mengorbankan manfaat yang sifatnya jangka pendek. Lebih lanjut, Strathman *et al.*, (1994) menyatakan bahwa individu yang berorientasi pada masa depan lebih siap untuk menunjang keuntungan jangka pendek dan karena itu mereka mampu untuk membuat keputusan yang lebih teliti tentang masa depan.

H2a: *CFC-Future* terbukti signifikan memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship*

Variabel *CFC-Immediate* terbukti signifikan memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship*, namun memiliki korelasi yang positif bukan negatif. Hal ini terjadi karena individu dapat mempertimbangkan konsekuensi langsung (*CFC-I*) dan konsekuensi masa depan (*CFC-F*) secara bersamaan. Sebagaimana dalam penelitian Joireman *et al.*, (2012) menyatakan bahwa orang mungkin tidak hanya mempertimbangkan konsekuensi langsung atau masa depan tetapi mereka juga dapat mempertimbangkan kedua aspek secara bersamaan. Lebih lanjut, Enzler (2015) menemukan bahwa *CFC-F* dan *CFC-I* keduanya memiliki keterkaitan dengan ukuran laporan diri dari perilaku pro-lingkungan sehari-hari dan kepedulian lingkungan sebagian memediasi hubungan ini. Maka dari itu, kemungkinan individu yang mempertimbangkan *CFC-I* dapat memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship*.

H2b : *CFC-Immediate* terbukti signifikan memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship* dengan korelasi yang positif

Variabel sikap *sustainable entrepreneurship* terbukti berkorelasi positif dan signifikan terhadap intensi *sustainable entrepreneurship*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vuorio *et al.*, (2018) yang mengemukakan bahwa sikap *sustainability* memiliki dampak positif terhadap intensi kewirausahaan yang berorientasi keberlanjutan. Individu akan bertindak berdasarkan nilai-nilai yang dianut jika mereka memiliki sikap yang lebih positif terhadap perilaku berkelanjutan Wagner (2012). Sikap yang dibentuk oleh prioritas nilai dapat membentuk niat dan perilaku selanjutnya Fischer & Schwartz (2011). Maka dari itu, sikap dapat memunculkan intensi seseorang untuk memulai perusahaan berkelanjutan.

H3: Sikap *sustainable entrepreneurship* terbukti signifikan memengaruhi intensi *sustainable entrepreneurship*

Variabel norma subjektif *sustainable entrepreneurship* tidak terbukti signifikan memengaruhi intensi *sustainable entrepreneurship*. Maka H4 ditolak dan H0 diterima. Dalam Vuorio *et al.*, (2018) menyatakan bahwa norma subjektif dapat menjadi penghambat atau pendorong niat seseorang menjadi wirausahawan berkelanjutan. Maka dapat dikatakan bahwa nilai normatif yang didapat dari teman, keluarga, atau mentor masih lemah untuk mendorong intensi *sustainable entrepreneurship* bagi individu yang menurut Krueger *et al.*, (2000), ukuran norma subjektif yang lebih sederhana paling sering tidak signifikan.

H4: Norma subjektif *sustainable entrepreneurship* tidak terbukti signifikan memengaruhi intensi *sustainable entrepreneurship*

Selain sikap *sustainable entrepreneurship*, kontrol perilaku *sustainable entrepreneurship* juga terbukti signifikan dan berkorelasi positif memengaruhi intensi *sustainable entrepreneurship*. Berbeda dengan norma subjektif yang telah disebutkan sebelumnya tidak terbukti signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa intensi *sustainable entrepreneurship* dipengaruhi oleh faktor internal dari individu daripada faktor eksternal lingkungan sekitarnya. Justifikasi ini mendukung penemuan yang menyatakan bahwa intensi *sustainable entrepreneurship* tidak bergantung pada persetujuan lingkungan sosial dari individu Koe *et al.*, (2019), tetapi bergantung pada individu yang menjadi aktor dalam memulai perusahaan berkelanjutan.

H5: Kontrol perilaku *sustainable entrepreneurship* terbukti sangat signifikan memengaruhi intensi *sustainable entrepreneurship*



Selanjutnya, nilai-nilai Islam tidak terbukti signifikan memengaruhi secara langsung intensi *sustainable entrepreneurship*. Hal ini mengakibatkan hasil uji mediasi tidak dapat dilanjutkan karena tidak adanya hubungan signifikan antar variabelnya. Hair Jr *et al.*, (2014) menjelaskan bahwa jika tidak terdapat hubungan signifikan antar variabelnya secara langsung, maka mediasinya pun tidak ada. Oleh karena itu, H6a, H6b, dan H6c tidak dapat diuji signifikansinya lebih lanjut.

H6a : Nilai-nilai Islam tidak terbukti signifikan memengaruhi intensi memulai perusahaan berkelanjutan melalui sikap *sustainable entrepreneurship*

H6b : Nilai-nilai Islam tidak terbukti signifikan memengaruhi intensi memulai perusahaan berkelanjutan melalui norma subjektif *sustainable entrepreneurship*

H6c : Nilai-nilai Islam tidak terbukti signifikan memengaruhi intensi memulai perusahaan berkelanjutan melalui kontrol perilaku *sustainable entrepreneurship*

Dalam penelitian ini, analisis model struktural juga menggunakan koefisien determinasi (*R square*) yang merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai *R square* 0,75, 0,50, dan 0,25 menunjukkan bahwa model kuat, moderat, dan lemah (Hair *et al.*, 2016). Sedangkan *R square adjusted* adalah nilai *R square* yang telah dikoreksi berdasarkan nilai *standard error*. Nilai *R square adjusted* memberikan gambaran yang lebih kuat dibandingkan *R square* dalam menilai kemampuan sebuah konstruk eksogen dalam menjelaskan konstruk endogen.

**Tabel 5.** Koefisien Determinasi

Variabel	<i>R Square Adjusted</i>
Intensi <i>Sustainable Entrepreneurship</i>	0,517

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai *R square adjusted* dari model ini adalah 0,517. Artinya, variasi variabel intensi *sustainable entrepreneurship* dapat dijelaskan oleh variabel *biospheric values*, *altruistic values*, *egoistic values*, *hedonic values*, *CFC-Future*, *CFC-immediate*, nilai-nilai islam, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku sebesar 51,7%. Sedangkan, 48,3% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang diluar variabel yang diteliti.

## SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai personal mampu memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship*. *Biospheric values*, *egoistic values*, *CFC-Future*, dan *CFC-Immediate* memengaruhi secara signifikan terhadap sikap dalam *sustainable entrepreneurship*. Sedangkan, *altruistic values* dan *hedonic values* tidak signifikan memengaruhi sikap *sustainable entrepreneurship* serta nilai-nilai Islam tidak signifikan memengaruhi intensi *sustainable entrepreneurship*. Adapun variabel yang terdapat pada *Theory Planned Behavior (TPB)*, seperti sikap dan kontrol perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap intensi *sustainable entrepreneurship* dan variabel norma subjektif berpengaruh secara tidak signifikan.

Dalam penelitian ini terdapat penemuan menarik terkait hubungan *egoistic values* dan *CFC-Immediate* terhadap sikap *sustainable entrepreneurship*. *Egoistic values* dan *CFC-Immediate* menunjukkan hubungan yang positif yang seharusnya memiliki hubungan negatif. Perbedaan hasil penelitian dengan hipotesis tersebut dapat disebabkan oleh individu dalam memutuskan

menjadi pengusaha berkelanjutan mungkin menanggung biaya yang berpotensi mengurangi keuntungan pribadi, individu akan memperoleh kesenangan dan kepuasan dalam menjadi pengusaha berkelanjutan. Selain itu, individu memerlukan motivasi berupa keuntungan untuk dapat memutuskan memulai perusahaan berkelanjutan.

Temuan hasil dalam penelitian ini bahwa dalam usaha meningkatkan intensi *sustainable entrepreneurship* dapat dilakukan dengan mendukung individu dalam hal material, edukasi, dan penanaman nilai *sustainable entrepreneurship* di Indonesia. Hal ini dapat diwujudkan dalam program pembinaan intensif dan terintegrasi untuk komunitas khususnya mahasiswa yang bisa memberikan bekal berupa edukasi dan penanaman nilai-nilai *sustainable entrepreneurship* agar nantinya komunitas yang dibina ini dapat memberikan inovasi dan mewujudkan kewirausahaan yang berorientasi pada keberlanjutan. Dalam jangka panjang, pertumbuhan individu-individu yang berwirausaha dengan orientasi berkelanjutan dapat mengurangi dampak kerusakan lingkungan karena produk maupun jasa yang dihasilkan mendukung kelestarian lingkungan. Selain itu, perlunya dukungan dari seluruh pihak seperti, akademisi, pemerintah, regulator, masa media, industri, dan komunitas dalam mewujudkan sinergi kolaboratif yang dapat melahirkan wirausaha muda yang berorientasi pada keberlanjutan.

Temuan dalam penelitian ini bahwa terdapat beberapa keterbatasan dari sisi responden dan juga model. Responden yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini masih terbilang sedikit, yaitu 210 responden sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan niat individu dalam menjadi wirausaha yang berorientasi pada keberlanjutan di Pulau Jawa. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada mahasiswa yang mungkin belum pernah berwirausaha atau memiliki wirausaha dengan skala mikro atau kecil. Sedangkan kasus-kasus perusakan lingkungan untuk kegiatan usaha seringkali baru terlihat pada pelaku usaha skala besar. Adapun keterbatasan dalam model, peneliti masih belum memasukkan unsur praktik agama Islam dan hanya memasukkan nilai-nilai Islam. Terlepas dari keterbatasan penelitian yang dilakukan peneliti, saran peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah meneliti lebih lanjut tren dan perilaku individu terkait dengan *awareness* terhadap *sustainable entrepreneurship*, memperluas lingkup penelitian, menambah jumlah sampel penelitian, dan menambah variabel praktik agama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullahi, A. I., & Suleiman, M. S. (2015). Impact of Religion on Entrepreneurial Intention of University Students in Kano State , Nigeria. *International Conference on Empowering Islamic Civilization in the 21st Century*, 363–375.
- Andryanto, S. D. (2021). *5 Negara ini Penyumbang Sampah Plastik Terbesar di Dunia, Indonesia Urutan Ke-3*. Tekno.Tempo.Co. <https://tekno.tempo.co/read/1521617/5-negara-ini-penyumbang-sampah-plastik-terbesar-di-dunia-indonesia-urutan-ke-3>
- Arnocky, S., Milfont, T. L., & Nicol, J. R. (2014). Time Perspective and Sustainable Behavior: Evidence for the Distinction Between Consideration of Immediate and Future Consequences. *Environment and Behavior*, 46(5), 556–582. <https://doi.org/10.1177/0013916512474987>
- Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping values. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644–656. <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/209376>
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 76–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/BF02723327>
- Chen, L. (2013). A Study of Green Purchase Intention Comparing with Collectivistic (Chinese) and Individualistic (American) Consumers in Shanghai, China. *Information Management and Business Review*, 5(7), 342–346. <https://doi.org/https://doi.org/10.22610/imbr.v5i7.1061>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Edisi 12)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dihni, V. A. (2022). *Ada Berapa Banyak Sampah di Laut Indonesia?* Databooks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/18/ada-berapa-banyak-sampah-di-laut-indonesia#:~:text=Jenis sampah yang paling banyak,di laut Indonesia pada 2020.>
- Enzler, H. B. (2015). Consideration of future consequences as a predictor of environmentally responsible

- behavior: Evidence from a general population study. *Environment and Behavior*, 47(6), 618–643. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0013916513512204>
- Farin, S. E. (2021). Penumpukan Sampah Plastik yang Sulit Terurai Berpengaruh pada Lingkungan Hidup yang Akan Datang. *OSF Preprints*, 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.31219/osf.io/y2v5t>
- Fischer, R., & Schwartz, S. (2011). Whence Differences in Value Priorities?: Individual, Cultural, or Artifactual Sources. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42(7), 1127–1144. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0022022110381429>
- Gagnier, R. (2010). *Individualism, Decadence and Globalization: On the Relationship of Part to Whole (1st ed.)*. Inggris: Palgrave Macmillan.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. London: SAGE Publications.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hoyle, R. H. (2012). *Handbook of Structural Equation Modeling*. New York: The Guilford Press.
- Hughner, R. S., McDonagh, P., Prothero, A., II, C. J. S., & Stanton, J. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*, 6(2/3), 94–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/cb.210>
- Joireman, J., Shaffer, M. J., Balliet, D., & Strathman, A. (2012). Promotion orientation explains why future-oriented people exercise and eat healthy: evidence from the two-factor consideration of future consequences-14 scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(10), 1272–1287. <https://doi.org/10.1177/0146167212449362>
- Julita, I., & Prabowo, S. (2018). Intensi Berwirausaha Ditinjau Dari Adversity Quotient Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. *Psikodimensia: Kajian Ilmiah Psikologi*, 17(1), 85–92. <https://doi.org/https://doi.org/10.24167/psidim.v17i1.1530>
- Kaufmann, H. R., Panni, M. F. A. K., & Orphanidou, Y. (2012). Factors affecting consumers' green purchasing behaviour: an integrated conceptual framework. *Amfiteatru Economic*, 14(31), 50–69.
- Kim, Y., & Choi, S. M. (2005). Antecedents of green purchase behavior: an examination of collectivism, environmental concern, and PCE. *Association for Consumer Research*, 32, 592–599.
- Koe, W. L., Alias, N. E., & Othman, R. (2019). Factors Influencing the Intention towards Sustainable Entrepreneurship among University Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(9), 210–218. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v9-i9/6283>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation (6th edition)*. USA: Pearson Education.
- Rahman, I., & Reynolds, D. (2016). Predicting green hotel behavioral intentions using a theory of environmental commitment and sacrifice for the environment. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 107–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.09.007>
- Ratten, V., Alamanda, D. T., Ramadani, V., Hashani, M., & Anggadwita, G. (2017). Entrepreneurial intentions from an Islamic perspective: a study of Muslim entrepreneurs in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(2), 165. <https://doi.org/10.1504/ijesb.2017.10004845>
- Strathman, A., Gleicher, F., Boninger, D. S., & Edwards, C. S. (1994). The Consideration of Future Consequences: Weighing Immediate and Distant Outcomes of Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66(4), 742–752. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0022-3514.66.4.742>
- Sudrajat, Y. (2015). Peningkatan Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Jurnal Sosio E-Kons*, 7(3), 246–254. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v7i3.701>
- Sugiarto, A., & Gabriella, D. A. (2020). Kesadaran Dan Perilaku Ramah Lingkungan Mahasiswa Di Kampus. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(2), 260. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.21061>
- Teng, Y.-M., Wu, K.-S., & Liu, H.-H. (2015). Integrating Altruism and the Theory of Planned Behavior to Predict Patronage Intention of a Green Hotel. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(3), 299–

315. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1096348012471383>
- Thelken, H. N., & de Jong, G. (2020). The impact of values and future orientation on intention formation within sustainable entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, 266, 122052. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122052>
- Vuorio, A. M., Puumalainen, K., & Fellnhofer, K. (2018). Drivers of entrepreneurial intentions in sustainable entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 24(2), 359–381. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-03-2016-0097>
- Wagner, M. (2012). Ventures for the Public Good and Entrepreneurial Intentions: An Empirical Analysis of Sustainability Orientation as a Determining Factor. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 25(4), 519–531. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08276331.2012.10593587>
- Wang, L., Wong, P. P. W., & Alagas, E. N. (2020). Antecedents of green purchase behaviour: an examination of altruism and environmental knowledge. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(1), 63–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJCTHR-02-2019-0034>
- Wijaya, P. (2019). *Dari Paus sampai Rusa, Hewan-Hewan Ini Mati karena Telan Sampah Plastik Manusia*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/dunia/dari-paus-sampai-rusa-hewan-hewan-ini-mati-karena-telan-sampah-plastik-manusia.html>