

**PENGARUH MOTIVASI, LINGKUNGAN KELUARGA DAN PEMAHAMAN
BISNIS ALA RASULULLAH SAW TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA
MAHASISWA FEBI IAIN KENDARI**

DIAN NURLINA

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari

ABSTRAK

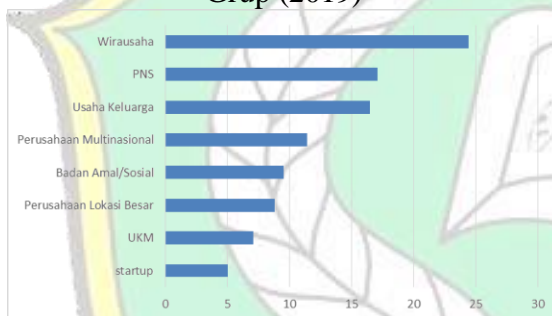
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel motivasi, lingkungan keluarga dan pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik purposive sampling dan rumus slovin dengan jumlah sampel sebanyak 93 orang. Analisis data dilakukan menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Artinya semakin tinggi tingkat motivasi yang dimiliki oleh seorang mahasiswa maka semakin tinggi minat mereka terhadap wirausaha. Lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Artinya semakin tinggi dukungan dan dorongan yang diberikan oleh keluarga serta latar belakang orang tua yang mempunyai suatu bisnis atau usaha cenderung membuat mereka memiliki minat untuk berwirausaha. Pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Artinya semakin tinggi pemahaman yang mereka miliki mengenai prinsip-prinsip etika bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw maka semakin tinggi minat mereka untuk berwirausaha sesuai dengan pemahaman tersebut. Secara bersama-sama motivasi, lingkungan keluarga dan pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Artinya minat seorang mahasiswa terhadap wirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut karena kombinasi dari ketiga faktor ini dapat membangun minat yang kuat dan komitmen untuk berwirausaha dengan mempraktikkan nilai-nilai Islam dalam bisnis.

Kata Kunci: Motivasi, Lingkungan Keluarga, Bisnis Rasulullah Saw dan Minat.

1. Latar Belakang

Kewirausahaan memiliki peran yang sangat penting pada perekonomian suatu negara yang sedang berkembang. Kemajuan atau kemunduran ekonomi suatu negara sangat bergantung pada kehadiran dan peran dari para wirausahawan, dimana upaya seseorang dalam menciptakan peluang kerja sendiri, dengan mendirikan bisnis baru atau menciptakan suatu yang baru, dengan maksud untuk meningkatkan laba rugi untuk dirinya sendiri maupun orang lain. (Buchori Alma, 2011:1). Berikut data preferensi pekerjaan yang disukai oleh generasi muda Indonesia menurut Sea Grup (2019).

Gambar 1.1
Preferensi Pekerjaan yang Disukai
Generasi Muda Indonesia Menurut Sea
Grup (2019)



Menurut data yang dilakukan oleh Sea Group sebanyak 14 ribu responden berusia dibawah 36 tahun telah diwawancarai. Hasil survey yang dirilis pada bulan April 2019 menunjukkan bahwa pekerjaan sebagai wirausahawan menjadi pilihan yang paling populer di kalangan generasi muda Indonesia, dengan presentase sebesar 24,4%. Bekerja disektor pemerintahan/Pegawai Negeri Sipil dengan presentase 17,1%. Pilihan bekerja di usaha keluarga besar 16,5% dan Perusahaan multinasional sebesar 11,4%. Sejumlah generasi muda juga memilih untuk bekerja di badan amal/sosial (9,5%), Perusahaan lokal sebesar (8,8%), dan usaha kecil menengah (UKM) (7,1%). Pilihan bekerja di perusahaan rintisan/startup menjadi yang paling

sedikit diminati oleh generasi muda, yaitu hanya sebesar 5,2% (kataboks.katadata).

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh (Hasniati, Syahrudin, 2022), (Christina Menek Sri Handayani et al., 2020), (Anand & Meftahudin, 2020) menunjukkan bahwa motivasi, lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Adam et al., 2020) menunjukkan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap minat wirausaha. Penelitian ini menarik unuk dilakukan karena terdapat hasil penelitian yang berbeda Sodiman et al., 2022), (Alwahidin et al., 2023), (Kalsum, 2014; Rahmasuciana et al., 2016), (Maguni et al., 2020), (Rahmasuciana et al., 2016), (Halim et al., 2022), (Halim et al., 2022; Maguni et al., 2020), (Ulfa et al., 2022) (Zainal et al., 2022)

Penelitian pertama menunjukkan adanya hubungan antara motivasi dan lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha sementara penelitian lainnya menunjukkan bahwa motivasi tidak berpengaruh pada minat berwirausaha.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti kepada pihak akademik FEBI IAIN Kendari bahwa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari telah mendukung mahasiswa dalam berwirausaha dengan menyediakan studi kewirausahaan. Pada kurikulum ini, mahasiswa diberi teori dan praktik kewirausahaan selama proses perkuliahan dan diadakan seminar-seminar kewirausahaan, hal tersebut juga dilakukan untuk mendukung tercapainya visi dan misi serta tujuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari.

Visi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah menjadi Fakultas yang unggul dalam pengembangan ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang transdisipliner, dan memiliki tujuan dalam menghasilkan sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam yang profesional dan kompetitif (febi.iainkendari.ac.id/). Berdasar dari latar belakang yang sudah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh motivasi, lingkungan keluarga dan pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw terhadap minat

berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari”.

2. Kajian Teori

Motivasi

Menurut Gitosudarmo dalam (Dewi et al.2022) motivasi adalah faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu kegiatan tertentu, sehingga motivasi diartikan sebagai faktor yang mendorong perilaku seseorang .

a. Macam-macam motivasi menurut (Muhibbin Syah, 2002: 153) dalam (Dewi et al., 2022) yaitu:

- 1) Motivasi instrinsik merupakan dorongan yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri yang mendorongnya untuk melakukan tindakan belajar.
- 2) Motivasi ekstrinsik merupakan dorongan yang datang dari luar individu tersebut yang juga mendorongnya untuk terlibat dalam kegiatan belajar.

b. Indikator motivasi menurut (Hamzah Uno dalam (Yuritanto & Armansyah, 2021) yaitu sebagai berikut:

1. Adanya hasrat serta keinginan untuk berhasil
2. Adanya dorongan dan kebutuhan dalam berwirausaha
3. Adanya harapan dan cita – cita masa depan
4. Adanya penghargaan dalam berwirausaha
5. Adanya kegiatan yang menarik dalam berwirausaha.

Lingkungan Keluarga

Menurut Buchari Alma (2013:8) lingkungan keluarga merupakan lingkungan terdekat dan paling penting bagi seseorang. Lingkungan keluarga melibatkan ayah, ibu, saudara, dan anggota keluarga lainnya yang dekat dan memiliki peran yang penting dalam pembentukan individu.

Indikator lingkungan keluarga, menurut Slameto dalam (Pratiwi, 2018)

Indikator lingkungan keluarga sebagai berikut:

- 1) Cara orang tua mendidik
- 2) Relasi antar anggota keluarga
- 3) Suasana rumah
- 4) Keadaan ekonomi keluarga
- 5) Pengertian orang tua
- 6) Latar belakang kebudayaan keluarga

Pemahaman Bisnis Ala Rasulullah Saw

Menurut (Taufikurrahman & Kholifah, 2020), keberhasilan Rasulullah Saw didukung dari nilai-nilai berwirausaha yang sekaligus sebagai indikator dalam bisnis Rasulullah saw meliputi *Shidiq*, *Amanah*, *Fathanah* dan *Tabligh*.

- a. *Shidiq* (kejujuran)
- b. *Amanah* (kepercayaan)
- c. *Fathanah* (cerdas)
- d. *Tabligh* (menyampaikan)

Minat Berwirausaha

Menurut Jailani et al. (2017) minat dalam berwirausaha adalah ketertarikan, keyakinan, dan kesiapan seseorang untuk menghadapi segala ketertarikan, keyakinan, dan kesiapan seseorang untuk menghadapi segala resiko yang terlibat dalam tindakan wirausaha dengan perasaan senang.

a. Faktor yang Berpengaruh Pada minat berwirausaha menurut L. D. Crow (Adhitama, 2014) yaitu:

- 1) Faktor dorongan dalam diri
- 2) Faktor motif sosial
- 3) Faktor emosi

b. Indikator minat berwirausaha menurut Sutanto dikutip dalam (Adam et al., 2020) ada empat indikator dalam minat berwirausaha yaitu:

- 1) Perasaan senang
- 2) Ketertarikan
- 3) Perhatian
- 4) Keterlibatan

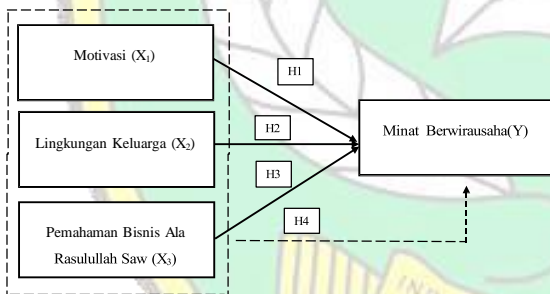
3. Metodologi

Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menguji dan

mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari motivasi, lingkungan keluarga dan pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw terhadap variabel dependen yaitu minat berwirausaha baik secara parsial maupun simultan dengan menerapkan model regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi Statistical Program for Social Science (SPSS) Versi 24.

Populasi dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kendari. Adapun jumlah populasi pada penelitian ini yaitu 1.349 populasi (Akademik, 2023).

Penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin, Berdasar pada rumus Slovin, apabila tingkat kesalahan 10%, maka ditemukan sebanyak 93 sampel. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner pada semua mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui metode kuesioner (penyebaran angket).



Berdasarkan rumusan masalah dan tinjauan pustaka, maka hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

- H1: Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
- H2: Lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
- H3: Pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
- H4: Motivasi, lingkungan keluarga dan pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

4. Pembahasan

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,677	2,333		-1,147	0,254
X1	0,459	0,090	0,489	5,074	0,000
X2	0,210	0,057	0,284	3,674	0,000
X3	0,139	0,064	0,177	2,172	0,032

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha
Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada regresi linear di atas bahwa persamaan regresi linear berganda adalah $Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + \epsilon$. Maka berdasarkan output diatas diperoleh model regresi:

$$Y = -2.677 + 0.459 + 0.210 + 0.139 + e$$

Uji t (Uji Parsial)

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,677	2,333		-1,147	0,254
X1	0,459	0,090	0,489	5,074	0,000
X2	0,210	0,057	0,284	3,674	0,000
X3	0,139	0,064	0,177	2,172	0,032

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai t hitung dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- a) Pada variabel X1 motivasi nilai t hitung sebesar 5.074 > t tabel 1.985 dan signifikansi 0.000 < 0.05. Artinya hipotesis 1 diterima karena variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
- b) Pada variabel X2 lingkungan keluarga menunjukkan nilai t hitung sebesar 3.674 > t tabel 1.985 dan signifikansi 0.000 < 0.05, maka hipotesis 2 diterima, artinya lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
- c) Pada variabel X3 pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw nilai t sebesar 2.172 > t tabel 1.985 dan signifikansi 0.032 < 0.05. Artinya hipotesis 3 diterima karena pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Uji f (Uji Simultan)

Hasil Uji F
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1111,473	3	370,491	62,725	.000 ^b
	Residual	525,688	89	5,907		
	Total	1637,161	92			

Sumber : data primer diolah, 2023

Hasil uji F di atas menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar $62.725 > f$ tabel 2.703 dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 ^a	0,679	0,668	2,43

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel output diatas diketahui bahwa nilai koefisien korelasi atau R, yaitu 0.824 atau 82.4%. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan untuk koefisien determinasi sebesar 0.679 atau 67.9%. Nilai R square 0.679 diperoleh dari hasil pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau R

Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha

Hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel motivasi mempengaruhi minat mahasiswa FEBI IAIN Kendari untuk berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dilihat dari variabel motivasi pada unstandardized coefficients B menghasilkan nilai sebesar 0.459 yang merupakan angka positif yang berarti terdapat pengaruh positif motivasi terhadap minat berwirausaha. Berpengaruh positif yang berarti jika motivasi meningkat maka minat terhadap wirausaha juga akan meningkat dengan nilai yang positif, dan nilai t hitung $5.074 > t$ tabel 1.985 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 atau ($0.000 < 0.05$). Sehingga bisa dikatakan variabel motivasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha.

Teori Hierarki kebutuhan dari Maslow (1943) mendukung pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Ada lima tingkat kebutuhan dasar yang dapat diidentifikasi, yaitu: kebutuhan fisiologis, kebutuhan pada keamanan, kebutuhan akan cinta dan rasa memiliki, kebutuhan pada penghargaan dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Menurut Maslow terdapat dua kekuatan yang mendorong pemenuhan berbagai kebutuhan tersebut, yaitu motivasi kekurangan (deficiency motivation) dan motivasi perkembangan (growth motivation). Motivasi kekurangan bertujuan untuk mengatasi masalah ketegangan manusia akibat adanya kekurangan dalam kehidupan manusia seperti alasan keuangan untuk mencari penghasilan tambahan atau mencari nafkah. Sementara itu, motivasi perkembangan didasarkan pada kemampuan setiap individu untuk tumbuh dan berkembang seperti menjadi mandiri, produktif dan tidak tergantung pada orang lain (Dede Suryani, dkk, 2017).

Penelitian ini didukung oleh (Hasrianti & Syahrudin, 2022), (Christina Menek Sri Handayani et al., 2020) (Sintya, 2019) menunjukkan motivasi dapat berpengaruh positif dalam minat berwirausaha pada mahasiswa yang timbul dalam diri sendiri, sehingga semakin mahasiswa termotivasi, maka semakin keras usaha mereka untuk mencapainya. Hal tersebut menjadi motivasi mereka dalam meningkatkan minat berwirausaha.

Selain itu, motivasi yang baik harus diimbangi dengan jiwa kewirausahaan dan pemahaman tentang bisnis yang mereka tekuni, karena karakter yang kuat dalam menghadapi tantangan kewirausahaan dan kemampuan untuk berkolaborasi dengan lingkungan usaha merupakan faktor penentu apakah mahasiswa memiliki minat yang mendalam dalam kewirausahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa H_o ditolak dan H_a diterima, menunjukkan bahwa pengaruhnya positif dan signifikan antara

motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari.

Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha

Hipotesis kedua menunjukkan variabel lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Hasil dari analisis regresi linear berganda dilihat dari variabel lingkungan keluarga pada unstandardized coefficients B menghasilkan nilai 0.210 yang merupakan angka positif yang berarti terdapat pengaruh positif antara lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha, dengan nilai t-statistik $3.674 > t$ tabel yaitu 1.985, nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Artinya lingkungan keluarga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari.

Penelitian ini menunjukkan semakin baik lingkungan keluarga pada mahasiswa maka semakin tinggi minat mereka dalam berwirausaha. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Yudhati, 2017) bahwa lingkungan keluarga memberikan dukungan yang positif terhadap kegiatan wirausaha dalam hal moral dan materi, semakin besar dukungan yang diberikan oleh lingkungan keluarga maka semakin tinggi minat mereka untuk terlibat dalam wirausaha.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (L. Indriyani & Margunani, 2019) yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh secara parsial sebesar 4.20% dengan koefisien regresi lingkungan keluarga adalah 0.162 yang berarti setiap peningkatan satu satuan dalam variabel lingkungan keluarga akan menyebabkan peningkatan minat berwirausaha sebesar 0.162. Menurut Buchari Alma (2014) menyatakan bahwa ada pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri dan memiliki usaha sendiri memiliki kecenderungan anaknya akan menjadi pengusaha pula. Keadaan ini dapat memberikan inspirasi pada anak sejak

kecil, anak yang memiliki orang tua sebagai pengusaha serta hidup dalam lingkungan wirausaha maka dapat menerima pengetahuan pada awal hingga membentuk sikap serta persepsi mengenai akan kemampuannya dalam berwirausaha.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEBI IAIN Kendari.

Pengaruh Pemahaman Bisnis Ala Rasulullah Saw terhadap Minat Berwirausaha

Hipotesis ketiga menyatakan variabel pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Hasil uji analisis regresi linear berganda dilihat dari variabel pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw pada unstandardized coefficients B menghasilkan nilai 0.139 yang menunjukkan angka positif, artinya terdapat pengaruh positif pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw terhadap minat berwirausaha dengan nilai t hitung sebesar 2.172 lebih besar dari t tabel yaitu 1.985 atau ($2.172 > 1.985$) dan nilai signifikansi berjumlah 0.032 kurang dari, 0.05 atau ($0.032 < 0.05$) sehingga bisa dikatakan pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Berdasarkan hasil uji tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori Taksonomi Bloom yang dikemukakan Benjamin S. Bloom (1956) bahwa pemahaman (comprehension) berarti kemampuan untuk menginterpretasi atau mengulang informasi dengan bahasa sendiri, dalam hal ini mahasiswa mampu memahami ajaran bisnis Rasulullah Saw salah satunya dari mata kuliah yang telah mereka pelajari dan teori dari Bukirom yang menyatakan beberapa faktor yang mendukung adanya pemahaman kewirausahaan yaitu, keinginan

berwirausaha, wawasan dan menumbuhkan kesadaran adanya peluang untuk berbisnis (Bukirom et al., 2014).

Dalam penelitian ini, pemahaman kewirausahaan yang meningkat maka akan diikuti dengan peningkatan minat untuk berwirausaha. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Hamim et al., 2020) bahwa pengembangan minat berwirausaha sangat penting untuk dilakukan dengan memahami konsep kewirausahaan agar rencana dan tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai dengan baik karena tingkat pemahaman dan pengetahuan tentang kewirausahaan berkaitan langsung dengan keinginan berwirausaha.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya (Miftahur Rahman Hakim, 2022) yang menyatakan bahwa pemahaman wirausaha yang ada pada diri seseorang mampu membuat mereka memiliki kreativitas dan inovasi dalam memperkaya diri dengan belajar serta mengembangkan ilmu pengetahuan dan pemahaman berdasarkan pengalaman yang telah mereka dapatkan dan menjadikannya sebagai guru yang berharga. Oleh karena itu, pemahaman kewirausahaan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh pada keberhasilan dalam wirausaha.

Hasil penelitian ini di dukung oleh (Anand & Meftahudin, 2020), (Hamim et al., 2020), (Hesti Muningrum, 2021), menunjukkan bahwa pemahaman bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu, pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari.

Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Pemahaman Bisnis Ala Rasulullah Saw terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEBI IAIN Kendari

Hipotesis keempat menunjukkan secara bersama, variabel motivasi, lingkungan keluarga dan pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw berpengaruh

secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Berdasarkan hasil dari uji F menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar 62.725 lebih besar dari f tabel yaitu 2.703 dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga disimpulkan terdapat pengaruh secara bersama antara motivasi, lingkungan keluarga dan pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh beberapa teori. Pertama teori Hierarki kebutuhan dari Maslow (1943) yang menyatakan bahwa terdapat dua kekuatan yang mendorong pemenuhan berbagai kebutuhan tersebut, yaitu motivasi kekurangan (deficiency motivation) dan motivasi perkembangan (growth motivation). Motivasi kekurangan bertujuan untuk mengatasi masalah ketegangan manusia akibat adanya kekurangan dalam kehidupan manusia seperti alasan keuangan untuk mencari penghasilan tambahan atau mencari nafkah (Dede Suryani, dkk, 2017). Kedua teori lingkungan keluarga menurut Buchari Alma (2014) menyatakan bahwa ada pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri dan memiliki usaha sendiri memiliki kecenderungan anaknya akan menjadi pengusaha pula. Ketiga teori Taksonomi Bloom yang dikemukakan Benjamin S. Bloom (1956) bahwa pemahaman (comprehension) berarti kemampuan untuk menginterpretasi atau mengulang informasi dengan bahasa sendiri, dalam hal ini mahasiswa mampu memahami ajaran bisnis Rasulullah Saw. Kombinasi dari faktor-faktor ini dapat saling berinteraksi dan saling mempengaruhi dalam membentuk minat individu untuk ikut serta pada kegiatan berwirausaha.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Muningrum, 2021), (Taufikurrahman & Kholifah, 2020) dan (Sitepu, 2016), yang menyatakan bahwa pemahaman, motivasi

dan latarbelakang keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha karena semakin tinggi motivasi, dukungan keluarga dan pemahaman wirausaha yang mereka miliki maka semakin tinggi minat mereka untuk berwirausaha.

5. Kesimpulan

Berdasarkan data dan pembahasan dari sub bab sebelumnya maka diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu:

- 1) Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Berarti semakin tinggi tingkat motivasi yang dimiliki seorang mahasiswa maka semakin tinggi pula minat mereka terhadap wirausaha.
- 2) Lingkungan keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Berarti semakin besar dukungan dan dorongan yang diberikan oleh keluarga serta latar belakang orang tua yang mempunyai suatu bisnis atau usaha cenderung membuat mereka memiliki minat untuk berwirausaha.
- 3) Pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Artinya semakin tinggi pemahaman yang mereka miliki mengenai prinsip-prinsip etika bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw, maka semakin tinggi minat mereka dalam berwirausaha sesuai pemahaman tersebut.
- 4) Secara bersama-sama motivasi, lingkungan keluarga dan pemahaman bisnis ala Rasulullah Saw berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI IAIN Kendari. Artinya minat seorang mahasiswa terhadap

wirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut karena kombinasi dari ketiga faktor ini dapat membangun minat yang kuat dan komitmen untuk berwirausaha

Reference

- Alwahidin, Jufra, A. A., Mulu, B., & Sari, K. N. (2023). A NEW ECONOMIC PERSPECTIVE: UNDERSTANDING THE IMPACT OF DIGITAL FINANCIAL INCLUSION ON INDONESIAN HOUSEHOLDS CONSUMPTION. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 26(2).
<https://doi.org/10.59091/1410-8046.2070>
- Halim, A., Atikah, D., Rezki, A., Nurul Fadillah, F., & Astuti, D. (2022). Student Reflections on Intercultural Communicative Competence: A Case Study of EFL Islamic Higher Education Students in Kendari. *KnE Social Sciences*.
<https://doi.org/10.18502/kss.v7i8.10754>
- Kalsum, U. (2014). Fiat Money dalam Perspektif Ekonomi dan Hukum Islam. *Al-'Adalah*, 12(2).
- Maguni, W., Mulu, B., Turmudi, H. Muh., Insawan, H., & Ni'mah, F. (2020). Analysis of Financial Ratio on Profitability Level (Return on Equity) in PT. Bank Muamalat Indonesia TBK. *Al-Ulum*, 20(1).
<https://doi.org/10.30603/au.v20i1.696>
- Rahmasuciana, D. Y., Alwahidin, A., Utomo, A. S., & Rofi'i, M. (2016). Stock Returns and Liquidity Changes Around the Screening Announcement: An Empirical Study in Indonesia. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 3(2).
<https://doi.org/10.14421/grieb.2015.032-02>
- Sodiman, Dudung Abdurahman, & Ahmad Muttaqin. (2022). Islam in The Practice of Maritime Economy in Indonesia. *HIKMATUNA: Journal for Integrative Islamic Studies*, 8(1).
<https://doi.org/10.28918/hikmatuna.v8i1.5641>
- Ulfa, U., Zainal, A., Mayasari, R., & Rezki, A. (2022). The Relationship Between Self-Concept, Interpersonal Communication and Self-Adjustment in Students. *KnE Social Sciences*.
<https://doi.org/10.18502/kss.v7i8.10766>
- Zainal, A., Rezki, A., Binti Awad, F., & Ainul Rafiah, W. (2022). Cultural Misrepresentations of the COVID-19 Response in Indonesia. *KnE Social Sciences*.
<https://doi.org/10.18502/kss.v7i8.10738>