



PENGARUH KONSEP DIRI DAN LINGKUNGAN MUSLIMAH BERWIRSAHA

Kharis Fadlullah Hana
Institut Agama Islam Negeri Kudus
Jl. Conge Ngembalrejo PO. BOX 51 Kudus
kharis@iainkudus.ac.id

Abstract

Technological progress in the 4.0 era was followed by an increase in the Indonesian economy in the field of entrepreneurship. This makes a lot of new business opportunities that are dominated by women. Moreover, there are suggestions from scholars that Muslim women must be able to meet their own needs so that they are not regarded as weak creatures that depend on men. Based on that, the purpose of this study was to determine the effect of self-concept and the environment on their interests and influence on millennial Muslim women's entrepreneurial decisions. This research uses a quantitative method with a post positivism approach. This research analysis technique uses the Structural Equation Model with WarpPLS 6.0 application. The concept of self and environment as exogenous variables, entrepreneurial interests and decisions as endogenous variables. Data were taken using a purposive random sample technique of 210 people. The data population is millennial Muslim women in the Pati Residency area. The results obtained that the variable self-concept has an influence on interest and entrepreneurial decisions of 0.211 with a probability < 0.001 and a standard error of 0.047. Environmental variables affect the interest and entrepreneurial decisions of 0.131 with a probability of 0.003 and a standard error of 0.048. This means that the self-concept variable has a greater influence than the millennial Muslim women's environment.

Keywords: *entrepreneurial decisions, self-concept and the environment*

Abstrak

Kemajuan teknologi di era 4.0 diikuti dengan meningkatnya perekonomian Indonesia dalam bidang wirausaha. Hal ini membuat banyak bermunculnya peluang usaha baru yang didominasi oleh wanita. Apalagi adanya anjuran dari ulama bahwa wanita muslim harus dapat mencukupi kebutuhannya sendiri agar tidak dianggap sebagai makhluk lemah yang tergantung pada laki-laki. Berdasarkan hal itu maka, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konsep diri dan lingkungan terhadap minat dan pengaruhnya terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *post positivism*. Teknik analisis penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* dengan aplikasi WarpPLS 6.0. Konsep diri dan lingkungan sebagai variabel eksogen, minat dan keputusan berwirausaha sebagai variabel endogen. Data diambil menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 210 orang. Populasi datanya adalah wanita muslim milenial di daerah Karesidenan Pati. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel konsep diri memiliki pengaruh terhadap minat dan keputusan berwirausaha sebesar 0,211 dengan probability $< 0,001$ dan standar error 0,047. Variabel lingkungan berpengaruh terhadap minat dan keputusan berwirausaha sebesar 0,131 dengan probability 0,003 dan standar error 0,048. Artinya bahwa variabel konsep diri memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan lingkungan wanita muslim milenial.

Kata kunci: keputusan berwirausaha, konsep diri dan lingkungan

PENDAHULUAN

Pada era industri 4.0 sekarang ini pertumbuhan ekonomi di Indonesia semakin berkembang. Salah satu fondasi pembangunan ekonomi yang menjadi fokus perhatiannya adalah kewirausahaan (Rizal & Chandra, 2016) (Rose, Kumar, & Yen, 2006a). Hal ini disebabkan karena peluang kerja sekarang sangatlah beragam, orang dapat memproduksi barangnya sendiri di rumah dan menjualnya lewat toko online (Nugroho & Chowdhury, n.d.)(Setyorini, Nurhayati, & Rosmita, 2019). Pelaku usaha sekarang tidak perlu mempunyai toko sendiri untuk menjual barangnya. Disamping itu, mereka juga tidak harus memproduksi barang atau jasanya sendiri, mereka dapat menjual barang dari produsen atau agen dengan menjadi *reseller* (Susanti, 2017). Bidang penjualan barang seperti fashion dan alat kecantikan adalah yang menjadi trend di Indonesia saat ini (Budhi, 2016). Hal itu membuat peluang usaha bagi wanita semakin meningkat. Wanita banyak yang tergerak hatinya untuk membuat suatu usaha yang dapat dijadikan tumpuan hidupnya di kemudian hari atau sebagai pekerjaan sampingan dalam kehidupan keluarganya (Rizal & Chandra, 2016). Beberapa kendala seperti keterbatasan kemampuan dan kurangnya dukungan dan lingkungan membuat tantangan bagi wanita untuk terus melanjutkan perjuangannya (Aimasari & Ghina, 2015). Dibutuhkan adanya kemauan dan mental yang kuat untuk dapat menjalankan dan mempertahankan usahanya dengan baik (Saputri & Himam, 2015).

Berdasarkan pernyataan dari (Munfaqiroh, 2016) bahwa UMKM banyak didominasi oleh wanita sebagai pemilik maupun pekerja, dimana Indonesia mempunyai lebih dari 55,2 juta UMKM yang mayoritas adalah industri rumahan dengan kontributor utamanya adalah wanita. Meskipun demikian dari total jumlah wanita yang ada di Indonesia terdapat banyak wanita yang tidak diberdayakan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga yang terjadi, banyak potensi wanita yang terabaikan karena kesalahpahaman mengenai peran wanita dalam perekonomian. Padahal, potensi wanita dalam meningkatkan perekonomian sangatlah besar dalam hal menjadi wirausaha. Kemampuan wanita yang cekatan dan teliti membuat usaha dagang lebih terkondisikan. Fenomena banyaknya wanita yang berwirausaha saat ini bukan hanya sekedar pemuasan diri ataupun gaya hidup melainkan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga (Setiani, Dahmiri, & Indrawijaya, 2019). Apalagi, tidak jarang sekarang ini banyak wanita yang menjadi tulang punggung keluarga.

Wanita merupakan salah satu komponen penting yang diharapkan dapat membangun perekonomian negara Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari jumlah penduduk Indonesia yang hampir 50,3% nya dari 210 juta jiwa penduduknya adalah wanita (Munfaqiroh, 2016). Maka, keputusan wanita untuk berwirausaha sangatlah tepat karena disamping dapat meningkatkan pendapatan keluarganya juga dapat mengisi pembangunan ekonomi negara. Adanya motivasi yang tinggi merupakan dorongan bagi wanita untuk mengembangkan diri dalam menjalankan usahanya (Hana, 2019). Selain itu, wirausaha juga dapat mengurangi ketergantungan kepada

orang lain, meningkatkan kepercayaan diri, serta menciptakan lapangan pekerjaan bagi ibu rumah tangga di sekitarnya (Munfaqiroh, 2018). Untuk itu, minat berwirausaha harus dikembangkan untuk kaum wanita agar dapat menopang kehidupan keluarganya. Faktor yang mempengaruhi keputusan berwirausaha adalah konsep diri (Ananta, Djalali, & Farid, 2014)(Wijaya, 2014)(Fitri, 2017). Konsep diri merupakan rasa optimis dari dirinya bahwa akan berhasil menjadi seorang wirausahawan. Perasaan puas terhadap penilaian orang lain, cita-cita yang tinggi dan ingin membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain juga merupakan bagian dari konsep diri (Ananta et al., 2014).

Minat berwirausaha wanita muslim dapat distimulasi melalui pengembangan konsep diri (Rose, Kumar, & Yen, 2006b). Wanita muslim yang mampu mengembangkan konsep diri positif akan memiliki persepsi positif terhadap kemampuan dan ketidakmampuannya, sifat, fisik, hobi, sikap terhadap diri dan hubungan dengan lawan jenis (Ananta et al., 2014). Wanita yang memiliki gambaran diri secara positif dapat menerima dirinya sendiri dengan apa adanya, menerima kekurangan dan kelebihan diri sendiri. Dia memiliki keyakinan terhadap keputusannya sendiri, kemampuan untuk melakukan dan meraih apa yang diinginkan, mampu unjuk diri dengan penampilan yang menunjukkan kekuatan diri, dan dapat menjalin hubungan dengan orang atau kelompok dalam masyarakat (Sarker & Palit, 2014). Konsep diri yang baik akan mendorong seseorang untuk mengembangkan minat dalam berwirausaha. Sedangkan konsep diri menurut (Wijaya, 2014) ada dua macam yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif. Seseorang yang memiliki konsep diri positif akan dapat mengenal baik kelemahan dan kelebihannya sehingga dapat merancang tujuan yang sesuai dan realistis. Mereka akan lebih bijak dalam menentukan kariernya di masa yang akan datang, termasuk keputusan mereka dalam berwirausaha (Alam, Jani, & Omar, 2011).

Konsep diri merupakan bagian yang sangat penting dalam kepribadian seseorang. Menurut (Fitri, 2017), konsep diri merupakan ciri khas yang membedakan individu satu dengan lainnya. Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa konsep diri secara fisik yang meliputi konsep diri materi, bentuk tubuh, dan konsep diri psikis meliputi konsep diri sosial, emosional moral, konsep diri kognitif meliputi lulusan pendidikan, kecakapan kerja, dan ketrampilan. Pada penelitian itu menyatakan pada PKBM *create home* kecamatan batang belum memiliki keyakinan diri untuk bisa melakukan kegiatan kewirausahaan. Berdasarkan hal itu maka konsep diri perlu ditingkatkan agar dapat mempersiapkan diri dalam menghadapi tantangan. Penelitian (Suharnan, 2002) menjelaskan konsep diri merupakan gambaran campuran dari apa yang dipikirkan individu dan pendapat orang lain untuk menjadi diri yang diinginkan. Lebih lanjut dijelaskan konsep diri adalah hubungan antara sikap dan keyakinan tentang diri sendiri. Konsep diri mencakup seluruh pandangan individu akan dimensi fisik, karakteristik pribadi, motivasi, kelemahan, kepandaian dan lainnya (Burns R B, 1993).

Faktor lainnya dalam memengaruhi keputusan berwirausaha adalah lingkungan. Wanita biasanya memulai suatu usahanya didukung oleh teman dekat, suami, keluarga, kelompok profesional, asosiasi pedagang, hubungan masyarakat dan jasa pendidikan (Nurudin, 2017). Dukungan dari mereka membuat minat wanita untuk berwirausaha. Menurut (Witheringthon, 1999), minat adalah kecenderungan untuk memperhatikan dan menyukai beberapa hal kegiatan, khususnya terhadap kegiatan tertentu dalam hal ini adalah berwirausaha. Kegiatan yang diminati seseorang harus diperhatikan terus menerus yang disertai dengan rasa senang, sehingga diperoleh suatu kepuasan. Dalam pembahasannya yang lebih lanjut dinyatakan bahwa minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir, melainkan tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor yang mempengaruhinya. Menurut (Elizabeth B Hurlock, 1991) menyatakan bahwa minat merupakan sumber motivasi seseorang untuk melakukan hal yang diimpikan, terutama yang mendatangkan keuntungan dan kepuasan. (Pristiana, Kusumaningtyas, & Mujanah, 2009) mengemukakan bahwa minat merupakan kecenderungan untuk memperhatikan dan mencari objek tertentu, perhatian terhadap objek cenderung mempengaruhi perilaku individu dalam kegiatan. Pada penelitian ini minat yang dimaksud adalah kecenderungan yang tinggi dari wanita muslim milenial untuk melakukan aktivitas tertentu yang disukai, didasari bakat yang dimiliki, pengalaman dan akan mendorong keputusan untuk berwirausaha.

Lingkungan keluarga merupakan lingkungan pertama seseorang dalam menjalani kehidupannya (Setiawan & Sukanti, 2016). Lingkungan keluarga terdiri dari orang tua, saudara, serta keluarga terdekat lainnya. Pada lingkungan keluarga dalam hal ini adalah orang tua akan mempengaruhi anaknya dalam menentukan masa depannya misalnya adalah keputusan menjadi seorang wirausaha. Menjadi wirausaha tidak terlepas dari dukungan orang tua dan keluarganya, apabila keluarga memberikan dukungan yang positif maka seseorang akan memiliki minat untuk berwirausaha, sebaliknya apabila keluarga tidak mendukung untuk berwirausaha maka minat berwirausaha akan semakin kecil. Hal ini didukung dengan penelitian (Noviantoro & Rahmawati, 2017) menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Akuntansi FE UNY. Dalam penelitian lainnya (Amalia & Hadi, 2016) juga menyebutkan bahwa ada pengaruh positif lingkungan terhadap minat berwirausaha siswa jurusan pemasaran SMK Diponegoro Salatiga secara parsial sebesar 29,81%. Lingkungan merupakan segala sesuatu yang berada di luar individu yang meliputi fisik, sosial dan budaya. Lingkungan merupakan sumber informasi yang diterima individu melalui penglihatan, penciuman, pendengaran dan perasaan. Menurut (Amalia & Hadi, 2016) lingkungan merupakan keseluruhan fenomena peristiwa, situasi dan kondisi fisik atau sosial yang memengaruhi individu. Berdasarkan pernyataan itu dapat disimpulkan bahwa lingkungan merupakan fenomena dari luar individu yang berpengaruh terhadap individu melalui panca indera. Lingkungan yang dimaksud dalam

penelitian ini adalah lingkungan keluarga dan masyarakat. Lingkungan keluarga dan masyarakat berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk berwirausaha yang dalam fokus penelitian ini adalah wanita (Amalia & Hadi, 2016) (Lutfiadi & Rahmanto, 2011).

Wanita merupakan bagian dari keluarga utama yang dituntut untuk menjadi seseorang yang *multitasking* yaitu mampu mengerjakan segala hal dalam waktu yang bersamaan. Wanita dari pagi sudah menyiapkan kebutuhan untuk keluarganya sampai pada urusan keuangan keluarganya. Secara tidak langsung lingkungan keluarga membentuk wanita sebagai seorang manajer dikeluarganya (Nurudin, 2017). Dia harus mampu mengatur pendapatan dan pengeluaran keluarganya agar tetap seimbang. Hal ini merupakan fenomena yang lazim pada era milenial ini dengan tujuan agar dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan dapat membantu perekonomian masyarakat secara umum. Seorang wanita muslim berkewajiban mendukung keluarganya dalam mencari rezeki, seperti yang telah dicontohkan oleh Siti Khadijah istri Rasulullah SAW. Beliau merupakan suri tauladan yang sempurna bagi seluruh perempuan di dunia. Satu hal menarik yang sering menjadi sorotan dari sosok Khadijah adalah dia merupakan seorang *business woman* sukses pertama di Arab pada masa itu dengan kekayaan melimpah ruah dan perniagaan dimana-mana. Berdasarkan hal itu maka penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh konsep diri dan lingkungan terhadap minat dan keputusan berwirausaha wanita muslim milenial.

METODOLOGI PENELITIAN

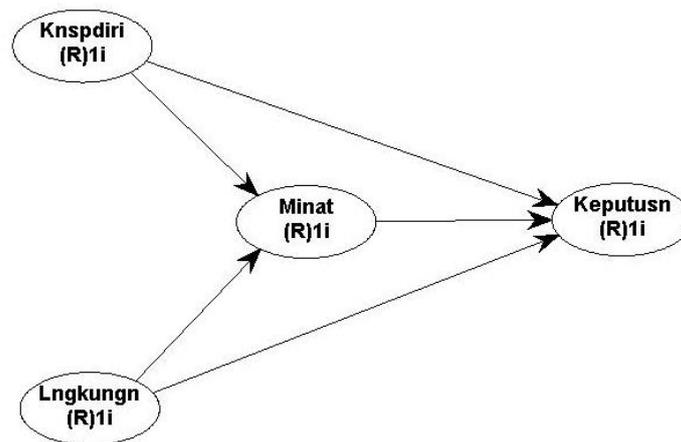
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* (Sugiyono, 2014). Sampel dipilih dari populasi wanita muslim milenial di kabupaten Kudus, Pati dan Jepara yang berwirausaha. Kuisisioner disebarakan melalui link *google form* dengan indikator konsep diri adalah keyakinan diri, kepuasan, cita-cita yang tinggi dan ketahanan mental dalam menerima kritikan dengan 5 item pertanyaan. Indikator lingkungan yaitu dukungan keluarga, cinta kasih, dan semangat dengan 5 item pertanyaan. Minat berwirausaha dengan indikator kesenangan, pemahaman, kepentingan dan peluang 5 item pertanyaan. Keputusan berwirausaha dengan indikator kebutuhan, pengelolaan, siap menghadapi risiko dan siap menghadapi tantangan dengan 5 item pertanyaan. Skala pengukurannya adalah menggunakan skala likert interval 1 sampai dengan 5 dengan jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju dan sangat setuju (Ghozali, 2009).

Teknik pengukurannya menggunakan model *structural equation model* (SEM) dengan variabel konsep diri dan lingkungan sebagai variabel eksogen, minat berwirausaha dan keputusan berwirausaha wanita muslim milenial sebagai variabel endogen. Alat ukur yang digunakan yaitu warpPLS 6.0. WarpPLS 6.0 merupakan aplikasi untuk model persamaan struktural untuk menguji secara simultan hubungan antar konstruk laten dalam hubungan

linear baik berbentuk reflektif ataupun formatif (Haryono, 2014) (Kock, 2014). Model pengukurannya adalah dengan kriteria indikator *reliability* menggunakan parameter *significant weight* dengan $p\text{ value} < 0,05$. *Collinearity* menggunakan $VIF < 5$ dan *tolerance* $> 0,2$. Dalam menguji variabel tidak langsung digunakan landasan $VAF > 80\%$ maka *full mediation*, $20\% < VAF < 80\%$ *partial mediation*, $VAF < 20\%$ maka *no effect mediation*. Uji kesesuaian antara model teoritis dan data empiris dapat dilihat pada tingkat (*Goodness-of-fit statistic*) (Barrett, 2007). Suatu model dikatakan *fit* apabila kovarians matriks suatu model adalah sama dengan kovarians matriks data (*observed*) (Ghozali, 2009).

PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan data dari sampel berjumlah 210 orang responden kemudian diolah dengan menggunakan aplikasi WarpPLS 6.0 dengan merumuskan variabel konsep diri dan lingkungan sebagai variabel eksogen, minat dan keputusan berwirausaha menjadi variabel endogen. Rumusan variabel tersebut kemudian menghasilkan model gambar berikut ini:



Gambar 1 Model Konsep Diri, Lingkungan, Minat dan Keputusan Berwirausaha

Dari model tersebut dapat dijelaskan hipotesis dalam penelitian yang dirumuskan adalah:

- H1 = Konsep diri berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha
- H2 = Konsep diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha
- H3 = Lingkungan berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha
- H4 = Lingkungan berpengaruh terhadap minat berwirausaha
- H5 = Minat berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha
- H6 = Konsep diri berpengaruh terhadap minat dan berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha
- H7 = Lingkungan berpengaruh terhadap minat dan berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha

Tabel 1
Model Fit

Keterangan	Nilai	Ketentuan	
<i>Average path coefficient (APC)</i>	0,340	Probability	< 0,001
<i>Average R-squared (ARS)</i>	0,577	Probability	< 0,001
<i>Average adjusted R-Squared (AARS)</i>	0,572	Probability	< 0,001
<i>Average block VIF (AVIF)</i>	1,913	acceptable if ≤ 5	ideally $\leq 3,3$
<i>Average full collinearity VIF (AFVIF)</i>	2,299	acceptable if ≤ 5	ideally $\leq 3,3$
<i>Tenenhaus GoF (GoF)</i>	0,760	small $\geq 0,1$, medium $\geq 0,25$, large $\geq 0,36$	
<i>Sympson's paradox ratio (SPR)</i>	1.000	acceptable if $\geq 0,7$	ideally = 1
<i>R-squared contribution ratio (RSCR)</i>	1.000	acceptable if $\geq 0,9$	ideally = 1
<i>Statistical suppression ratio (SSR)</i>	1.000	acceptable if $\geq 0,7$	
<i>Non linear bivariate causality direction ratio (NLBCR)</i>	1.000	acceptable if $\geq 0,7$	

Sumber: Output WarpPLS 6.0

Model penelitian setelah dilakukan analisis data adalah *fit* yang ditunjukkan sebagaimana Tabel 1. Nilai rata-rata koefisien jalur (*average path coefficient*) APC adalah 0,340 dengan $p < 0,001$. Nilai rata-rata R^2 (*average R-squared (ARS)*) adalah 0,577 dengan $p < 0,001$ dan nilai rata-rata R^2 yang disesuaikan AARS (*average adjusted R-squared*) adalah 0,572 dengan $p < 0,001$ yang berarti signifikan karena lebih kecil dari 0,05. Begitu juga dengan nilai *average block VIF (AVIF)* sebesar 1,913 dan *average full collinearity (AFVIF)* yang dihasilkan 2,299 $< 3,3$, yang berarti bahwa tidak ada masalah multikolinearitas antar indikator dan antar variabel eksogen (Barrett, 2007).

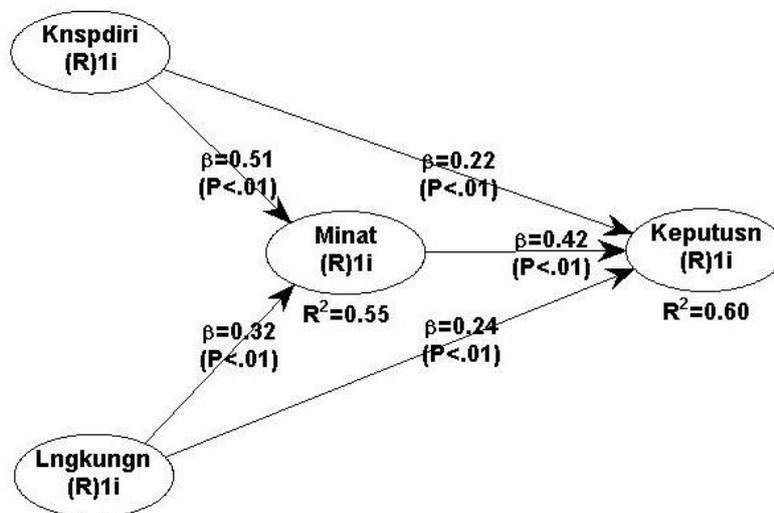
Nilai evaluasi kecocokan model (Tenenhaus Goodness of Fit) GoF adalah 0,760 yang berarti memiliki kecocokan tinggi karena lebih besar dari 0,36. Nilai perbandingan paradoks Symson (*Sympson's Paradox Ratio*) SPR adalah 1. Nilai perbandingan kontribusi R^2 (*R-Squared Contribution Ratio*) RSCR adalah 1. Untuk indeks *Sympson's Paradox Ratio (SPR)*, *R-Squared Contribution Ratio (RSCR)* dan *Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)* menghasilkan nilai $> 0,7$ yaitu 1, yang berarti tidak ada problem kausalitas didalam model. Sedangkan untuk indeks *Statistical Suppression Ratio (SSR)* menghasilkan nilai 1 yang berarti dapat diterima.

Tabel 2
Hasil output latent variabel coefficient

Keterangan	Konsep diri	Lingkungan	Minat	Keputusan Berwirausaha
R-Squared			0,552	0,602
Adj. R-squared			0,548	0,596
Composite reliabel	1,000	1,000	1,000	1,000
Cronbach's alpha	1,000	1,000	1,000	1,000
Avg. var. extrac.	1,000	1,000	1,000	1,000
Full Collin. VIF	2,227	1,908	2,565	2,496
Q-Squared			0,552	0,604

Sumber: Output WarpPLS 6.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien *adjusted R-squared* untuk variabel Konsep diri, Lingkungan dan Minat dapat menjelaskan minat beli online sebesar 55,2%, sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan untuk koefisien *adjusted R-squared* variabel Konsep diri, Lingkungan dan Minat dapat menjelaskan keputusan berwirausaha sebesar 54,8%, sisanya sebesar 45,2% dipengaruhi oleh variabel lain.



Gambar 2 Hasil Model Konsep Diri, Lingkungan, Minat dan Keputusan Berwirausaha

Tabel 3
Hasil Uji Signifikansi Koefisien Jalur

H	Jalur	β	ρ	Standar Error	Effect Size	Hasil
H1	Konsep Diri -> Minat Berwirausaha	0,507	< 0,001	0,063	0,355	Sign.
H2	Konsep Diri -> Keputusan Berwirausaha	0,222	< 0,001	0,064	0,288	Sign.
H3	Lingkungan -> Minat Berwirausaha	0,316	< 0,001	0,065	0,198	Sign.
H4	Lingkungan -> Keputusan Berwirausaha	0,238	< 0,001	0,064	0,237	Sign.
H5	Minat -> Keputusan Berwirausaha	0,415	< 0,001	0,064	0,301	Sign.
H6	Konsep Diri -> Minat -> Keputusan Berwirausaha	0,211	< 0,001	0,047	0,140	Sign.
H7	Lingkungan -> Minat -> Keputusan Berwirausaha	0,131	0,003	0,048	0,084	Sign.

Sumber: Output WarpPLS 6.0

Hipotesis pertama yang diuji adalah pengaruh konsep diri terhadap minat berwirausaha wanita muslim milenial. Rumusan hipotesis diperoleh bahwa terdapat pengaruh langsung konsep diri terhadap minat sebesar 0,507 dengan probability < 0,001 kurang dari 0,05 dengan nilai standar *error* sebesar 0,063. Nilai *effect size* 0,355 (> 0,15), dengan demikian H1 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung konsep diri terhadap minat berwirausaha wanita muslim milenial diterima.

Hipotesis kedua yang diuji adalah pengaruh konsep diri terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial. Rumusan hipotesis diperoleh, bahwa terdapat pengaruh langsung konsep diri terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial karena nilainya sebesar 0,222 dengan probability < 0,001 dengan nilai standar *error* sebesar 0,064. Nilai *effect size* 0,288 (> 0,15), dengan demikian H2 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung konsep diri terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial diterima.

Hipotesis ketiga yang diuji adalah pengaruh lingkungan terhadap minat berwirausaha wanita muslim milenial. Rumusan hipotesis diperoleh bahwa terdapat pengaruh langsung lingkungan terhadap minat berwirausaha wanita muslim milenial karena nilainya sebesar 0,316 dengan probability $< 0,001$ dengan nilai standar *error* sebesar 0,065. Nilai *effect size* 0,198 ($> 0,15$), dengan demikian H3 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung lingkungan terhadap minat berwirausaha wanita muslim milenial diterima.

Hipotesis keempat yang diuji adalah pengaruh lingkungan terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial. Rumusan hipotesis diperoleh bahwa terdapat pengaruh langsung lingkungan terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial karena nilainya sebesar 0,238 dengan probability $< 0,001$ dengan nilai standar *error* sebesar 0,064. Nilai *effect size* 0,237 ($> 0,15$), dengan demikian H4 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung lingkungan terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial diterima.

Hipotesis kelima yang diuji adalah pengaruh minat terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial. Rumusan hipotesis diperoleh bahwa terdapat pengaruh langsung minat terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial karena nilainya sebesar 0,415 dengan probability $< 0,001$ dengan nilai standar *error* sebesar 0,064. Nilai *effect size* 0,301 ($> 0,15$), dengan demikian H5 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung minat terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial diterima.

Hipotesis keenam yang diuji adalah pengaruh tidak langsung konsep diri melalui terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial. Rumusan hipotesis diperoleh bahwa terdapat pengaruh tidak langsung konsep diri melalui minat terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial karena nilainya sebesar 0,211 dengan probability $< 0,001$ dengan nilai standar *error* sebesar 0,047. Nilai *effect size* 0,140 ($< 0,15$), dengan demikian H6 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung konsep diri melalui minat terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial diterima.

Hipotesis ketujuh yang diuji adalah pengaruh tidak langsung lingkungan melalui minat terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial. Rumusan hipotesis diperoleh bahwa terdapat pengaruh tidak langsung lingkungan melalui minat terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial karena nilainya sebesar 0,131 dengan probability 0,003 dengan nilai standar *error* sebesar 0,048. Nilai *effect size* 0,084 ($< 0,15$), dengan demikian H7 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung lingkungan melalui minat terhadap keputusan berwirausaha wanita muslim milenial diterima.

Tabel 4
Hasil Total Effect Koefisien Jalur

No	Jalur	β	ρ	Standar Error	Effect Size	Hasil
1	Konsep Diri -> Minat -> Keputusan Berwirausaha	0,433	< 0,001	0,064	0,288	Sign.
2	Lingkungan -> Minat -> Keputusan Berwirausaha	0,370	< 0,001	0,064	0,237	Sign.

Sumber: Output WarpPLS 6.0

Berdasarkan tabel *total effect* dapat dijelaskan bahwa konsep diri melalui minat mempunyai pengaruh total terhadap keputusan berwirausaha sebesar 0,433, pengaruh langsung konsep diri terhadap keputusan berwirausaha sebesar 0,222. Hal ini berarti pengaruh yang diberikan konsep diri terhadap keputusan berwirausaha melalui minat lebih besar daripada pengaruh langsung konsep diri terhadap keputusan berwirausaha. Total pengaruh lingkungan terhadap keputusan berwirausaha melalui minat adalah sebesar 0,370, pengaruh langsung lingkungan terhadap keputusan berwirausaha adalah sebesar 0,238. Artinya, pengaruh tidak langsung konsep diri melalui minat terhadap keputusan berwirausaha lebih besar daripada pengaruh tidak langsung lingkungan melalui minat terhadap keputusan berwirausaha. Berdasarkan hal itu maka perlunya meningkatkan kepercayaan diri, kompetensi, keyakinan dalam mengembangkan konsep diri sehingga minat dan keputusan berwirausaha wanita muslim milenial semakin meningkat.

KESIMPULAN

Wanita merupakan bagian dari masyarakat yang kadang sering dikesampingkan. Mereka dianggap kurang maksimal dalam melakukan pekerjaan. Masyarakat sering menempatkan peran wanita dengan hanya menjadikannya sebagai ibu rumah tangga yang tidak dapat menghasilkan uang sendiri. Padahal peran wanita sangat penting dalam mengembangkan perekonomian baik lingkungan keluarga ataupun nasional. Meskipun demikian, sekarang ini banyak wanita yang berwirausaha untuk membantu perekonomian keluarganya dan meningkatkan kesejahteraannya. Faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan wanita muslim dalam berwirausaha adalah konsep diri dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

Aimasari, N., & Ghina, A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Wanita Untuk Menjadi Wirausaha (Studi Pengusaha Wanita UMKM di Kota Bandung Tahun 2015). *E-*

Proceeding of Management, 2(3), 2795–2799.

Alam, S. S., Jani, M. F. M., & Omar, N. A. (2011). An Empirical Study of Success Factors of Women Entrepreneurs in Southern Region in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 3(2), 166–175. <https://doi.org/10.5539/ijef.v3n2p166>

Amalia, H. N., & Hadi, S. (2016). Pengaruh Prestasi dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Jurusan Pemasaran. *Economic Education Analysis Journal*, 5(3), 761–773.

Ananta, R. K. E., Djalali, A., & Farid, M. (2014). Minat Wirausaha, Konsep Diri dan Kreativitas. *Jurnal Psikologi Tabularasa*, 9(1), 48–57.

Barrett, P. (2007). *Structural equation modelling : Adjudging model fit*. 42, 815–824. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2006.09.018>

Budhi, G. S. (2016). Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Jual-Beli Online Lazada Indonesia. *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1.

Burns R B. (1993). *Konsep Diri: Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku*. Jakarta: Arcan.

Elizabeth B Hurlock. (1991). *Psikologi Pengembangan*. Jakarta: Erlangga.

Fitri, L. D. (2017). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Minat Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(2). <https://doi.org/10.24036/kolokium-pls.v5i2.30>

Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Cetakan IV). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hana, K. F. (2019). Minat Beli Online Generasi Milenial : Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(2), 203–216. Retrieved from <http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/bisnis/index>

Haryono, S. (2014). Mengenal Metode Structural Equation Modeling (SEM) Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE YPN*, VII(1), 23–34.

- Kock, N. (2014). *Advanced mediating effects tests , multi-group analyses , and measurement model assessments in PLS-based SEM*. 1–13.
- Lutfiadi, R., & Rahmanto, M. I. (2011). Analisis Peran Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian, dan Lingkungan Terhadap Minat Siswa SMK untuk Berwirausaha di Kota Bekasi. *CEFARS: Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 3(1), 56–65.
- Munfaqiroh, S. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Wirausaha Wanita Miskin Untuk Mencapai Keberhasilan Usaha. *Jurnal JIBEKA*, 10(1), 57–65.
- Munfaqiroh, S. (2018). Analisis Keputusan Wanita dalam Berwirausaha (Studi Pada UKM Posdaya Binaan STIE Malangkecewara Malang). *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 12(1).
- Noviantoro, G., & Rahmawati, Di. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY. *Jurnal Fakultas EKonomi*, 1–10.
- Nugroho, L., & Chowdhury, S. L. K. (n.d.). Mobile Banking for Empowerment Muslim Women Entrepreneur : Evidence from Asia (Indonesia and Bangladesh). *Taszkia Islamic Finance and Business Review*, 9(1), 83–100.
- Nurudin. (2017). Pengaruh Minat dan Lingkungan Keluarga terhadap Keputusan Wanita Muslim Berwirausaha. *SAWWA*, 12(3), 321–336.
- Pristiana, U., Kusumaningtyas, A., & Mujanah, S. (2009). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wanita Berwirausaha di Kota Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 52–65.
- Rizal, M., & Chandra, R. (2016). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wanita Berwirausaha (Studi Kasus di Kota Langsa)*. 5(2), 525–534.
- Rose, R. C., Kumar, N., & Yen, L. L. (2006a). Entrepreneurs Success Factors and Escalation of Small and Medium-sized Enterprises in Malaysia Raduan Che Rose , Naresh Kumar and Lim Li Yen Graduate School of Management , University Putra Malaysia. *Journal of Social Sciences*, 2(3), 74–80.
- Rose, R. C., Kumar, N., & Yen, L. L. (2006b). The dynamics of entrepreneurs ' success factors

in influencing venture growth. *Journal Of Asia Entrepreneurship And Sustainability*, *II*(3).

Saputri, R. K., & Himam, F. (2015). Mindset Wanita Pengusaha Sukses. *Jurnal Psikologi*, *42*(2), 157–172.

Sarker, S., & Palit, M. (2014). Determinants of Success Factors of Women Entrepreneurs in Bangladesh- A Study Based on Khulna Region. *Business and Economic Research*, *4*(2), 237–250. <https://doi.org/10.5296/ber.v4i2.6337>

Setiani, R., Dahmiri, & Indrawijaya, S. (2019). Pengaruh Motivasi dan sikap Wirausaha Terhadap Keputusan Berwirausaha Wanita di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, *8*(01), 46–58.

Setiawan, D., & Sukanti. (2016). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Profita*, *7*, 1–12.

Setyorini, D., Nurhayati, E., & Rosmita. (2019). Pengaruh Transaksi Online (e-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, *3*(5), 501–509.

Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Suharnan. (2002). Skala C.O.R.E sebagai Alternatif Mengukur Kreativitas: Suatu pendekatan Kepribadian. *Anima, Indonesian Psychological Journal*, *18*(1).

Susanti, M. (2017). Pemanfaatan E- Commerce Untuk Mendukung UMKM Dalam Pemasaran. *Prosiding Seminar Nasional Sisfotek*, *3584*, 201–208.

Wijaya, T. (2014). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Konsep Diri Terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, *2*(2), 79–86.

Witherington, H. C. (1999). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Aksara Baru.