

Pengaruh Pengetahuan, Sikap dan Motivasi Terhadap Minat Islamic Entrepreneurship Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara

Maulida Qadisyah¹, Nurbaiti², Khairina Tambunan³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Correspondence: maulidaqadisyah02@gmail.com

Received: 13 Juni 2024 | Revised: 18 Juni 2024 | Accepted: 1 Agustus 2024

Keywords: Attitude;
Interest in
Entrepreneurship;
Knowledge;
Motivation;

Abstract

This study is to examine how students at the Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI) UIN North Sumatra are motivated, knowledgeable, and inclined toward Islamic entrepreneurship. Utilizing a survey technique, quantitative research methodology is used. One hundred FEBI students completed questionnaires to gather data, which was then subjected to multiple linear regression analysis. The research results show that knowledge, attitudes and motivation have a significant effect on students' interest in Islamic entrepreneurship. Knowledge of Islamic economic principles provides a deeper understanding, a positive attitude towards entrepreneurship encourages a desire to participate, and strong motivation strengthens interest in starting a sharia-based business. The result of this research is that increasing knowledge, attitudes and motivation together can increase students' interest in Islamic entrepreneurship, which in turn can contribute to the development of the Islamic economy in Indonesia.

Kata Kunci:

Pengetahuan; Sikap;
Motivasi; Minat
Berwirausaha.

Abstract

Penelitian ini untuk mengkaji bagaimana mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sumatera Utara termotivasi, berpengetahuan, dan cenderung berwirausaha Islami. Memanfaatkan teknik survei, metodologi penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Seratus mahasiswa FEBI mengisi kuesioner untuk mengumpulkan data, yang kemudian dilakukan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, sikap, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam Islamic entrepreneurship. Pengetahuan tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam memberikan pemahaman yang lebih mendalam, sikap positif terhadap kewirausahaan mendorong keinginan untuk berpartisipasi, dan motivasi yang kuat memperkuat minat untuk memulai bisnis berbasis syariah. Penelitian ini menghasilkan bahwa peningkatan pengetahuan, sikap, dan motivasi secara bersama-sama dapat meningkatkan minat mahasiswa terhadap Islamic entrepreneurship, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pengembangan ekonomi Islam di Indonesia.

PENDAHULUAN

Lulusan dari universitas-universitas di Indonesia diharapkan dapat memberikan kesan yang kuat di pasar kerja. Dalam bidang pekerjaannya masing-masing, lulusan tersebut harus mampu mewujudkan dan mengaplikasikan ilmu yang diperolehnya (Aisyah et al., 2023).

Pertumbuhan media sosial telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap umat manusia dengan memfasilitasi pertukaran informasi dan pencarian pengetahuan. Teknologi digital memiliki dampak yang signifikan terhadap cara bisnis menjalankan operasinya, mulai dari memproduksi produk dan layanan hingga mengirimkannya ke pelanggan. Jejaring sosial membantu menjaga rantai pasokan tetap bereputasi baik. Selain itu, media ini merangsang upaya pemasaran dan bisnis (Hariyanto & Ie, 2023).

Pengetahuan tentang bisnis merupakan komponen penting dalam sektor bisnis di masyarakat. Tanpa pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan, seorang pemilik bisnis tidak akan berhasil. Pengetahuan tentang bisnis dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menjadi wirausaha, mempengaruhi mereka untuk menekuni bisnis sebagai karir yang serius (Heriyanto & Ie, 2024). Pemilik modal, pengelola, pelanggan, dan karyawan merupakan empat pelaku usaha utama dalam dunia bisnis. Orang yang menginvestasikan uangnya pada suatu perusahaan dengan harapan memperoleh keuntungan disebut pemilik modal. Manajer organisasi adalah seseorang yang melapor langsung kepada pemilik modal. Selain itu, seorang manajer adalah seorang ahli terlatih yang sangat memperhatikan operasional perusahaan, memiliki keinginan kuat untuk meningkatkan keuntungan, dan bertanggung jawab untuk mengembangkan timnya.

Seorang wirausahawan harus memiliki pengetahuan kewirausahaan karena pengetahuan tersebut memfasilitasi pemahaman dan pengembangan kemampuan yang diperlukan untuk meluncurkan dan menjalankan perusahaan secara efektif. Karena pengaruhnya yang kuat terhadap aspirasi kewirausahaan terhadap kesuksesan individu, organisasi, dan nasional melalui keberlanjutan, pengetahuan kewirausahaan dipandang sebagai komponen penting dalam aktivitas kewirausahaan dan penciptaan perusahaan baru (Salsabila et al., 2023). Pengetahuan tentang pasar, cara mengelola keuangan, cara mempromosikan produk atau jasa, cara menangani sumber daya manusia, dan cara memimpin adalah bagian dari apa yang dianggap sebagai pengetahuan kewirausahaan. Kemampuan seseorang dalam menjalankan usahanya dan mengambil risiko yang terukur akan ditingkatkan dengan adanya jiwa kewirausahaan. Kewirausahaan selalu melibatkan risiko, namun jika seseorang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan pengetahuan tersebut saat melakukan usaha kewirausahaan, risiko tersebut dapat diminimalkan dan ditangani secara efektif (Marliyah, Muhammad Yafiz, Budi Darma, 2022).

Kecenderungan, semangat, atau kerinduan yang kuat terhadap sesuatu itulah yang dimaksud *Muhubbin Syah* ketika mengatakan ada yang berminat. Minat seseorang ditentukan oleh konsep-konsep di bidang psikologi yang menggambarkan keinginan dasar seseorang dan hal-hal yang memaksanya untuk memilih hal-hal tersebut. Setelah terkesima dengan barang yang dilihatnya, *Kotler* menyatakan bahwa minat berkembang, yang pada gilirannya mengarah pada keinginan untuk mencoba produk tersebut (Kesuma & Nurbaiti, 2023).

Menumbuhkan minat berwirausaha pada individu khususnya usia produktif merupakan langkah awal yang harus dilakukan untuk melahirkan wirausaha baru. Mahasiswa

yang memiliki minat berwirausaha akan dikenali dari kesediaannya mengambil risiko yang telah diperhitungkan dan kemampuannya dalam memanfaatkan peluang yang ada (Tsuraya et al., 2021).

Pengetahuan kewirausahaan didefinisikan sebagai pemahaman pemilik bisnis sukses yang memiliki berbagai sifat imajinatif dan kreatif serta mampu memanfaatkan kemungkinan yang menguntungkan konsumen dan diri mereka sendiri. Memahami kewirausahaan juga dapat membantu dalam mengenali pasar dan kemungkinan serta permasalahan yang mungkin dihadapi oleh pemilik bisnis. Siswa yang mempelajari kewirausahaan dengan serius akan tertarik pada topik-topik yang berkaitan dengan kewirausahaan, sehingga memiliki pengetahuan tentang subjek tersebut akan dapat membangkitkan minat mereka pada bidang tersebut (Haryanti, 2023).

Minat mahasiswa dalam berwirausaha dipengaruhi secara positif oleh pengetahuan kewirausahaan, klaim Aini & Oktafani (2020) dan Rachmawati & Subroto (2022). Dalam buku Pengantar Kerangka Dasar Kewirausahaan, *Entering the Business World* mendefinisikan kewirausahaan sebagai “tindakan menciptakan sesuatu yang memiliki nilai tersendiri dengan mencurahkan waktu dan tenaga untuk itu, mengambil risiko yang diperlukan (sosial, psikologis, dan finansial), dan kemudian menikmati hasil kerja seseorang (keuntungan moneter dan keuntungan pemenuhan pribadi) (Siregar et al., 2023).

Menurut Yeyen Sofia Sikap adalah suatu tindakan atau reaksi yang terjadi dan ditunjukkan dalam sebuah interaksi lingkungan sosial. Strategi ini berguna untuk mempengaruhi dan beradaptasi dengan peristiwa lingkungan sosial dalam interaksi tersebut. Salah satu komponen krusial yang dapat mempengaruhi pendapatan wirausaha adalah sikap wirausaha (Darmawan, 2023). Sikap kewirausahaan adalah kesiapan seseorang untuk melakukan sesuatu yang baru, kemampuan mencari peluang, tingkat kepercayaan diri, keberanian, toleransi risiko, dan akal (Irfinanda, 2022).

Dicirikan oleh wirausahawan yang percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil risiko, menyukai tantangan, percaya diri, berpikiran maju, kreatif, dan fokus pada masa depan, sikap kewirausahaan mengungkapkan bahwa kognisi akan menyelesaikan pertanyaan mengenai apa yang diperkirakan atau diperkirakan. dirasakan tentang objek kewirausahaan. Orang-orang yang berwirausaha menunjukkan hal ini. yang mana.

Menurut Irwanto dan Mei (2023), motivasi adalah keinginan untuk melakukan sesuatu yang membuat seseorang enggan melakukannya. Dorongan internal yang kuat untuk mulai menggunakan kemampuan pemikiran orisinal dan kreatif seseorang guna menghasilkan barang baru dan memberikan nilai bagi kepentingan masyarakat dikenal dengan motivasi kewirausahaan. Ketika seseorang mempunyai keberanian untuk menciptakan perusahaan dan konsep baru, maka kewirausahaan akan tumbuh subur. memberi seseorang keberanian untuk mewujudkan ide dan perusahaannya dengan semangat kewirausahaan yang kuat. Untuk menghasilkan wirausahawan yang tangguh, tangguh, dan unggul, kedua faktor tersebut harus saling berkaitan (Saputra & Saputra, 2021).

Menurut (Rachmawati et al., 2022), dorongan seorang wirausaha bersumber dari semangat dan dorongan, dan diwujudkan dalam keinginan yang kuat untuk meraih peluang, menciptakan sesuatu yang baru, dan mengubahnya menjadi sebuah bisnis. produk seseorang

sesuai dengan organisasi perusahaan idealnya. Motivasi berwirausaha memerlukan daya juang untuk sukses, keinginan belajar mengamati kesuksesan individu lainnya, dan motivasi kuat dalam menangani seluruh kendala saat berwirausaha (Wulandari dkk, 2021). Kurangnya keterampilan dan pengetahuan yang memadai tentang inovasi dapat membatasi minat dalam kewirausahaan inovatif (Irvan & Tato, 2022).

Peran mahasiswa sebagai agen perubahan dalam masyarakat menuntut pengetahuan, sikap, dan motivasi yang kuat dalam mengembangkan kewirausahaan Islam. Namun, masih kurangnya pemahaman, sikap yang mendukung, dan motivasi yang memadai dapat menjadi hambatan dalam mendorong minat mahasiswa untuk terlibat dalam kewirausahaan berbasis Islam. Dengan demikian, penelitian tentang pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat mahasiswa dalam *Islamic entrepreneurship* menjadi relevan untuk dieksplorasi lebih lanjut (Nawawi, 2022)

Kemampuan individu untuk berhasil beradaptasi terhadap sifat-sifat seorang wirausaha disebut dengan pola pikir wirausaha. Keyakinan para ahli ini menunjukkan bahwa melalui program kegiatan pembelajaran yang tepat, program Kewirausahaan Mandiri dapat membantu siswa dalam mengembangkan pola pikir kewirausahaan. Melalui kegiatan di luar ruang perkuliahan, mahasiswa dapat belajar dan tumbuh menjadi calon wirausaha melalui Wirausaha Mandiri (Milda et al., 2023).

Sikap manusia merupakan hasil proses sosial yang membentuk kehidupan masyarakat serta membekalinya dengan pengetahuan dan pengalaman. Pola pikir kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai kesediaan individu untuk bekerja, memenuhi kebutuhan dasar mereka, dan mencoba serta menemukan hal-hal baru. Semangat seseorang dalam berwirausaha, pemikiran kreatif dan inventif, kemauan mengambil peluang dan menerima kesulitan, pola pikir kepemimpinan dan berorientasi tanggung jawab, serta pandangan optimis terhadap kegagalan merupakan indikator dari sikap wirausaha (Nuhlasita & Wulandari, 2022). pola pikir mandiri yang dapat mendorong mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara untuk menekuni usaha wirausaha.

Secara garis besar minat merupakan suatu ketertarikan yang dirasakan seseorang terhadap suatu benda baik benda hidup maupun tidak. Menurut Pricilia dkk. (2021), minat individu untuk berwirausaha didefinisikan sebagai kemauan dan keinginan mereka untuk mendirikan perusahaan, serta kestabilan mereka dalam mengelola risiko yang terkait.

Mendorong minat mahasiswa dalam berbisnis juga memerlukan motivasi. Insentif yang positif dan konstruktif, seperti memiliki uang dalam jumlah besar, akan mendorong siswa untuk lebih menajarnya. Menurut jurnal Sari et al. (2021) dan Aini & Oktafani (2020), motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Menurut Putry (2020), rasa ingin tahu dalam kewirausahaan kecenderungan dan keinginan tulus seseorang untuk menciptakan usaha, usaha, atau usaha komersial yang bebas dari tekanan eksternal. Oleh karena itu, minat, kemauan, kecenderungan, dan keinginan seseorang untuk memulai dan menjalankan perusahaan atau kegiatan tanpa campur tangan pihak luar dan keberanian untuk mengambil risiko yang terkait dengannya dapat didefinisikan sebagai minat kewirausahaan (Effrisanti & Wahono, 2022).

Hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara tahun 2020–2023 mengungkapkan

bahwa minat berwirausaha mahasiswa masih rendah. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh fakta bahwa pelajar lebih memilih bekerja di perusahaan yang sudah mapan berdasarkan keahliannya dibandingkan berinisiatif untuk memulai usaha sendiri. Alasan yang dikemukakan adalah bahwa potensi keuntungan finansial melebihi potensi kewirausahaan. Selain itu, mereka masih kekurangan keahlian kewirausahaan, ambisi, dan rasa percaya diri untuk mengambil risiko yang diperhitungkan dalam bisnis.

Sikap dan kepribadian seseorang merupakan dua contoh variabel internal yang dapat mempengaruhi motivasinya dalam berwirausaha. Karena sikap dapat mempengaruhi proses-proses yang ada pada saat kita bekerja, maka sikap merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan seseorang. Salah satu hal yang pertama kali muncul dalam observasi adalah siswa belum percaya diri dengan kemampuannya dalam menjalankan dan menumbuhkan kewirausahaan. Mereka tidak menyukai rintangan yang datang, apalagi mereka harus lebih imajinatif mengikuti perkembangan zaman. Kemampuan beradaptasi dan orisinalitas kini menjadi kebutuhan. Temuan Anam dkk. (2021) menunjukkan bahwa kemungkinan seseorang untuk menjadi wirausaha meningkat berkorelasi langsung dengan tingkat optimisme dan kesadarannya. Temuan penelitian ini didukung oleh pernyataan Handayani (2019) yang menyatakan bahwa sikap antusias dan percaya diri sangat penting bagi calon wirausaha dalam meraih peluang.

Kewirausahaan Islam (*Islamic Entrepreneurship*) adalah gabungan dua kata dari kata kewirausahaan dan Islam. Kewirausahaan berasal dari padanan kata dari *entrepreneurship* (bahasa Inggris), *unternehmer* (bahasa Jerman), dan *ondernemen* (bahasa Belanda). Pada bahasa Indonesia disebut dengan kewirausahaan. Istilah kewirausahaan berasal dari terjemahan *entrepreneurship*, yang memiliki arti sebagai *the back bone of economy*, yaitu syaraf pusat perekonomian atau sebagai *tailboneconomy* yaitu pengendalia perekonomian suatu bangsa (Suryana, 2013).

Perekonomian menjadi tolak ukuran kesejahteraan masyarakat; peningkatan jumlah pemilik usaha dan wirausaha di suatu masyarakat menunjukkan adanya penguatan perekonomian. Berdagang, seperti yang dilakukan Nabi, adalah salah satu usaha bisnis yang menguntungkan karena merupakan sumber rezeki dan salah satu pekerjaan yang diridhoi Allah. Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 275.

لَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Karena (ketegangan) kegilaan, maka orang yang makan (mengambil) riba tidak tahan; sebaliknya, mereka berdiri seperti orang yang kerasukan setan. Kesulitan mereka berasal dari keyakinan mereka bahwa meskipun Allah melarang riba dan mengizinkan jual beli, kedua aktivitas tersebut setara. Jika seseorang dilarang mengambil bunga oleh Tuhannya, maka ia harus tetap menahan diri untuk tidak melakukannya. Allah akan menangani segala urusan yang berkaitan dengan apa yang mereka ambil sebelum pembatasan. Orang yang mengembalikan (menerima riba) adalah tawanan neraka dan kekal di sana. Al-Baqarah, Q.S., ayat 275.

Penelitian dari Al-Qur'an dan Hadits menunjukkan adanya hubungan antara agama dan pilihan bisnis. Berwirausaha merupakan perintah bagi orang yang mengamalkan Islam. Islam mendorong semua umat Islam untuk memulai bisnis mereka sendiri dengan menetapkan hukum yang berasal dari Hadits dan Al-Quran yang wajib dipatuhi oleh semua umat Islam. Hadits dan Al-Qur'an. Inilah landasan etika, nilai, dan perilaku seorang Muslim dalam berbisnis. (Zaenudin 2021) Mengembangkan kewirausahaan Muslim membantu para pelaku bisnis tidak hanya secara finansial tetapi juga, dan ini jauh lebih signifikan, dalam hal berkah finansial dari atas. (2018, Noki Syafriadi).

Islam mengartikan kewirausahaan sebagai gagasan dan kegiatan kewirausahaan yang selaras dengan prinsip dan ajaran agama Islam. Dalam Islam, kewirausahaan adalah menjalankan bisnis dengan tetap memperhatikan pertimbangan moral, etika, dan keadilan sosial selain mengejar keuntungan finansial. Islam memandang kewirausahaan sebagai salah satu cara untuk memajukan kemajuan masyarakat dan mencapai kesejahteraan universal. Kewirausahaan berbasis Islam menggabungkan penggunaan imajinasi, keberanian, dan daya cipta dalam mengelola perusahaan, serta berpegang pada ajaran Islam yang mengatur interaksi dengan Tuhan, orang lain, dan lingkungan.

Dorongan individu untuk melakukan tindakan inilah yang mendorong motivasi (Abdullah, 2019). Kekuatan pendorong yang kuat di balik tindakan individu adalah apa yang kita maksud ketika kita berbicara tentang motivasi. Selain itu, dorongan kewirausahaan diartikan sebagai “dorongan batin yang akan diekspresikan melalui keinginan yang sangat kuat untuk menjadi suatu usaha yang banyak inovasi” (Nuhlasita, 2020)). Penelitian relevan oleh (Surya, 2020) menemukan bahwa motivasi intrinsik memiliki peran penting dalam mendorong individu untuk memulai usaha baru. Surya menunjukkan bahwa individu dengan motivasi tinggi cenderung memiliki ketahanan lebih besar dalam menghadapi tantangan kewirausahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh yang menyatakan bahwa dorongan intrinsik seperti passion dan keinginan untuk menciptakan sesuatu yang baru berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan usaha kecil dan menengah (UKM). Kedua penelitian ini menekankan pentingnya motivasi sebagai pendorong utama dalam keberhasilan dan keberlanjutan usaha, serta bagaimana dorongan batin dan keinginan kuat untuk berinovasi menjadi faktor kunci dalam dunia kewirausahaan.” (Nuhlasita & Wulandari, 2022).

Ada dua teori yang menjelaskan mengapa orang terdorong untuk menjadi wirausaha: Teori *push*, yang berpendapat bahwa faktor eksternal negatif, seperti sulitnya mencari pekerjaan di kemudian hari, memotivasi orang untuk menekuni aktivitas wirausaha dan Teori Tarik (*Pull Theory*) yang berpendapat bahwa dorongan positif berperan besar dalam memotivasi masyarakat untuk berwirausaha, antara lain karena masyarakat ingin sukses, mandiri, atau mengaktualisasikan diri di bidang kewirausahaan. Menurut Crompton teori *pus* (pendorong) dan teori *pull* (penarik) merupakan dua faktor yang memengaruhi motivasi seseorang (Hartini et al., 2022). Indikator motivasi kewirausahaan meliputi: 1) Pengambilan risiko; 2) Kepercayaan diri; 3) Kreativitas; 4) Keinginan yang kuat; dan 5) Kebutuhan akan prestasi (Saptaria & Setyawan, 2021).

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian survei. Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai strategi penelitiannya. Secara khusus, analisis kuantitatif adalah pilihan penelitian ini. Studi terhadap populasi atau sampel, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, serta analisis statistik dan kuantitatif untuk mendeskripsikan dan menguji hipotesis, semuanya merupakan bagian dari metode kuantitatif yang merupakan teknik penelitian berbasis positivis (Sugiyono, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh pengetahuan, sikap, dan motivasi terhadap minat Islamic Entrepreneurship di kalangan mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara. Pengetahuan diukur melalui pemahaman mahasiswa tentang konsep dasar, prinsip-prinsip syariah, dan manajemen bisnis Islami. Sikap mencakup pandangan positif terhadap Islamic Entrepreneurship, persepsi manfaat, dan kesediaan menerapkan prinsip syariah. Motivasi diukur berdasarkan dorongan internal seperti kepuasan pribadi dan keinginan menjalankan bisnis sesuai syariah, serta motivasi eksternal seperti dukungan keluarga dan pengaruh lingkungan. Minat terhadap Islamic Entrepreneurship diukur melalui keinginan untuk memulai bisnis Islami, rencana konkret, dan kesiapan menghadapi tantangan. Setiap variabel diukur menggunakan skala Likert 1-5, dengan item pertanyaan yang dirancang untuk menangkap berbagai aspek dari masing-masing variabel. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam bidang bisnis Islami dan membantu dalam merancang program yang dapat meningkatkan minat tersebut.

Data untuk penelitian ini berasal dari kuesioner. Berikut cara mendapatkan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{133}{1 + 133 (0,0025)} = 100$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Margin of error (biasanya antara 0,05)

Maka total jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan data primer yang secara langsung didapatkan dari jawaban kuesioner yang telah dibagikan. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk melihat sejauh mana pengetahuan, sikap, dan motivasi secara bersama-sama maupun parsial mempengaruhi minat Islamic Entrepreneurship. Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen untuk memastikan kualitas data. Uji validitas dilakukan dengan mengukur korelasi antara item dengan skor total, sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai Cronbach's Alpha. Setelah data dinyatakan valid dan reliabel, analisis regresi berganda akan dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi

minat mahasiswa dalam bidang bisnis Islami dan membantu dalam merancang program yang dapat meningkatkan minat tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Jurusan Responden

| No | Jurusan | Frekuensi (f) | Persentase (%) |
|-------|-------------------|---------------|----------------|
| 1 | Akuntansi Syariah | 12 | 12.0 |
| 2 | Asuransi Syariah | 13 | 13.0 |
| 3 | Ekonomi Islam | 45 | 45.0 |
| 4 | Manajemen | 17 | 17.0 |
| 5 | Perbankan Syariah | 13 | 13.0 |
| Total | | 100 | 100 |

Tabel 1 menunjukkan distribusi frekuensi responden berdasarkan jurusan yang mereka pilih. Dari total 100 responden, 12 orang (12,0%) memilih jurusan Akuntansi Syariah. Jurusan Asuransi Syariah dipilih oleh 13 responden (13,0%), sedangkan jurusan Ekonomi Islam memiliki jumlah responden terbanyak dengan 45 orang (45,0%). Jurusan Manajemen dipilih oleh 17 responden (17,0%), dan jurusan Perbankan Syariah menarik minat 13 responden (13,0%). Keseluruhan data menunjukkan bahwa distribusi responden merata di berbagai jurusan dengan persentase total mencapai 100%.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Semester Responden

| No | Semester | Frekuensi (f) | Persentase (%) |
|-------|----------|---------------|----------------|
| 1 | 4 | 20 | 20.0 |
| 2 | 6 | 27 | 27.0 |
| 3 | 8 | 53 | 53.0 |
| Total | | 100 | 100 |

Tabel tersebut menggambarkan distribusi frekuensi responden berdasarkan semester mereka saat ini. Dari total 100 responden, 20 orang (20,0%) berada di semester 4, 27 orang (27,0%) berada di semester 6, dan mayoritas, yaitu 53 orang (53,0%), berada di semester 8. Data ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden sedang berada di tahap akhir studi mereka, yaitu di semester 8, sementara sisanya terbagi antara semester 4 dan semester 6, dengan persentase total keseluruhan mencapai 100%.

1. Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

| No Item | R hitung | R table | Keterangan | No Item | R hitung | R table | Keterangan |
|---------------------------|----------|---------|------------|-----------------------------|----------|---------|------------|
| Variabel Pengetahuan (X1) | | | | Motivasi Kewirausahaan (X3) | | | |

| | | | | | | | |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------------------------|-------|-------|-------|
| 1 | 0,615 | 0,361 | Valid | 1 | 0,666 | 0,361 | Valid |
| 2 | 0,981 | 0,361 | Valid | 2 | 0,765 | 0,361 | Valid |
| 3 | 0,771 | 0,361 | Valid | 3 | 0,645 | 0,361 | Valid |
| 4 | 0,675 | 0,361 | Valid | 4 | 0,778 | 0,361 | Valid |
| 5 | 0,452 | 0,361 | Valid | 5 | 0,653 | 0,361 | Valid |
| 7 | 0,882 | 0,361 | Valid | 6 | 0,672 | 0,361 | Valid |
| 8 | 0,888 | 0,361 | Valid | 7 | 0,453 | 0,361 | Valid |
| Sikap Kewirausahaan (X2) | | | | 8 | 0,663 | 0,361 | Valid |
| 1 | 0,812 | 0,361 | Valid | 9 | 0,553 | 0,361 | Valid |
| 2 | 0,652 | 0,361 | Valid | 10 | 0,662 | 0,361 | Valid |
| 3 | 0,651 | 0,361 | Valid | 11 | 0,762 | 0,361 | Valid |
| 4 | 0,622 | 0,361 | Valid | 12 | 0,443 | 0,361 | Valid |
| 5 | 0,666 | 0,361 | Valid | Minat Kewirausahaan (Y) | | | |
| 6 | 0,675 | 0,361 | Valid | 1 | 0,652 | 0,361 | Valid |
| 7 | 0,777 | 0,361 | Valid | 2 | 0,651 | 0,361 | Valid |
| 8 | 0,555 | 0,361 | Valid | 3 | 0,622 | 0,361 | Valid |
| 9 | 0,564 | 0,361 | Valid | 4 | 0,666 | 0,361 | Valid |
| 10 | 0,653 | 0,361 | Valid | 5 | 0,675 | 0,361 | Valid |
| | | | | 6 | 0,777 | 0,361 | Valid |
| | | | | 7 | 0,765 | 0,361 | Valid |
| | | | | 8 | 0,645 | 0,361 | Valid |
| | | | | 9 | 0,778 | 0,361 | Valid |
| | | | | 10 | 0,653 | 0,361 | Valid |
| | | | | 11 | 0,672 | 0,361 | Valid |
| | | | | 12 | 0,453 | 0,361 | Valid |
| | | | | 13 | 0,663 | 0,361 | |

Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan, seluruh item dalam variabel pengetahuan, sikap kewirausahaan, motivasi kewirausahaan, dan minat kewirausahaan dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai R hitung yang lebih besar dari R tabel (0,361) untuk semua item. Nilai R hitung berkisar antara 0,443 hingga 0,981, memastikan bahwa semua item tersebut dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel | Cronbach,s Alpha | Keterangan |
|----|-------------|---------------------|------------|
| 1 | Pengetahuan | 0,871 | Reliabel |
| 2 | Sikap | 0,922 | Reliabel |
| 3 | Motivasi | 0,888 | Reliabel |
| 4 | Minat | 0,982 | Reliabel |

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang disajikan dalam Tabel 4, semua variabel menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi, seperti ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha.

Variabel pengetahuan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,871, variabel sikap memiliki nilai 0,922, variabel motivasi memiliki nilai 0,888, dan variabel minat memiliki nilai tertinggi sebesar 0,982. Nilai-nilai ini jauh di atas batas minimum 0,7 yang umumnya digunakan untuk menentukan reliabilitas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa alat penelitian mengukur setiap variabel secara konsisten dan andal.

Koefisien Determinasi

Tabel 5. Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .861 ^a | .742 | .712 | 457 |

a.Predictors: (Constant), motivasi kewirausahaan, pengetahuan kewirausahaan, sikap kewirausahaan

b.Minat Kewirausahaan

Berdasarkan Tabel 5, model regresi menunjukkan bahwa 74,2% variasi dalam minat kewirausahaan dapat dijelaskan oleh motivasi kewirausahaan, pengetahuan kewirausahaan, dan sikap kewirausahaan, ditunjukkan oleh nilai *R Square* sebesar 0,742. *Adjusted R Square* sebesar 0,712 mengindikasikan model ini tetap kuat setelah penyesuaian. Nilai *R* sebesar 0,861 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel-variabel tersebut. *Standard Error of the Estimate* sebesar 0,457 menunjukkan akurasi prediksi model. Secara keseluruhan, model ini baik dalam menjelaskan minat kewirausahaan.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. | |
|-------|----------------|--------|-------------|-------|--------|-----|
| 1 | Regression | 15.548 | 3 | 5.183 | 24.869 | 000 |
| | Residual | 5.418 | 26 | .208 | | |
| | Total | 20.967 | 29 | | | |

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan Tabel 6 dan temuan uji F, model regresi memberikan penjelasan yang signifikan terhadap variabilitas variabel dependen yaitu minat berwirausaha. Model regresi yang menggabungkan variabel prediktor keinginan berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan sikap kewirausahaan signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95%, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai *F* sebesar 24,869 dan signifikansi (*Sig.*) sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa di antara variabel independen, minat memulai usaha dipengaruhi secara signifikan oleh setidaknya satu variabel. Oleh karena itu, model tersebut cukup menggambarkan hubungan antara variabel-variabel tersebut.

Tabel 7. Hasil Uji T
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|---------------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| | (Constant) | 1.208 | 3.034 | .398 | .694 .001 |
| 1 | pengetahuan | .200 | .055 | .374 | 3.621 .002 |
| | Sikap | .379 | .111 | .401 | 3.406 .003 |
| | Motivasi | .369 | .113 | .386 | 3.265 .003 |

Tabel 7 menunjukkan bahwa temuan uji T menunjukkan bahwa variabel terikat (minat berwirausaha) sangat dipengaruhi oleh ketiga faktor independen (pengetahuan berwirausaha, sikap berwirausaha, dan motivasi berwirausaha). Penjelasannya adalah sebagai berikut:

B, koefisien regresi tidak terstandarisasi, adalah 0,200 berdasarkan nilai t terhitung sebesar 3,621 dan ambang signifikansi sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kemampuan berwirausaha pada suatu masyarakat berpengaruh positif dan besar terhadap keinginan mendirikan suatu perusahaan. Minat seseorang untuk menjadi wirausaha meningkat berkorelasi langsung dengan derajat pengetahuan wirausahanya.

Koefisien regresi tidak standar (B) sebesar 0,379, dengan nilai t terhitung sebesar 3,406 dan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Bukti seperti ini menunjukkan bahwa pandangan seseorang terhadap kewirausahaan sangat mempengaruhi tingkat minatnya terhadap bidang tersebut. Pandangan yang baik terhadap kewirausahaan mungkin memicu minat untuk bertualang sendiri.

Koefisien regresi tidak standar (B) kita adalah 0,369 jika kita menggunakan nilai t sebesar 3,265 dan tingkat signifikansi 0,003. Hal ini menunjukkan bahwa semangat kewirausahaan berhubungan positif dan statistik dengan rasa ingin tahu kewirausahaan. Kegembiraan Anda dalam memulai bisnis akan semakin tinggi jika Anda memiliki keinginan yang kuat untuk mewujudkannya.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa minat memulai usaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh keahlian, sikap, dan motivasi berwirausaha. Sudah diketahui bahwa minat individu dalam berwirausaha berkorelasi positif dengan tingkat pengetahuan mereka tentang topik tersebut. Penelitian terbaru oleh (Obschonka et al., 2016) menunjukkan bahwa pengetahuan yang diperoleh melalui pendidikan dan pelatihan kewirausahaan secara signifikan memprediksi minat berwirausaha pada mahasiswa. Hal ini konsisten dengan teori *Human Capital* yang menekankan pentingnya pengetahuan dan keterampilan dalam membentuk kesiapan individu untuk menjadi wirausahawan

Sikap yang positif terhadap kewirausahaan juga berperan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha. Penelitian oleh Liñán dan Fayolle (2015) menemukan bahwa sikap yang positif terhadap kewirausahaan berkontribusi pada niat berwirausaha yang lebih tinggi. *Teori Planned Behavior* juga menyatakan bahwa sikap yang positif terhadap suatu perilaku akan meningkatkan kecenderungan seseorang untuk melakukannya.

Motivasi kewirausahaan juga memainkan peran yang signifikan dalam menentukan minat berwirausaha. Penelitian (Kautonen et al., 2015) menegaskan bahwa motivasi intrinsik, seperti kepuasan pribadi dan pencapaian, dapat mendorong individu untuk memulai usaha kewirausahaan. Hal ini sejalan dengan teori *Self-Determination* yang menyatakan bahwa motivasi intrinsik berperan penting dalam mendorong perilaku kewirausahaan.

Secara keseluruhan, hasil ini mendukung teori-teori terbaru tentang kewirausahaan dan menegaskan bahwa pengetahuan, sikap, dan motivasi kewirausahaan memainkan peran kunci dalam membentuk minat individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan minat kewirausahaan harus memperhatikan pentingnya pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, pembentukan sikap yang positif terhadap kewirausahaan, serta pendorong motivasi intrinsik untuk berwirausaha.

KESIMPULAN

Dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05, ketiga variabel independen yaitu pengetahuan berwirausaha, sikap berwirausaha, dan motivasi berwirausaha mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keinginan memulai usaha sangat dipengaruhi oleh sikap, kemampuan, dan tingkat jiwa wirausaha seseorang. Berdasarkan temuan penelitian, disarankan untuk meningkatkan pendekatan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan guna meningkatkan pengetahuan, sikap, dan motivasi kewirausahaan individu. Program-program ini dapat memperkuat pengetahuan tentang kewirausahaan, mempromosikan sikap yang positif terhadap kewirausahaan, dan mendorong motivasi intrinsik untuk berwirausaha. Selain itu, diperlukan dukungan kebijakan yang memfasilitasi pertumbuhan minat dan partisipasi dalam kewirausahaan di semua tingkatan pendidikan dan pembelajaran non-formal. Upaya-upaya ini diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pengembangan kewirausahaan yang berkelanjutan dan berdampak positif pada pembangunan ekonomi dan sosial.

DAFTAR RUJUKAN

- Aisyah, S., Rahmani, N. A. B., & Hasibuan, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim. *Journal on Education*, 5(4), 11740–11757. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2131>
- Darmawan, D. R. (2023). Pengaruh Modal, Sikap Kewirausahaan, dan Pengalaman Berdagang terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Segiri Samarinda. *Skripsi Universitas Mulawarman Samarinda*.
- Effrisanti, Y., & Wahono, H. T. T. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Diri, dan Love of Money Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 148–156. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p148-156>
- Handayani, W. S. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Palembang di Yogyakarta). Universitas Ahmad Dahlan.

- Hariyanto, M., & Ie, M. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 511–518. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23422>
- Hartini, H., Wardhana, A., Normiyati, N., & Sulaiman, S. (2022). Peran self-efficacy dalam meningkatkan minat berwirausaha women entrepreneur yang dimediasi oleh pengetahuan kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(2), 132–148. <https://doi.org/10.21067/jem.v18i2.7036>
- Haryanti, T. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa di Politeknik Tunas Pemuda. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(2), 341–345. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i2.24634>
- Heriyanto, H., & Ie, M. (2024). Peran Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Wirausaha dan Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(1), 260–269. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i1.28601>
- Irfinanda, S. O. (2022). Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha rakyat (Kur), Sikap Kewirausahaan, Lokasi Usaha, Lama Usaha Dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Sleman. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1).
- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(3), 655–674. <https://doi.org/10.1111/etap.12056>
- Kesuma, P., & Nurbaity, N. (2023). Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan. *Jesya*, 6(1), 694–703. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.979>
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Marliyah, Muhammad Yafiz, Budi Darma, A. M. B. S. (2022). Analisa Kebutuhan Industri Keuangan Syariah Terhadap Kompetensi Lulusan Pendidikan Tinggi Islam. *Human Falah*, Volume 9., 10.
- Milda, M., Mulyadi, M., & Musbaing, M. (2023). Pembentukan Sikap Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Program Wirausaha Merdeka di Universitas Muhammadiyah Makassar. *Al-Musannif*, 5(1), 17–32. <https://doi.org/10.56324/al-musannif.v5i1.85>
- Nawawi, Z. M. (2022). Keniscayaan Memahami Fikih Muamalat bagi Wirausaha. *Journal of Islamic Social Finance Management*, 2(2), 164–175. <https://doi.org/10.24952/jisfim.v2i2.4156>
- Nuhlasita, W. A. M., & Wulandari, R. N. A. (2022). Pengaruh Sikap, Efikasi Diri, dan Karakteristik Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 12(1), 51. <https://doi.org/10.24036/011166370>
- Obschonka, M., Stuetzer, M., Audretsch, D. B., Rentfrow, P. J., Potter, J., & Gosling, S. D. (2016). Macropsychological Factors Predict Regional Economic Resilience During a Major Economic Crisis. *Social Psychological and Personality Science*, 7(2), 95–104. <https://doi.org/10.1177/1948550615608402>

- Rachmawati, H., Rachmawati, H., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 56. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v10i1.6236>
- Salsabila, P. A. N., Wibowo, A., & Rachmadania, R. F. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 67–89.
- Saptaria, L., & Setyawan, W. H. (2021). Desain Pembelajaran Technopreneurship Untuk Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Uniska Kediri. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 2(1), 77–89. <https://doi.org/10.37478/jpm.v2i1.880>
- Siregar, D., Yuslem, N., & Nawawi, Z. M. (2023). *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Strategy for Strengthening Business Incubators to Form an Entrepreneurial Spirit in Islamic University*.
- Suryana, Y. (2013). *Kewirausahaan, Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Tsuraya, V. A., Hidayatullah, L., Triani, D., Istiqomah, A. N., Putri, F., & Lusianingrum, W. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Guna Menumbuhkan Minat Berwirausahaan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2–9. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5293>