

## ABSTRAK

Jumlah pengusaha di Indonesia masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara. Sedikitnya jumlah pengusaha ini tidak terlepas dari rendahnya niat generasi muda untuk memilih karir menjadi pengusaha. Niat memiliki keterkaitan erat dengan kewirausahaan karena untuk menjadi pengusaha memerlukan perencanaan yang matang dan hal tersebut tidak akan dapat terwujud tanpa adanya niat dari calon pengusaha. Oleh karena itu, perlu terkonfirmasinya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat seseorang menjadi pengusaha seperti tingkat religiusitas (*religiosity*), keinginan yang dirasakan (*perceived desirability*), kelayakan atau kemampuan (*perceived feasibility*) dan kecenderungan untuk bertindak (*propensity to act*). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer sebagai sumber datanya. Data ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada sampel dengan kriteria mahasiswa aktif yang kampusnya berlokasi di DKI Jakarta. Analisis data pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas tidak dapat mempengaruhi secara langsung niat menjadi pengusaha melainkan dapat mempengaruhi keinginan seseorang. Apabila keinginan (*desire*) ini telah terbentuk, maka akan memicu munculnya niat. Hasil lain dari penelitian ini adalah terkait dengan *perceived feasibility*. *Perceived feasibility* dalam penelitian ini menunjukkan terdapatnya pengaruh langsung terhadap niat menjadi pengusaha. Hasil kebalikannya terjadi pada *propensity to act* yang menunjukkan tidak adanya pengaruh *propensity to act* dalam mempengaruhi niat menjadi pengusaha. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan para *stakeholder* terutama Pemerintah agar dapat merumuskan kebijakan yang tepat guna meningkatkan jumlah pengusaha di Indonesia pada umumnya dan DKI Jakarta pada khususnya.

**Kata Kunci :** *Entrepreneurial Intention, Religiosity, Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Propensity to Act, Entrepreneurship.*

## ***ABSTRACT***

Generally, the number of entrepreneurs in Indonesia is considered lower compared to other countries in Southeast Asia. The number is related to the low intention of the country's younger generation to select entrepreneur as their career. Intention is closely related to entrepreneurship because to become one, it requires a careful planning. This cannot be implemented without an intention of a prospective entrepreneur. Thus, it is necessary to confirm factors that can influence a person's intention to become an entrepreneur, such as the level of religiosity, perceived desirability, perceived feasibility and propensity to act. This study uses quantitative methods using primary data as the source. The data was elicited using a questionnaire distributed to the sample with the criteria of active students whose campuses are located in DKI Jakarta. Data analysis in this study used Structural Equation Modeling (SEM) using the SmartPLS 3 application. The results of this study indicate that the level of religiosity does not directly affect the intention to become an entrepreneur but can affect one's desirability. When it has been formed, it will trigger the rise of intention. Another result of this study is related to perceived feasibility. Perceived feasibility in this study shows that there is a direct influence on the intention to become an entrepreneur. The opposite result occurs in propensity to act, which finds that there is no influence of propensity to act in influencing the intention to become an entrepreneur. The results of this research are expected to be used by stakeholders, especially the government, in order to formulate appropriate policies to improve the number of entrepreneurs in Indonesia in general, and in DKI Jakarta in particular.

***Keywords: Entrepreneurial Intention, Religiosity, Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Propensity to Act, Entrepreneurship.***