

## **Business Longevity dan Nilai-Nilai Spiritual Islam Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Klaten**

Winarno Heru Murjito, Jarot Prasetyo, Purwo Haryono  
Email: heruMurjito @gmail.com

### **Abstract**

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh dependen Business Longevity pelaku usaha mikro dipengaruhi tiga variabel bebas a nilai-nilai sikap, efikasi diri dan Cognitive Dissonance dengan variabel pemoderasi Islamic Spiritual values. Desain riset menggunakan riset kuantitatif survey. Teknik pengambilan sampel responden dilakukan secara purposive sampling masyarakat sebagai responden merupakan pelaku usaha mikro di wilayah Klaten sejumlah 110 responden. Melalui uji model Structural Equation peneliti menguji hubungan antar variabel dalam model secara simultan. Uji Model meliputi uji deskripsi responden dan deskripsi variabel, uji kesahihan butir, uji keandalan butir, uji regresi dan uji pemoderasi secara simultan dengan menggunakan alat bantu perangkat lunak AMOS. Hasil uji membuktikan terdapat pengaruh langsung nilai-nilai sikap, efikasi diri dan Cognitive Dissonance terhadap Business Longevity. Uji pemoderasi variabel Islamic Spiritual value mampu memperkuat tiga variabel bebas terhadap variabel dependen. Implikasi manajerial melalui terbuktinya model diperlukan strategi bagi pemangku kepentingan untuk menyusun upaya agar semakin meningkat etos Islamic spiritual value. Temuan riset, wilayah Kabupaten Klaten memiliki kadar religiusitas tinggi dengan istilah lain Islamic spiritual values mampu berperan sebagai variabel pemoderasi.

**Kata Kunci:** *Business Longevity, sikap, efikasi diri, Cognitive Dissonance, Islamic Spiritual values*

### **Abstrak**

*This research aims to test the dependent variable of Business Longevity of micro business actors influenced by three independent variables, namely attitudinal values, self-efficacy and Cognitive Dissonance with the moderating variable Islamic Spiritual Values. The research design uses quantitative survey research. The sampling technique for respondents was carried out using purposive sampling of the community as the respondents were micro business actors in the Klaten area, totaling 110 respondents. By testing the Structural Equation model, researchers tested the relationship between variables in the model simultaneously. Model tests include respondent description tests and variable descriptions, item validity tests, item reliability tests, regression tests and moderating tests simultaneously using AMOS software tools. The test results prove that there is a direct influence of attitude values, self-efficacy and Cognitive Dissonance on Business Longevity. The moderating test for the Islamic Spiritual Value variable is able to strengthen the three independent variables on the dependent variable. Managerial implications through the proven model require a strategy for stakeholders to develop efforts to increase the Islamic spiritual value ethos. Research findings show that the Klaten Regency area has a high level of religiosity, in other words Islamic spiritual values are able to act as a moderating variable.*

**Keywords:** *Business Longevity, Attitude, Self-Efficacy, Cognitive Dissonance, Islamic Spiritual values*

### **PENDAHULUAN**

Pandemi selama dua tahun lalu menjadi pengalaman menantang bagi pelaku usaha mikro untuk mengubah secara cepat model bisnis dan perilaku usaha. Pengalaman tersebut memaksa pelaku bisnis mikro menjalankan model bisnis secara daring. Model bisnis on line ini memaksa pelaku usaha menyediakan infrastruktur model bisnis digital. Pelaku bisnis yang tidak mampu melakukan *up-date* infrastruktur akan menjadi sangat tertinggal dengan pesaing, sehingga mereka menjadi tidak menarik lagi bagi calon konsumen. Kejadian pandemi selama dua tahun lalu benar-benar merisaukan 60.000 pelaku usaha mikro di Kabupaten Klaten yang terbagi dalam 11 kluster industri. Semua kluster dan sektor bisnis mikro mulai merasakan dampak sepi pembeli. Ini dialami semua kluster seperti kluster batik, lurik, industri logam, makanan

*handicraft* hingga wisata. Sepinya transaksi karena larangan mobilitas maupun berkumpul akibat virus mematikan yang menyebar secara masif [1]

Sisi suram pandemi menyebabkan pelaku bisnis mikro di Klaten muncul kekhawatiran terhadap keberlanjutan usaha. Menurunnya daya beli konsumen, sepi berbagai pesanan dan minim kedatangan wisatawan mengakibatkan lumpuhnya berbagai atraksi wisata di berbagai desa wisata menyebabkan *Cognitive Dissonance*. Pelaku usaha menyadari sepenuhnya bahwa keadaan ini belum pernah terjadi dan individu tersebut harus menerima keadaan dalam situasi kondisi baru. Keputusan tetap membuka atau menutup sementara usaha, kesemuanya merupakan suatu keputusan yang genting bagi keberlanjutan usaha usaha mikro [2]. Fenomena tersebut menyebabkan terjadi konflik pilihan antara efikasi diri untuk mengejar asa atau bahkan membuat keputusan menutup usaha. *Cognitive Dissonance* menjelaskan bahwa individu pelaku usaha mikro tetap berupaya keras untuk konsisten dalam bersikap dengan mencoba merasionalisasi keadaan guna mengurangi ketidaknyamanan psikologis [3]

Pada saat ini mulai banyak produsen semakin butuh dan peduli untuk menjual berbagai manfaat spiritual (*spiritual value*) dari produk maupun jasa yang mereka perdagangkan. *Benefit* spiritual memiliki arti seberapa besar produk maupun jasa serta kegiatan dalam perilaku wirausaha mampu menjalankan nilai-nilai diajarkan dalam agam Islam [4].

Penelitian ini penting karena melakukan elaborasi topik *cognitive dissonance*, nilai-nilai spiritual Islam terhadap keberlangsungan usaha mikro. Terbuka peluang untuk dilakukan ajuan riset melalui rumusan masalah riset are emphasized on two things, i.e.: Apakah faktor-faktor sikap, efikasi diri, *Cognitive Dissonance* dapat berpengaruh langsung dan signifikan terhadap *Business Longevity* pelaku usaha mikro di Klaten. Apakah *Islamic Spiritual values* mampu memperkuat pengaruh langsung sikap, efikasi diri dan *Cognitive Dissonance* terhadap *Business Longevity* pelaku usaha mikro di Klaten

Manfaat dapat diperoleh dari kegiatan riset ini bagi ilmu pengetahuan melalui model perilaku wirausaha dapat diberikan bukti empiris pentingnya anteseden *Business Longevity*. Pada aras metodologi, melalui pendekatan anteseden dengan basis *Business Longevity*, penelitian ini dapat memberikan gambaran lengkap potret perilaku kinerja wirausaha mikro unggulan melalui pengaruh sikap, efikasi diri dan *cognitive dissonance* dengan *Islamic spiritual value* sebagai variabel pemoderasi.

Penelitian ini memiliki urgensi, pada masa sekarang mulai muncul wirausaha muda tangguh di masyarakat. Madani. Wirausaha ini mampu bekerja dilandasi etos spiritual Islam, tetapi tetap mampu menjaga tanggung jawab sosial bagi ummat. Wirausaha mikro ini memiliki keyakinan apabila usaha dilandasi dengan rasa ikhlas, rasa syukur, semua upaya tersebut akan semakin memperlancar rezeki dan bermuara semakin meningkatkan sukses usaha.

Penelitian di ranah ilmu bisnis meneliti berbagai aspek intensi wirausaha dan perilaku telah mendapat perhatian besar. Beberapa peneliti menunjukkan simpulan saling mendukung, saling melengkapi maupun berkebalikan terkait pola dan hubungan antar variabel. Dalam riset ini peneliti memiliki novelty kajian mendalam terkait variabel dependen *Business Longevity* dengan menambahkan nilai nilai Islam spiritual sebagai pemoderasi. Penelitian terkait variabel pemoderasi telah dilakukan beberapa peneliti ilmu perilaku konsumen dalam ilmu keperilakuan, psikologi dan organisasi. Beberapa peneliti menjelaskan bahwa nilai nilai spiritual, keyakinan religi sangat berhubungan dengan risiko. Riset Rezai & Mohammed [5] menyatakan bahwa keyakinan melalui pengetahuan nilai-nilai spiritual dan religi merupakan bagian dari hubungan interpersonal individu. Ini dapat terjadi apabila pengetahuan yang diterima individu muncul dengan jelas, individu tersebut semakin yakin pada keberhasilan kegiatan wirausaha

### **Teori Planned Behavior**

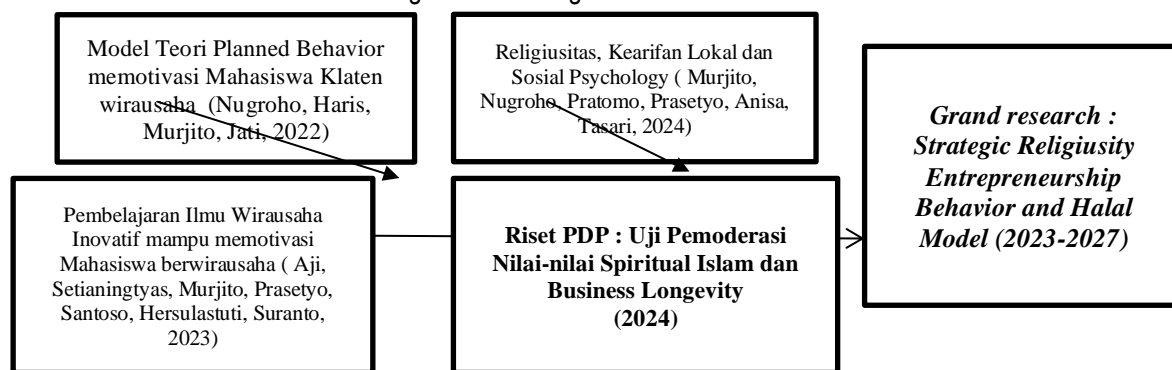
Teori *Planned Behaviour* mengurai suatu perilaku dengan keterlibatan tinggi membutuhkan keyakinan dan evaluasi individu untuk menumbuhkan sikap, norma subjektif dan efikasi diri Intensi dalam teori ini dapat berfungsi sebagai variabel mediasi. Pengaruh intensi terhadap perilaku ini dipengaruhi berbagai faktor situasional yang bermuara pada suatu perubahan perilaku. Bagi wirausaha mikro, keputusan untuk melaksanakan usaha bagi mereka merupakan perilaku yang butuh keterlibatan tinggi (*high Involvement*). Dalam mengambil keputusan memilih profesi sebagai wirausaha, individu perlu melibatkan faktor-faktor internal seperti intensi, sikap, persepsi, pembelajaran dan kepribadian. Faktor eksternal memiliki pengaruh dominan seperti keluarga, teman kelompok referensi, idola dan tetangga. Faktor eksternal yang kuat memengaruhi intensi dikenal sebagai norma subyektif. Menapak proses selanjutnya, individu berupaya melakukan kontrol terhadap

perilaku yang dia rasakan (efikasi diri). Kegiatan ini merupakan suatu kondisi individu tersebut yakin tindakan tersebut sulit maupun mudah untuk dilaksanakan. Kondisi ini harus dipahami melalui berbagai risiko yang muncul maupun berbagai hambatan yang mungkin ditemui apabila Individu berupaya mengambil suatu keputusan terhadap kegiatan [6].

Intensi merupakan kecenderungan kuat individu untuk memutus melakukan sesuatu maupun tidak melakukan suatu tindakan. Azjen [6] menjelaskan kontrol perilaku dapat berperan langsung maupun tidak terhadap perilaku melalui variabel pemoderasi intensi. Peran intensi terhadap perilaku baik secara langsung maupun tidak masih menjadi perbincangan terjadi kontradiksi di berbagai ranah jurnal akademik. Kontradiksi ini menjadi kontroversi di berbagai penelitian ilmu sosial kontemporer [9]. Untuk mencapai suatu kondisi *business longevity*, terdapat temuan riset Ahmad, [10] yang menyatakan kemampuan melakukan inovasi usaha merupakan kunci untuk menggapai keberlangsungan usaha di masa mendatang secara jangka panjang.

*Islamic Spiritual value* diambil sebagai variabel pemoderasi karena variabel ini merupakan variabel nir-kendali bagi obyek penelitian. Kebaruan model dilakukan dengan memodifikasi model dalam teori *Planned Behavior* melalui pengembangan konsep sikap dan menambahkan peubah pemoderasi.

1.2. Peta Jalan riset Peneliti diurai di gambar 1 sebagai berikut:



Pendekatan holistik riset wirausaha dengan memadukan aspek religiusitas Islam dapat memperkaya teori wirausaha dalam tataran empiris dan metodologis. Murjito *et.al* [11] meneliti faktor mahasiswa berwirausaha dipengaruhi oleh model teori Planned Behavior yang telah kuat serta inovasi pembelajaran wirausaha [12], Religiusitas, Kearifan lokal dan ilmu Psikologi sosial [13]. Inovasi, kegigihan pengusaha mikro dengan adanya musibah pandemi Covid-19 di wilayah Kabupaten Klaten dua tahun lalu menjadikan ketertarikan peneliti untuk melanjutkan tema riset berbasis etos wirausaha muslim dengan menambahkan peubah pemoderasi *Islamic Spiritual Value*. Melalui penerapan teori yang telah kokoh yaitu teori *Planned Behaviour*, peneliti tertarik melakukan pengembangan model perilaku melalui antededen *Business Longevity*. Hasil penelitian dari berbagai model terdahulu dapat menyajikan temuan yang relatif sama maupun berbeda dengan kondisi saat ini. Fokus amatan riset terutama pada variabel dependen *Business Longevity* pelaku usaha mikro di Kabupaten Klaten situasi pasca pandemi.

## METODE

Riset ini meneliti apakah variabel gayut *business longevity* dipengaruhi secara langsung oleh tiga variabel bebas berupa nilai-nilai sikap, efikasi diri dan *cognitive disonance* dengan *Islamic spiritual values* sebagai pemoderasi. Luaran riset tahap berikutnya berupa dampak signifikan model pada perilaku usaha dapat digunakan sebagai acuan pembuatan model pembelajaran wirausaha berkualitas bagi mahasiswa pada jenjang pendidikan sarjana.

Dari satu variabel dependen berupa *Business Longevity*, tiga peubah bebas dikaji konstruk peubah bebas *sikap*: rasa senang menangkap peluang usaha, pandangan positif terhadap kegagalan wirausaha, suka tantangan, berani mengambil resiko [14], variabel *efikasi diri*: potensi memulai usaha, percaya diri memiliki pengalaman, pendidikan dan ketrampilan usaha, rasa percaya diri, memiliki kematangan mental [15][16], *cognitive disonance* meliputi emosi terukur, kebajikan untuk mengambil keputusan dan fokus dalam mengambil keputusan [17] *Islamic spiritual value* meliputi pengetahuan religiusitas, spiritualitas, ideologi, praktik ibadah, praktik pribadi dan pengalaman religiusitas [18] *Business Longevity* meliputi perspektif

strategik, orientasi pelanggan, kekuatan finansial, pembelajaran dan kemampuan tumbuh dan kapabilitas internal [19].

Metode survey dilakukan melalui penyebaran kuesioner terhadap usahawan muslim di wilayah Kabupaten Klaten di lima kecamatan sebanyak 110 responden secara *puposive sampling*. Riset Hair (20) menjelaskan kecukupan sampel dengan 4 variabel bebas minimal 100 responden. FGD dilakukan bersama ahli manajemen SDM dengan mengambil sampel 4 pelaku usaha mikro. Analisis model dilakukan melalui uji deskripsi variabel dan indikator model, uji kesahihan dan keandalan model, analisis faktor konfirmatori dilakukan melalui uji multivariat regresi korelasi [20]. Kegiatan riset dibantu olah data perangkat lunak AMOS 21.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk melihat profil responden dalam penelitian.

#### Usia responden

Distribusi responden pelaku usaha mikro muslim di Kabupaten Klaten berdasarkan usia diperoleh kategori usia responden berusia 28 sd 65 tahun (60 %) dan 24-27 tahun ( 20 %) ini dapat diartikan mayoritas responden merupakan pelaku usaha yang memiliki usia matang, dewasa. Mereka telah memiliki pengalaman cukup dalam menjalankan usaha.

#### Bidang usaha responden

Distribusi responden berdasarkan bidang usaha diperoleh temuan bidang usaha yang ditekuni responden mayoritas usaha agri kuliner/ makanan ( 55 %) diikuti jasa (20 %), perdagangan (15 %) dan industri kecil (10%). Temuan ini relevan dengan domisili responden yang berada di Kabupaten Klaten dimana sektor usaha kuliner, agribisnis dan jasa mendominasi ekonomi regional wilayah pedesaan.

### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kehandalan kuesioner dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukuran validitas dalam penelitian ini menunjukkan jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh variabel/ konstruk laten yang dikembangkan. Nilai *variance extract* yang dapat diterima adalah 0,50. Hasil uji validitas variabel sikap diperoleh *variance extract* sebesar 0.55, Efikasi diri 0.54. Cognitive Dissonance 0.56 Islamic spiritual values 0.58 dan. Business longevity 0.53.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai *variance extract* untuk seluruh variabel riset dapat memenuhi kriteria yang disyaratkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah *variance* dari indikator yang diekstraksi oleh konstruk telah mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

#### Uji Reliabilitas

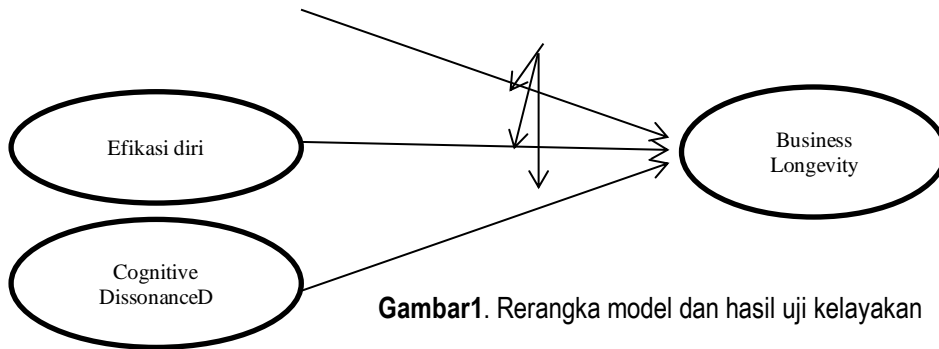
Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji seberapa jauh alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Dapat pula dikatakan uji ini menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada objek berbeda dengan waktu berbeda. Dalam riset ini uji reliabilitas menggunakan nilai *reliability construct*. Nilai reliabilitas minimum dari indikator pembentuk peubah laten yang dapat diterima adalah 0,70. Hasil uji reliabilitas variabel sikap diperoleh nilai sebesar 0.88, Efikasi diri 0.78. Cognitive Dissonance 0.88 Islamic spiritual values 0.89 dan. Business longevity 0.93.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *reliability construct* untuk masing-masing peubah laten diatas 0,7. Temuan data ini disimpulkan bahwa alat ukur masing-masing variabel laten dapat dipercaya.

### Analisis Data

Rerangka model riset dan uji kelayakan diurai di gambar 1 dibawah ini :





**Gambar1.** Rerangka model dan hasil uji kelayakan

Hasil uji terhadap kelayakan model SEM diurai di tabel 1

**Tabel 1.** Hasil Pengujian Kelayakan *Full Model*

No.	Good of Fit Indeks	Cut off values	Hasil	Evaluasi Model
1.	Chi squar	< 385.058	1653.242	Kurang Baik
2.	Probability	>0.05	0.025	Baik
3.	RMSEA	<0.08	0.062	Baik
4.	GFI	>0.90	0.961	Baik
5.	AGFI	>0.90	0.923	Baik
6.	CMIN/DF	<2.00	1.577	Baik
7.	TLI	>0.95	0.970	Baik
8.	CFI	>0.95	0.882	Kurang Baik

sumber: data primer diolah 2024

Berdasarkan analisis kelayakan model hubungan kausal variabel dependen business longevity dipengaruhi secara langsung oleh tiga variabel bebas berupa nilai-nilai sikap, efikasi diri dan cognitive disonance dengan Islamic spiritual values sebagai pemoderasi disimpulkan model fit. Ini terbukti pada uji data terlihat di tabel 1.

#### 4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan berbasis nilai *Critical Ratio* (CR) dari suatu hubungan kasualitas. Hasil uji hipotesis penelitian disajikan lengkap di tabel 2

**Tabel 2.** Uji Hipotesis

No	Estimate	SE	CR	P	Hasil
1. Sikap -> Business Longevity	0.369	0.262	5.059	<0.001	signifikan
2. Efikasi diri-> Business Longevity	0.476	0.198	4.467	<0.001	signifikan
3. Cog Dissonance -> Business Longevity	0.417	0.087	5.257	< 0.001	signifikan
4. Interaksi1->Business Longevity	0.384	0.307	3.665	< 0.008	signifikan
4. Interaksi2->Business Longevity	0.407	0.433	3.420	< 0.016	signifikan
4. Interaksi3->Business Longevity	0.552	0.414	2.156	< 0.002	signifikan

sumber: data primer diolah 2023

#### Pengujian Hipotesis 1

Parameter estimasi uji pengaruh sikap terhadap Business Longevity menunjukkan nilai CR sebesar 5.059 dengan probabilitas sebesar <0.001. Karena nilai probabilitas < 0.05 disimpulkan bahwa sikap berpengaruh langsung terhadap Business Longevity.

#### Pengujian Hipotesis 2

Parameter estimasi uji pengaruh Efikasi diri terhadap Business Longevity menunjukkan nilai CR sebesar 4.467 dengan probabilitas sebesar  $<0.001$ . Karena nilai probabilitas  $< 0.05$  disimpulkan bahwa efikasi diri berpengaruh langsung terhadap Business Longevity.

### **Pengujian Hipotesis 3**

Parameter estimasi untuk uji pengaruh Cognitive Dissonance terhadap Business Longevity menunjukkan nilai CR sebesar 5.257 dengan probabilitas sebesar  $<0.001$ . Karena nilai probabilitas  $< 0.05$  disimpulkan bahwa cognitive dissonance berpengaruh langsung terhadap Business Longevity

### **Pengujian Hipotesis 4**

Parameter estimasi untuk uji pengaruh Interaksi1 terhadap Business Longevity menunjukkan nilai CR sebesar 3.665 dengan probabilitas sebesar  $<0.008$ . Karena nilai probabilitas  $< 0.05$  disimpulkan bahwa nilai-nilai Islamic spiritual value mampu memperkuat pengaruh langsung sikap terhadap Business Longevity

### **Pengujian Hipotesis 5**

Parameter estimasi untuk uji pengaruh Interaksi2 terhadap Business Longevity menunjukkan nilai CR sebesar 3.420 dengan probabilitas sebesar  $<0.016$ . Karena nilai probabilitas  $< 0.05$  disimpulkan bahwa nilai-nilai Islamic spiritual value mampu memperkuat pengaruh langsung efikasi diri terhadap Business Longevity

### **Pengujian Hipotesis 6**

Parameter estimasi untuk uji pengaruh Interaksi3 terhadap Business Longevity menunjukkan nilai CR sebesar 2.156 dengan probabilitas sebesar  $<0.002$ . Karena nilai probabilitas  $<0.05$  maka disimpulkan bahwa nilai-nilai Islamic spiritual value mampu memperkuat pengaruh langsung cognitive dissonance terhadap Business Longevity

### **Pembahasan**

Hasil riset yang membuktikan tiga peubah bebas memengaruhi niatan berwirausaha selaras dengan temuan Yazilmiwati, Azmi (2012). Hasil temuan ini menjelaskan pelaku wirausaha mikro di Kabupaten Klaten memiliki kompetensi tinggi sikap dengan jiwa tangguh sebagai wirausaha muslim unggul sehingga semua variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap business longevity. Modal sosial gotong royong, kepedulian sesama dan pemangku kepentingan untuk mendampingi pelaku yang tertimpa musibah pandemi, model pendampingan motivasi wirausaha, pelatihan pihak universitas di wilayah Soloraya, Pemerintah Kabupaten Klaten, peran penduduk sumber daya manusia terdidik di wilayah Kabupaten Klaten berdekatan dengan kota Solo dan Yogya sebagai kota pendidikan di jantung adi luhur budaya Jawa berpengaruh signifikan pada sikap kompetensi wirausaha terhadap business longevity.

Nilai variabel pemoderasi Islamic spiritual value mampu memperkuat variabel bebas Cognitive Dissonance terhadap business longevity dapat diartikan variabel ini berada pada kategori kuat. Artinya responden wirausaha muslim di Kabupaten Klaten memiliki tingkat religiusitas dengan nilai kuat. Data primer yang diperoleh dari riset mayoritas responden memiliki usia produktif di rentang usia 30 sd 55 tahun, mereka merupakan generasi Y millennial yang berdomisili di wilayah Kabupaten Klaten. Wilayah Klaten memiliki kategori wilayah religius. Di wilayah ini banyak sekolah keagamaan tradisional modern maupun berbagai pondok pesantren dengan berbagai mazab (Anderson, 2003). Nuansa agama Islam kuat mewarnai simbol-simbol budaya Kraton Surakarta dan masyarakat Klaten, sehingga memberi kenyataan bahwa dinamika kehidupan masyarakat Kabupaten Klaten dipengaruhi oleh tradisi akulturasi budaya Islam (Sutiyono, 2011). Perilaku dan sikap hidup masyarakat yang banyak dipengaruhi oleh tradisi Islam dikenal istilah oleh beberapa peneliti dengan sebutan Islam santri (Supriadi, 2017).

Kegiatan kehidupan masyarakat Klaten banyak diwarnai tradisi budaya Islam ungkapan rasa syukur kepada Yang Maha Esa maupun ungkapan pasrah apabila mendapat musibah dalam praktek kehidupan sehari-hari (Mulder, 1992). Ini memperkuat temuan bahwa nilai-nilai Islamic spiritual value mampu memperkuat cognitive dissonance pelaku wirausaha muslim di kabupaten Klaten. Fenomena ini sesuai temuan Razak (2017) bahwa masyarakat Malaysia yang identik dengan budaya Muslim-Melayu pun masih relevan mempraktekkan nilai-nilai Islam dengan tetap mempertahankan kearifan lokal masih dilakukan sebagai praktik perilaku kehidupan sehari-hari.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan terdapat pengaruh langsung nilai-nilai sikap, efikasi diri dan Cognitive Dissonance terhadap Business Longevity. Uji pemoderasi variabel Islamic Spiritual value mampu memperkuat variabel sikap, efikasi diri dan Cognitive Dissonance. Variabel Islamic spiritual values mampu berperan sebagai variabel pemoderasi pada ketiga pengaruh variabel bebas terhadap Business Longevity. Bagi lembaga perguruan tinggi dan Pemerintah Kabupaten Klaten, di masa mendatang harus lebih banyak memberikan pendampingan sebagai upaya meningkatkan etos kerja serta kompetensi wirausaha usaha mikro di Kabupaten Klaten secara terukur dan berkelanjutan. Pengayaan materi pendampingan dapat diperkuat melalui penambahan nilai-nilai religiusitas, spiritualitas yang masih dijunjung masyarakat pedesaan dan masih bersifat positif. Terdapat nilai-nilai etos wirausaha muslim pelaku bisnis dipercaya mampu menghadapi berbagai hambatan, ancaman seperti sifat kehati-hatian, hemat, tidak serakah, guyub, gotong royong syukur ikhlas sehingga kompetensi pelaku wirausaha mikro di Klaten semakin kuat. Meningkatnya sukses berwirausaha akan mampu mencipta lapangan kerja di desa. Kesemuanya bermuara pada meningkatnya taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Klaten.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah S, Sahad M. (2016). Intergrated marketing communication: a spiritual and an ethical Islamic perspective. *International Journal of Islamic Marketing and Branding* 1 (4):305- 326
- Ahmad, M.F (2015) Antecedents of halal brands Personality. *Journal of Islamic Marketing*, 6 (2). 209-223
- Ahmad, S., Omar,R. & Quoquab, F.( 2019). Corporate Sustainable Longevity: Scale Development and Validation. *SAGE Open*, 9 (1)
- Akmalia, Z., Jono, M.M & Ma'mun, S (2022). Factors Affecting the Decision Using Theory of Planned Behavior( case study Election of the 2019 President). *Jurnal Indonesia Sosial sains*, 3 (8) 1136-1148
- Amrozi, S.R. (2021) Keberagaman Orang Jawa dalam Pandangan Clifford Geertz dan Mark R Woodward. *Fenomena*. Vol 20 (1) : 45-58
- Anderson, B.R.O.G (2003) *Mitologi dan Toleransi Orang Jawa*. Yogyakarta: Bentang Budaya
- Astri, W., & Latifah (2017) Pengaruh Personal Attributes, adversity Quotient dengan Mediasi Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*. 6 (3), 737-751
- Ajzen. I. (2008). *Attitude and attitude Change*, Chicago; Psychology Press WD Crano eds
- Al-Bukhari,(1987). *Kitab Nafaqat, Kutubu Sittah*, Riyadh: Maktabah Darul Salam
- Anisah. Djumahir. (2018). Peran budaya Banjar dalam meningkatkan kinerja dan keunggulan bersaing melalui kewirausahaan Islami dan strategi: studi pada industri kecil menengah batu mulia di Martapura Kalimantan Selatan. *Jurnal Aplikasi Manajemen* Vol 2 (1): 18-35
- Cabtree. S. (2013). *Religiosity Highest in World's Poorest Nations*. Gallup World
- Chrismardani, Y (2016). Theory of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha. *Kompetensi* 10 (1) 90-103
- Cruz, L.da, Suprpti, N.W.S & Yasa, N.N.K (2015) Aplikasi Theory of Planned Behaviordalam Membangkitkan Niat Berwirausaha bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unpaz Dili Timor Leste. *E-jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 4 (12) 895-920
- Detik (2020). 50.000 UKM di Klaten Mulai Limbung teribas Corona. *Beria Ekonomi Bisnis*.publikasi 14 April 2020
- Fadli, K. (2010). Peranan pendakwah dalam pembangunan Ekonomi Masyarakat Medan di Indonesia. *Program Pengkajian Islam*. Akademi pengkajian Islam Universiti malaya, halammam 178
- Ferdinand, A.(2014) *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen* (5<sup>th</sup> ed) badan penerbit Undip- Undip Press
- Hastin. Anisah. (2012). Penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islami dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM .*Eco-Enterepreneurship Seminar & Call for Paper*, FE Universitas Negeri Semarang
- Huber, S., & Huber, O. (2012) The centrality of Religiosity Scale (CRS). *Religion*, 3, 710-724
- Nugroho A.J. (2020). Is social entrepreneurship learning for students based on spiritual experiences still relevant?. *Journal of Education and Practice* Vol 11(11):19-22

- Nugroho A.J. (2015). Pengembangan model budaya wirausaha berbasis akulturasi nilai-nilai sosio religiusitas. [Laporan Penelitian]. Perpustakaan Univ Widya Dharma: Klaten
- Kasali R. (2012). *Cracking entrepreneurs inilah para Crackers lokal yang tak ada matinya*. Jakarta: Gramedia
- Machmud A. (2020). Characteristics of Islamic entrepreneurship and the business succes of SMEs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education* Vol 23 (2): 1-16
- Machmud A, Ahman E. (2018). Effect of entrepreneur psychological capital and human resources on perfomance of catering industry in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education* 22 (1): 1-7
- Metin, I., & Camgoz, S. (2011). The Advances in the History of Cognitive Dissonance Theory. *International Journal of Humanities and Social* 1(6): 131-136
- Mulder, Niels. (1992) Sinkretisme Agama atau Agama Asia Tenggara. *Basis* Agustus halaman 285
- Pratopo, P., Erdawati, L., Atikah, A., Gunawan, Y.M. (2021). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Etos Kerja Terhadap Kinerja Pelaku UMKM di Kota Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol 2(2): 163-176
- Razak, K.A. (2017). Islamic Entrepreneurship Model. *International Muammalat and Entrepreneurship Conference*, 1-22
- Rezai, G., & Mohammed, Z. (2012) Assesment of Consumer Confidence on Halal Labelled Manufactured Food in Malaysia. *Pertanika Journal of Social Science and Humanities*, 19 (2), 32-42
- Samdin. (2018). Pemahaman modal dalam praktik dagang masyarakat Muslim Gu-lakudo di Sulawesi Tenggara. *Jurnal Aplikasi Manajemen* Vol 6 ( 3): 391-495
- Sandy,N.M.C.P.A., Setiobudi, A., Teofilus (2022) Cognitive Dissonance, Business Longevity and Spiritual Values of Business in Bali Post-Pandemic. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol 10 (2) : 119-125
- Supriadi. (2017) *Dinamika Kehidupan Religius era Kasunan Surakarta*. Jakarta: Litbangdiklat press Kementerian agama RI
- Sutiyono.(2011).Tradisi Masyarakat Sebagai Kekuatan Sinkretisme di Trucuk Klaten. *Jurnal Penelitian Humaniora*. Vol 16 (1): 45-59
- Sweeney, J.C., Hausknecht, D., & Soutar, G.N (2000) Cognitive dissonance after Purchase:A Multidimensional Scale. *Psychology & Marketing*, 17(5). 369-385
- Yazilmiwati Y, Azmi. (2012). Enterpreneur's social responsibilities from Islamic perspective: A study of Muslim enterpreneurs in Malaysia. *Journal of Global Strategic Management*, Vol 3 (2) :5-13