

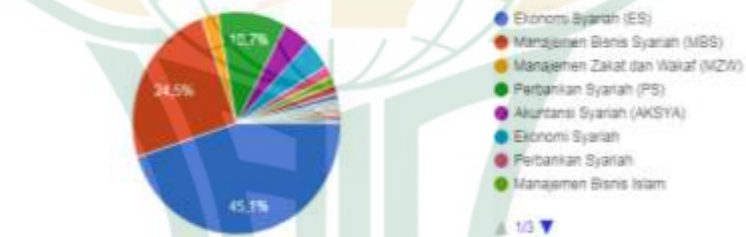
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Kudus. FEBI atau Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus merupakan salah satu dari lima Fakultas yang ada di IAIN Kudus sejak tahun 2018 setelah beralih nama dari STAIN Kudus menjadi IAIN Kudus. FEBI terdiri dari 5 Program Studi diantaranya yaitu :

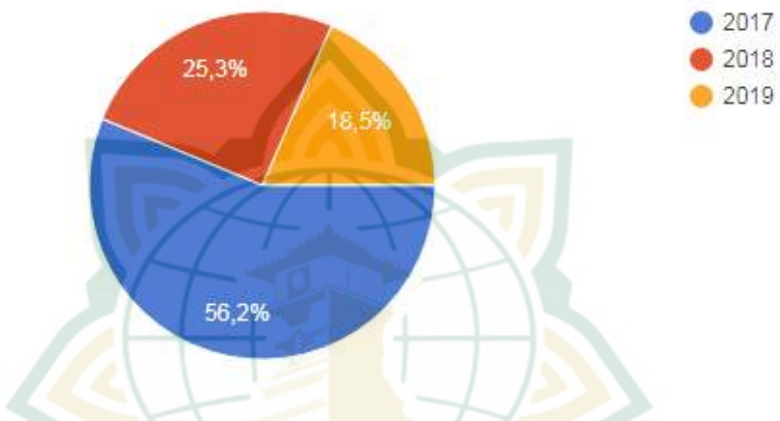
Gambar 4.1
Diagram Presentase Jumlah Responden Setiap Program Studi



- a. Ekonomi Syariah (ES)
- b. Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
- c. Manajemen Zakat dan Wakaf (MZW)
- d. Perbankan Syariah (PS)
- e. Akuntansi Syariah (AKSYA)

Lima program studi yang disediakan tersebut, yang dijadikan sebagai responden adalah mahasiswa yang sudah pernah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan pada semester ganjil kemarin angkatan 2017-2019 meliputi :

Gambar 4.2
Diagram Presentase Jumlah Responden Setiap Angkatan



- a. Angkatan 2017 program studi Ekonomi Syariah (ES), Manajemen Bisnis Syariah (MBS), Akuntansi Syariah (AKSYA), Perbankan Syariah (PS), dan Manajemen Zakat dan Wakaf (MZW) sebanyak 56,2 %.
- b. Angkatan 2018 program studi Ekonomi Syariah (ES), Manajemen Bisnis Syariah (MBS), Akuntansi Syariah (AKSYA), dan Perbankan Syariah (PS) sebanyak 25,3 %.
- c. Angkatan 2019 program studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) dan Perbankan Syariah (PS) sebanyak 18,5 %.

Banyaknya jumlah mahasiswa FEBI tersebut dari tahun ke tahun semakin meningkat, sehingga jumlah kelulusan juga semakin banyak. Maka IAIN Kudus mempunyai visi, misi dan tujuan yaitu :

- a. Visi IAIN Kudus
 “Menjadi Perguruan Tinggi Islam Unggul di Bidang Pengembangan Ilmu Islam Terapan.”
- b. Misi IAIN Kudus

Menyelenggarakan tridharma Perguruan Tinggi untuk menghasilkan sarjana dengan keilmuan Islam yang humanis, apikatif, dan produktif.

c. Tujuan IAIN Kudus

- 1) Memberikan akses pendidikan tinggi yang terjangkau dan berkualitas bagi masyarakat;
- 2) Menghasilkan karya penelitian yang tepat guna dan berdaya guna untuk menyelesaikan permasalahan akademis dan sosial keagamaan bagi kepentingan keIndonesiaan dan kemanusiaan; dan
- 3) Menghadirkan karya pengabdian yang kreatif, inovatif, dan solutif atas persoalan keagamaan, kemasyarakatan dan kebangsaan.¹

Adapun visi dan misi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Kudus itu sendiri yaitu :

a. Visi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Kudus

- 1) Menghasilkan sarjana yang memiliki kompetensi di bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 2) Menyiapkan lulusan yang memiliki integritas sebagai sarjana pembelajar dan memiliki kemampuan akademik dan profesional dalam mengembangkan ilmu ekonomi dan bisnis Islam melalui Islam terapan.
- 3) Menyiapkan calon *entrepreneur* yang kreatif dan inovatif serta memiliki daya saing di tingkat nasional dalam dunia kerja dan berwirausaha.
- 4) Menghasilkan riset-riset di bidang ekonomi dan bisnis Islam sehingga mampu berperan dalam mewujudkan masyarakat

¹ <https://iainkudus.ac.id>

- yang madani demokratis dan bermoral Islam.
- 5) Menjadi salah satu fakultas terunggul di bidang ekonomi dan bisnis Islam serta menjadi rujukan bagi calon mahasiswa di tingkat nasional.
- b. Misi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Kudus
- 1) Mengembangkan program studi sebagai *Center of Learning* ilmu-ilmu-ilmu ekonomi dan bisnis Islam.
 - 2) Menyiapkan lulusan yang profesional dan siap mengelola Lembaga Keuangan dan bisnis Islam sehingga mampu memenuhi tuntutan pasar industri.
 - 3) Membentuk lulusan Sarjana Ekonomi yang berkualitas, berfikir ilmiah, berbudaya akademik, berperilaku anggun dan produktif dalam ilmu dan amal.
 - 4) Menjalin kerjasama dengan berbagai Lembaga Keuangan Syariah, baik dalam skala regional maupun nasional di bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat.
 - 5) Mengembangkan pemberdayaan ekonomi dan bisnis Islam dengan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal.²

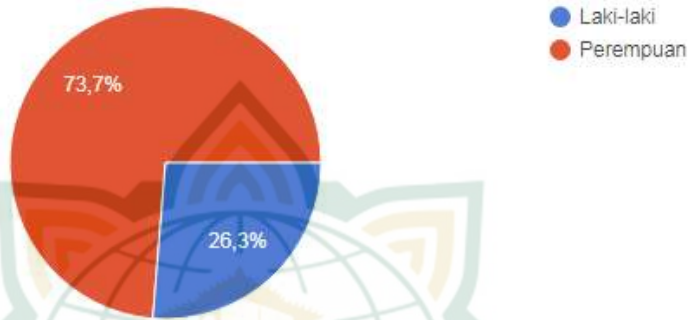
Berikut jumlah mahasiswa FEBI IAIN Kudus yang dijadikan sebagai objek penelitian (responden) pada penelitian ini :

Tabel 4.1
Jumlah Responden Laki-laki dan Perempuan

No.	Responden	Jumlah	Presentase
1	Perempuan	172 orang	73,7 %
2	Laki-laki	62 orang	26,3 %
	Jumlah	234 orang	100 %

² <https://febi.iainkudus.ac.id>

Gambar 4.3
Diagram Presentase Jumlah Responden Laki-laki dan Perempuan

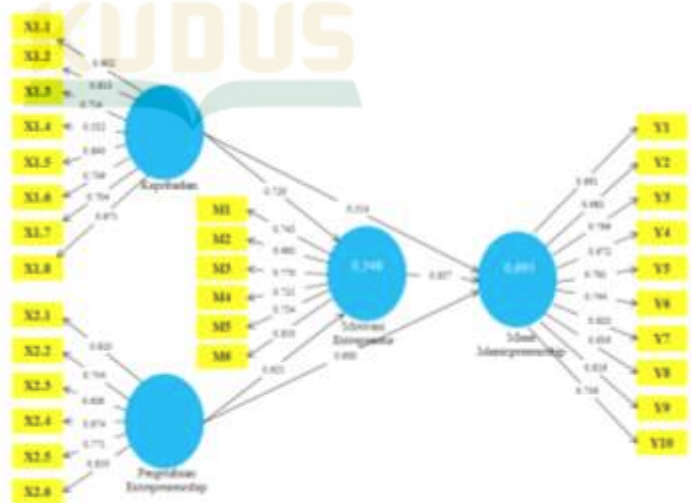


2. Analisis Data

a. Skema Model *Partial Least Square* (PLS)

Penelitian ini dalam melakukan uji hipotesis menggunakan teknik analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan menggunakan program smartPLS 3.0. Berikut ini merupakan skema model program PLS yang sudah diujikan :

Gambar 4.4
Outer Model



Gambar 4.5
Inner Model



b. Evaluasi Outer Model

1) Validitas Konvergen (Loading Factor)

Untuk menguji *convergent validity* digunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* > 0,7. Berikut adalah nilai *outer loading* dari masing-masing indikator pada variabel penelitian :

Tabel 4.2
Loading Factor

Variabel	Indikator	Loading Factor
Kepribadian (X ₁)	X1.1	0,602
	X1.2	0,813
	X1.3	0,714
	X1.4	0,532
	X1.5	0,840
	X1.6	0,739
	X1.7	0,704
	X1.8	0,671
Pengetahuan	X2.1	0,825

<i>Entrepreneurship</i> (X ₂)	X2.2	0,854
	X2.3	0,626
	X2.4	0,774
	X2.5	0,771
	X2.6	0,810
Motivasi <i>Entrepreneur</i> (M)	M1	0,743
	M2	0,682
	M3	0,770
	M4	0,721
	M5	0,754
	M6	0,810
Minat <i>Islamicpreneurship</i> (Y)	Y1	0,761
	Y2	0,682
	Y3	0,766
	Y4	0,672
	Y5	0,781
	Y6	0,744
	Y7	0,822
	Y8	0,636
	Y9	0,816
	Y10	0,756

Berdasarkan data di atas pada tabel 4.1 terlihat bahwa setiap indikator variabel penelitian banyak yang mempunyai nilai *outer loading* $> 0,7$. Namun, ada beberapa indikator yang mempunyai nilai *outer loading* $0,5 - 0,6$ atau $< 0,7$. Menurut Imam Ghozali yang merupakan kutipan dari Chin bahwa nilai *outer loading* antara $0,5 - 0,6$ boleh dan dianggap sudah cukup untuk memenuhi syarat *convergent validity*. Data hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak ada indikator pada semua variabel yang nilai *outer loading*-nya di bawah $0,5$. Sehingga semua indikator dinyatakan atau valid atau layak untuk dijadikan penelitian dan dapat digunakan untuk analisis penelitian berkelanjutan.

2) Validitas *Discriminant*

Validitas Discriminant merupakan bagian dari uji PLS atau dapat disebut *discriminant validity*. Pada uji validitas *discriminant* menggunakan nilai *cross loading*. Suatu indikator dikatakan sudah memenuhi validitas *discriminant* apabila indikator pada variabel mempunyai nilai *cross loading* yang paling besar dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Berikut ini merupakan sajian data nilai *cross loading* pada masing-masing indikator:

Tabel 4.3
Cross Loading

Indikator	Variabel			
	Kepribadian (X ₁)	Pengetahuan <i>Entrepreneurs hip</i> (X ₂)	Motivasi <i>Entrepreneur</i> (X _m)	Minat <i>Islamicpreneurship</i> (Y)
X1.1	0,602	0,414	0,481	0,601
X1.2	0,813	0,479	0,771	0,537
X1.3	0,714	0,436	0,478	0,389
X1.4	0,532	0,367	0,510	0,476
X1.5	0,840	0,576	0,529	0,604
X1.6	0,739	0,589	0,570	0,628
X1.7	0,704	0,472	0,682	0,635
X1.8	0,671	0,307	0,493	0,546
X2.1	0,321	0,825	0,278	0,746
X2.2	0,477	0,854	0,580	0,648
X2.3	0,578	0,626	0,493	0,594
X2.4	0,623	0,774	0,558	0,664
X2.5	0,321	0,771	0,371	0,552
X2.6	0,308	0,810	0,377	0,611
M1	0,549	0,366	0,743	0,481
M2	0,548	0,474	0,682	0,639
M3	0,705	0,377	0,770	0,377
M4	0,313	0,396	0,721	0,440

M5	0,478	0,684	0,754	0,421
M6	0,632	0,759	0,810	0,633
Y1	0,406	0,503	0,566	0,761
Y2	0,443	0,529	0,619	0,682
Y3	0,534	0,631	0,384	0,766
Y4	0,499	0,429	0,471	0,672
Y5	0,384	0,502	0,673	0,781
Y6	0,313	0,625	0,261	0,744
Y7	0,281	0,663	0,656	0,822
Y8	0,634	0,373	0,430	0,636
Y9	0,553	0,488	0,505	0,816
Y10	0,468	0,511	0,672	0,756

Berdasarkan data pada tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa setiap indikator pada variabel penelitian mempunyai nilai *cross loading* paling besar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Hasil yang didapatkan tersebut, dapat dikatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan pada penelitian ini sudah mempunyai *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya.

Selain itu, *discriminant validity* juga dapat dilihat melalui metode lainnya yaitu dengan melihat nilai *average variant extracted* (AVE) pada setiap indikator dengan syarat nilainya harus lebih dari 0,5 dikatakan model yang baik.

3) *Average Variance Extracted (AVE)*

Tabel 4.4
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE
Kepribadian (X_1)	0,519
Pengetahuan <i>Entrepreneurship</i> (X_2)	0,567
Motivasi <i>Entrepreneur</i> (X_m)	0,572
Minat <i>Islamicpreneurship</i> (Y)	0,565

Berdasarkan data pada tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa nilai AVE pada variabel kepribadian, pengetahuan *entrepreneurship*, motivasi *entrepreneur* dan minat *Islamicpreneurship* > 0,5. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan metode ini, masing-masing variabel sudah mempunyai validitas *discriminant* yang baik.

4) *Composite Reliability*

Composite Reliability adalah salah satu bagian yang sering digunakan untuk mengujikan nilai reliabilitas indikator-indikator pada masing-masing variabelnya. Pada penelitian tahap awal, suatu variabel dapat dikatakan sudah memenuhi *composite reliability* apabila mempunyai nilai *composite reliability* lebih dari 0,6. Berikut ini merupakan nilai *composite reliability* dari setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini :

Tabel 4.5
Composite Reability

Variabel	Composite Reliability
Kepribadian (X_1)	0,773
Pengetahuan <i>Entrepreneurship</i> (X_2)	0,851
Motivasi <i>Entrepreneur</i> (X_m)	0,924
Minat <i>Islamicpreneurship</i> (Y)	0,868

Berdasarkan data pada tabel 4.4 yang disajikan di atas, dapat dilihat bahwa nilai *composite reliability* semua variabel penelitian $> 0,6$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel dapat memenuhi *composite reliability* sehingga dapat dinyatakan bahwa empat variabel pada penelitian ini mempunyai tingkat realibilitas yang cukup tinggi.

c. Evaluasi Inner Model

1) Analisis R-Square (R^2)

Coefficient determination (R-Square) digunakan untuk mengukur banyaknya variabel endogen yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. *Coefficient determination* merupakan bentuk pengujian dari uji *path Coefficient*. Chin menyebutkan hasil R^2 lebih dari 0,67 untuk variabel laten endogen pada *outer model* dikatakan pengaruh variabel eksogen (yang mempengaruhi) terhadap variabel endogen (yang dipengaruhi) dikategorikan baik. Sedangkan, jika hasilnya rentang antara 0,33 sampai 0,67 maka dikategorikan sedang, namun apabila nilai yang dihasilkan antara 0,19 sampai 0,33 maka dikategorikan lemah.

Berdasarkan skema *inner model* yang telah ditampilkan pada gambar 4.2 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai *account officer* paling besar ditunjukkan dengan pengaruh motivasi *entrepreneur* terhadap minat *Islamicpreneurship* sebesar 3,571. Pengaruh besar yang kedua adalah pengaruh kepribadian terhadap minat *Islamicpreneurship* sebesar 2,406. Pengaruh besar yang ketiga adalah pengaruh pengetahuan *entrepreneurship* terhadap minat *Islamicpreneurship* sebesar 1,902. Pengaruh besar yang keempat adalah pengetahuan *entrepreneurship* terhadap motivasi *entrepreneur* sebesar 1,604 dan pengaruh yang paling kecil ditunjukkan oleh pengaruh kepribadian terhadap motivasi *entrepreneur* sebesar 1,108.

Uraian hasil penelitian pada model, menunjukkan bahwa semua variabel dalam model penelitian ini mempunyai *path coefficient* dengan angka yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika semakin besar nilai *path coefficient* pada satu variabel independen terhadap variabel dependen, maka semakin kuat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen tersebut.

2) *Good of Fit (GoF)* dan *Q-Square (Q²)*

Peneliti melakukan pengolahan tabulasi data dengan menggunakan program pengolahan data berupa program smartPLS 3.0 dan memperoleh nilai *R-Square* sebagai berikut:

Tabel 4.6
Nilai R-Square

Variabel	R-Square
Motivasi <i>Entrepreneur</i> (M)	0,348
Minat <i>Islamicpreneurship</i> (Y)	0,695

Menilai *goodness of fit* dengan cara melihat nilai *Q-Square*. Nilai *Q-Square* mempunyai maksud yang sama dengan *coefficient determination* (*R-Square*) pada suatu analisis regresi. Apabila semakin tingginya nilai *Q-Square*, maka model dapat dinyatakan semakin baik atau semakin *fit* dengan data. Adapun perhitungan nilai *Q-Square* adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Q\text{-Square} &= 1 - [(1-R^2_1) \times (1-R^2_2)] \\
 &= 1 - [(1 - 0,348) \times (1 - 0,695)] \\
 &= 1 - (0,652 \times 0,305) \\
 &= 1 - 0,198 \\
 &= 0,802
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, memperoleh nilai *Q-Square* sebesar 0,802. Nilai tersebut menunjukkan bahwa banyaknya keragaman dari data penelitian yang bisa dijelaskan oleh model penelitian ini ialah sebesar 80,2%. Sedangkan, sisanya sebesar 19,8% dijelaskan oleh faktor lain yang berada di luar model penelitian ini. Dengan demikian, dari hasil yang didapatkan tersebut maka model penelitian ini dapat dinyatakan sudah mempunyai *Goodness of Fit* (GoF) yang sangat baik.

d. Uji Hipotesis

Berdasarkan olah data yang peneliti lakukan, hasilnya dapat digunakan untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *T-Statistics* dan nilai *P-Values*. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila mempunyai nilai *P-Values* kurang dari 0,05. Berikut ini merupakan hasil uji hipotesis yang diperoleh :

Tabel 4.7
T-Statistics dan P-Values

Hipotesis	Pengaruh	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Values</i>	Hasil
H ₁	Kepribadian => Motivasi <i>Entrepreneur</i>	1,108	0,031	Diterima
	Pengetahuan <i>Entrepreneurship</i> => Motivasi <i>Entrepreneur</i>	1,604	0,014	Diterima
H ₂	Motivasi <i>Entrepreneur</i> => Minat <i>Islamicpreneurship</i>	3,571	0,000	Diterima
H ₃	Kepribadian => Minat <i>Islamicpreneurship</i>	2,406	0,005	Diterima
	Pengetahuan <i>Entrepreneurship</i> => Minat <i>Islamicpreneurship</i>	1,902	0,023	Diterima

Berdasarkan data pada tabel 4.7 yang disajikan di atas, dapat dilihat bahwa dari lima hipotesis dalam penelitian ini, semuanya diterima karena masing-masing pengaruh yang ditunjukkan mempunyai nilai *P-Values* kurang dari 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel independen terhadap dependennya melalui

variabel intervening memiliki pengaruh yang positif.

B. Pembahasan dan Analisis

Hasil uji sebagaimana tabel di atas menunjukkan bahwa kepribadian, pengetahuan *entrepreneurship* dan motivasi *entrepreneur* memiliki pengaruh yang positif terhadap minat *Islamicpreneurship* pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus. Hal ini ditunjukkan dengan jawaban responden pada masing-masing pertanyaan dengan mayoritas setuju dan sangat setuju meskipun ada beberapa pertanyaan dengan jawaban netral, tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Setelah menganalisa data yang diperoleh menggunakan metode statistik dengan bantuan program aplikasi SmartPLS 3.0, maka selanjutnya peneliti membahas analisis pengujian data tersebut.

1. Pengaruh Kepribadian dan Pengetahuan *Entrepreneurship* terhadap Motivasi *Entrepreneur*

Uji hipotesis membuktikan bahwa hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 3.0 dapat diketahui nilai *P-Values* $0,031 < 0,05$. Nilai *P-Values* kurang dari 0,05 maka kepribadian mahasiswa FEBI IAIN Kudus mempunyai pengaruh yang positif terhadap motivasi mereka untuk menjadi seorang *entrepreneur* muslim sehingga H_1 diterima. Motivasi dapat terbentuk melalui kepribadian seseorang misalnya sikap percaya diri, optimis maupun jiwa kepemimpinan sehingga dapat menumbuhkan motivasi untuk menjadi *entrepreneur*. Apabila seseorang mempunyai perilaku yang positif maka kepribadian seseorang juga positif dan kepribadian tersebut dapat mendorong seseorang untuk melakukan tindakan positif pula. Hal ini sama seperti teori yang disampaikan oleh Abdul Mujib bahwa kepribadian merupakan integrasi sistem qolbu, akal dan nafsu manusia yang dapat menimbulkan tingkah laku. Kepribadian manusia selain berkembang dengan sendirinya juga dapat dipengaruhi oleh nilai-nilai dari lingkungannya sehingga menjadi kotor (masalah). Namun, dengan melakukan ajaran Islam dapat

mensucikan kembali yang telah dikotori. Islam menekankan kepribadian dengan prinsip ideal.

Prinsip ideal ialah dapat melakukan dan melalui apa yang telah diberikan dengan menitikberatkan pada alam kerohanian bertujuan untuk membentuk, mengembangkan, dan membina kepribadian muslim. Orang dengan karakteristik kepribadian bertanggung jawab, preferensi untuk risiko sedang (penghilang risiko), berkeyakinan pada kemampuan untuk sukses, berkeinginan untuk umpan balik segera, mempunyai ingkat energi atau semangat yang tinggi, berorientasi pada masa depan, mempunyai keterampilan berorganisasi, dan nilai pencapaian di atas uang dapat memotivasi atau mendorong mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur*. Hasil penelitian yang peneliti lakukan kebanyakan mahasiswa FEBI IAIN Kudus mempunyai kepribadian yang baik yang mampu menumbuhkan motivasi menjadi *entrepreneur*.

Sedangkan uji hipotesis pada pengetahuan *entrepreneurship* mempunyai pengaruh yang positif terhadap motivasi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 3.0 dapat diketahui nilai *P-Values* $0,014 < 0,05$, maka H_1 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Zainal Abidin Siregar dan Marwan tahun 2019 bahwa hasil pengujian pengaruh pengetahuan kewirausahaan (*entrepreneurship*) terhadap motivasi *entrepreneur* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Agusmiati dan Wahyudin tahun 2018. Adanya pengetahuan *entrepreneurship* seseorang mempunyai keberanian untuk mengambil kesempatan dan memanfaatkan peluang untuk menjadi *entrepreneur*. Sebab, suatu usaha dapat bergerak ke arah tujuan dengan adanya bekal pengetahuan.

Berdasarkan pada teori yang membahas tentang pengetahuan *entrepreneurship* bahwa pengetahuan adalah hasil dari seseorang yang sudah melakukan pendidikan, pelatihan maupun yang sudah melakukan

pembelajaran dengan metode audio, visual maupun audio visual yang ditangkap oleh lima panca indera manusia yang dimiliki meliputi telinga (mendengar), mata (melihat), hidung (mencium bau), lidah (merasa), dan tangan (meraba). Keberhasilan Perguruan Tinggi Islam di IAIN Kudus mampu memberikan pengetahuan *entrepreneurship* terkait ilmu ekonomi, ilmu bisnis dengan berbasis Islami kepada mahasiswa FEBI IAIN Kudus sehingga dapat memotivasi para mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur*.

2. Pengaruh Motivasi *Entrepreneur* terhadap Minat *Islamicpreneurship*

Uji hipotesis membuktikan bahwa motivasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat *Islamicpreneurship* pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 3.0 dapat diketahui nilai *P-Values* $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Eka Yuliyanti tahun 2019, variabel motivasi merupakan variabel yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha secara syariah. Itu berarti, apabila motivasi berwirausaha meningkat, maka minat mahasiswa berwirausaha secara syariah juga semakin meningkat. Baik motivasi dalam diri seseorang maupun motivasi dari luar diri seseorang. Baik buruknya motivasi untuk berwirausaha sangat menentukan tingkat minat berwirausaha mahasiswa. Sebagai seorang muslim tentunya kita menganut yang telah diajarkan oleh Rasulullah. Beliau merupakan sebaik-baiknya tauladan, maka dapat dijadikan motivasi dalam melakukan aktifitas hidup di dunia yang lebih baik.

Ada beberapa faktor motivasi *entrepreneur* yang menjadi pendorong mahasiswa FEBI IAIN Kudus mempunyai minat *Islamicpreneurship* adalah mempunyai visi, mempunyai dorongan kuat, mempunyai gairah egoistik, mandiri, dan kebutuhan akan prestasi. Hasil penelitian ini menolak penelitian yang dilakukan oleh Josia Sanchaya Hendrawan dan

Hani Sirine tahun 2017 dengan judul jurnal ,“Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan *entrepreneurship* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi dengan tingkat signifikansi 0,372 lebih besar dari 0,05 yang dimiliki oleh mahasiswa tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

3. Pengaruh Kepribadian dan Pengetahuan *Entrepreneurship* terhadap Minat *Islamicpreneurship*

Uji hipotesis membuktikan bahwa kepribadian mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat *Islamicpreneurship* pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 3.0 dapat diketahui nilai *P-Values* $0,005 < 0,05$, maka H_3 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Baskara dan Zakir Has tahun 2018 menunjukkan bahwa kepribadian berpengaruh positif terhadap minat *entrepreneurship*. Minat *entrepreneurship* dapat dipengaruhi beberapa faktor salah satunya kepribadian. Kepribadian merupakan keseluruhan karakteristik seseorang yang ada dalam pikiran maupun perasaan. Kepribadian ideal yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha adalah sifat mampu berdiri berdasarkan kemampuan sendiri. Sebab menjadi wirausahawan atau *entrepreneur* harus percaya pada diri sendiri, optimis, berorientasi pada masa depan dan mempunyai jiwa seorang pemimpin demi keberlangsungan aktifitas berwirausaha.

Kepribadian seorang mukmin berdasarkan al-Qur'an yang berkaitan dengan Aqidah (berpegang teguh pada rukun iman), Ibadah (melaksanakan lima rukun Islam), Kehidupan sosial (mau bergaul dengan orang lain, suka memaafkan orang lain, dan dermawan), Kehidupan keluarga (berbakti kepada orang tua, berbuat baik kepada saudara, memelihara dan membiayai keluarga), Moral (jujur, adil, sabar, amanah, istiqomah, qona'ah, dan sanggup mengendalikan diri dari hawa

nafsu), Emosi (cinta kepada Allah, takut adanya adzab, mencari rahmat Allah, dapat menahan amarah, tidak iri, tidak sombong, dan berani membela kebenaran.), Intelektual : menuntut ilmu, memikirkan Allah dan ciptaanya, memikirkan yang bermanfaat, Pekerjaan (tekun dan tulus dalam bekerja, selalu berusaha dan tidak pantang menyerah, dan senantiasa mencari rizki yang halal), dan Fisik (sehat, kuat, dan bersih/suci). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian mahasiswa FEBI IAIN Kudus dapat menumbuhkan minat *Islamicpreneurship*.

Sedangkan uji hipotesis pada pengetahuan *entrepreneurship* mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat *Islamicpreneurship* pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 3.0 dapat diketahui nilai *P-Values* $0,023 < 0,05$, maka H_3 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Josia Sanchaya Hendrawan dan Hani Sirine (2017) bahwa melalui pendidikan dan pengetahuan *entrepreneurship* dapat mendorong seseorang untuk melakukan wirausaha, sehingga mampu menciptakan ide kreatif dan inovasi dalam memanfaatkan peluang. Pertumbuhan minat berwirausaha tidak bisa tercapai jika tidak melalui pendidikan dan pelatihan untuk menggerakkan jiwa kewirausahaan seseorang. Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus adalah pengetahuan *entrepreneurship*. Menurut penelitian yang dilakukan Josia Sanchaya Hendrawan dan Hani Sirine (2017) bahwa melalui pendidikan dan pengetahuan *entrepreneurship* dapat mendorong seseorang untuk melakukan wirausaha, sehingga mampu menciptakan ide kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan peluang.

Pengetahuan *Entrepreneurship* yang diberikan oleh IAIN kudus kepada mahasiswa FEBI IAIN Kudus sangat memberikan pengaruh nyata kepada mereka untuk berminat membuka usaha atau menyandang sebagai *entrepreneur* dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Adanya pengetahuan terkait ilmu bisnis Islam

memberikan bekal dan mampu memotivasi dan menarik minat mereka agar menjadi seorang *entrepreneur muslim* agar mereka tidak keluar dari jalur etika bisnis Islam.

