

**PENGARUH PENGETAHUAN AJARAN BISNIS NABI MUHAMMAD
SAW TERHADAP PERILAKU MENJADI WIRUSAHAWAN
(Studi Kasus Alumni Mahasiswa FEBI UIN Walisongo)**

SKRIPSI

Di ajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 dalam Ekonomi Islam



Oleh :
ITSNA ELVI KHUSNA
NIM. 132411061

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2018**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

np. : 4 (empat) eks.
l : Naskah Skripsi
A.n. Sdri. Itsna Elvi Khusna

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

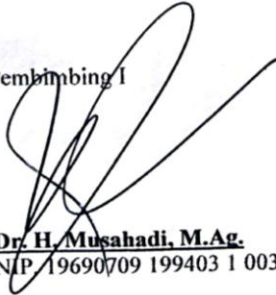
Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Itsna Elvi Khusna
Nim : 132411061
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : Pengaruh Pengetahuan Ajaran Bisnis Nabi Muhammad SAW Terhadap Perilaku Wirausahawan (Studi Kasus Alumni Mahasiswa FEBI UIN Walisongo)


Dengan ini kami mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Dr. H. Musahadi, M.Ag.
NIP. 19690709 199403 1 003

Semarang, Juli 2018
Pembimbing II


Dr. Rafiq Agriyanto, M.Si, A.Kt
NIP. 19800128 200801 1 010



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang,
KodePos 50185

PENGESAHAN

Nama : Itsna Elvi Khusna
NIM : 132411061
Judul : Pengaruh Ajaran Bisnis Nabi Muhammad Terhadap Perilaku
Menjadi Wirausahawan (Studi Kasus Alumni Mahasiswa FEBI
UIN Walisongo)

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan
predikat cumlaude / baik / cukup, pada tanggal :

26 Agustus 2018

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I (SI)
dalam ilmu Ekonomi Islam

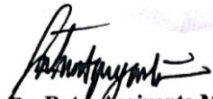
Semarang, 7 Agustus 2018
Mengetahui,

Sekretaris Sidang


Ketua Sidang


A. Turmudi, SH., M.Ag
NIP. 19690708 200501 1004


Penguji I


Dr. Ratno Agrivanto M.Si.,A.Kt.
NIP. 198001282008011010


Penguji II



Dr. Ali Murtadho, M.Ag
NIP. 197108301998031003

Pembimbing I


Drs. H. Wahab, MM
NIP. 196909082000031001

Pembimbing II


Dr. H. Musahadi, M.Ag.
NIP. 196907091994031003


Dr. Ratno Agrivanto M.Si.,A.Kt.
NIP. 198001282008011010



MOTTO

عَنِ الْمُقْدَامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : مَا
أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ
دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَفِي رِوَايَةٍ : كَانَ لَا
يَأْكُلُ إِلَّا مِنْ عَمَلِ يَدِهِ (رواه بخارى)

Artinya: Diriwiyatkan dari Miqdam r.a.: Nabi Saw. bersabda:
“Tiada seorang pun memakan sesuatu makanan yang lebih baik dari makanan yang dihasilkannya dari kerja tangannya sendiri, dan sesungguhnya nabi Allah Daud a.s. makan dari hasil kerja tangannya sendiri. Di dalam riwayat lain disebutkan, bahwa nabi Daud a.s. tidak pernah makan kecuali dari hasil kerja tangannya sendiri (H.R. Bukhori)

PERSEMBAHAN

Dalam perjuangan mengarungi samudra Ilahi tanpa batas, dengan keringat dan air mata kupersembahkan karya tulis skripsi ini teruntuk orang-orang yang selalu hadir dan berharap keindahan-Nya. Kupersembahkan bagi mereka yang tetap setia berada di ruang dan waktu kehidupan khususnya buat:

Ayahandaku tercinta Bapak Slamet Utomo, Ibundaku Khoiriyatun yang memberikan dorongan dan semangat serta do'a suci dengan setulus hati. Semoga Allah SWT selalu memberikan Rahman dan Rahim Nya, Amiin...

DEKLARASI

Penulis menyatakan dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 07 Agustus 2018
Deklarator



Itsna Elvi Khusna
NIM. 132411061

TRANSLITERASI

Adalah suatu upaya penyalinan huruf abjad suatu bahasa ke dalam huruf abjad bahasa lain. Tujuan utama transliterasi adalah untuk menampilkan kata-kata asal yang seringkali tersembunyi oleh metode pelafalan bunyi atau tajwid dalam bahasa Arab. Selain itu, transliterasi juga memberikan pedoman kepada para pembaca agar terhindar dari “salah lafaz” yang bias menyebabkan kesalahan dalam memahami makna asli kata-kata tertentu.

Dalam bahasa Arab, “salah makna” akibat “salah lafaz” gampang terjadi karena semua hurufnya dapat dipandankan dengan huruf latin. Karenanya, kita memang terpaksa menggunakan “konsep rangkap” (ts, kh, dz, sy, sh, dh, th, zh, dan gh). Kesulitan ini masih ditambah lagi dengan proses pelafalan huruf-huruf itu, yang memang banyak berbeda dan adanya huruf-huruf yang harus dibaca secara panjang (mad). Jadi transliterasi yang digunakan adalah:

ء = `	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = <u>h</u>	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h

د = d	ع = 'e	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

ABSTRAK

Berdasarkan *tracer study* yang dilakukan oleh Johan Arifin Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hasil survey menunjukkan bahwa tingkat mahasiswa melakukan wirausaha sangat rendah. Salah satu upaya yang dilakukan Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang untuk mencetak wirausahawan tersebut, yaitu dengan memberikan mata kuliah yang berbasis kewirausahaan berdasarkan konsep bisnis Nabi Muhammad saw sebagai seorang teladan dalam berbisnis yang sukses sehingga tumbuh jiwa dan semangat kewirausahaan mahasiswa program studi Ekonomi Islam.

Tujuan dalam penulisan skripsi ini adalah untuk menguji dan mengetahui adanya pengaruh pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw terhadap perilaku wirausaha pada Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw berpengaruh terhadap perilaku wirausaha pada Alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebesar 98 orang. Data dikumpulkan melalui metode angket atau kuesioner dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian di analisis menggunakan analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan: pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw berpengaruh terhadap perilaku wirausaha pada Alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Hal ini ditunjukkan dengan hasil dari hasil dari uji ANOVA atau F test. F test yang menunjukkan nilai 55.370 dengan tingkat probabilitas 0,000 lebih besar dari signifikansi 5%, Hasil tersebut menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ (signifikansi). Dengan melihat asumsi di atas, maka probabilitas lebih kecil daripada 0,05 dan F hitung lebih besar daripada F tabel artinya

H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 36,6%, sedang yang 63,4% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti).

Kata kunci: Pengetahuan, Ajaran Bisnis, Nabi Muhammad SAW, Perilaku, Wirausahawan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Wasyukurillah, senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat kepada semua hamba-Nya, sehingga sampai saat ini kita masih mendapatkan ketetapan Iman dan Islam.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW pembawa rahmat bagi makhluk sekian alam, keluarga, sahabat dan para tabi'in serta kita umatnya, semoga kita senantiasa mendapat syafa'at dari beliau.

Pada penyusunan skripsi ini tentulah tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dalam ide, kritik, saran maupun dalam bentuk lainnya. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih sebagai penghargaan atau peran sertanya dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ahmad Furqon, Lc. MA selaku ketua Prodi Ekonomi Islam atas segala bimbingannya.
4. Mohammad Nadzir, M.SI., selaku sekretaris Prodi Ekonomi Islam atas segala bimbingannya.
5. Dr. H. Musahadi selaku pembimbing I dan Dr. Ratno Agriyanto, M.Si, A.Kt selaku dosen pembimbing II yang telah banyak

membantu, dengan meluangkan waktu dan tenaganya yang sangat berharga semata-mata demi mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.

6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis dan senantiasa mengarahkan serta memberi motivasi selama penulis melaksanakan kuliah sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

Semarang, Agustus 2018
Penulis

Itsna Elvi Khusna
NIM. 132411061

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN TRANSLITERASI.....	vii
HALAMAN ABSTRAK.....	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	xi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Permasalahan	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian.....	11
1.5. Sistematika Penulisan	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengetahuan Ajaran Bisnis Nabi Muhammad SAW	14
1. Pengertian Pengetahuan Ajaran Bisnis Nabi Muhammad SAW	14
2. Pengetahuan Sejarah Bisnis Nabi Muhammad	17

	3. Pengetahuan Prinsip-Prinsip Bisnis Rasulullah SAW	21
	2.2. Perilaku Wirausaha	34
	1. Pengertian Perilaku Wirausaha	34
	2. Karakteristik Perilaku Wirausaha	40
	3. Perilaku Wirausaha dalam Konsep Islam .	47
	2.3. Kerangka Berfikir	53
	2.4. Penelitian Terdahulu	54
	2.5. Rumusan Hipotesis	64
BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1. Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	65
	3.2. Populasi dan Sampel	66
	3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	68
	3.4. Teknik Analisis Data.....	70
	3.5. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Penelitian	75
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Gambaran Obyek Penelitian	78
	4.2. Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden.....	94
	4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	106
	4.4. Uji Asumsi Klasik.....	110
BAB V	PENUTUP	
	5.1. Kesimpulan	122
	5.2. Saran	122

5.3. Penutup 123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Krisis global yang melanda Amerika Serikat sejak akhir tahun 2008 yang diawali dengan ambruknya sektor perbankan di USA telah menyeret ke berbagai sektor yang kemudian merambah ke kawasan Eropa, Asia, ASEAN dan akhirnya Indonesia di awal tahun 2009. Global krisis telah menciptakan *multi crisis effect* yang membuat banyak perusahaan di Indonesia dengan sangat terpaksa melakukan perampingan organisasi dalam bentuk Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) secara sepihak dan dampaknya adalah meningkatnya jumlah pengangguran terdidik, baik itu lulusan sarjana, SMA dan sederajatnya ataupun yang belum mengenyam pendidikan formal. Hal itu ditambah lagi dengan kenyataan bahwa setiap tahun lulusan perguruan tinggi yang berjumlah diatas 2 jutaan bersaing ketat memasuki dunia kerja. Data statistik ILO (*International Labour Organization*) mengatakan bahwa 69% para muda-mudi di Indonesia menganggur.¹

Tingginya angka pengangguran di Indonesia merupakan masalah serius yang harus dihadapi oleh Negara Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia pada Februari 2013

¹ Hendro, *Dasar-Dasar kewirausahaan*, Jakarta: Erlangga, 2011, h. 4

mencapai 7,3 juta orang atau sebesar 5,92 persen, dimana tingkat pengangguran terbuka berdasarkan pendidikan sebesar 5,05 persen atau 362.800 orang untuk universitas.

Salah satu faktor yang mengakibatkan tingginya angka pengangguran di Indonesia adalah banyaknya tenaga kerja yang diarahkan ke sektor formal yang tidak tumbuh dan berkembang, orang tidak berusaha untuk menciptakan pekerjaan sendiri di sektor swasta. Artinya bahwa orientasi para mahasiswa setelah lulus hanya untuk mencari kerja, bukan menciptakan lapangan kerja. Hal inilah yang mengakibatkan tingginya jumlah pengangguran sementara pertumbuhan lapangan kerja semakin sempit. Sehingga, pemerintah Indonesia membutuhkan langkah dan upaya yang cerdas untuk mengatasi tingkat pengangguran yang terdidik yang hanya berorientasi mencari kerja.

Salah satu upaya memperbaiki kondisi ekonomi bangsa Indonesia adalah dengan menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas dan berpotensi untuk mengelola sumber daya ekonomi yang ada serta mampu berwirausaha secara mandiri dan tidak menjadi sumber daya manusia yang hanya mampu mencari kerja.²

Indonesia membutuhkan *entrepreneurial skill* untuk bisa menekan sekecil mungkin tingkat kemiskinan yang tinggi. Mengandalkan investor asing untuk membuka lapangan pekerjaan tidaklah cukup, menghimbau kepada perusahaan untuk

² Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006, h. 1

tidak mem-PHK karyawan atau buruhnya juga sulit diwujudkan. Satu-satunya cara atau jalan terbaiknya adalah mengandalkan sektor pendidikan untuk mengubah pola pikir lulusannya dari berorientasi mencari kerja menjadi mencetak lapangan kerja sendiri alias menjadi wirausahawan mandiri.³ Secara historis dan konsensus, apabila sebuah negara ingin maju dan dapat dikatakan makmur, maka negara tersebut minimal harus memiliki jumlah wirausahawan sebesar 2% dari total penduduknya.

Realitanya, jumlah wirausahawan di Indonesia masih belum mencapai angka kemakmuran. Hal ini terbukti berdasarkan survey BPS nasional per Januari 2012 menunjukkan bahwa jumlah wirausahawan di Indonesia hanya 1,56% dari jumlah penduduk. Jumlah wirausahawan tersebut masih sangat kecil apabila dibandingkan dengan negara-negara di Asia lainnya, seperti Negara China dan Jepang yang memiliki jumlah *entrepreneur* sebesar 10% dan Singapura sebesar 7%. Bahkan kini para wirausahawan mulai bermunculan dengan pesatnya di negara-negara berkembang hingga dapat meningkatkan perekonomian bangsanya, seperti India yang memiliki wirausahawan sekitar 7% dan Malaysia 3%.⁴

Indonesia tertinggal jauh dari negara tetangga, yang sepertinya memiliki spesialis dalam profesi bisnis. Mereka dapat mengembangkan bisnis besar-besaran mulai dari industri hulu

³ Hendro, *Dasar-Dasar...*, h. 5

⁴ <http://www.neraca.co.id/article/53112/jumlah-wirausaha-ri-ketinggalan-dibanding-negara-di-asean>, diakses pada Selasa 6 Desember 2016

sampai ke industri hilir, meliputi usaha jasa, perbankan, perdagangan besar (grosir), perdagangan eceran besar (*department store*, swalayan), eceran kecil (*retail*), *eksportir*, *importer* dan berbagai bentuk usaha lainnya dalam berbagai jenis komoditi.

Melihat aktivitas kewirausahaan di Indonesia yang masih sangat rendah tersebut, maka diperlukanlah usaha-usaha untuk meningkatkan jiwa dan semangat kewirausahaan pada para penerus bangsa di Indonesia ini. Persoalan kewirausahaan ini salah satunya menjadi tugas bagi dunia pendidikan, khususnya di perguruan tinggi. Sangat penting bagi kalangan pendidik untuk mendorong tumbuhnya semangat berwirausaha dikalangan mahasiswa agar semakin banyak melahirkan wirausahawan baru dari kalangan perguruan tinggi dengan bekal ilmu pengetahuan yang telah dipelajarinya. Berdasarkan anjuran Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti) bagi perguruan tinggi agar memasukkan mata kuliah kewirausahaan ke dalam bagian kurikulum.⁵ Penerapan kurikulum berbasis kewirausahaan (*entrepreneurship*) begitu penting. Dunia kerja dan dunia pendidikan seringkali tidaklah *match* dengan praktek dan sistem belajar di lembaga pendidikan perguruan tinggi yang kurang mengembangkan jiwa kewirausahaan. Karena itu, dibutuhkan

⁵ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. “Strategi Perguruan Tinggi “Strategi Perguruan Tinggi Mewujudkan Entrepreneurial Campus” dalam <http://www.dikti.go.id>, diakses Selasa 6 December 2016

perubahan. Salah satu yang perlu dilakukan adalah adanya kurikulum dan silabus yang dilengkapi dengan sebuah pedoman lengkap berwirausaha yang dapat diaplikasikan, mampu memotivasi, bisa merubah sikap dan perilaku yang pada akhirnya mencetak lulusannya menjadi calon *entrepreneur* yang cerdas.⁶

Salah satu solusinya para sarjana lulusan perguruan tinggi perlu diarahkan untuk tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*) namun bisa serta siap untuk menjadi pencipta kerja (*job creator*). Salah satu bentuk *job creator* adalah *entrepreneur*. *Entrepreneur* memiliki kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian suatu negara. Wirausahawan yang mandiri dan sukses akan menjadi lokomotif ekonomi Indonesia yang mampu mengatasi tingkat pengangguran dan akhirnya mampu mengatasi tingkat kemiskinan.

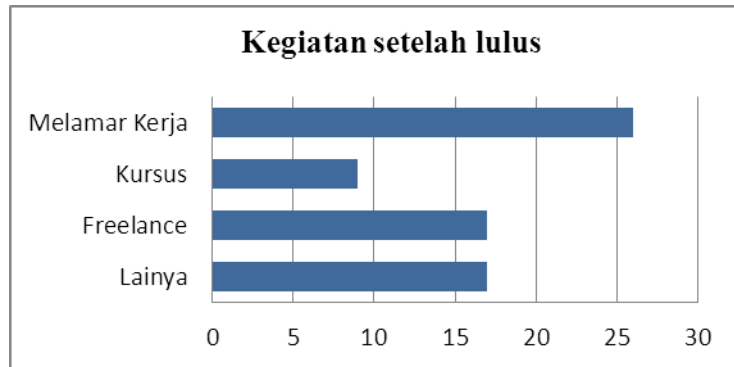
Berdasarkan *tracer study* yang dilakukan oleh Johan Arifin Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hasil survey menunjukkan bahwa dari 78 orang alumni setelah lulus diketahui bahwa kebanyakan alumni mengisi waktu setelah lulus sebanyak 26 orang dengan melamar pekerjaan, 17 orang yang melakukan pekerjaan bebas (*freelance*), 9 orang yang melakukan kegiatan kursus, 9 orang melakukan pekerjaan wiraswasta dan 17 orang yang tidak diketahui aktifitas selama lulus.⁷ Dari hasil survey bisa

⁶ Hendro, *Dasar-Dasar...*, hal 5

⁷ Johan Arifin, *Tracer Study Alumni Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang*. Penelitian untuk mengukur keberhasilan institusi pendidikan dalam menghasilkan lulusan.

dilihat tingkat mahasiswa melakukan wirausaha sangat rendah.

Tabel 1.1



Bila satu orang lulusan perguruan tinggi menjadi wirausaha, maka kemungkinan ia akan mencari temannya sebagai *partner* dan mungkin salah satu temannya akan diajak untuk menjadi karyawan (bekerja kepadanya). Jika jumlah lulusan yang menjadi wirausaha adalah 10% maka yang akan bergabung dengannya bisa menjadi 20% (satu partner dan satu karyawan). Dengan demikian, jumlah pencari kerja angkatan tahun tersebut otomatis berkurang 30%. Seandainya sebagian kecil saja lulusanya yang berpikiran sama, wirausaha bisa menjadi cara dan alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran yang sekarang ini cukup tinggi. Sejalan dengan itu menumbuhkan jiwa *entrepreneur* pada mahasiswa perguruan tinggi dipercaya merupakan alternatif jalan keluar untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena para sarjana diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya

sendiri.

Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang merupakan salah satu institusi perguruan tinggi yang memiliki komitmen dalam mencetak wirausahawan. Hal ini sesuai dengan visi misi Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yaitu menghasilkan lulusan yang berjiwa wirausaha dan memiliki keahlian melakukan wirausaha.⁸

Salah satu upaya yang dilakukan Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang untuk mencetak wirausahawan tersebut, yaitu dengan memberikan pendidikan kewirausahaan, sejarah ekonomi islam, pengantar bisnis manajemen, studi kelayakan bisnis, manajemen pemasaran, manajemen strategik sebagai bagian kurikulum yang diberikan mahasiswa program studi Ekonomi Islam. Dari beberapa mata kuliah tersebut sedikit membahas dan mengulas mengenai konsep bisnis Nabi Muhammad saw sebagai seorang teladan dalam berbisnis yang sukses. Diharapkan, melalui pengetahuan bisnis islami yang dipraktikkan Nabi Muhammad tersebut jiwa dan semangat kewirausahaan yang tumbuh pada mahasiswa program studi Ekonomi Islam tetap sesuai dengan nilai-nilai islam.

Penelitian sebelumnya mengenai Bisnis Nabi Muhammad

⁸ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. "Visi Misi Tujuan". Dalam <http://febi.walisongo.ac.id/?p=125> diakses pada Rabu 7 Desember 2016 pukul 18.29 wib

telah banyak diteliti salah satunya: Menurut Muhammad Saifullah (2011) dalam penelitiannya yang berjudul “Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah”. Bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghab dan tadlis, dan saling menguntungkan (*mutual benefit principle*) antara penjual dan pembeli. Pola bisnis yang dipraktikkan Nabi Muhammad SAW ini tentu perlu diadaptasi oleh para pebisnis di masa kini yang terkadang mudah keluar dari etika-etika seperti yang dipraktikkan oleh Nabi SAW.⁹

Mustofa (2013) dengan judul “Enterpreneursip Syariah: (Menggali Nilai-Nilai Dasar Manajemen Bisnis Rasulullah)”. Dengan hasil penelitian Muhammad saw. selain sebagai seorang nabi, Rosul dan Ulil Amri, beliau adalah seorang entrepreneur sukses yang merintis karir dagangannya ketika berumur 12 tahun dan memulai usahanya sendiri ketika berumur 17 tahun. Pekerjaan ini terus dilakukan sampai menjelang beliau menerima wahyu (beliau berusia sekitar 37 tahun). Dengan demikian Muhammad saw telah berprofesi sebagai pedagang selama 25 tahun. Angka ini sedikit lebih lama dari masa kerasulan beliau yang berlangsung selama sekitar 23 tahun. Sebagai seorang entrepreneur, beliau merupakan uswah yang patut dicontoh karena kecakapan beliau dalam berbisnis membawa beliau pada

⁹ Muhammad Saifullah, dalam jurnal yang berjudul “*Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*”

kesuksesan luar biasa sebagai seorang pedagang.¹⁰

Triwahyono (2016) yang berjudul “Pengaruh Entrepreneur Knowledge, Motivasi dan Praktek Bisnis Nabi Muhammad SAW Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Salatiga)” dengan hasil penelitian bahwa *entrepreneur knowledge*, motivasi dan praktek bisnis Nabi Muhammad SAW secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim di Salatiga. Uji F_{test} menunjukkan bahwa *entrepreneur knowledge*, motivasi dan praktek bisnis Nabi Muhammad SAW secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim di Salatiga dengan pengaruh sebesar 55,2%, sedangkan sisanya yaitu 44,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model ini.¹¹

Dengan demikian, berdasarkan pemahaman terhadap praktik bisnis nabi Muhammad saw yang telah diajarkan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam maka seharusnya dapat memotivasi para alumni Program Studi Ekonomi Islam untuk mengubah pola pikir mereka, bahwa menjadi wirausahawan merupakan pekerjaan mulia yang terhormat dalam ajaran agama islam.

¹⁰ Mustofa, dalam jurnal yang berjudul “*Enterpreneursip Syariah: Menggali Nilai-Nilai Dasar Manajemen Bisnis Rasulullah*”

¹¹ Triwahyono, skripsi yang berjudul “*Pengaruh Entrepreneur Knowledge, Motivasi dan Praktek Bisnis Nabi Muhammad SAW Terhadap Minat Berwirausaha*”

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, dapat disimpulkan masalah dalam penelitian ini adalah rendahnya perilaku alumni untuk berwirausaha sehingga mendorong peneliti untuk mengetahui apakah pengetahuan praktik bisnis yang dicontohkan Nabi Muhammad saw berpengaruh dalam menumbuhkan motivasi dan perilaku alumni Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang untuk menjadi seorang wirausahawan. Untuk menjawab permasalahan ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Ajaran Bisnis Nabi Muhammad SAW Terhadap Perilaku Menjadi Wirausahawan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang di atas, maka pokok masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah apakah pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw berpengaruh terhadap perilaku wirausaha pada Alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak di capai dalam penulisan skripsi ini adalah untuk menguji dan mengetahui adanya pengaruh pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw terhadap perilaku wirausaha pada Alumni Mahasiswa Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri
Walisongo Semarang.

1.4. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, sumbangan pemikiran, memperluas wawasan, dan juga sebagai dasar acuan penelitian selanjutnya bagi kehidupan akademis, sehingga dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pendidikan kewirausahaan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan serta sebagai suatu pengalaman dalam menganalisis suatu masalah berdasarkan ilmu pengetahuan yang telah didapat selama studi, khususnya mengenai kewirausahaan.

b. Bagi dunia pendidikan

Dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran yang bermanfaat dalam upaya meningkatkan mutu dan kualitas kegiatan belajar mengajar akademika khususnya Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

c. Bagi pembaca

Dapat memberikan pemahaman mengenai praktik bisnis yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw dalam meneladani dan memotivasi mahasiswa untuk menjadi wirausahawan muslim yang baik.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam laporan penelitian ini, sistematika penulisan dibagi kedalam bentuk sebagai berikut:

1. Bagian awal yang berisikan: halaman judul, persetujuan, pengesahan, pernyataan, abstraksi, kata pengantar, daftar isi.

2. Bagian isi terdiri dari:

BAB I Pendahuluan, menguraikan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka, berisikan landasan teoritik wirausaha,

BAB III Metode Penelitian, bab berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, objek dan waktu penelitian, variable dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

BAB IV Deskripsi Data dan Pembahasan.

BAB V Penutup, berisi Kesimpulan dan saran.

3. Bagian akhir pada penelitian ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengetahuan Ajaran Bisnis Nabi Muhammad SAW

1. Pengertian Pengetahuan Ajaran Bisnis Nabi Muhammad SAW

Pengetahuan (*knowledge*) adalah segala sesuatu yang diketahui.¹² Pengetahuan juga berarti hasil dari aktivitas mengetahui, yakni tersingkapnya suatu kenyataan ke dalam jiwa hingga tidak ada keraguan terhadapnya. "Ketidakraguan" merupakan syarat mutlak bagi jiwa untuk dapat dikatakan "mengetahui".¹³ Menurut Ahmad Tafsir, "pengetahuan adalah semua yang diketahui. Sebagaimana menurut al-Qur'an, tatkala manusia dalam perut ibunya ia tidak tahu apa-apa. Kemudian lahir maka mulailah proses mengetahui sampai akhirnya dewasa".¹⁴

Menurut Supan Kusumamihardja, pengetahuan ialah pengenalan yang akrab tentang sesuatu yang berdasarkan pengalaman, misalnya pengetahuan tentang kota, sungai dan lain-lain. Pengetahuan lahir dari pengamatan yang cermat melalui panca indera, baik tanpa maupun dengan pertolongan

¹² Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2008, h. 1121

¹³ Mundry, *Logika*, Jakarta: Rajawali Pers, 2000, h. 4

¹⁴ Ahmad Tafsir, *Filsafat Ilmu*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004, h.

alat.¹⁵ Harun Nasution dalam bukunya *Falsafat Agama* menjelaskan pengertian pengetahuan menurut dua teori, yaitu: yang *pertama* menurut teori *realisme*, pengetahuan adalah gambaran, kopi yang sebenarnya dari apa yang ada dalam alam nyata, pengetahuan adalah benar dan sesuai dengan kenyataan. Yang *kedua* menurut teori *idealisme*, pengetahuan adalah proses-proses mental atau proses psikologis, dan ini bersifat subyektif.¹⁶

Pada giliran berikutnya ternyata pula bahwa pengetahuan yang memuaskan dorongan ingin tahu manusia adalah pengetahuan yang benar. Dengan kata lain pengetahuan yang memuaskan manusia adalah pengetahuan yang benar atau kebenaran. Kebenaran adalah persesuaian antara pengetahuan dengan obyeknya. Akan tetapi karena suatu obyek kerap kali banyak aspeknya, maka kebenaran sulit sekali untuk mencakup seluruh aspek obyeknya itu. Oleh karena itu sukar pula untuk mencakup seluruh kebenaran atau untuk mengungkapkan pengetahuan yang benar mengenai seluruh aspek suatu obyek tertentu. Kerap kali terjadi pengetahuan manusia hanya sesuai dengan salah satu atau beberapa aspek saja dari obyeknya, sehingga kebenaran yang dapat dicapainya menjadi terbatas yakni

¹⁵ Supan Kusumamihardja, *Studia Islamica*, Jakarta: Girimukti Pasaka, 1985, Cet. 2, h. 9

¹⁶ Harun Nasution, *Falsafat Agama*, Jakarta: PT Bulan Bintang, 1991, Cet. 8, h. 7,8.

seluas dan sejauh persesuaian antara aspek yang diketahui dengan obyeknya.¹⁷

Dari pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pengetahuan adalah pengenalan yang menyeluruh terhadap suatu obyek, yang diperoleh dari pengalaman dan bersifat subjektif maupun obyektif. Obyek yang dimaksud di sini adalah mata pelajaran/mata kuliah.

Selanjutnya Nabi Muhammad saw adalah seorang nabi dan rasul memiliki kompleksitas sebagai seseorang yang patut untuk dijadikan teladan atas segala perilakunya. Telah banyak kajian-kajian yang berbicara tentang kehidupan beliau ketika menjadi nabi dan rasul. Ternyata dalam kajian tentang Rasulullah ada saat yang jarang dibahas oleh kebanyakan orang yakni ketika beliau berumur 17 sampai 37 tahun. Padahal sebagian besar kehidupan Muhammad sebelum menjadi utusan Allah adalah seorang *entrepreneur* sukses tepatnya seorang pedagang.

Jiwa wirausaha dalam diri Nabi Muhammad tidak terjadi begitu saja, tetapi hasil dari suatu proses panjang dan dimulai sejak beliau masih kecil. Jauh sebelum diangkat menjadi nabi dan rasul, beliau sudah dikenal sebagai pedagang. Bahkan sejak kecil sudah menunjukkan kesungguhanannya terjun dalam bidang bisnis/wirausaha. Pengalaman masa kecil nabi Muhammad telah

¹⁷ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah

mempengaruhinya untuk terjun ke dunia bisnis. Jauh sebelum diangkat menjadi nabi dan rasul, Nabi Muhammad sudah dikenal sebagai pedagang dan telah menunjukkan kesungguhannya terjun dalam bidang wirausaha, dengan memulai merintis karier dagangnya saat usia 12 tahun.¹⁸

2. Pengetahuan Sejarah Bisnis Nabi Muhammad

Nabi Muhammad mempunyai pengalaman yang pahit, yakni dilahirkan dalam keadaan yatim dimana beliau telah ditinggal mati oleh ayahnya sejak beliau berumur 6 bulan dalam kandungan. Pada usia 6 tahun dalam perjalanan kembali dari Yatsrib sesudah menengok makam ayahnya, Muhammad kembali kehilangan orang tua karena saat itu ibunya pun wafat. Bisa dibayangkan dalam usia 6 tahun Muhammad sudah menjadi yatim piatu. Setelah itu beliau dibina dan di didik oleh kakeknya Abdul Muthalib seorang yang terpandang waktu itu. Pada usia 8 tahun kakek beliau meninggal dunia kemudian ia diasuh oleh pamannya Abu Thalib. Mulai saat itulah muhammad mulai mengenal dunia bisnis. Pada usia 12 tahun, Muhammad di ajak oleh pamannya berdagang ke Syiria yang berjarak ribuan kilometer dari kota Makkah. Perjalanan yang begitu jauh yang ditempuh oleh anak 12 tahun tanpa menggunakan mobil atau pesawat sebagaimana dilakukan oleh orang-orang zaman

Mada Universiti Press, 1993, h. 2-3

¹⁸ Lantip Susilowati, *Bisnis Kewirausahaan*, Yogyakarta: Teras, 2013, h.23-

sekarang perjalanan bisnis berlangsung dari ke tahun ke tahun dibawah bimbingan pamanya sampai usia 16 tahun.

Pada usia 17 tahun beliau memulai usahanya sendiri sebagai seorang *entrepreneur*, hal ini dilakukan karena beliau tidak mau menjadi beban bagi pamannya meski sebenarnya belum memiliki modal apapun. Dengan bermodal personal *brand position* sebagai seorang pemuda yang sangat rajin, percaya diri, integritas yang tinggi dan amanah dalam memegang janji menjadikan setiap orang yang berinteraksi bisnis dengan beliau mendapat kepuasan yang luar biasa sehingga beliau menjadi primadona bagi warga jazirah arab masa itu. Karakter inilah yang kemudian memunculkan *personal reputation* yang tinggi dikalangan investor dan kolongmerat Makkah, sehingga meski beliau tidak memiliki modal untuk memulai bisnis secara mandiri banyak mengalir tawaran modal.¹⁹

Reputasi nabi Muhammad dalam dunia bisnis dilaporkan antara lain oleh Muhaddits Abdul Razaaq ketika mencapai usia dewasa beliau memilih pekerjaan sebagai pedagang atau wirausaha. Pada saat belum memiliki modal, beliau menjadi manajer perdagangan para investor berdasarkan bagi hasil. Reputasi beliau sebagai pedagang dan manajer dalam mengelola investasi mendorong seorang pengusaha besar Makkah Sayyidah Khadijah untuk

berinvestasi dengan mengajak Muhammad kerja sama dengan mengangkatnya sebagai manajer ke pusat perdagangan Hasbyah. Kecakapannya sebagai pengusaha telah mendatangkan keuntungan besar baginya dan para investor. Tidak satupun jenis bisnis yang ia tangani mendapat kerugian. Ia juga empat kali memimpin ekspedisi perdagangan untuk Khadijah ke Suriah, Jorash, Bahrain di sebelah timur Semenanjung Arab.²⁰

Ekspedisi perdagangan Muhammad mendapat keuntungan yang melebihi dugaan ownernya, banyak orang yang telah bekerja dengan Khadijah, tetapi tidak seorang pun dapat bekerja yang lebih memuaskan dibandingkan Muhammad. Beliau mampu menunjukkan cara bisnis yang tetap memegang teguh pada kebenaran, kejujuran dan sikap amanah tetapi menghasilkan keuntungan yang optimal. Dalam transaksi bisnis sebagai pedagang professional tidak ada pertengkaran antara Muhammad dengan para pelanggannya karena urusan harga, kualitas produk dan pelayanan, segala permasalahan antara Muhammad dan pelanggannya selalu diselesaikan dengan damai, adil tanpa ada kekhawatiran akan terjadi unsure-unsur penipuan didalamnya.²¹

¹⁹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009. hal 267

²⁰ Didin Hafiduddin, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003. hal 67

²¹ Didin Hafiduddin, *Manajemen Syariah dalam Praktik* hal 269

Di pertengahan usia 30an, beliau banyak terlibat dalam bidang perdagangan seperti kebanyakan pedagang-pedagang lainnya. Tiga dari perjalanan dagang Nabi Muhammad setelah menikah telah dicatat dalam sejarah. Pertama perjalanan dagang ke Yaman. Kedua ke Najd. Dan ketiga ke Najran. Diceritakan juga bahwa disamping perjalanan-perjalanan tersebut Nabi Muhammad juga terlibat dalam urusan dagang “Ukaz dan Dzul Majaz”. Sedangkan musim lain Nabi Muhammad sibuk mengurus perdagangan grosir pasar-pasar kota Makkah. Dalam menjalankan bisnisnya Nabi Muhammad jelas menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang jitu dan handal sehingga bisnisnya tetap untung dan tidak pernah rugi.

Sikap mandiri dan tidak bergantung pada orang lain adalah salah satu sikap yang harus dimiliki oleh seorang *entrepreneur* sejati. Kecerdasan emosional yang dimiliki Rasulullah juga sangat baik dalam membangun sebuah jaringan. Tidak tanggung-tanggung rekan bisnis Rasulullah adalah para pembesar kaum Quraisy, yang juga merupakan teman kakeknya, Abdul Muthalib. Jaringan yang dipupuknya dengan kepercayaan-kepercayaan yang bibitnya adalah kejujuran dan buahnya lebih hebat lagi saudagar wanita yang cantik dan sukses bernama Siti Khadijah yang terpesona akan sikapnya yang kemudian menjadi istrinya. Kehidupan masa kecil Muhammad yang langsung di didik oleh alam

membuatnya lebih luas dalam melihat peluang. Lebih berani dalam mencoba. Dan lebih tahan banting.

Ada dua prinsip utama yang patut di contoh dari perjalanan bisnis Rasulullah. *Pertama*, uang bukanlah modal utama dalam berbisnis modal utama dalam usaha adalah membangun kepercayaan dan dapat di percaya (*al-min*). *Money is not number one capital in business, the number one capital is trust. Kedua*, kompetensi dan kemampuan teknis yang terkait dengan usaha beliau mengenal dengan baik pasar-pasar dan tempat-tempat perdagangan di Jazirah Arab. Beliau juga mengetahui seluk beluk aktifitas perdagangan dan bahayanya riba sehingga beliau menganjurkan jual beli dan menghapuskan riba.

3. Pengetahuan Prinsip-Prinsip Bisnis Rasulullah SAW.

Konsep perniagaan dalam Islam amat luas, tidak hanya terbatas pada pencapaian material saja tetapi merupakan ibadah Fardhu Kifayah yang dituntut Allah swt. Dalam melakukan ibadah ini manusia jangan melakukan perbuatan yang mencemarkan kesuciannya. Jadi mereka harus melakukannya dalam batas-batas yang telah ditetapkan oleh Islam. Nabi Muhammad telah meletakkan dasar-dasar moral, manajemen dan etos kerja mendahului zamannya dalam melakukan perniagaan. Dasar-dasar etika dan manajemen bisnis tersebut telah mendapat legitimasi keagamaan setelah beliau diangkat menjadi nabi. Prinsip-

prinsip etika bisnis yang diwariskan semakin mendapat pembenaran akademisi. Konsep dagang yang diajarkan Rasulullah ialah apa yang disebut *value driven*, yang artinya menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai pelanggan. *Value driven* juga erat hubungannya dengan apa yang disebut *relationship marketing*, yaitu berusaha menjalin hubungan erat antara pedagang, produsen, dan para pelanggan.²² Dalam konteks sekarang ini disebut dengan *customer share marketing*. Ini adalah konsep yang dikembangkan oleh para pelaku marketing pada saat ini dan untuk masa yang akan datang. Konsep ini memanfaatkan pelanggan sebagai mitra dagang yang saling menguntungkan.

Rasulullah saw adalah orang yang menggeluti dunia perdagangan, sekaligus seorang pemasar (*marketer*) yang andal. Sebagai pedagang, menurut Gunara dan Sudibyo Rasulullah SAW berpegangan pada lima konsep. Pertama, *jujur*, suatu sifat yang sudah melekat pada diri beliau. Kejujuran ini diiringi dengan konsep kedua, yaitu ikhlas, dimana dengan keikhlasan seorang pemasar tidak akan tunggang langgang mengejar materi belaka. Kedua konsep ini dibingkai oleh *profesionalisme* sebagai konsep ketiga. Seorang yang profesional akan selalu bekerja maksimal. Konsep keempat adalah *silaturahmi* yang mendasari pola hubungan beliau dengan pelanggan, calon pelanggan,

²²Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2014, h.

pemodal dan pesaing. Sedangkan konsep kelima adalah *murah hati* dalam melakukan kegiatan perdagangan . lima konsep ini menyatu dalam apa yang disebut kedua penulisnya sebagai *soul marketing* yang nantinya akan melahirkan kepercayaan (*trust*). Kepercayaan ini merupakan suatu modal yang tidak ternilai dalam bisnis.²³

Berdasarkan uraian tersebut, maka telaah terhadap pemasaran dan perdagangan dari perspektif islam diharapkan akan mampu menjawab dan meluruskan berbagai permasalahan dalam bidang ini. Asumsi dasarnya adalah bahwa perdagangan dengan kejujuran, keadilan dalam bingkai ketakwaan kepada Sang maha Pencipta, merupakan persyaratan mutlak terwujudnya praktik-praktik perdagangan yang dapat mendatangkan kebaikan secara optimal kepada semua pihak yang terlibat. Lebih jauh lagi, dalam melakukan berbagai upaya pemasaran dalam merealisasikan perdagangan tadi seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip islam.²⁴

Nabi Muhammad SAW tidak memperbolehkan pembatasan harga komoditi di masa nabi merupakan cerminan pemikiran yang mewakili konsep *pricing*. *The war of price* (perang harga) tidak diperkenankan karena bisa

²³ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara: 2008, h.

²⁴ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara: 2008, h.

menjadi bumerang bagi para penjual. Secara tidak langsung nabi menyuruh kita untuk tidak bersaing di *price*, tetapi bersaing dalam hal lain seperti *quality* (kualitas), *delivery* (layanan) dan *value added* (nilai tambah).²⁵ Rasulullah bersabda:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لَا يَبِيعُ بَعْضُكُمْ عَلَى بَيْعِ أَخِيهِ (رواه البخارى)

Artinya: “Rasulullah bersabda: Jangalah kamu menjual menyaingi penjualan saudaramu”.(HR Bukhari).²⁶

Nabi yang hidup pada abad ke 7 masehi sudah mencanangkan sebuah kewajiban bagi pengusaha untuk tidak membingungkan konsumen. Ia memerintahkan pada para pengusaha untuk tegas dalam menentukan harga. Dalam melakukan jual beli, *price* harus sesuai dengan nilai suatu barang. Hal ini pada akhirnya akan menguntungkan pihak pengusaha karena kepercayaan konsumen akan dapat di raih dengan sendirinya.

Dalam menjual Nabi tidak pernah melebih-lebihkan produk dengan maksud untuk memikat pembeli. Nabi dengan tegas menyatakan bahwa seorang penjual harus menjauhkan

²⁵ Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudiby, *Marketing Muhammad saw strategi andal dan jitu praktik bisnis nabi Muhammad saw*, Bandung: Madani prima, 2007, h. 61

²⁶ Teungku Muhammad Hasbi Ash Shiddieqy, *Mutiara Hadits 5 nikah & hukum keluarga, perbudakan, jual beli, nazar & sumpah, pidana & peradilan, jihad*, Semarang: Pustaka Rizki putra, 2003, h. 185

diri dari sumpah-sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. Nabi pun tidak pernah melakukan sumpah untuk melariskan dagangannya. Kalau pun ada yang bersumpah, Nabi menyarankan orang itu untuk tidak melakukan sumpah tersebut secara berlebihan.²⁷ Rasulullah bersabda:

الْحَلْفُ مُنْفِقَةٌ لِلسَّلْعَةِ مُمَحِقَةٌ لِلْبِرِّكَةِ (رواه مسلم)

Artinya: “Sumpah dapat melariskan dagangan, tetapi menghapuskan berkah”. (HR Muslim)²⁸

Sumpah yang berlebihan dalam *promotion* telah sejak dahulu dianjurkan untuk dihindari. Karena sumpah yang berlebihan, yang dilakukan hanya untuk mendapatkan penjualan yang lebih, tidak akan menumbuhkan kepercayaan (*trust*) pelanggan. Mungkin pada saat kita melakukan sumpah yang berlebihan kita mendapatkan penjualan yang di atas rata-rata. Namun, saat konsumen menyadari bahwa sumpah yang kita ucapkan hanya sebuah kebohongan maka konsumen tersebut tidak akan membeli lagi dari kita.

Keuntungan dan laba bisnis dari seseorang muslim dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya dalam memenuhi nafkah keluarga. Memberi nafkah kepada keluarga dengan ikhlas termasuk shadaqah. Untuk melaksanakan kewajiban

²⁷Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad saw strategi andal dan jitu praktik bisnis nabi Muhammad saw*..... h. 58

²⁸Yusuf Qardhawi, *Halal Haram dalam islam*, Surakarta, Era Intermedia, 2000. h. 367

memberi nafkah kepada keluarga, sandang dan papan, ialah dengan jalan usaha mencari rizqi antara lain melalui jual beli.²⁹ Dalam berdagang, Rasulullah saw tidak hanya berfokus di kota mekkah saja, melalaikan beliau telah melakukan perdagangan internasional dengan membawa barang dengannya ke Palestina, Syria, Libanon, dan Yordania. Beliau melakukan kegiatan pemasaran yang unik melalui reputasinya sebagai pedagang yang jujur dan senantiasa berkata benar, sifat yang telah tertanam dengan kuat sejak muda. Segala permasalahan dengan pelanggan selalu dapat diselesaikan dengan damai dan adil tanpa ada kekhawatiran akan terjadi unsur-unsur penipuan di dalamnya. Dengan citra pribadi yang sangat dapat dipercaya ini, beliau sebenarnya telah mencapai semua apa yang diinginkan seorang *marketer* dari strategi pemasarannya.³⁰

Perdagangan atau pemasaran yang akan mendatangkan kegunaan yang lebih besar bagi kedua belah pihak yang terlibat adalah perdagangan yang dilakukan berdasarkan suka sama suka. Sistem yang bagaimana yang menjamin bahwa suatu perdagangan yang terjadi senantiasa berlandaskan suka sama suka? Apakah mungkin suatu transaksi perdagangan dilakukan karena keterpaksaan, karena

²⁹ Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2004, h.

³⁰ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah* Jakarta: Bumi Aksara: 2008, h.

kebutuhan yang mendesak, atau karena tidak ada pembeli yang lain?³¹

Ajaan islam mencakup dua dimensi pokok, yakni dimensi vertikal (*hablumminallah*) dan dimensi horizontal (*hablumminannas*). Keduanya mempunyai arti ibadah, yakni ketaatan seseorang hamba kepada allah swt. Kualitas tertinggi dari ketaatan yang bersifat vertikal adalah takwa, sementara kualitas tertinggi dari ketaatan yang bersifat horizontal adalah berlaku adil. Kejujuran merupakan salah satu tangga untuk mencapai tingkat adil yang dimaksud. Dimensi vertikal dalam ajaran islam bersifat *mahdhah*, yakni ibadah yang telah ditentukan cara pelaksanaannya dan tidak bisa direkayasa, sementara dimensi horizontal bersifat *ghairu mahdhah*, menyeluruh dan *mujmal*, yang meliputi segala aspek kehidupan, yang masih harus dipahami dan ditafsirkan.³²

Aktivitas pemasaran merupakan salah satu dari aspek kehidupan yang bersifat horizontal yang dimaksud, yang menurut fikih islam dikelompokkan ke dalam masalah *muamalah*, yakni masalah-masalah yang berkenaan dengan hubungan antar manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Perdagangan juga mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi islam, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor riil. Sistem ekonomi islam memang lebih mengutamakan sektor riil dibandingkan dengan sektor

³¹ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, h. 6-7

moneter, dan transaksi jual beli memastikan keterkaitan kedua sektor tersebut. Kekayaan suatu negara dari perspektif islam tidak diukur dengan jumlah uang yang beredar, tetapi dengan produksi barang yang dihasilkan oleh negara tersebut.³³

Ada beberapa prinsip dan konsep yang melatarbelakangi keberhasilan Rasulullah dalam bisnis, prinsip-prinsip itu intinya merupakan *Fundamental Human Etic* atau sikap-sikap dasar manusiawi yang menunjang keberhasilan seseorang. Menurut Didin Hafiduddin, karakter etika berwirausaha yang menunjang keberhasilan Rasulullah yang menjadi dasar etika wirausaha modern meliputi Shiddiq, Amanah, Fathanah Tabligh.³⁴ Prinsip-prinsip itu adalah:

1. *Shiddiq*, diartikan sebagai kejujuran dan kebenaran nilai dasarnya adalah integritas, nilai-nilai dalam bisnisnya berupa jujur, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional.³⁵

Kebenaran dan kejujuran adalah kunci menjalankan aktivitas. Kebenaran dan kejujuran akan mendorong orang tahan uji, ikhlas serta memiliki keseimbangan antara kecerdasan religious, kecerdasan pikir, dan kecerdasan emosional. Jika seorang entrepreneur benar dan jujur dalam implementasi dan

³² Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*,h. 7-8

³³ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*.....h. 8

³⁴ Hafiduddin, *Manajemen*...h. 50

³⁵ Alma, *Manajemen*...h. 309

operasional bisnisnya maka niscaya dapat mencapai tujuan bisnisnya dengan mudah, efektif dan efisien.³⁶

Rasulullah telah melarang pebisnis melakukan perbuatan yang tidak baik, seperti beberapa hal dibawah ini:

- a. Larangan tidak menepati janji yang telah disepakati.
 - b. Larangan menutupi cacat atau aib barang yang dijual.
 - c. Larangan mengurangi timbangan.
2. *Amanah*, nilai dasarnya terpercaya dan nilai-nilai dalam bisnisnya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu.

Amanah dapat diartikan sebagai bentuk perilaku seseorang yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang menjadi tugas atau urusannya, orang semacam ini kredibilitas tertentu sesuai dengan tingkatan kemampuannya memenuhi kepercayaan dan tanggung jawab yang dipikulnya. Ada juga yang memaknai amanat sebagai keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai ketentuan. Sifat yang amanah selalu bergandengan dengan nilai-nilai kejujuran sebagai sebuah implementasi dari keinginan seseorang tidak mungkin orang akan amanah apabila dia tidak jujur, demikian sebaliknya.

³⁶ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta Pustaka Bisnis

Sifat amanah akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan penuh tanggung jawab pada setiap individu muslim. Kelompok individu yang memiliki sifat itu akan melahirkan masyarakat yang kuat, mendorong pertumbuhan bisnis, sebaliknya tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan bisnis akan hancur. Seseorang yang melanggar Amanah digambarkan oleh Rasulullah sebagai orang yang tidak beriman. Sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Sikap amanah diantaranya tidak melakukan penipuan, tidak memakan riba, tidak menzalimi, tidak melakukan suap, tidak memberikan hadiah yang diharamkan. Sikap itu bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa apapun aktivitas yang dilakukan termasuk pada saat bekerja selalu diketahui oleh Allah.

3. *Fathanah*, berarti cakap atau cerdas memiliki kemampuan intelektual, cerdas, kreatif, berani, percaya diri dan bijaksana.

Seorang wirausaha yang *fathanah* adalah seseorang yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala sesuatu yang berhubungan dengan kewajiban dan tugasnya secara cerdas. *Fathanah* sebagai kompetensi bisnis member berbagai keunggulan:

- a. Memungkinkan orang untuk berkreasi dalam melakukan berbagai inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat. Kreativitas dan inovasi hanya mungkin dimiliki ketika seseorang selalu berusaha untuk menambah berbagai ilmu pengetahuan dan informasi, baik yang berhubungan dengan bisnisnya maupun industry lain.
- b. Memungkinkan orang berkeinginan kuat untuk mencari dan menemukan peluang-peluang bisnis baru, prospektif dan berwawasan masa depan, sekaligus siap menghadapi dan menanggung berbagai macam resiko.
- c. Memungkinkan orang mampu menerjemahkannya ke dalam nilai-nilai bisnis dan manajemen yang bertanggung jawab, transparan, disiplin sadar produk dan jasa serta belajar secara berkelanjutan untuk membangun manajemen bisnis yang bervisi islam.
- d. Memungkinkan orang mampu melakukan koordinasi, membuat deskriptif tugas, delegasi wewenang, membentuk kerja tim responsive, mampu membuat sistem pengendalian dan melakukan supervise yang baik.
- e. Memungkinkan orang berkompetisi dengan sehat, mendeteksi kelemahan, membuat ancangan antisipasi,

ancangan pertumbuhan bisnis dan anjakan mengawal bisnisnya.

Dengan demikian sikap fathanah ini sangatlah penting bagi pebisnis karena sifat fathanah ini berkaitan dengan marketing, keuntungan bagaimana agar barang yang dijual cepat laku dan mendatangkan keuntungan dan bagaimana agar pembeli tertarik dan membeli barang tersebut.

4. *Tabligh*, artinya komunikatif. Orang yang memiliki sifat tablighkan menyampaikan pesan dengan benar (*bil hikmah*) melalui tutur kata yang menyenangkan dan lemah lembut (*al aqshid*). Dalam dunia bisnis seseorang harus mampu mengomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada stakeholdernya, mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya tanpa berbohong dan menipu pelanggan. Dia harus menjadi komunikator yang baik terhadap mitra bisnisnya.

Praktik bisnis sifat tabligh selain santun juga harus mampu mengomunikasikan gagasan-gagasan segar secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarnya. Seorang pengusaha harus mampu berdialog, berdiskusi dengan baik, berbicara dengan orang lain dengan suatu yang mudah dipahaminya dan dapat diterima oleh akalunya, jadilah pendengar yang penuh perhatian atas apa yang diucapkan mitra bisnisnya,

konsumen. Seorang yang tablig bukanlah orang yang suka berdebat, yang masih sering diperhatikan oleh manajemen dan pelayanan dalam melayani konsumennya.³⁷

Penjelasan di atas menunjukkan suatu pelajaran yang berharga bahwa prinsip-prinsip bisnis Rasulullah adalah Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh. Shiddiq adalah selalu berbuat baik dan menghindari perbuatan seperti tidak menepati janji yang telah disepakati, menutupi cacat atau aib barang yang dijual. Sedangkan sifat amanah adalah tidak mengurangi apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan sebaliknya tidak boleh ditambah, dalam hal ini tidak boleh menambah harga jual yang telah ditentukan kecuali atas pengetahuan pemilik barang. Amanah berarti tidak melakukan penipuan, memakan riba, tidak menzalimi, tidak melakukan suap. Fathanah berarti cakap dan cerdas. Dalam hal ini fathanah meliputi dua unsur. Fathanah dalam administrasi atau manajemen dagang dan fathanah dalam hal menerapkan selera pembeli yang berkaitan dengan barang ataupun harta. Dengan demikian fathanah berkaitan dengan strategi pemasaran (kiat membangun citra). Kiat membangun citra dari uswah Rasulullah saw meliputi: penampilan, pelayanan, persuasi, dan pemuasan. Sedangkan tabligh adalah komunikatif, memiliki kemampuan untuk berbicara, berdialog, dan kemampuan mempresentasikan dengan cara-cara yang

³⁷ Mustofa, dalam Jurnal berjudul “*Etrepreneurship Syariah Menggali*

santun, baik dan tidak menyakiti orang lain. Kemampuan berkomunikasi ini merupakan ujung tombak pemasaran produk, kemampuan berkomunikasi dapat mempengaruhi psikologi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan tentunya dengan cara-cara yang benar santun dan tidak melakukan intimidasi untuk mendapatkan simpati konsumen.

Sikap-sikap Rasulullah tersebut hendaknya dapat memberikan gambaran bagaimana sebenarnya sebuah bisnis seharusnya dimulai dan dikelola. Tidak mungkin tidak sukses apabila kita menerapkan apa-apa yang telah Rasulullah contohkan kecuali Allah swt yang menghendakinya. Begitu banyak suri teladan bagaimana menjalani kehidupan yang dapat kita ambil dari Rasulullah termasuk dalam hal berbisnis.

2.2. Perilaku Wirausaha

1. Pengertian Perilaku Wirausaha

Perilaku wirausaha terdiri dari dua unsur kata yaitu perilaku dan wirausaha. Perilaku merupakan sifat-sifat yang terdapat dalam perbuatan. Hal ini tentu berhubungan langsung dengan akidah yang dimiliki oleh si anak. Poerwadarminta dalam kamusnya menyebutkan bahwa perilaku adalah perbuatan, tingkah laku, perangai.³⁸ Menurut Hendro Perilaku adalah tindakan dari kebiasaan atas kebenaran yang ia pegang teguh. Perilaku juga disebut sebagai langkah dan tindakan yang ia lakukan untuk menghadapi dan

menyiasati pekerjaan sehari-hari. Perilaku merupakan karakteristik wirausaha. Perilaku juga dapat disebut sebagai langkah dan tindakan yang ia lakukan untuk menghadapi dan menyiasati pekerjaan sehari-hari.³⁹

Sedangkan istilah wirausaha sepopuler seperti sekarang ini, dulu sering kita dengar dengan istilah wiraswasta. Kata “wiraswasta” berasal dari wira berarti utama, gagah, berani, luhur, teladan atau pejuang. Swa berarti sendiri dan sta berarti berdiri. Jadi wiraswasta (wirusaha) berarti pejuang yang utama, gagah, berani, dan layak menjadi teladan dalam bidang usaha dengan kaki sendiri.⁴⁰ Dengan demikian pengertian wiraswasta atau wirausaha adalah orang yang berani membuka lapangan pekerjaan dengan kekuatan sendiri, yang pada gilirannya tidak saja menguntungkan dirinya sendiri tetapi juga menguntungkan masyarakat, karena dapat menyerap tenaga kerja yang memerlukan pekerjaan. Ir. Hendro mengungkapkan wirausaha melakukan sebuah proses yang disebut *creative destruction* untuk menghasilkan suatu nilai tambah (*added value*) guna menghasilkan nilai yang lebih tinggi.

Wirausaha merupakan gabungan dari kreatifitas, keinovasian, dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan

³⁸ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, , h. 554.

³⁹ Hendro, *Dasar-Dasar kewirausahaan*, Jakarta: Erlangga, 2011, h. 166

⁴⁰ Lantip Susilowati, *Bisnis...*h.1

memelihara usaha baru. Istilah ini juga diartikan sebagai “*the backbone of economy*” yaitu syarat pusat perekonomian atau sebagai “*fail bone of economy*” yaitu pengendali perekonomian suatu bangsa.⁴¹ Untuk itu wiraswasta dapat dijadikan strategi demi suksesnya pembangunan nasional.

Secara epistemologi, wirausaha merupakan suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*start up phase*) atau sebagai suatu proses dalam mengerjakan suatu yang baru (*creative*) dan sesuatu yang berbeda (*innovative*). Kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang. Sedangkan keinovasian dinyatakan sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk mempertinggi dan meningkatkan taraf hidup.⁴²

Wirausaha berarti kegiatan yang membutuhkan seni dan keterampilan untuk mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.⁴³ Dalam arti lainnya adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi. Wirausaha ini

⁴¹ Suryana, *Wirausaha*, Jakarta: Salemba Empat, 2001, h. 4.

⁴² Suryana, *Wirausaha* h. 4.

⁴³ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2008, h. 1130

merupakan gabungan dari kreatifitas, keinovasian, dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru.⁴⁴

Abdullah Gymnastiar atau yang akrab dengan sapaan Aa'Gym, seorang muballigh dan juga pengusaha sukses menjelaskan bahwa “entrepreneur adalah *kemampuan seseorang untuk meng-create atau menciptakan manfaat dari apapun yang ada dalam dirinya dan lingkungannya.*” Aa' Gym juga mengatakan “Wirausaha tidak identik dengan bisnis, melainkan keterampilan mengolah potensi yang ada sehingga dapat bermanfaat bagi orang banyak, dalilnya *khairunnas anfauhum linnas.*”⁴⁵

Kasmir menyatakan bahwa secara sederhana arti wirausaha (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri atau berkelompok. Seorang wirausahawan dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan, serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan. Tidak ada istilah rugi selama seseorang melakukan usaha dengan penuh

⁴⁴ Suryana, *Wirausaha* h. 5

⁴⁵ Sudrajat Rasyid, dkk., *Wirausaha Santri*, Jakarta: PT. Citrayudha, 2005,

keberanian dan penuh perhitungan, hal itulah yang disebut dengan jiwa wirausaha.⁴⁶

Purdi E. Chandra menambahkan bahwa *Entrepreneur* itu memang harus berani bermimpi. Sebab mimpi atau visi itu sama dengan cetak biru (*blue print*) dari realita. Artinya, sesuatu yang akan menjadi kenyataan;⁴⁷ Menurut Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuehl dalam buku *Entrepreneurship* (1999), wirausaha adalah suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu value dari yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh banyak orang. Katanya, setiap wirausahawan (*entrepreneur*) yang sukses memiliki empat unsure pokok, yaitu:

- a. Kemampuan (hubungannya dengan IQ dan skill)
 - 1) Dalam membaca peluang.
 - 2) Dalam berinovasi.
 - 3) Dalam mengelola.
 - 4) Dalam menjual.
- b. Keberanian (hubungannya dengan EQ dan mental)
 - 1) Dalam mengatasi ketakutannya.
 - 2) Dalam mengendalikan resiko.
 - 3) Untuk keluar dari zona kenyamanan.
- c. Keteguhan hati (hubungannya dengan motivasi diri)
 - 1) *Persistence* (ulet), pantang menyerah.

⁴⁶ Kasmir, *Wirausaha*, Jakarta: Grafindo Persada, 2006, edisi I, h.16

⁴⁷ Purdi E. Chandra, *Menjadi Entrepreneur Sukses*, Jakarta: PT Grasindo, 2001, cet.I, h. 3

- 2) Determinasi (teguh akan keyakinannya).
 - 3) Kekuatan akan pikiran (*power of mind*) bahwa kita juga bisa.
- d. Kreativitas yang menelurkan sebuah inspirasi sebagai cikal bakal ide untuk menemukan peluang berdasarkan intuisi (hubungannya dengan *experience*).

Seorang *entrepreneur* harus bisa melihat *opportunity* atau peluang dari kacamata (perspektif) yang berbeda dari orang lain atau yang tidak terpikirkan oleh orang lain yang kemudian bisa diwujudkan menjadi *value*. *Entrepreneur* yang berhasil adalah *entrepreneur* yang mampu bertahan dengan segala keterbatasannya, memanfaatkan, dan meningkatkannya untuk memasarkan (tidak hanya menjual) peluang tersebut dengan baik serta terus menciptakan reputasi yang membuat usaha itu bisa berkembang.⁴⁸

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku wirausaha adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh alumni yang mencerminkan karakteristik dan ciri-ciri seorang wirausaha yaitu kreativitas tinggi, tanggung jawab, berani mengambil risiko, berorientasi ke masa depan, berkomitmen terhadap pekerjaan. Ciri-ciri wirausaha tersebut dijadikan indikator yang digunakan untuk melihat sejauh mana alumni yang termotivasi berperilaku wirausaha.

⁴⁸ Hendro, *Dasar-Dasar...*h. 29-30

2. Karakteristik Perilaku Wirausaha

Perilaku Wirausaha dalam dunia perdagangan terdapat karakteristik yang mencerminkan sifat-sifat yang dimiliki seorang wirausahawan. Terdapat sembilan karakteristik kewirausahaan perilaku wirausaha yaitu:

a. Motif Berprestasi Tinggi

Perilaku seorang wirausahawan selalu berprinsip bahwa apa yang dilakukan merupakan usaha optimal untuk menghasilkan nilai maksimal. Artinya, wirausahawan melakukan sesuatu hal secara tidak asal-asalan, sekalipun hal tersebut dapat dilakukan oleh orang lain. Nilai dan prestasi merupakan hal yang membedakan antara hasil karyanya sebagai seorang wirausahawan dengan orang lain yang tidak memiliki jiwa berwirausaha. Dorongan untuk selalu berprestasi tinggi harus ada dalam diri seorang wirausahawan karena dapat membentuk mental yang selalu lebih unggul dan mengerjakan segala sesuatu melebihi standar yang ada.

b. Perspektif ke Depan

Sukses adalah sebuah perjalanan, bukan tujuan. Setiap saat mencapai target, sasaran, impian, maka segeralah membuat impian-impian baru yang dapat memacu serta member semangat dan antusiasme kepada kita untuk mencapainya. Arah pandangan wirausahawan juga harus berorientasi ke masa depan. Keberhasilan atau

kegagalan wirausahawan akan dapat dilihat dari aspek perspektif ke depan.

c. Kreativitas Tinggi

Perilaku seorang wirausaha umumnya memiliki daya kreasi dan inovasi yang lebih tinggi daripada nonwirausahawan. Hal-hal yang belum terpikirkan oleh orang lain sudah terpikirkan olehnya dan wirausahawan mampu membuat hasil inovasinya menjadi “permintaan”. Seseorang yang memiliki kreativitas tinggi biasanya selalu berimajinasi, bermimpi bagaimana menciptakan sesuatu yang belum ada sebelumnya.

d. Perilaku Inovasi Tinggi.

Perilaku seorang wirausaha harus segera menerjemahkan mimpi-mimpinya menjadi inovasi untuk mengembangkan bisnis. Setiap impian harus diikuti dengan inovasi sebagai kerangka pengembangan, kemudian diikuti dengan manajemen produk, manajemen konsumen, manajemen arus kas, sistem pengendalian dan sebagainya. Inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi suatu yang dapat di implementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki. Jadi, untuk senantiasa dapat berinovasi dan menggali sumber kreativitas dengan cara ditumbuh kembangkan dengan memahami bahwa inovasi adalah kerja keras, terobosan, dan proses yaitu proses perbaikan

yang dilakukan terus-menerus.

e. Berkomitmen terhadap Pekerjaan.

Seringkali orang berhenti karena diantara sukses dan kegagalan. Namun, perilaku seorang wirausaha harus memiliki komitmen yang kuat dalam pekerjaannya karena jika tidak akan berakibat tidak berhasil terhadap segala sesuatu yang telah dirintisnya.

f. Tanggung Jawab.

Ide dan perilaku seorang wirausaha tidak terlepas dari tuntutan dan tanggung jawab. Oleh karena itulah, komitmen sangat diperlukan dalam pekerjaan sehingga mampu melahirkan tanggung jawab. Komitmen dapat melahirkan tanggung jawab. Indikator atau cirri-ciri orang yang bertanggung jawab adalah:

- 1) Berdisiplin.
- 2) Penuh komitmen.
- 3) Bersungguh-sungguh.
- 4) Tidak suka bohong (jujur).
- 5) Berdedikasi tinggi.
- 6) Konsisten.

Wirausahawan selalu mengerjakan sesuatu dengan tepat waktu dan terukur, selalu jujur dan mengerjakan tugas sesuai dengan ketentuan, tidak suka meniru dan mandiri untuk mencapai keberhasilan. Disini pula wirausahawan tidak mau membuat sesuatu yang

sama dengan yang lain dengan cara meniru, tetapi selalu membuat sesuatu produk yang berbeda dengan yang lain.

g. Kemandirian atau Ketidaktergantungan terhadap Orang Lain.

Orang mandiri adalah orang yang tidak suka mengandalkan orang lain, namun justru mengoptimalkan segala daya dan upaya yang dimilikinya sendiri. Intinya adalah kepandaian dalam memanfaatkan potensi diri tanpa harus diatur oleh orang lain. Untuk menjadi wirausahawan mandiri harus memiliki tiga jenis modal utama yang menjadi syarat, yaitu sebagai berikut:

- 1) Sumber daya internal wirausaha, misalnya kepandaian, ketrampilan, kemampuan menganalisis dan menghitung risiko serta keberanian atau visi jauh ke depan.
- 2) Sumber daya eksternal, misalnya uang yang cukup untuk membiayai modal usaha dan modal kerja, jaringan sosial (*social network*) serta jalur permintaan dan penawaran dan lain sebagainya.
- 3) Faktor X, misalnya kesempatan dan keberuntungan.

h. Berani Menghadapi Risiko.

Perilaku seorang wirausaha harus selalu berani menghadapi risiko. Semakin besar risiko yang dihadapinya, maka semakin besar pula kemungkinan dan kesempatan untuk meraih keuntungan yang lebih besar.

Sebaliknya, semakin kurang berani menghadapi risiko, maka kemungkinan keberhasilan juga semakin sedikit. Tentu saja risiko-risiko ini sudah harus diperhitungkan terlebih dahulu. Berani menghadapi risiko yang telah di perhitungkan sebelumnya merupakan kunci awal dalam berusaha karena hasil yang akan dicapai akan proporsional dengan risiko yang akan diambil. Risiko yang di perhitungkan dengan baik akan lebih banyak memberikan kemungkinan berhasil lebih tinggi.

Inilah faktor penentu yang membedakan wirausahawan dengan manajer. Wirausahawan akan lebih dibutuhkan pada tahap awal pengembangan perusahaan, sedangkan manajer dibutuhkan dalam mengatur perusahaan. Inti dan tugas manajer adalah berani mengambil dan membuat keputusan untuk meraih sukses dalam mengelola sumber daya, sedangkan inti wirausahawan adalah berani mengambil risiko untuk meraih peluang.

i. Selalu Mencari Peluang

Perilaku seorang wirausaha dalam mencari peluang tidak berarti peluang sudah ada, tetapi wirausahawan harus menciptakan sendiri peluang, yaitu dengan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dan sesuatu yang lebih bermanfaat serta mudah digunakan. Semakin tinggi kemampuan wirausahawan dalam

mengerjakan berbagai tugas sekaligus, semakin besar pula kemungkinan untuk mengolah peluang menjadi sumber daya produktif.⁴⁹

M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer, mengemukakan delapan karakteristik Perilaku seorang wirausaha sebagai berikut :

- a. *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki tanggung jawab akan mawas diri.
- b. *Preference for moderate risk*, yaitu lebih memilih resiko yang moderat, artinya selalu menghindari resiko, baik yang terlalu rendah maupun yang terlalu tinggi.
- c. *Confidence in their ability to success*, yaitu memiliki kepercayaan diri untuk memperoleh kesuksesan.
- d. *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik dengan segera.
- e. *High level for energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- f. *Future orientation*, yaitu berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
- g. *Skill at organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.

⁴⁹ Suryana, *Kewirausahaan...*h. 29-36

h. *Value of achievement over money*, yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang.⁵⁰

Perilaku seorang wirausaha berarti memadukan kepribadian, peluang, keuangan dan sumber yang ada di lingkungan sekitar guna mengambil keuntungan yang dapat digunakan untuk menyelesaikan tujuan organisasi. Kepribadian ini mencakup pengetahuan, ketrampilan, sikap dan perilaku. Jiwa wirausaha bagi personil pendidikan seperti kepala atau manajer, staf ahli, guru, karyawan dan pekerja lainnya dengan menjalankan usaha dengan menggunakan modal dan tenaga pengembangan jiwa wirausaha ini mengandung resiko. Resiko itu bisa datangnya dari sistem yang tidak mendukung, dan juga datangnya dari lingkungan yang tidak familiar dengan jiwa wirausaha diterapkan. Namun pemimpin yang tidak mempunyai jiwa wirausaha akan lebih beresiko lagi. Sebab ia akan bekerja atas dasar petunjuk dengan perintah. Jika tidak ada petunjuk dan perintah meskipun hal itu signifikan meningkatkan mutu pemimpin tersebut tidak mau mengambil resiko bagi dirinya. Ia akan membiarkan peluang itu berlaku begitu saja dari waktu ke waktu..⁵¹

Jadi Perilaku seorang wirausaha adalah mengubah atau merevolusionerkan pola produksi dengan jalan

⁵⁰ Suryana, *Kewirausahaan*..... h.24-25

⁵¹ Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2000., h. 178.

memanfaatkan sebuah penemuan baru (invention). Secara lebih umum adalah sebuah kemungkinan teknologikal untuk memproduksi sebuah komoditas. Atau bisa dikatakan memproduksi komoditas lama dengan cara baru dan membuka sumber suplay bahan-bahan baru. Atau mencari cara penyaluran sumber suplay tersebut dengan yang baru dan mereorganisasi sebuah industri baru

3. Perilaku Wirausaha dalam Konsep Islam

Kewirausahaan dalam islam pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan kewirausahaan secara umum, dalam Al qur'an banyak terdapat ayat yang menerangkan tentang kewirausahaan, diantaranya adalah Surat An-Najm 39-41 sebagai berikut:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى (٣٩) وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَى (٤٠)
ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الْأَوْفَى (٤١)

Artinya: *Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasannya usaha itu kelak akan diperlihat (kepada-Nya). Kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna."*

Ayat diatas menguraikan bahwa jika kita ingin memperoleh sesuatu maka kita harus berusaha bekerja keras untuk dapat meraihnya. Maka setelah usaha yang dilakukan kita berpasrah diri kepada Allah swt terhadap hasil yang akan diperoleh, jika kita telah bersungguh-sungguh dalam usaha

maka Allah juga akan memberikan keputusan terbaik bagi kita dan begitu juga sebaliknya sebab Allah swt pemilik segala sesuatu.

Pengertian perilaku wirausaha dalam perspektif islam adalah segala aktivitas bisnis yang diusahakan secara perniagaan dalam rangka memproduksi suatu barang atau jasa dengan jalan tidak bertentangan dengan syariat. Sedangkan, wirausahawan muslim adalah seseorang yang mengkombinasikan faktor-faktor sumber daya alam, tenaga kerja, dan material yang dibangun atas dasar hukum Allah swt dan kepercayaannya dalam bekerja sama.⁵²

Islam juga tidak menutupi bahwa SDM yang berkualitas selayaknya harus dimiliki oleh setiap muslim, sehingga mampu mengaktualisasikan dirinya, hubungan ini jelas akan terbentuk pada jiwa kemandirian umat Islam dalam berwirausaha. Menurut Abraham Maslow seperti yang dikutip Muhammad Sirozi, SDM yang berkualitas di antaranya memiliki karakteristik seperti gemar mencipta, berkreasi, dan menemukan penemuan-penemuan dalam skala besar.⁵³

Dalam sebuah hadits diterangkan bahwa Allah Swt. Menyukai orang mukmin yang berusaha. Usaha adalah lebih utama dari pada meminta-minta tidak lepas dari hal yang di

⁵² Aripin, "*Strategi Dakwah H. Dasuki dalam Membangun Wirausaha Muslim di Wilayah Cakung Jakarta Timur*" Skripsi, Semarang UIN walisongo Semarang, 2011 h. 30

⁵³ Muhammad Sirozi, *Agenda Strategis Pendidikan Islam*, Yogyakarta: AK Group, 2004, cet. I, h. 137

benci Allah Swt., terutama usaha dalam mengurus kepentingan kaum Muslim. Jika hal itu dilaksanakan oleh setiap muslim dengan baik, maka Allah Swt. akan mencukupi setiap hambanya dengan kemaslahatan. Dalam sebuah hadits lain juga diterangkan bahwasanya Nabi Daud juga berwirausaha dengan hasil tangannya. Nabi Daud adalah pembuat besi, kemudian ia menjualnya dan makan dari hasilnya sedangkan selebihnya ia sedekahkan.

عَنِ الْمُقَدَّامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَفِي رِوَايَةٍ : كَانَ لَا يَأْكُلُ إِلَّا مِنْ عَمَلِ يَدِهِ (رواه بخارى)

Artinya: Diriwayatkan dari Miqdam r.a.: Nabi Saw. bersabda: “Tiada seorang pun memakan sesuatu makanan yang lebih baik dari makanan yang dihasilkannya dari kerja tangannya sendiri, dan sesungguhnya nabi Allah Daud a.s. makan dari hasil kerja tangannya sendiri. Di dalam riwayat lain disebutkan, bahwa nabi Daud a.s. tidak pernah makan kecuali dari hasil kerja tangannya sendiri (H.R. Bukhori).⁵⁴

Keutamaan usaha juga diisyaratkan dengan sabda Rasulullah Saw sebagai berikut:

⁵⁴ Abi Abdullah Muhammad ibn Isma'il, *Al-Jami' Al-Shahih Al-Bukhari Juz II*, Semarang: Usaha Keluarga, td., h. 6

عَنْ رِفَاعَةَ أَنَّهَا خَرَجَتْ مَعَ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِلَى الْمُصَلَّى فَرَأَتْ
النَّاسَ يَتَبَايَعُونَ فَقَالَتْ: يَا مَعْشَرَ التَّجَارِ فَرَفَعُوا أَعْنَاقَهُمْ وَأَبْصَارَهُمْ إِلَيْهِ
إِحَابَةً لَهُ فَقَالَتْ: إِنَّ التَّجَارَ يَبْعَثُونَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فُجَّارًا إِلَّا مَنْ اتَّقَى اللَّهَ
وَبَرَّ وَصَدَقَ. وَفِي رِوَايَةٍ: التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ يُحْشَرُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ
مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّادِقِينَ وَالشُّهَدَاءِ (رواهما الترمذي)

Artinya: Dari Rifa'ah r.a, bahwa ia pernah keluar bersama dengan Nabi saw. menuju ke tempat shalat, maka beliau melihat orang-orang sedang melakukan jual beli, lalu ia bersabda, “wahai para pedagang!” maka perhatian dan pandangan mereka tertuju kepada Nabi Saw., kemudian beliau bersabda lagi: “sesungguhnya para pedagang, kelak di hari kiamat akan dibangkitkan sebagai orang-orang yang durhaka, terkecuali orang yang bertakwa kepada Allah, dan berbakti, serta jujur.” Di dalam riwayat lain disebutkan, “Pedagang yang jujur lagi terpercaya adalah bersama-sama Nabi, orang-orang yang benar (shiddiqin), dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi).⁵⁵

Dalam mempraktekkan jiwa kewirausahaan ini perlu adanya etos kerja yang kuat. Seorang wirausaha perlu bekerja penuh kegigihan, kerja keras, dan kerja cerdas. Al-Qur'an menanggapi masalah ini dalam surah al- An'am ayat 135:

قُلْ يَا قَوْمِ اْعْمَلُوا عَلٰى مَكَانَتِكُمْ اِنِّىْ عَامِلٌ فَاَسَوْفَ تَعْلَمُوْنَ مَنْ
تَكُوْنُ لَهُ عَاقِبَةُ الدَّارِ اِنَّهٗ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُوْنَ ﴿١٣٥﴾

Artinya: Katakanlah: "Hai kaumku, berbuatlah sepuh kemampuanmu, Sesungguhnya akupun berbuat

⁵⁵ Abi Isa Muhammad Isa ibn Surah, *Sunan Al-Tirmidzi*, Beirut: Dar al-Kutub al- Alamiah, 2008, h. 50

(pula). kelak kamu akan mengetahui, siapakah (di antara kita) yang akan memperoleh hasil yang baik di dunia ini. Sesungguhnya orang-orang yang zalim itu tidak akan mendapatkan keberuntungan. (Qs. Al-An'am: 135).⁵⁶

Ayat ini mengandung indikasi tentang keharusan bekerja keras dalam meraih kesuksesan hidup di dunia. Artinya mendorong umat muslim secara khusus dan umat manusia secara umum untuk memiliki etos kerja yang tinggi. Dari keterangan ini maka tidak diragukan lagi bahwa setiap umat muslim baik secara personal ataupun kolektif agar dapat bekerja keras dalam meraih apapun yang menjadi tujuan utamanya. Tak terkecuali yang berada dalam lingkup keorganisasian.

Apabila setiap muslim mampu mempraktikkan jiwa kewirausahaan maka ia akan mampu mengokohkan fungsinya untuk Tafaqquh fiddin, yaitu melestarikan dan menjaga ajaran agama Islam seutuhnya. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 122 yaitu:

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴿١٢٢﴾

⁵⁶ Soenarjo, dkk., *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia*, Jakarta: Depag. RI., 2006, h. 153

Artinya: Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya. (QS. At-Taubah: 122)⁵⁷

Allah SWT menciptakan manusia sebagai makhluk yang paling mulia, paling sempurna, dan karena itulah manusia diberi tugas sebagai khalifah di muka bumi ini, dengan kelebihan akal pikirannya manusia mengatur dan memberdayakan sumber daya alam, seperti tumbuh – tumbuhan, hewan dan benda – benda alam lainnya untuk memperoleh manfaat dan mewujudkan kehidupan yang sejahtera.

Dalam Islam, wirausaha bukan barang baru lagi bagi kaum muslimin karena menjadi seorang wirausahawan merupakan bagian dari tugas sebagai khalifah di muka bumi.⁵⁸ Bagi orang muslim, berwirausaha sebenarnya memiliki derajat yang lebih tinggi, yaitu dalam rangka beribadah kepada Allah Swt. Berwirausaha adalah sebagian dari hidup kita yang harus ditujukan untuk beribadah kepada Allah swt dan wadah untuk berbuat baik kepada sesama. Sebagai konsekuensi dari

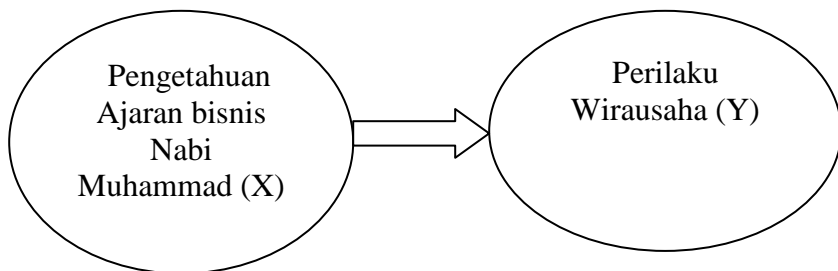
⁵⁷ Soenarjo, dkk., *Al-Qur'an Al-Karim*, h. 187

⁵⁸ Sam Abede Pareno, *Etika Bisnis Wirausaha Muslim: Satu Arah Pandang*, Surabaya: Papyrus, 2002. hal 34

pentingnya berwirausaha dalam pekerjaan seorang muslim, maka perlu dibangun budaya pebisnis (entrepreneur) muslim yang didasari pada sifat-sifat manusiawi dan religius dengan menempatkan pertimbangan agama sebagai landasan dalam bekerja

2.3. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, telaah kepustakaan, tinjauan pustaka dan landasan teori. Kerangka pikir gambaran tentang hubungan antar variable dalam suatu penelitian.⁵⁹ Kerangka pikir akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Berdasarkan landasan teori dan tinjauan pustaka yang ada, maka kerangka pemikiran teoritis dari penelitian ini disajikan dalam gambar sebagai berikut:



2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang telah dilakukan sebelumnya guna membantu mendapatkan gambaran dalam melakukan penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu

antara lain:

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Saifullah (2011) Walisongo, volume 19 No 1	“Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rasulullah”	Dari penelusuran sejarah yang dilakukan penulis, hasil penelitian bahwa etika bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghab dan tadlis, dan saling menguntungkan antarapenjual dan pembeli.

⁵⁹ Usman Rianse, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2012, h.85

2.	Aprijon (2013) Menara, volume 12 No 1	“Kewirausahaan dan Pandangan Islam”	Menurut peneliti dalam islam, baik dari segi konsep maupun praktik, aktifitas kewirausahaan bukanlah yang asing justru ini yang sering dipraktekkan oleh Nabi Muhammad, Istri dan Sahabat Islam bukan hanya berbicara tentang entrepreneurship tetapi langsung mempraktikkan dalam kehidupan nyata.
2.	Mustofa (2013) Al- Mizan, volume 9 No 1	“Enterpreneursip Syariah: (Menggali Nilai- Nilai Dasar Manajemen Bisnis	Menurut peneliti selain sebagai seorang nabi, Rasul, dan ulil amri. Rasulullah adalah seorang

		Rasulullah)”	pengusaha sukses yang telah meletakkan dasar-dasar konsep entrepreneur syariah.
4.	Novi Indriyani Sitepu (2016) Human Falah, volume 3 No 1	Jurnal “Prilaku Bisnis Muhammad SAW sebagai Entrepreneur Dalam Filsafat Ekonomi Islam”	Menurut peneliti Rasulullah adalah seorang pelaku bisnis yang sangat sukses di zaman beliau. Keteladanan tuntunan ajaran Muhammad dalam menjalankan bisnis. Prilaku bisnis Islam yang bebas riba (bunga), <i>gharar</i> (ketidakpastian), dan <i>maysir</i> (perjudian) dianggap lebih lebih baik karena

			syarat nilai.
5.	Roni Muhammad dan Mustofa (2014) Al-Mizan, volume 10 No 1	“Pengaruh Tingkat Pemahaman Agama Terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman agama yang terdiri dari Iman, Islam dan Ihsan pedagang pasar minggu Telaga tergolong tinggi. Berdasarkan hasil analisis uji parsial tentang tingkat pemahaman agama tentang Iman dan Ihsan berpengaruh signifikan terhadap perilaku dagang/ bisnis pedagang pasar minggu telaga kabupaten gorontalo.
6.	Elida Elfi Barus dan Nuraini	“Implementasi Etika Bisnis Islam	Hasil penelitian RM Wong Solo

	(2016)	(Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan)”	menggunakan konsep bisnis berbasis syariah, bagi mereka bekerja adalah jihad. Karena bagi mereka bisnis bukan hanya mengejar keuntungan duniawi semata tapi juga mengharap ridho dari Allah SWT. Mereka mengeluarkan zakat untuk setiap keuntungan yang diperoleh
7.	Triwahyono (2016)	Skripsi “Pengaruh Entrepreneur Knowledge, Motivasi dan Praktek Bisnis Nabi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>entrepreneur knowledge</i> , motivasi dan praktek bisnis Nabi

		<p>Muhammad SAW Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Salatiga)”</p>	<p>Muhammad SAW secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim di Salatiga. Uji Ftest menunjukkan bahwa <i>entrepreneur knowledge</i>, motivasi dan praktek bisnis Nabi Muhammad SAW secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim di Salatiga dengan pengaruh sebesar 55,2%, sedangkan sisanya yaitu</p>
--	--	---	--

			44,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model ini.
8.	Yunita Widyaning Astiti (2014)	Skripsi “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha ditunjukkan oleh nilai Fhitung 4,619 dengan nilai signifikansi 0,035 dan R2 0,053. Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterampilan berwirausaha dengan ditunjukkan oleh

			<p>nilai FHitung 13,124 dengan nilai signifikansi 0,001 dan R2 0,137.</p>
9.	Dewi Listiyani (2015)	<p>Skripsi “ Pengaruh Motivasi Wirausaha dan Mental Wirausaha Terhadap Mahasiswa Menjadi Wirausaha Muda (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2010 Universitas Islam Negri</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Motivasi Wirausaha dan Mental Wirausaha berpengaruh positiv terhadap Jiwa Wirausaha mahasiswa.</p>

		Walisongo Semarang)”	
10.	Agustiyani (2014)	Skripsi “Pengaruh Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha (Study Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Angkatan Tahun 2011 UIN Walisongo Semarang)	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan Artinya, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel pembelajaran kewirausahaan (X) terhadap minat berwirausaha (Y). Sedangkan dari hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,218, ini artinya bahwa variasi perubahan variabel minat berwirausaha (Y) dipengaruhi oleh

			perubahan variabel bebas pembelajaran kewirausahaan (X) sebesar 21%. Sedangkan sisanya 79% dipengaruhi oleh faktor lain diluar pembelajaran mata kuliah kewirausahaan.
--	--	--	---

2.5. Rumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.⁶⁰ Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah pengetahuan praktik bisnis

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta, 2016, h.

Nabi Muhammad berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku berwirausaha Alumni FEBI.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang diperoleh nantinya berupa angka, dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis statistik.⁶¹ Dalam penelitian ini pembahasan akan menitikberatkan seberapa besar pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw berpengaruh terhadap perilaku wirausaha pada Alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

2. Sumber Data

Pengambilan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Sumber Data Primer

Jenis data primer adalah data pokok yang berkaitan dan diperoleh secara langsung dari obyek penelitian. Sedangkan sumber data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data penelitian secara langsung.⁶²

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 13

⁶² P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004, h. 87

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari kuesioner yang dibagikan kepada Alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah lulus.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya.⁶³ Atau dengan kata lain dapat pula didefinisikan sebagai sumber yang dapat memberikan informasi/data tambahan yang dapat memperkuat data pokok yang menjadi sumber data primer yaitu teori baik dari buku, jurnal tentang pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw dan perilaku wirausaha.

3.2. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari obyek penelitian.⁶⁴ Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah Alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2015-2017 adalah sejumlah 468 Mahasiswa, yang selanjutnya disebut sebagai populasi.⁶⁵ Rinciannya dapat dilihat dalam

⁶³ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002, h. 91.

⁶⁴ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, h. 102

⁶⁵ Dokumentasi Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, di kutip pada tanggal 14 Januari 2017

tabel berikut:

Tabel 3.1
Alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang tahun 2015-2017

No	Tahun Lulus	Jumlah
1.	2015	182 Mahasiswa
2.	2016	205 Mahasiswa
3.	2017	82 Mahasiswa
4.	Jumlah	469 Mahasiswa

Sumber: Dokumen Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

2. Sampel

Jumlah individu yang masuk dalam populasi cukup besar, maka penulis hanya akan mengambil obyek penelitian sebagian kecil saja, sebagai wakil-wakil dari populasi. Wakil dari populasi yang menjadi obyek penelitian disebut sampel penelitian, dan dalam penelitian ini penulis mengkaitkan dengan pendapat Sutrisno Hadi yang menyatakan bahwa sampel merupakan bagian yang di ambil dari populasi yang dijadikan sebagai sasaran dari populasi.⁶⁶ Untuk mengetahui jumlah besaran dari populasi yang akan diteliti, maka pengambilan sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{N(d)2 + 1}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel yang dicari

N : jumlah populasi

d : nilai presisi (sebesar 95% atau $\alpha = 0,05$)

Perhitunganya sebagai berikut:

$$n = \frac{469}{469(0,05)^2+1} = \frac{469}{23,45.2+1} = \frac{469}{46,9+1} = \frac{469}{47,9} = 9,79 \text{ dibulatkan}$$

n 98

Dengan demikian, maka dari jumlah populasi 468 diperoleh ukuran sampel sebesar 9,79 atau dibulatkan menjadi 98 sampel penelitian. Agar representatif dalam pengambilan sampel digunakan tehnik *random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara random atau tanpa pandang bulu, artinya individu dalam populasinya baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁶⁷

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode angket atau kuesioner

Angket adalah suatu daftar pertanyaan atau pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subjek. Baik

⁶⁶ Sutrisno Hadi, *Statistik Jilid II*, Yogyakarta: Andi, 2001, h. 104.

⁶⁷ Sutrisno Hadi, *Statistik Jilid II*, h. 75

secara individu atau kompleks, untuk mendapatkan informasi tertentu, seperti preferensi, keyakinan, minat dan .⁶⁸ Metode ini peneliti gunakan untuk memperoleh data yang terkait dengan variabel X yaitu Pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad SAW, dan variabel Y yaitu perilaku wirausaha pada Alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Bentuk angket yang digunakan peneliti adalah angket tertutup yaitu pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia.⁶⁹

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data-data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda, dan sebagainya.⁷⁰ Metode ini digunakan untuk mencari data yang berkaitan dengan profil, nama Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

3.4. Teknik Analisis Data

Analisis di dalam penelitian ini ada beberapa hal yang digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan

⁶⁸ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, h.128.

⁶⁹ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, h.130

⁷⁰ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, h. 206

ajaran bisnis Nabi Muhammad saw terhadap perilaku wirausaha pada Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang diantaranya yaitu menggunakan analisis:

1. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti. Agar diperoleh keberhasilan instrumen, maka sebelum instrumen digunakan sebagai alat pengumpulan data dilakukan uji coba. Uji validitas instrumen digunakan teknik uji validitas internal yaitu dengan menguji kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan.⁷¹ Dalam penelitian ini digunakan analisis butir yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap butir pertanyaan dengan skor total, kemudian dikonsultasikan dengan tabel r dengan taraf signifikan 95%.

2. Reabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat pengukur dengan derajat keajegan, suatu kuesioner disebut *reliable* atau handal jika jawaban-jawaban konsisten.⁷² Untuk uji reliabilitas instrumen, digunakan rumus Alpha dari Cronbach sebagai berikut:

⁷¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007, h. 129

⁷² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, h. 132

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r = koefisien reliabilitas instrument (cronbach alpha)

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = total varians butir

σ_t^2 = total varians

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk membuktikan bahwa data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *one sample kolmogorov-smirnow Z* dengan bantuan komputer program SPSS 16.0.⁷³

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.

⁷³ Nana Sudjana, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, Bandung: PT. Sinar Baru Algensindo, 2001, h. 289

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Adapun kriteria uji homogenitas, jika nilai r (*probability value/critical value*) lebih besar dari tingkat α (nilai α yaitu 0,05), maka tidak homogen dan sebaliknya jika nilai r (*probability value/critical value*) lebih kecil dari tingkat α (nilai α yaitu 0,05), maka homogen.⁷⁴

4. Analisis Deskriptif

Data penelitian yang terkumpul, dianalisa dan diinterpretasikan untuk menguji hipotesa-hipotesa yang telah dirumuskan. Dimana cara menganalisa hasil penelitian disini dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis ini bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk yang sudah dipahami, dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Artinya, manajer sebagai pengguna mudah memperoleh deskripsi atau gambaran jika hasil informasi diubah menjadi analisis deskriptif. Data mentah yang cukup bervariasi bernilai sulit dan kurang bermakna, sebab periset harus mengartikan data tiap responden satu-persatu.

5. Analisis Regresi

Analisis Regresi merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap

⁷⁴ Suliyanto, *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia, 2005, h. 73

variabel lain.⁷⁵ Dalam analisis regresi, variabel yang mempengaruhi disebut Independent variabel (variabel bebas) dan variabel yang dipengaruhi disebut Dependent Variabel (variabel terikat). Jika dalam persamaan regresi hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka disebut sebagai persamaan regresi sederhana, sedangkan jika variabel bebasnya lebih dari satu, maka disebut sebagai persamaan regresi berganda.

Karena dalam penelitian ini menggunakan satu variabel independent dan satu variabel dependent, maka analisis yang digunakan adalah koefisien regresi sederhana.

6. Menguji Hipotesis

a. Uji T

Untuk mengetahui adakah pengaruh pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw terhadap perilaku wirausaha pada Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Ho diterima: apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$, berarti bahwa pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku wirausaha pada Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

⁷⁵ Sutrisno Hadi, *Analisis Regresi*, Yogyakarta: Andi Offset, 2001, h. 4.

Ho tidak dapat diterima: apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, berarti bahwa pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw berpengaruh secara parsial terhadap perilaku wirausaha pada Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

b. Uji F

Untuk mengetahui pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw berpengaruh secara simultan terhadap perilaku wirausaha pada Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Ho diterima: apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, berarti bahwa pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw tidak berpengaruh secara simultan terhadap perilaku wirausaha pada Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Ho tidak dapat diterima: apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti bahwa pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw berpengaruh secara simultan terhadap perilaku wirausaha pada Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

3.5. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Penelitian

Berdasarkan obyek penelitian dan metode penelitian yang digunakan, maka dibawah ini diungkapkan operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas atau X (*Independent Variable*)

Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah merupakan Variabel X atau Variabel yang mempengaruhi. Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw

Untuk definisi operasional variabel dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Variabel, Definisi, Indikator dan Skala Pengukuran
Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
Pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad SAW (X)	Ajaran bisnis yang telah di contohkan oleh Nabi Muhammad sebagai pedagang yang sukses dan merupakan figur yang dapat dijadikan sebagai teladan dalam	1. Shiddiq 2. Amanah 3. Fathanah 4. Tabligh	Diukur menggunakan angket skala likert

	bisnis dan perilaku ekonomi yang baik		
--	---------------------------------------	--	--

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel Terikat (*Dependent Variabel*) adalah merupakan variabel Y atau variabel yang terkena pengaruh, yang dimaksud variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku wirausaha pada Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Untuk definisi operasional variabel dapat di lihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.3
Variabel, Definisi, Indikator dan Skala Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
Perilaku wirausaha	semua kegiatan yang dilakukan oleh alumni yang mencerminkan karakteristik dan ciri-ciri seorang wirausaha yaitu kreativitas tinggi,	1. Motif Berprestasi Tinggi 2. Perspektif ke Depan 3. Kreativitas Tinggi 4. Perilaku	Diukur menggunakan angket skala likert

	<p>tanggung jawab, berani mengambil risiko, berorientasi ke masa depan, berkomitmen terhadap pekerjaan. Ciri-ciri wirausaha tersebut dijadikan indikator yang digunakan untuk melihat sejauh mana alumni yang termotivasi berperilaku wirausaha</p>	<p>Inovasi Tinggi</p> <p>5. Berkomitmen terhadap Pekerjaan</p> <p>6. Tanggung Jawab</p> <p>7. Kemandirian atau Ketidaktergantungan terhadap Orang Lain</p> <p>8. Berani Menghadapi Risiko</p> <p>9. Selalu Mencari Peluang</p>	
--	---	--	--

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Problematika perekonomian rakyat semisal kemiskinan, pengangguran dan kesenjangan ekonomi yang melebar tak kunjung teratasi. Beberapa tawaran konsep baik teoritis maupun praktis dalam teori ekonomi konvensional yang didominasi paham neoklasikal banyak bermunculan dalam kajian ekonomi. Kondisi demikian menimbulkan semacam keputusan terhadap teori ekonomi konvensional yang kapitalistis dengan munculnya pernyataan bahwa teori ekonomi telah mati.

Murasa Sarkaniputra memperkuat statemen ini dengan mengungkap berbagai tulisan ahli ekonomi sejak awal 1940-an dimulai oleh Joseph Schumpeter dengan bukunya *Capitalism, Socialism and Democracy*, disusul generasi berikutnya seperti Daniel Bell dan Irving Kristol dalam *The Crisis in Economic Theory*, Mahbub Ul Haq dalam *the Poverty Curtain: Choice for the Third World*, Michael P Todaro dalam *Economic Development in the Third World*, Umar Vadillo dalam *The Ends of Economics: an Islamic Critique of Economics* dan yang lainnya menyebutkan bahwa teori ekonomi telah masuk dalam saat krisis. Pada

umumnya harapan akan teori baru ditumpukan pada wacana sistem ekonomi dengan teori baru, dalam hal ini adalah khazanah ekonomi Islam.

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki kewajiban moral didaktif untuk menawarkan sistem ekonomi syari'ah (Islam) sebagai pilar ekonomi Indonesia baru menggantikan sistem ekonomi konvensional yang telah gagal membangun perekonomian Indonesia. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang berdiri pada tanggal 13 Desember 2013, diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia, Dr. Suryadharma Ali.

Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dilatarbelakangi beberapa pertimbangan sebagai berikut:

- a. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah jalur pendidikan yang aplikatif dan sangat strategis untuk memenuhi kebutuhan bidang ekonomi khususnya sektor perbankan Nasional serta memenuhi tantangan perkembangan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat modern saat ini dan akan datang.
- b. Banyaknya bank-bank konvensional yang membuka layanan syariah, disamping tentu telah banyaknya lahir bank-bank syariah baru. Saat ini tercatat beberapa bank umum yang telah membuka pelayanan syari'ah yakni

Bank IFI, Bank Syari'ah Danamon, BRI Syari'ah, BCA Syari'ah, dan lain-lain. Dan tentunya semakin semaraknya masyarakat mendirikan Bank Perkreditan Syari'ah (BPRS) dan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) menjadi bukti bahwa sistem perbankan syari'ah mulai diterima dan bahkan akan menjadi sistem perbankan alternatif. Hal itu menunjukkan bahwa akan terus banyak dibutuhkan dan diperlukan tenaga-tenaga profesional perbankan syari'ah pada saat ini maupun akan datang.

- c. Banyaknya lulusan Madrasah Aliyah maupun SMU yang lebih memilih kuliah ke perguruan tinggi umum hanya dikarenakan program studi perguruan tinggi umum terlihat lebih prospektif, lebih marketable dan menjanjikan bidang lapangan kerja yang lebih luas. Padahal baik lulusan MA ataupun SMU merupakan *basic-source* calon mahasiswa. Oleh karenanya diperlukan terobosan pembukaan program studi baru di lingkungan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang lebih aplikatif dan ditunjang dengan jaringan pengelolaan dan pemagangan yang profesional.
- d. Keberadaan tenaga ahli ekonomi dan perbankan Syari'ah semakin diperlukan. Hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya bank-bank umum konvensional yang membuka pelayanan syari'ah.

e. UIN Walisongo terletak di wilayah sentra ekonomi dan kawasan industri yang banyak dikelilingi berbagai jenis industri, unit usaha serta berbagai lembaga keuangan. Wilayah ini sangat kondusif bagi kegiatan akademis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Didirikannya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menjadi semacam simbiosis mutualisme antara dunia pendidikan dengan dunia usaha.

Sedangkan Peran pokok Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang lain terkait dengan pembangunan perekonomian nasional antara lain yaitu: Pertama, luasnya sektor lapangan kerja lulusan di sektor Ekonomi dan Bisnis Islam yang sedang tumbuh secara dinamis dari tahun ke tahun. Kedua, Fakultas ini secara aktif memberikan masukan kepada penyusun regulasi keuangan syariah terutama tentang perlunya muatan etika dan kaidah-kaidah keislaman. Ketiga, keberadaan Fakultas ini dapat berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja di dunia keuangan syariah yang berkarakter dan berbudi tinggi dengan mempertahankan ruh Ke-Islaman dan keilmuwan yang memadai.

Karakter ke-Islaman tidak hanya dimunculkan pada konten keislaman pada mata kuliah yang diajarkan tetapi didukung dengan mata kuliah keislaman secara khusus. Hal ini dipertegas dengan mata kuliah aplikatif yakni

menunjukkan dan mengembangkan keilmuwan manajerial dengan ditopang seutuhnya nilai-nilai ke-Islaman di kondisi riil di masyarakat.⁷⁶

2. Visi, Misi dan Tujuan

a. Visi

Terdepan dalam pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam berbasis Kesatuan Ilmu (*Unity of Science*) untuk Kemanusiaan dan Peradaban pada Tahun 2038.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika perekonomian masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 4) Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 5) Menyelenggarakan kerja sama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional di bidang pendidikan, penelitian,

⁷⁶ Profil FEBI UIN Walisongo, <http://febi.walisongo.ac.id/?p=97>, di akses

pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.

- 6) Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandar internasional.⁷⁷

c. Tujuan

- 1) Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan profesional bidang ekonomi dan bisnis Islam dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
- 2) Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam yang kontributif bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara.⁷⁸

3. Sarana dan Prasarana FEBI

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk mendukung penyelenggaraan kuliah, praktikum maupun penelitian. Fasilitas ini meliputi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam saat ini memiliki beberapa lembaga yang mendukung pelaksanaan Tri-Darma perguruan Tinggi sebagai berikut:

27 Januari 2018 jam 20.05 WIB

⁷⁷ Profil FEBI UIN Walisongo, <http://febi.walisongo.ac.id/?p=97>, di akses 27 Januari 2018 jam 20.05 WIB

⁷⁸ Profil FEBI UIN Walisongo, <http://febi.walisongo.ac.id/?p=97>, di akses 27 Januari 2018 jam 20.05 WIB

- a. Lembaga Penerbitan (Jurnal *Economica*)
 - b. Lembaga Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (LP2EI)
 - c. Lembaga Riset Ekonomi Islam (L-REIS)
 - d. Lembaga Pengembangan karier Kewirausahaan
 - e. Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah (LAZIS).⁷⁹
4. Sarana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam:
- a. Ruang kuliah

 UIN Walisongo memiliki 3 lokasi kampus dengan luas total mencapai 192.562 M2. Dalam 3 lokasi tersebut terdapat 15 gedung kuliah yang masing-masing terdiri lebih dari 20 ruang kelas.

 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menempati lokasi Kampus III UIN Walisongo. Ruang kuliah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo terdiri atas gedung H dan L (12 ruang kelas). Semua gedung disetting sebagai smart class, yang menggunakan LCD sebagai sarana pembelajaran.

- b. Perpustakaan

 UIN Walisongo memiliki Gedung Perpustakaan Pusat yang luasnya 9.000 m2 dan hingga tahun 2009 telah mempunyai koleksi lebih dari 20.102 judul buku referensi dengan 70.525 eksemplar. Jumlah itu belum termasuk jurnal, mikrochife, majalah, jurnal, surat kabar, disertasi,

tesis, dan skripsi. Perpustakaan juga dilengkapi dengan 54 unit komputer dan jaringan LAN di dua gedung yang masing-masing berlantai dua seluas 2.200 M2. Operasionalisasi perpustakaan didukung oleh seorang kepala dan 17 staf, 5 diantaranya adalah tenaga pustakawan.⁸⁰

c. Laboratorium

Untuk menunjang proses pembelajaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo saat ini memiliki sejumlah laboratorium sebagai berikut:⁸¹

Tabel 4.1
Laboratorium UIN Walisongo

No	Laboratorium	Pengembangan
1	Laboratorium Mini Bank Syari'ah	<ul style="list-style-type: none"> • Bekerja sama dengan Bank-Bank Syari'ah & BMT untuk mengadakan pelatihan/ training bagi mahasiswa serta alumni dalam rangka menjadi bankir Syari'ah yang professional.

⁷⁹ Profil FEBI UIN Walisongo, <http://febi.walisongo.ac.id/?p=97>, di akses 27 Januari 2018 jam 20.05 WIB

⁸⁰ Profil FEBI UIN Walisongo, <http://febi.walisongo.ac.id/?p=97>, di akses 27 Januari 2018 jam 20.05 WIB

⁸¹ Profil FEBI UIN Walisongo, <http://febi.walisongo.ac.id/?p=97>, di akses 27 Januari 2018 jam 20.05 WIB

		<ul style="list-style-type: none"> • Menjadi klinik mahasiswa dalam praktek perbankan syari'ah.
2	Laboratorium Komputer & Akuntansi	<ul style="list-style-type: none"> • Bekerja sama dengan lembaga kursus, untuk mengadakan pelatihan/ training bagi civitas akademika Fakultas Syari'ah dan pihak lain dalam bidang keahlian komputer, misalnya: aplikasi office, akuntansi, SPSS, MYOB, statistik, dll. • Menjadi Warnet "terbatas"
3	Laboratorium Pasar Modal / Galeri Investasi	<ul style="list-style-type: none"> • Bekerja sama dengan BNI sekuritas, LP3M dan lembaga lainnya yang terkait, untuk mengadakan pelatihan/ training bagi civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan pihak lain

		<p>dalam bidang keahlian pasar modal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan pelayanan konsultasi
--	--	---

d. Jejaring Kelembagaan

Jejaring kelembagaan ini dimaksudkan untuk menunjang proses pembelajaran dan menambah kompetensi mahasiswa, baik secara teoritis dan praktis. Beberapa lembaga tersebut antara lain Bank Indonesia, BNI Syari"ah, BNI Sekuritas, Bank Syari"ah Mandiri (BSM), Bapepam LK, Bursa Efek Indonesia, Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Pasar Modal (LP3M).

Disamping MoU antara Fakultas dengan pihak lain, MoU juga dilakukan di tingkat institut (rektorat). Kerjasama dan MoU dengan lembaga dalam negeri, antara lain:

- 1) Bank Indonesia Jawa Tengah, dalam bidang beasiswa, seminar, perpustakaan, dan KKL;
- 2) Lembaga Bank dan Non-Bank di sekitar Jawa Tengah, dalam bidang PKL/ Magang Prodi D3-PBS;
- 3) Lembaga Perbankan, antara lain BNI Syari"ah, BNI Sekuritas, BSM dalam pengembangan akademik (training, kuliah, seminar dan penelitian).

- 4) Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (kini beralih ke Otoritas Jasa Keuangan (OJK)), Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam bidang penelitian, pertukaran informasi dan data ilmiah serta peningkatan kualitas pengkajian di bidang pasar modal syari'ah dan lembaga keuangan syari'ah non-bank, serta aktifitas Pojok Bursa Kampus Fakultas Syari'ah;
 - 5) Lembaga Pendidikan dan Pelatihan (LP3M) "INVESTA", dalam bidang penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan pasar modal;
 - 6) Perusahaan Securitas, dalam bidang pelatihan dan penanaman saham serta KKL.
 - 7) Kerjasama MOU dengan Bank Jateng, Bank BRI Syari'ah, Bank Syari'ah Mandiri, Bank Mega Syari'ah, Bank Panin Syari'ah, Bank Permata Unit Usaha Syari'ah, BPRS PNIM BINAMA dan KJKS Baitutamwil Tamzis.⁸²
- e. Prasarana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di UIN Walisongo Semarang terdapat beberapa sarana/fasilitas yang dapat dipergunakan untuk menunjang kegiatan proses belajar mengajar. Sarana dan fasilitas ini dikelola oleh Unit-unit di lingkungan UIN

⁸² Profil FEBI UIN Walisongo, <http://febi.walisongo.ac.id/?p=97>, di akses 27 Januari 2018 jam 20.05 WIB

Walisongo Semarang. Beberapa contoh yang dapat disebutkan disini misalnya: Ma'had, PUSKOM (Pusat Komputer), SAC (Student Advisory Council), Sport Centre (Fasilitas Olah Raga dan Seni). Selain di PUSKOM disetiap Jurusan juga terdapat laboratorium komputasi yang dikelola oleh Jurusan yang dapat digunakan untuk kepentingan mahasiswa. Di Gedung Fakultas yang sedang dibangun akan tersedia jaringan akses ke internet dengan fibre optic dalam kampus UIN yang didesentralisasikan ke berbagai jurusan antara lain.⁸³

1) Ma'had

Ma'had terdiri dari 5 gedung berlantai 4 (empat) yang diperuntukkan mahasiswa Tahun Pertama. Daya tampung Ma'had saat ini adalah 1500 mahasiswa. Saat ini sedang dibangun pengembangan Ma'had yang akan dapat menampung 2000 mahasiswa baru, sehingga nantinya secara keseluruhan akan dapat menampung 3500 mahasiswa baru.

2) Masjid

UIN Walisongo memiliki 3 Masjid di tiga lokasi kampus, yakni Masjid di Kampus I seluas 225 M2, Masjid di Kampus II seluas 1.232 M2, dan Masjid di Kampus III seluas 289M2. Semua masjid

⁸³ Profil FEBI UIN Walisongo, <http://febi.walisongo.ac.id/?p=97>, di akses

itu bisa menampung lebih dari 3500 jama'ah.

3) Poliklinik Umum dan Gigi UIN

Walisongo Semarang Poliklinik ini melayani mahasiswa, karyawan dan dosen, buka setiap hari. Poliklinik UIN Walisongo memiliki dokter umum, dokter gigi dan psikiater. Merupakan wujud pelayanan UIN kepada Civitas Academika.

4) Fasilitas Olah Raga

Fasilitas olah raga yang ada di UIN terdiri dari: lapangan tenis, lapangan volley, lapangan sepak bola dan Sport Centre yang merupakan gedung serba guna indoor, untuk berbagai kegiatan olah raga dan seni dengan luas lebih kurang 3.500 m². Sport center merupakan gedung 3 lapis, yang memiliki balkon dan tribune. Gedung ini memiliki daya tampung sekitar 5000 orang yang dilengkapi dengan berbagai ruang pada lantai satu.

5) Auditorium

Auditorium UIN Walisongo cukup luas terdapat di kampus I dan Kampus III. Auditorium ini dipakai untuk menunjang kegiatan-kegiatan baik akademik maupun lainnya, misalnya untuk seminar, konferensi, wisuda, dan lain-lain.

6) **Bisnis Centre**

Bisnis Centre merupakan unit usaha koperasi yang siap melayani kebutuhan anggota, mahasiswa dan masyarakat sekitar. Bisnis Centre juga dilengkapi dengan Bank dan Kantin. Kantin yang dilengkapi dengan beberapa fasilitas kemudahan bagi mahasiswa, menyediakan menu masakan dengan harga yang terjangkau.

7) **KSPM (Kelompok Study Pasar Modal)**

Pasar Modal merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjual belikan seperti obligasi, saham, reksadana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Pasar modal menjalankan fungsi-fungsi:

- a) Sarana Pendanaan Perusahaan
- b) Sarana Berinvestasi bagi Investor
- c) Alat restrukturisasi modal perusahaan
- d) Alat untuk melakukan divestasi

Banyak pilihan investasi di pasar modal yang dapat digunakan untuk mendapatkan potensi keuntungan di masa depan. Beberapa produk investasi yang ada di pasar modal antara lain: investasi saham, investasi obligasi, investasi, derivatif investasi reksadana.

8) Hotspot Area

Informasi dan teknologi merupakan sarana pembelajaran yang cepat, efektif dan efisien, sehingga internet menjadi kebutuhan vital bagi mahasiswa dan dosen. Di lingkungan fakultas tersedia jaringan hotspot area yang free di beberapa titik, seperti di sekitar gedung Laboratorium, gedung perkuliahan, ruang dosen dan gedung perpustakaan Institut.⁸⁴

5. Daftar Organisasi FEBI UIN Walisongo

Daftar organisasi dan kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:⁸⁵

Tabel 4.2
Daftar Pegawai dan Dosen FEBI UIN Walisongo

No	Nama/NIP	Pangkat/ Golongan	Jabatan
1	Dr. H. Imam Yahya, M.Ag. 197004101995031001	Pembina Utama Muda (IV/c)	Dekan
2	Dr. Ali Murtadho, M.Ag. 197108301998031003	Pembina (IV/a)	Wakil Dekan Bidang Akademik
3	Drs. H. Wahab, MM. 196909082000031001	Pembina (IV/a)	Wakil Dekan Bidang Akademik

⁸⁴ Profil FEBI UIN Walisongo, <http://febi.walisongo.ac.id/?p=97>, di akses 27 Januari 2018 jam 20.05 WIB

⁸⁵ Profil FEBI UIN Walisongo, <http://febi.walisongo.ac.id/?p=97>, di akses 27 Januari 2018 jam 20.05 WIB

4	Khoirul Anwar, M.Ag. 196904201996031002	Pembina Tk. I (IV/b)	Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama
5	Nur Fatoni, M.Ag. 197308112000031004	Pembina (IV/a)	Ketua Jurusan Ekonomi Islam
6	Ahmad Furqon, LC. ,MA. 197512182005011002	Penata Tk. I (III/d)	Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam
7	Muchamad Fauzi, SE., MM. 197302172006041001	Penata Tk. I (III/d)	Ketua Jurusan Perbankan Syari'ah
8	Johan Arifin, S.Ag., MM. 197109082002121001	Penata Tk. I (III/d)	Sekretaris Jurusan Perbankan Syari'ah
9	Hj. Siti Khotimah, S.Ag.,MM. 196810101997032001	Pembina (IV/a)	Kabag. Tata Usaha
10	Muh. Kharis, SH., MH. 196910171994031002	Penata (III/c)	Kasubag. Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni
11	Nasrudin, S.Ag., MM. 197305162000031003	Penata TK.I (III/d)	Administrasi Umum dan Keuangan

4.2 Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden

1. Deskripsi Variabel-Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel x (Independen) dan variabel y (Dependen). Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah di sebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.4 dan 4.5 berikut ini:

Tabel 4.4
 Hasil Skor Kuesioner Pengetahuan Ajaran Bisnis
 Nabi Muhammad SAW (X)

Item Pertanyaan	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
Pertanyaan_1	31	31.6%	44	44.9%	23	23.5%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_2	46	46.9%	43	43.9%	9	9.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_3	33	33.7%	50	51.0%	15	15.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_4	36	36.7%	44	44.9%	18	18.4%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_5	24	24.5%	60	61.2%	14	14.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_6	27	27.6%	55	56.1%	16	16.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_7	28	28.6%	54	55.1%	16	16.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_8	34	34.7%	50	51.0%	14	14.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_9	34	34.7%	49	50.0%	15	15.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_10	31	31.6%	54	55.1%	13	13.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_11	33	33.7%	49	50.0%	16	16.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_12	31	31.6%	48	49.0%	19	19.4%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_13	34	34.7%	54	55.1%	10	10.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_14	34	34.7%	47	48.0%	17	17.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_15	35	35.7%	52	53.1%	11	11.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_16	29	29.6%	49	50.0%	20	20.4%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_17	29	29.6%	52	53.1%	17	17.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_18	41	41.8%	43	43.9%	14	14.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_19	25	25.5%	63	64.3%	10	10.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_20	40	40.8%	42	42.9%	16	16.3%	0	0%	0	0%

Sumber: Data Primer yang diolah 2018

Tabel 4.5
Hasil Skor Kuesioner Perilaku Wirausaha (Y)

Item Pertanyaan	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
Pertanyaan_1	44	44.9%	36	36.7%	18	18.4%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_2	38	38.8%	49	50.0%	11	11.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_3	38	38.8%	44	44.9%	16	16.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_4	52	53.1%	36	36.7%	10	10.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_5	32	32.7%	55	56.1%	11	11.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_6	43	43.9%	50	51.0%	5	5.1%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_7	28	28.6%	54	55.1%	16	16.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_8	53	54.1%	27	27.6%	18	18.4%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_9	38	38.8%	48	49.0%	12	12.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_10	43	43.9%	47	48.0%	8	8.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_11	40	40.8%	48	49.0%	10	10.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_12	36	36.7%	48	49.0%	14	14.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_13	42	42.9%	44	44.9%	12	12.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_14	40	40.8%	50	51.0%	8	8.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_15	45	45.9%	40	40.8%	13	13.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_16	34	34.7%	52	53.1%	12	12.2%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_17	24	24.5%	57	58.2%	17	17.3%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_18	56	57.1%	35	35.7%	7	7.1%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_19	34	34.7%	44	44.9%	20	20.4%	0	0%	0	0%
Pertanyaan_20	51	52.0%	28	28.6%	19	19.4%	0	0%	0	0%

Sumber: Data Primer yang diolah 2018

a. Shiddiq (variabel x)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel Shiddiq pertanyaan 1 sebanyak 31.6% sangat setuju, 44.9% setuju, 23.5% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad

saw berbisnis penuh dengan kejujuran. Pertanyaan 2 sebanyak 46.9% sangat setuju, 43.9% setuju, 9.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw mengandalkan integritas dalam berbisnis. Pertanyaan 3 sebanyak 33.7% sangat setuju, 51.0% setuju, 15.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw tidak menutupi cacat atau aib barang yang dijual. Pertanyaan 4 sebanyak 36.7% sangat setuju, 44.9% setuju, 18.4% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw bersikap ramah pada setiap pelanggan. Pertanyaan 5 sebanyak 24.5% sangat setuju, 61.2% setuju, 14.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw tidak mudah marah meskipun pelanggan tidak jadi membeli dagangannya.

b. Amanah (variabel x)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel amanah pertanyaan 6 sebanyak 27.6% sangat setuju, 56.1% setuju, 16.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw menjaga kepercayaan dari partner bisnis. Pertanyaan 7 sebanyak 28.6% sangat setuju, 55.1% setuju, 16.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw bertanggung jawab atas segala

barang dagangannya baik kualitas maupun jumlahnya. Pertanyaan 8 sebanyak 34.7% sangat setuju, 51.0% setuju, 14.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw mengedepankan transparansi dalam berbisnis. Pertanyaan 9 sebanyak 34.7% sangat setuju, 50.0% setuju, 15.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw menepati janji yang telah disepakati dengan pelanggan. Pertanyaan 10 sebanyak 31.6% sangat setuju, 55.1% setuju, 13.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw tidak memanfaatkan ketidaktahuan dari pembeli dalam berdagang.

c. Fathanah (Variabel x)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel fathanah pertanyaan 11 sebanyak 33.7% sangat setuju, 50.0% setuju, 16.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw memiliki kreativitas dalam berbisnis. Pertanyaan 12 sebanyak 31.6% sangat setuju, 39.0% setuju, 19.4% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw tidak putus asa ketika hasil tidak sesuai dengan perhitungan. Pertanyaan 13 sebanyak 34.7% sangat setuju, 55.1% setuju, 10.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi

Muhammad saw disiplin dalam berbisnis dan siap menghadapi dan menanggung berbagai macam resiko. Pertanyaan 14 sebanyak 34.7% sangat setuju, 48.0% setuju, 17.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw keberanian dalam berbisnis dan melakukan perhitungan secara matang dalam berbagai resiko. Pertanyaan 15 sebanyak 35.7% sangat setuju, 53.1% setuju, 11.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw mampu menjadikan pelanggan loyal terhadap dirinya karena pelayanan yang dilakukan.

d. Tabligh (variabel x)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel tabligh pertanyaan 16 sebanyak 29.6% sangat setuju, 50.0% setuju, 20.4% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw berdagang dengan tutur kata yang lembut dan sopan. Pertanyaan 17 sebanyak 29.6% sangat setuju, 53.0% setuju, 17.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw komunikatif dengan pelanggan dalam berbisnis sehingga mampu menjalin mitra yang baik. Pertanyaan 18 sebanyak 41.8% sangat setuju, 43.9% setuju, 14.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw mampu menyampaikan keunggulan-

keunggulan produknya tanpa berbohong dan menipu pelanggan. Pertanyaan 19 sebanyak 25.5% sangat setuju, 64.3% setuju, 10.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju Nabi Muhammad saw menjalin hubungan dengan partner bisnis dengan bentuk saling menguntungkan melalui kesepakatan yang jelas dan diterima kedua belah pihak. Pertanyaan 20 sebanyak 40.8% sangat setuju, 42.9% setuju, 16.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Nabi Muhammad saw menjalin komunikasi kepada semua pihak secara bijaksana dalam mengembangkan bisnisnya.

e. Motif Berprestasi Tinggi (variabel y)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel tabligh pertanyaan 1 sebanyak 44.9% sangat setuju, 36.7% setuju, 18.4% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Saya percaya apa yang dilakukan merupakan usaha optimal untuk menghasilkan nilai maksimal. Pertanyaan 2 sebanyak 38.8% sangat setuju, 50.0% setuju, 11.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Saya percaya jika berusaha keras akan mendapatkan hasil yang maksimal. Pertanyaan 3 sebanyak 38.8% sangat setuju, 44.9% setuju, 16.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Berwiraswasta menjadikan saya lebih banyak berfikir surverf.

f. Perspektif Ke Depan (variabel y)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel tabligh pertanyaan 4 sebanyak 53.1% sangat setuju, 36.7% setuju, 10.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan saya yakin berwirausaha yang baik dan benar akan menjadikan hidup lebih baik. Pertanyaan 5 sebanyak 32.7% sangat setuju, 56.1% setuju, 11.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan berwirausaha harus mengantisipasi setiap kerugian yang diperoleh dari usaha yang dilakukandan harus mampu menghitung keuntungan yang diperoleh usaha yang dilakukan sehingga usahanya tetap berjalan. Pertanyaan 6 sebanyak 43.9% sangat setuju, 51.0% setuju, 5.1% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Berwiraswasta harus detail dalam meneliti usahanya.

g. Kreativitas Tinggi (variabel y)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel tabligh pertanyaan 7 sebanyak 28.6% sangat setuju, 55.1% setuju, 16.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan seorang wirausaha harus selalu berinovasi dalam berbisnis agar tetap survive. Pertanyaan 8 sebanyak 54.1% sangat setuju, 27.6% setuju, 18.4% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan seorang wirausaha memiliki kreativitas

tinggi dengan selalu berimajinasi, bermimpi bagaimana menciptakan sesuatu yang belum ada sebelumnya.

h. Perilaku Inovasi Tinggi (variabel y)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel tabligh pertanyaan 9 sebanyak 38.8% sangat setuju, 49.0% setuju, 12.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Seorang wirausaha harus mampu memenej usaha secara sistematis. Pertanyaan 10 sebanyak 43.9% sangat setuju, 48.0% setuju, 8.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Seorang wirausah harus mampu memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki.

i. Berkomitmen Terhadap Pekerjaan (variabel y)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel tabligh pertanyaan 11 sebanyak 40.8% sangat setuju, 49.0% setuju, 10.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Seorang wirausaha harus bekerja sama dan bersikap terbuka dan saling memahami mengenai pekerjaan yang harus dilakukan. Pertanyaan 12 sebanyak 36.7% sangat setuju, 49.0% setuju, 14.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Seorang wirausaha komitmen yang kuat dalam pekerjaannya karena jika tidak akan berakibat tidak berhasil terhadap segala sesuatu yang telah dirintisnya.

j. Tanggung Jawab (variabel y)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel tabligh pertanyaan 13 sebanyak 42.9% sangat setuju, 44.9% setuju, 12.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Seorang wiraswasta harus disiplin dan penuh komitmen dalam menjalankan bisnisnya. Pertanyaan 14 sebanyak 40.8% sangat setuju, 51.0% setuju, 8.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Seorang wirausaha harus jujur, berdedikasi tinggi dan konsisten dalam menjalankan bisnisnya.

k. Kemandirian Atau Ketidaktergantungan Terhadap Orang Lain (variabel y)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel tabligh pertanyaan 15 sebanyak 45.9% sangat setuju, 40.8% setuju, 13.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Seorang wirausaha mampu mengoptimalkan segala daya dan upaya yang dimilikinya sendiri. Pertanyaan 16 sebanyak 34.7% sangat setuju, 53.1% setuju, 12.2% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Seorang wirausaha harus pandai dan terampil dalam menganalisis dan menghitung risiko serta keberanian atau visi jauh ke depan.

l. Berani Menghadapi Risiko (variabel y)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel tabligh pertanyaan 17 sebanyak 24.5% sangat setuju, 58.2% setuju, 17.3% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Perilaku seorang wirausaha harus selalu berani menghadapi risiko. Semakin besar risiko yang dihadapinya, maka semakin besar pula kemungkinan dan kesempatan untuk meraih keuntungan yang lebih besar. Pertanyaan 18 sebanyak 57.1% sangat setuju, 35.7% setuju, 7.1% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Perilaku seorang wirausaha harus berani mengahadapai risiko yang telah di perhitungkan sebelumnya merupakan kunci awal dalam berusaha karena hasil yang akan dicapai akan proporsional dengan risiko yang akan diambil

m. Selalu Mencari Peluang (variabel y)

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel tabligh pertanyaan 19 sebanyak 34.7% sangat setuju, 44.9% setuju, 20.4% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Seorang wiraswasta harus selalu membuat terobosan baru dalam pengelolaan usaha. Pertanyaan 20 sebanyak 52.0% sangat setuju, 28.6% setuju, 19.4% netral, 0.0% tidak setuju dan 0.0% sangat tidak setuju menyatakan Seorang wiraswasta harus mencoba hal-hal baru yang mampu meningkatkan usaha.

2. Karakteristik Responden

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan melihat profil dari data penelitian dan hubungan yang ada antar variabel dalam penelitian ini. Data deskriptif responden menggambarkan keadaan atau kondisi responden sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Karakteristik-karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	35	36%
Perempuan	63	64%
Jumlah	98	100%

Sumber : Data yang diolah, 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang diambil sebagai sampel, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yaitu sebanyak 35 orang atau 36%. Sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 63 orang atau 64%. Hal ini

menunjukkan bahwa sebagian besar Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang adalah perempuan.

b. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia

Pengelompokan responden berdasarkan usia dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.7
Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Prosentase
25 tahun	16	16%
24 tahun	41	42%
23 tahun	30	31%
< 22 tahun	11	11%
Jumlah	98	100%

Sumber : Data yang diolah, 2018

Dari tabel terlihat bahwa usia dari responden Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang menjadikan sampel, yang usianya 25 tahun ada 16 atau sebesar 16%. Yang usianya antara 24 tahun ada 41 atau sebesar 42%. Yang usianya antara 23 tahun ada 30 atau sebesar 31%. Dan yang usianya kurang dari 22 tahun ada 11 atau sebesar 11%. Hal ini menunjukkan sebagian besar alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang usianya

22-25 tahun.

- c. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan
- Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan dapat disajikan 3 sebagai berikut:

Tabel 4.8
Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Prosentase
S.1	98	100%
Jumlah	98	100%

Sumber : Data yang diolah, 2018.

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat memperlihatkan bahwa pendidikan Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang dijadikan sebagai sampel adalah S.1 sebanyak 98 orang atau 100%, Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang berpendidikan S.1.

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut hasil pengujian validitas. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini

n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $20 - 2$ atau $df =$ dengan alpha 0,05 didapat r tabel 0.468; Jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item* pertanyaan total correlation) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Instrumen (variabel x)

Item Pertanyaan	Corrected Item pertanyaan Total Correlation	r table	Ket.
Pertanyaan 1	0.531	0.468	Valid
Pertanyaan 2	0.643	0.468	Valid
Pertanyaan 3	0.563	0.468	Valid
Pertanyaan 4	0.662	0.468	Valid
Pertanyaan 5	0.649	0.468	Valid
Pertanyaan 6	0.633	0.468	Valid
Pertanyaan 7	0.554	0.468	Valid
Pertanyaan 8	0.880	0.468	Valid
Pertanyaan 9	0.733	0.468	Valid
Pertanyaan 10	0.731	0.468	Valid
Pertanyaan 11	0.685	0.468	Valid
Pertanyaan 12	0.639	0.468	Valid
Pertanyaan 13	0.828	0.468	Valid
Pertanyaan 14	0.740	0.468	Valid

Pertanyaan 15	0.741	0.468	Valid
Pertanyaan 16	0.665	0.468	Valid
Pertanyaan 17	0.629	0.468	Valid
Pertanyaan 18	0.624	0.468	Valid
Pertanyaan 19	0.535	0.468	Valid
Pertanyaan 20	0.476	0.468	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0.468) berjumlah 20 item sehingga semua item pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrumen (variabel y)

Item Pertanyaan	Corrected Item pertanyaan Total Correlation	r table	Ket.
Pertanyaan 1	0.536	0.468	Valid
Pertanyaan 2	0.650	0.468	Valid
Pertanyaan 3	0.506	0.468	Valid
Pertanyaan 4	0.506	0.468	Valid
Pertanyaan 5	0.517	0.468	Valid
Pertanyaan 6	0.602	0.468	Valid
Pertanyaan 7	0.717	0.468	Valid
Pertanyaan 8	0.649	0.468	Valid

Pertanyaan 9	0.640	0.468	Valid
Pertanyaan 10	0.628	0.468	Valid
Pertanyaan 11	0.616	0.468	Valid
Pertanyaan 12	0.675	0.468	Valid
Pertanyaan 13	0.665	0.468	Valid
Pertanyaan 14	0.555	0.468	Valid
Pertanyaan 15	0.525	0.468	Valid
Pertanyaan 16	0.690	0.468	Valid
Pertanyaan 17	0.618	0.468	Valid
Pertanyaan 18	0.543	0.468	Valid
Pertanyaan 19	0.563	0.468	Valid
Pertanyaan 20	0.490	0.468	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0.468) berjumlah 20 item sehingga semua item pertanyaan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha*

lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$). Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
Pengetahuan Ajaran Bisnis Nabi Muhammad SAW (X)	20 Item pertanyaan	0.927	Reliabel
Perilaku Wirausaha(Y)	20 Item pertanyaan	0.903	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Dengan demikian variabel Pengetahuan Ajaran Nabi Muhammad SAW dan Perilaku Wirausaha dapat dikatakan reliabel.

4.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Dikatakan normal apabila grafik menunjukkan penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal mengindikasikan model

regresi memenuhi asumsi normalitas. Analisis normalitas berfungsi untuk menguji penyebaran data hasil penelitian.

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji penyebaran data penelitian (Priyatno, 2010: 54). Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov melalui bantuan program Komputer SPSS 16.0. Berdasarkan perhitungan SPSS terlihat bahwa uji *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		x	y
N		98	98
Normal	Mean	83.59	85.65
Parameters(a,b)	Std. Deviation	3.062	2.940
Most Extreme	Absolute	.107	.096
Differences	Positive	.098	.067
	Negative	-.107	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		1.058	.948
Asymp. Sig. (2-tailed)		.213	.330

a Test distribution is Normal.

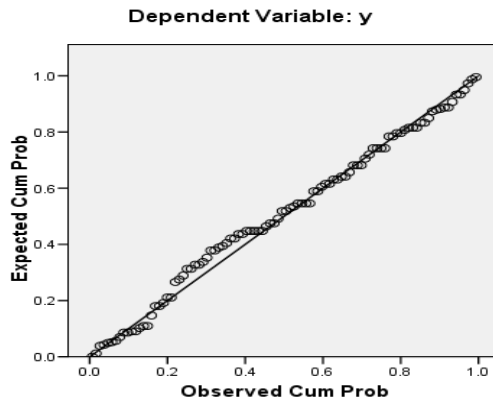
b Calculated from data.

Variabel Pengetahuan Ajaran Bisnis Nabi Muhammad SAW signifikansi sebesar 1,058 dan variabel peningkatan perilaku wirausaha nilai signifikansi sebesar 0,948. Berdasarkan nilai signifikansi tersebut terlihat bahwa angka signifikansi yang diperoleh dari uji normalitas semuanya lebih

besar dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penelitian dari ketiga variabel tersebut adalah normal. Hasil uji normalitas data penelitian selengkapnya dapat dilihat pada lampiran. Sedangkan untuk uji normalitas peneliti menggunakan bantuan SPSS versi 16.0 dapat dilihat pada seperti gambar 4.1:

Gambar 4.1

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari gambar di atas, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hasil tersebut menunjukkan model regresi layak dipakai untuk prediksi Pengetahuan Ajaran Bisnis Nabi Muhammad SAW terhadap perilaku wirausaha Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent.

Tabel 4.13
Uji Multikolinieritas
Coefficients(a)

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant) Pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad SAW	1.000	1.000

a Dependent Variable: Variabel y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Dari hasil pengujian multikolineoritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) kedua variabel, yaitu lebih kecil dari 10, sehingga bisa diduga bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

3. Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak.

Uji Homogenitas dinyatakan homogen apabila memenuhi persyaratan:

- a. Jika signifikansi yang diperoleh $> 0,05$, maka variansi setiap sampel sama (homogen)
- b. Jika signifikansi yang diperoleh $< 0,05$, maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen).

Dari hasil pengujian muncul hasilnya secara otomatis sebagaimana dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Analisis Homogenitas

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.132	12	81	.347

Dari hasil di atas dapat diketahui signifikansi sebesar 0.347. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok data mempunyai varian sama (homogen).

4.5 Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga dari hubungan yang diperoleh dapat menaksir suatu variabel apabila variabel lainnya diketahui dengan bentuk persamaan regresinya.

Berdasarkan pengolahan yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS, maka hasil regresi akan disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.15
 Regresi Linier Sederhana
 Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta
	B	Std. Error	
1 (Constant)	37.123	6.526	
x	.581	.078	.605

a Dependent Variable: y

Dari perhitungan regresi yang telah diolah diatas, maka diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 37.123 + 0.581 X$$

Persamaan regresi linier sederhana diatas, mempunyai arti sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien konstanta = 37.123 memiliki arti bahwa pada saat pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad SAW maka perilaku wirausaha adalah sebesar 37.123
- b. Koefisien regresi pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad SAW sebesar 0.581 artinya bahwa setiap kenaikan pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad SAW sebesar 1, maka akan diikuti dengan kenaikan perilaku wirausaha sebesar 0.581.

2. Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen

(pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad SAW) terhadap variabel dependen (perilaku wirausaha).

Table 4.16
Uji Pengaruh Secara Simultan Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605(a)	.366	.359	2.353

a Predictors: (Constant), Variabel_X

b Dependent Variable: Variabel_Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Hasil olahan statistik yang dibantu program SPSS versi 16.0 *for windows* menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 36,6%, sedang yang 63,4% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti). Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi perilaku wirausaha. Untuk itu perlu pengembangan penelitian lebih lanjut, terkait dengan topik ini.

3. Uji T

Uji T ini memiliki tujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual. Uji partial ini, alam hasil perhitungan statistik *Ordinal Least Square* (OLS) ditunjukkan dengan t hitung. Secara terperinci hasil t hitung dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Table 4.17
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	37.123	6.526		5.688	.000
Variabel_X	.581	.078	.605	7.441	.000

a Dependent Variable: Variabel_Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Hasil uji empiris pengaruh pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad SAW terhadap perilaku wirausaha Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, menunjukkan t hitung 7.441 dan p value (*sig*) sebesar 0.000 yang di bawah alpha 5%. Hasil penelitian di atas menunjukkan variabel pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad SAW berpengaruh positif terhadap perilaku wirausaha Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

4. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengetahuan

ajaran bisnis Nabi Muhammad SAW berpengaruh secara simultan terhadap perilaku wirausaha Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Tabel 4.18
UJI F
ANOVA(b)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	306.608	1	306.608	55.370	.000(a)
Residual	531.596	96	5.537		
Total	838.204	97			

a Predictors: (Constant), Variabel_X

b Dependent Variable: Variabel_Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 55.370 dengan tingkat probabilitas 0.000 lebih kecil dari signifikansi 5% = 3.94, Hasil tersebut menunjukkan bahwa f hitung > f tabel. Hal itu berarti bahwa hipotesis yang diajukan diterima yaitu pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad SAW berpengaruh positif terhadap perilaku wirausaha Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

4.6 Pembahasan

Pengaruh variabel independen (Pengetahuan Ajaran Bisnis Nabi Muhammad SAW) dan variabel dependen (perilaku wirausaha alumni) dapat dijelaskan sebagai berikut.

Dari hasil di atas diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan Pengetahuan Ajaran Bisnis Nabi Muhammad SAW berpengaruh secara simultan terhadap perilaku wirausaha alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang **Diterima**. Hal ini ditunjukkan dengan hasil dari uji ANOVA atau F test. F test yang menunjukkan nilai 55.370 dengan tingkat probabilitas 0,000 lebih besar dari signifikansi 5% = 3.94, Hasil tersebut menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ (signifikansi). Dengan melihat asumsi di atas, maka probabilitas lebih kecil daripada 0,05 dan F hitung lebih besar daripada F tabel artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 36,6%, sedang yang 63,4% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti). Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa Pengetahuan Ajaran Bisnis Nabi Muhammad SAW mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku wirausaha alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Ini ditunjukkan dengan hasil yang sesuai dengan jawaban responden

pada masing-masing item pertanyaan.

Hasil ini sesuai dengan pendapat Gita Danupranata yang menyatakan ajaran Islam memuat segala sesuatu yang terbaik yang diperlukan manusia untuk mengatur tujuan-tujuan hidupnya yang hakiki. Agama Islam menyediakan cita-cita kebahagiaan dan kesejahteraan, moralitas, etos kerja, keadilan yang dibutuhkan manusia dalam pergaulan hidup dengan sesama manusia. Islam adalah jalan hidup yang mengatur seluruh aspek kehidupan.⁸⁶ Bekerja mengolah tanah dan tanaman, mengembangbiakkan ternak dengan baik, sehingga memperoleh hasil yang baik, pada hakekatnya merupakan pelaksanaan perintah Allah sebagai khalifah di bumi. Demikian pula bekerja memperdagangkan berbagai hasil produksi tersebut kepada koinseumen di kota, kemudian membeli berbagai barang kebutuhan bagi masyarakat di pedesaan, pada hakekatnya juga merupakan wujud pelaksanaan tugas sebagai khalifah. Berbagai pekerjaan untuk memperoleh manfaat dan keuntungan tersebut merupakan pekerjaan wirausaha yang sangat terpuji sekaligus sebagai amal shaleh.⁸⁷

Ekspedisi perdagangan Muhammad mendapat keuntungan yang melebihi dugaan ownernya, banyak orang yang telah bekerja dengan Khadijah, tetapi tidak seorang pun dapat bekerja yang lebih memuaskan dibandingkan Muhammad. Beliau mampu

⁸⁶ Gita Danupranata, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: UPFE-UMY, 2006, cet. I. h.3.

⁸⁷ Sudrajat Rasyid, dkk., *Wirausaha Santri*, Jakarta: PT. Citrayudha, 2005, h. 7

menunjukkan cara bisnis yang tetap memegang teguh pada kebenaran, kejujuran dan sikap amanah tetapi menghasilkan keuntungan yang optimal. Dalam transaksi bisnis sebagai pedagang professional tidak ada pertengkaran antara Muhammad dengan para pelanggannya karena urusan harga, kualitas produk dan pelayanan, segala permasalahan antara Muhammad dan pelanggannya selalu diselesaikan dengan damai, adil tanpa ada kekhawatiran akan terjadi unsure-unsur penipuan didalamnya.⁸⁸

Perilaku seseorang merupakan respon psikologis dan pengetahuan yang kompleks yang muncul dalam bentuk perilaku tindakan yang khas secara perseorangan yang langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan produk, dan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk (menjadi nasabah).⁸⁹ Pengetahuan seseorang tentang ajaran bisnis Nabi Muhammad saw berpengaruh menjadi faktor penentu perilaku wirausaha pada Alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.⁹⁰

⁸⁸ Didin Hafiduddin, *Manajemen Syariah dalam Praktik* h. 269

⁸⁹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010, h. 50

⁹⁰ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, h. 63

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan bahwa pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw berpengaruh terhadap perilaku wirausaha pada Alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Hal ini ditunjukkan dengan hasil dari hasil dari uji ANOVA atau F test. F test yang menunjukkan nilai 55.370 dengan tingkat probabilitas 0,000 lebih besar dari signifikansi 5%, Hasil tersebut menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ (signifikansi). Dengan melihat asumsi di atas, maka probabilitas lebih kecil daripada 0,05 dan F hitung lebih besar daripada F tabel artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 36,6%, sedang yang 63,4% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti).

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah:

5.2.1. Bagi Mahasiswa

Hendaknya mengetahui dan mempraktekkan perilaku Nabi Muhammad dalam berniaga, sehingga memiliki motivasi yang lebih untuk menjadi wirausaha yang amanah dan sukses, sehingga tidak selalu berharap menjadi pegawai negeri dalam mencapai kesuksesan hidup.

5.2.2. Bagi Kampus

Motivasi mahasiswa menjadi wirausaha yang sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW sehingga tercipta generasi yang survive dan bermanfaat bagi sesama.

5.2.3. Bagi Peneliti selanjutnya

Hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad saw berpengaruh terhadap perilaku wirausaha pada Alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

5.3. Penutup

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat, taufiq dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan koridor ideal,

dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari pembaca sebagai masukan bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini sehingga menjadi lebih sempurna dan bermanfaat.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.
Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Alwi, Hasan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2008
- Arifin, Johan, *Tracer Study Alumni Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang*. Penelitian untuk mengukur keberhasilan institusi pendidikan dalam menghasilkan lulusan.
- Aripin, “*Strategi Dakwah H. Dasuki dalam Membangun Wirausaha Muslim di Wilayah Cakung Jakarta Timur*” Skripsi, Semarang UIN walisongo Semarang, 2011
- Ash Shiddieqy, Teungku Muhammad Hasbi, *Mutiara Hadits 5 nikah & hukum keluarga, perbudakan, jual beli, nazar & sumpah, pidana & peradilan, jihad*, Semarang: Pustaka Rizki putra, 2003
- Azwar, Saifuddin, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002
- Chandra, Purdi E., *Menjadi Entrepreneur Sukses*, Jakarta: PT Grasindo, 2001
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. “Visi Misi Tujuan”. Dalam <http://febi.walisongo.ac.id/?p=125>
- Gita Danupranata, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: UPFE-UMY, 2006
- Gunara, Thorik dan Sudibyo, Utus Hardiono, *Marketing Muhammad saw strategi andal dan jitu praktik bisnis nabi Muhammad saw*, Bandung: Madani prima, 2007

- Hadi, Sutrisno, *Analisis Regresi*, Yogyakarta: Andi Offset, 2001
- Hadi, Sutrisno, *Statistik Jilid II*, Yogyakarta: Andi, 2001
- Hafiduduin, Didin, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003
- Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010
- Hendro, *Dasar-Dasar kewirausahaan*, Jakarta: Erlangga, 2011
- Isma'il, Abi Abdullah Muhammad ibn, *Al-Jami' Al-Shahih Al-Bukhari Juz II*, Semarang: Usaha Keluarga
- Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah* Jakarta: Bumi Aksara: 2008
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. "Strategi Perguruan Tinggi "Strategi Perguruan Tinggi Mewujudkan Entrepreneurial Campus" dalam <http://www.dikti.go.id>
- Kusumamihardja, Supan, *Studia Islamica*, Jakarta: Girimukti Pasaka, 1985, Cet. 2
- Mahyarni, dalam jurnal "*Theory of Reasoned dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)*"
- Mundiri, *Logika*, Jakarta: Rajawali Pers, 2000
- Mustofa, dalam Jurnal berjudul "*Etrepreneurship Syariah Menggali Nilai-Nilai Dasar Manajemen Bisnis Rasulullah*"
- Nasution, Harun, *Falsafat Agama*, Jakarta: PT Bulan Bintang, 1991, Cet. 8

- Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada Universiti Press, 1993
- Pareno, Sam Abede, *Etika Bisnis Wirausaha Muslim: Satu Arah Pandang*, Surabaya: Papyrus, 2002
- Qardhawi, Yusuf, *Halal Haram dalam islam*, Surakarta, Era Intermedia, 2000
- Rasjid, Sulaiman, *Fiqh Islam*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2004
- Rasyid, Sudrajat, dkk., *Wirausaha Santri*, Jakarta: PT. Citrayudha, 2005
- Rianse, Usman, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Sagala, Syaiful, *Administrasi Pendidikan Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2000
- Saifullah, Muhammad, dalam jurnal yang berjudul “*Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*”
- Sirozi, Muhammad, *Agenda Strategis Pendidikan Islam*, Yogyakarta: AK Group, 2004
- Soenarjo, dkk., *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia*, Jakarta: Depag. RI., 2006
- Subagyo, P. Joko, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004
- Sudjana, Nana, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, Bandung: PT. Sinar Baru Algensindo, 2001
- Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta, 2016

Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007, h. 129

Suliyanto, *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia, 2005

Suryana, *Wirausaha*, Jakarta: Salemba Empat, 2001

Susilowati, Lantip, *Bisnis Kewirausahaan*, Yogyakarta: Teras, 2013

Tafsir, Ahmad, *Filsafat Ilmu*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004

Triwajyono, skripsi yang berjudul “*Pengaruh Entrepreneur Knowledge, Motivasi dan Praktek Bisnis Nabi Muhammad SAW Terhadap Minat Berwirausaha*”

<http://www.neraca.co.id/article/53112/jumlah-wirausaha-ri-ketinggalan-dibanding-negara-di-asean>

**PENGARUH PENGETAHUAN AJARAN BISNIS NABI
MUHAMMAD SAW TERHADAP PERILAKU MENJADI
WIRAUSAHAWAN**

(Studi Kasus Alumni Mahasiswa FEBI UIN Walisongo)

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah nama, Jenis Kelamin saudara pada tempat yang telah disediakan.
2. Jawablah setiap pertanyaan yang tersedia secara jujur dan sesuai dengan keadaan diri saudara.
3. Pilih salah satu jawaban yang sesuai dengan diri saudara dengan memberi saudara silang (X) pada jawaban yang tersedia.

Keterangan pilihan

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

B. IDENTITAS NAMA

Nama :

Jenis kelamin :

Alamat :

**ANGKET PENGETAHUAN AJARAN BISNIS NABI
MUHAMMAD SAW**

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Shiddiq						
1.	Nabi Muhammad saw berbisnis penuh dengan kejujuran					
2.	Nabi Muhammad saw mengandalkan integritas dalam berbisnis					
3	Nabi Muhammad saw tidak menutupi cacat atau aib barang yang dijual					
4	Nabi Muhammad saw bersikap ramah pada setiap pelanggan					
5	Nabi Muhammad saw tidak mudah marah meskipun pelanggan tidak jadi membeli dagangannya					
Amanah		SS	S	N	TS	STS
6	Nabi Muhammad saw menjaga kepercayaan dari partner bisnis					
7	Nabi Muhammad saw bertanggung jawab atas segala barang dagangannya baik kualitas maupun jumlahnya					

8	Nabi Muhammad saw mengedepankan transparansi dalam berbisnis					
9	Nabi Muhammad saw menepati janji yang telah disepakati dengan pelanggan					
10	Nabi Muhammad saw tidak memanfaatkan ketidaktahuan dari pembeli dalam berdagang					
Fathanah		SS	S	N	TS	STS
11	Nabi Muhammad saw memiliki kreativitas dalam berbisnis					
12	Nabi Muhammad saw tidak putus asa ketika hasil tidak sesuai dengan perhitungan					
13	Nabi Muhammad saw disiplin dalam berbisnis dan siap menghadapi dan menanggung berbagai macam resiko					
14	Nabi Muhammad saw keberanian dalam berbisnis dan melakukan perhitungan secara matang dalam berbagai resiko					
15	Nabi Muhammad saw mampu menjadikan pelanggan loyal					

	terhadap dirinya karena pelayanan yang dilakukan					
Tabligh		SS	S	N	TS	STS
16	Nabi Muhammad saw berdagang dengan tutur kata yang lembut dan sopan					
17	Nabi Muhammad saw komunikatif dengan pelanggan dalam berbisnis sehingga mampu menjalin mitra yang baik					
18	Nabi Muhammad saw mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya tanpa berbohong dan menipu pelanggan					
19	Nabi Muhammad saw menjalin hubungan dengan partner bisnis dengan bentuk saling menguntungkan melalui kesepakatan yang jelas dan diterima kedua belah pihak					
20	Nabi Muhammad saw menjalin komunikasi kepada semua pihak secara bijaksana dalam mengembangkan bisnisnya					

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah nama, Jenis Kelamin saudara pada tempat yang telah disediakan.
2. Jawablah setiap pertanyaan yang tersedia secara jujur dan sesuai dengan keadaan diri saudara.
3. Pilih salah satu jawaban yang sesuai dengan diri saudara dengan memberi saudara silang (X) pada jawaban yang tersedia.

Keterangan pilihan

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

B. IDENTITAS NAMA

Nama :

Jenis kelamin :

Alamat :

ANGKET PERILAKU WIRAUSAHA

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
MOTIF BERPRESTASI TINGGI						
1.	Saya percaya apa yang dilakukan merupakan usaha optimal untuk menghasilkan nilai maksimal					
2.	Saya percaya jika berusaha keras akan mendapatkan hasil yang maksimal					
3	Berwiraswasta menjadikan saya lebih banyak berfikir survef					
PERSPEKTIF KE DEPAN		SS	S	N	TS	STS
4	Saya yakin berwirausaha yang baik dan benar akan menjadikan hidup lebih baik					
5	Berwirausaha harus mengantisipasi setiap kerugian yang diperoleh dari usaha yang dilakukandan harus mampu menghitung keuntungan yang diperoleh usaha yang dilakukan sehingga usahanya tetap berjalan					
6	Berwiraswasta harus detail dalam					

	meneliti usahanya					
KREATIVITAS TINGGI		SS	S	N	TS	STS
7	Seorang wirausaha harus selalu berinovasi dalam berbisnis agar tetap survive					
8	Seorang wirausaha memiliki kreativitas tinggi dengan selalu berimajinasi, bermimpi bagaimana menciptakan sesuatu yang belum ada sebelumnya					
PERILAKU INOVASI TINGGI		SS	S	N	TS	STS
9	Seorang wirausaha harus mampu memenej usaha secara sistematis					
10	Seorang wirausah harus mampu memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki					
BERKOMITMEN TERHADAP PEKERJAAN						
11	Seorang wirausaha harus bekerja sama dan bersikap terbuka dan saling memahami mengenai pekerjaan yang harus dilakukan					
12	Seorang wirausaha komitmen yang kuat dalam pekerjaannya karena jika tidak akan berakibat					

	tidak berhasil terhadap segala sesuatu yang telah dirintisnya					
	TANGGUNG JAWAB					
13	Seorang wiraswasta harus disiplin dan penuh komitmen dalam menjalankan bisnisnya					
14	Seorang wirausaha harus jujur, berdedikasi tinggi dan konsisten dalam menjalankan bisnisnya					
	KEMANDIRIAN ATAU KETIDAKTERGANTUNGAN TERHADAP ORANG LAIN					
15	Seorang wirausaha mampu mengoptimalkan segala daya dan upaya yang dimilikinya sendiri					
16	Seorang wirausaha harus pandai dan terampil dalam menganalisis dan menghitung risiko serta keberanian atau visi jauh ke depan					
	BERANI MENGHADAPI RISIKO					
17	Perilaku seorang wirausaha harus selalu berani menghadapi risiko.					

	Semakin besar risiko yang dihadapinya, maka semakin besar pula kemungkinan dan kesempatan untuk meraih keuntungan yang lebih besar					
18	Perilaku seorang wirausaha harus berani mengahadapai risiko yang telah di perhitungkan sebelumnya merupakan kunci awal dalam berusaha karena hasil yang akan dicapai akan proporsional dengan risiko yang akan diambil					
SELALU MENCARI PELUANG						
19	Seorang wiraswasta harus selalu membuat terobosan baru dalam pengelolaan usaha					
20	Seorang wiraswasta harus mencoba hal-hal baru yang mampu meningkatkan usaha					

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

HASIL ANGKET PENGETAHUAN AJARAN BISNIS NABI MUHAMMAD SAW

No	ITEM ANGKET																				Σ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	4	5	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	90
2	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	88
3	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	3	4	5	5	86
4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	79
5	3	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	3	5	4	5	4	5	5	3	5	85
6	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	81
7	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	88
8	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	3	83
9	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	3	4	4	4	3	84
10	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	5	4	3	5	3	4	5	4	5	85
11	3	5	4	3	4	4	5	3	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	83
12	4	5	5	3	5	4	3	4	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	5	3	81
13	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5	3	5	89
14	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	77
15	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4	5	4	3	5	4	5	82
16	3	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	86
17	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	77
18	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	76
19	5	3	5	4	4	5	3	5	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	5	4	85
20	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	86
21	4	5	3	5	5	5	4	3	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	3	5	85
22	4	5	4	4	5	4	4	4	3	5	3	3	5	3	4	4	3	5	5	4	81
23	5	4	5	5	3	3	5	4	4	3	4	3	3	5	4	4	5	5	5	5	84
24	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	3	5	3	4	3	5	3	82
25	4	3	5	3	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	3	3	5	4	5	5	81
26	5	3	5	4	4	4	4	3	3	5	5	3	4	5	4	5	5	4	4	4	83
27	4	5	5	5	3	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	4	5	86
28	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	5	4	5	82
29	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	5	4	84
30	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	83
31	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	5	4	5	5	3	4	5	85
32	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	3	4	5	86
33	5	4	4	4	4	3	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	86
34	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	86
35	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	3	4	5	4	4	5	84
36	4	5	5	3	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	85
37	3	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	84
38	4	3	4	5	3	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	4	81

39	3	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	3	5	84
40	5	4	4	4	5	3	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	3	84
41	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	90
42	3	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	89
43	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	3	85
44	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	3	4	5	4	4	5	82
45	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	84
46	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	83
47	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	4	5	5	5	81
48	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	85
49	4	4	3	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	3	3	5	4	4	3	82
50	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	82
51	3	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	84
52	3	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	81
53	3	5	5	5	4	5	5	3	5	3	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	85
54	4	5	3	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	5	3	84
55	4	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	3	84
56	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	83
57	4	3	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	85
58	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	81
59	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	80
60	3	5	5	5	4	3	3	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	85
61	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4	3	4	5	85
62	4	5	5	3	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	86
63	3	4	5	3	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	83
64	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	81
65	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	80
66	4	5	3	4	4	5	4	5	3	4	5	3	4	4	5	5	3	4	4	5	83
67	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	90
68	3	4	5	5	5	4	3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	87
69	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	85
70	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	82
71	3	4	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	81
72	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	91
73	5	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	82
74	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	84
75	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	88
76	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	79
77	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	78
78	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	75
79	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	81
80	4	5	3	4	3	4	5	3	4	3	5	4	4	3	5	5	4	5	4	4	81
81	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	82

82	4	5	3	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	84
83	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	88
84	3	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	87	
85	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	82	
86	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	83	
87	3	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	84	
88	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	83	
89	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	5	3	4	4	5	84	
90	5	4	4	3	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	81	
91	5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	5	88	
92	5	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	85	
93	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	81	
94	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	82	
95	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	81	
96	3	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	3	5	5	4	5	86	
97	4	4	3	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4	3	3	4	5	84	
98	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5	88	

HASIL ANGKET PERILAKU WIRUSAHAWAN

No	ITEM ANGKET																				Σ		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			
1	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	89
2	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	3	5	3	4	5	3	4	5	85
3	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	3	3	5	4	5	87
4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	3	4	3	5	5	4	5	4	4	3	4	4	82
5	5	3	4	3	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	87
6	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	83
7	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	89
8	5	5	3	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	85
9	4	5	3	5	5	3	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	87
10	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	88
11	3	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	86
12	4	4	5	5	4	5	5	3	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	87
13	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	89
14	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	3	5	3	4	3	4	5	3	4	5	82
15	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	86
16	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	89
17	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	78
18	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	3	4	5	84
19	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	5	86
20	5	5	3	5	5	3	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	86
21	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	84

22	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5	3	4	5	4	86
23	5	5	3	5	5	5	3	5	3	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	86
24	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	90
25	4	5	3	5	5	4	4	4	5	5	3	5	4	4	5	3	4	5	5	4	86
26	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	3	5	4	4	85
27	3	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	89
28	5	3	5	5	3	4	5	5	4	5	3	5	5	3	4	5	5	4	4	5	87
29	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	87
30	5	4	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	3	3	4	5	4	5	3	86
31	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	4	4	3	4	5	88
32	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	88
33	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	3	83
34	4	4	5	4	5	5	3	4	3	5	4	4	5	5	3	4	3	5	3	4	82
35	5	3	4	3	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	86
36	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	83
37	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	88
38	5	5	3	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	5	5	3	3	5	5	4	86
39	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	92
40	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	3	5	4	4	5	3	5	5	90
41	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	81
42	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	87
43	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	5	5	4	4	5	5	4	84
44	3	5	5	4	5	3	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	85
45	3	4	5	4	3	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	4	3	5	5	80
46	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	83
47	3	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	90
48	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	85
49	5	4	5	5	4	5	4	3	3	5	4	4	5	4	5	3	5	3	4	4	81
50	5	4	4	4	3	5	4	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	88
51	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	85
52	5	3	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	90
53	3	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	3	5	88
54	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	84
55	5	5	3	5	4	4	3	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	88
56	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	5	3	85
57	5	3	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	81
58	3	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	5	4	5	3	4	3	4	3	83
59	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	88
60	5	5	3	5	4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	88
61	5	5	3	5	5	3	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	3	5	85
62	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	3	85
63	3	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	84
64	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	

65	5	4	5	5	4	5	4	3	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	3	86
66	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	3	3	5	5	5	4	5	85
67	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	89
68	5	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	89
69	3	4	4	4	4	5	3	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	83
70	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	85
71	5	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	80
72	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	3	80
73	5	4	5	5	4	5	4	3	3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	92
74	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	3	4	4	5	85
75	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	84
76	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4	3	88
77	3	4	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	80
78	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	3	81
79	5	5	3	5	4	4	3	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	5	3	5	80
80	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	85
81	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	82
82	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	4	4	85
83	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	3	5	83
84	5	3	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	91
85	3	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	3	87
86	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	3	4	4	5	84
87	5	5	3	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	84
88	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	3	5	3	4	3	4	4	5	87
89	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	85
90	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	89
91	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	87
92	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	89
93	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	91
94	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	81
95	5	3	4	3	5	4	4	5	5	3	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	87
96	5	4	5	5	4	5	3	5	3	5	4	5	4	5	3	4	3	5	5	4	84
97	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	86
98	5	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	88

A. Uji Validitas

Variabel Perilaku Ajaran Nabi Muhammad SAW (X)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
Pearson Correlation	1	.424	.629(**)	.295	.441	.110	.259	.307	.382	.2
Sig. (2-tailed)		.062	.003	.207	.052	.644	.270	.188	.097	.2
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Pearson Correlation	.424	1	.629(**)	.151	.245	.240	.107	.307	.382	.2
Sig. (2-tailed)	.062		.003	.525	.298	.308	.655	.188	.097	.2
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Pearson Correlation	.629(**)	.629(**)	1	.409	.309	.064	.288	.369	.268	.2
Sig. (2-tailed)	.003	.003		.074	.185	.788	.217	.109	.254	.2
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Pearson Correlation	.295	.151	.409	1	.343	.409	.350	.844(**)	.467(*)	.655(
Sig. (2-tailed)	.207	.525	.074	.139	.139	.074	.130	.000	.038	.0
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Pearson Correlation	.441	.245	.309	.343	1	.662(**)	.518(*)	.522(*)	.577(**)	.518
Sig. (2-tailed)	.052	.298	.185	.139		.001	.019	.018	.008	.0
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Pearson Correlation	.110	.240	.064	.409	.662(**)	1	.151	.599(**)	.459(*)	.4
Sig. (2-tailed)	.644	.308	.788	.074	.001		.525	.005	.042	.0
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Pearson Correlation	.259	.107	.288	.350	.518(*)	.151	1	.596(**)	.629(**)	.516
Sig. (2-tailed)	.270	.655	.217	.130	.019	.525		.006	.003	.0
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Pearson Correlation	.307	.307	.369	.844(**)	.522(*)	.599(**)	.596(**)	1	.678(**)	.731(
Sig. (2-tailed)	.188	.188	.109	.000	.018	.005	.006		.001	.0
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Pearson Correlation	.382	.382	.268	.467(*)	.577(**)	.459(*)	.629(**)	.678(**)	1	.4
Sig. (2-tailed)	.097	.097	.254	.038	.008	.042	.003	.001		.0
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Pearson Correlation	.259	.259	.288	.655(**)	.518(*)	.426	.516(*)	.731(**)	.404	
Sig. (2-tailed)	.270	.270	.217	.002	.019	.061	.020	.000	.077	
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Pearson Correlation	.120	.247	.211	.514(*)	.734(**)	.669(**)	.497(*)	.721(**)	.523(*)	.497
Sig. (2-tailed)	.613	.293	.371	.021	.000	.001	.026	.000	.018	.0
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Pearson Correlation	.215	.358	.194	.215	.488(*)	.582(**)	.304	.510(*)	.423	.455

.120	.215	.215	.245	277	.281							
613	.363	.363	.298	237	231	.204						
20	20	20	20	20	20	.389	.334	.392	.568(**)			.53
247	.358	.358	.245	277	20	20	.150	.087	.009			
293	.121	.121	.298	237	424	.349	20	20	20			
20	20	20	20	20	.062	.131	.699(**)	.748(**)	.712(**)			.64E
211	.194	.323	.309	437	20	20	.001	.000	.000			
371	.413	.165	.185	.054	.110	.157	20	20	20			
20	20	20	20	20	.644	.508	.356	.418	.499(*)			.56E
514(*)	.215	.645(**)	.539(*)	.762(**)	20	20	.123	.067	.025			
021	.363	.002	.014	.000	439	.524(*)	20	20	20			
20	20	20	20	20	.053	.018	.152	.083	.007			.66E
.734(**)	.488(*)	.488(*)	.733(**)	.471(*)	20	20	.523	.727	.976			
000	.029	.029	.000	.036	.245	.198	20	20	20			
20	20	20	20	20	.298	.403	.207	.081	.049			.64E
669(**)	.582(**)	.582(**)	.662(**)	.593(**)	20	20	.382	.735	.838			
001	.007	.007	.001	.006	.499(*)	.551(*)	20	20	20			
20	20	20	20	20	.025	.012	.246	-.011	-.019			.63E
497(*)	.304	.607(**)	.518(*)	.477(*)	20	20	.295	.964	.935			
.026	.193	.005	.019	.034	.107	.062	.193	.226	.107			.55
20	20	20	20	20	.655	.796	.415	.337	.655			
.721(**)	.510(*)	.892(**)	.696(**)	.800(**)	20	20	20	20	20			
.000	.022	.000	.001	.000	.563(**)	.621(**)	.432	.274	.179			.88E
20	20	20	20	20	.010	.004	.057	.242	.450			
523(*)	.423	.634(**)	.577(**)	.612(**)	20	20	20	20	20			
.018	.063	.003	.008	.004	.382	.343	.358	.560(*)	.170			.73E
20	20	20	20	20	.097	.139	.121	.010	.475			
497(*)	.455(*)	.607(**)	.726(**)	.477(*)	.564(**)	.524(*)	20	20	20			
.026	.044	.005	.000	.034	.010	.018	.322	.226	.259			.731
20	20	20	20	20	20	20	.167	.337	.270			
1	.316	.821(**)	.561(*)	.702(**)	.247	.308	.401	.136	-.133			.68E
20	.175	.000	.010	.001	.293	.187	.079	.567	.576			
.316	1	.429	.683(**)	.345	.645(**)	.580(**)	.303	.118	.358			.63E
.175	20	.059	.001	.136	.002	.007	.195	.619	.121			
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20			
821(**)	.429	1	.488(*)	.863(**)	.502(*)	.580(**)	.424	.355	.072			.82E
000	.059		.029	.000	.024	.007	.063	.125	.764			
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20			
.561(*)	.683(**)	.488(*)	1	.471(*)	.441	.396	.372	.081	.245			.74E
.010	.001	.029		.036	.052	.084	.106	.735	.298			
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20			
.702(**)	.345	.863(**)	.471(*)	1	.450(*)	.560(*)	.146	.200	-.069			.741
001	.136	.000	.036		.046	.010	.539	.398	.772			
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20			
247	.645(**)	.502(*)	.441	.450(*)	1	.640(**)	.334	.392	.424			.66E
293	.002	.024	.052	.046		.002	.150	.087	.062			
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20			
308	.580(**)	.580(**)	.396	.560(*)	.640(**)	1	.246	.192	.204			.62E
.187	.007	.007	.084	.010	.002		.297	.417	.389			
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20			
401	.303	.424	.372	.146	.334	.246	1	.652(**)	.699(**)			.624
079	.195	.063	.106	.539	.150	.297		.002	.001			
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20			

.136	.118	.355	.081	.200	.392	.192	.652(**)	1	.629(**)	53
.567	.619	.125	.735	.398	.087	.417	.002		.003	
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
-.133	.358	.072	.245	-.069	.424	.204	.699(**)	.629(**)	1	47
.576	.121	.764	.298	.772	.062	.389	.001	.003		
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
.685(**)	.639(**)	.828(**)	.740(**)	.741(**)	.665(**)	.629(**)	.624(**)	.535(*)	.478(*)	
.001	.002	.000	.000	.000	.001	.003	.003	.015	.034	
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Perilaku Wirausaha (Y)
 Correlations

	PW1	PW2	PW3	PW4	PW5	PW6	PW7	PW8	PW9	PW10
1 Pearson Correlation	1	.599(**)	.532(*)	.156	.462(*)	.171	.372	.422	.307	.531
Sig. (2-tailed)		.005	.016	.510	.040	.471	.106	.064	.188	.1
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
2 Pearson Correlation	.599(**)	1	.552(*)	.251	.381	.168	.659(**)	.273	.569(**)	
Sig. (2-tailed)	.005		.012	.286	.097	.479	.002	.244	.009	
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
3 Pearson Correlation	.532(*)	.552(*)	1	.282	.631(**)	.384	.294	.456(*)	.320	
Sig. (2-tailed)	.016	.012		.228	.003	.094	.208	.044	.168	
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
4 Pearson Correlation	.156	.251	.282	1	.401	.475(*)	.401	.456(*)	.518(*)	
Sig. (2-tailed)	.510	.286	.228		.079	.034	.079	.044	.019	
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
5 Pearson Correlation	.462(*)	.381	.631(**)	.401	1	.232	.371	.285	.254	
Sig. (2-tailed)	.040	.097	.003	.079		.324	.107	.223	.281	
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
6 Pearson Correlation	.171	.168	.384	.475(*)	.232	1	.458(*)	.733(**)	.482(*)	.655
Sig. (2-tailed)	.471	.479	.094	.034	.324		.042	.000	.031	.1
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
7 Pearson Correlation	.372	.659(**)	.294	.401	.371	.458(*)	1	.501(*)	.808(**)	.616
Sig. (2-tailed)	.106	.002	.208	.079	.107	.042		.024	.000	.1
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
8 Pearson Correlation	.422	.273	.456(*)	.456(*)	.285	.733(**)	.501(*)	1	.566(**)	.517
Sig. (2-tailed)	.064	.244	.044	.044	.223	.000	.024		.009	.1
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
9 Pearson Correlation	.307	.569(**)	.320	.518(*)	.254	.482(*)	.808(**)	.566(**)	1	

PW11	PW12	PW13	PW14	PW15	PW16	PW17	PW18	PW19	PW20	Total
.014	.110	.187	.324	-.006	.326	.341	.105	.396	-.007	.55c
.954	.644	.430	.163	.980	.161	.142	.660	.084	.978	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.241	.314	.356	.466(*)	.202	.313	.203	.009	.241	.332	.667c
.307	.178	.124	.038	.392	.179	.390	.970	.307	.153	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.168	.050	.000	-.046	-.173	.267	.246	.203	.503(*)	.137	.52c
.480	.834	1.000	.848	.467	.255	.295	.390	.024	.565	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
-.056	.150	.096	.046	.123	.267	.246	.203	.280	.027	.50c
.815	.527	.688	.848	.605	.255	.295	.390	.233	.909	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.175	.045	.171	-.062	-.254	.000	.037	.172	.175	-.037	.4
.460	.851	.471	.797	.281	1.000	.878	.469	.460	.878	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.187	.080	.304	.073	.256	.329	.246	-.004	.286	.092	.585c
.429	.739	.193	.761	.275	.156	.295	.987	.222	.701	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.385	.345	.519(*)	.316	.170	.279	.097	-.127	.268	.303	.718c
.093	.136	.019	.175	.474	.234	.684	.593	.252	.194	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.040	.154	.249	.141	.193	.316	.370	.070	.437	.084	.649c
.868	.516	.289	.553	.416	.175	.109	.771	.054	.724	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.204	.280	.331	.344	.090	.154	.058	-.178	.204	.416	.640c
.388	.233	.154	.138	.706	.517	.808	.452	.388	.068	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.168	.150	.478(*)	.321	.222	.480(*)	.246	-.249	.168	-.082	.586c
.480	.527	.033	.168	.347	.032	.295	.291	.480	.731	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.1	.459(*)	.188	.320	.333	.000	-.012	-.384	-.098	.490(*)	.3
.20	.042	.428	.169	.151	1.000	.960	.094	.682	.028	.1
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.459(*)	.1	.730(**)	.645(**)	.684(**)	.522(*)	.525(*)	.186	.241	.653(**)	.667c
.042	.000	.002	.001	.018	.018	.018	.433	.307	.002	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.188	.730(**)	.1	.496(*)	.497(*)	.498(*)	.266	.118	.083	.347	.633c
.428	.000	.026	.026	.025	.258	.620	.726	.133	.20	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.320	.645(**)	.496(*)	.1	.714(**)	.286	.480(*)	-.073	.020	.499(*)	.576c
.169	.002	.026	.000	.221	.032	.761	.933	.025	.20	.c
.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.20	.c
.333	.684(**)	.497(*)	.714(**)	.1	.462(*)	.521(*)	.048	.118	.584(**)	.53c
.151	.001	.026	.000	.040	.018	.841	.619	.007	.007	.c

20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
.000	.522(*)	.498(*)	.286	.462(*)	1	.627(**)	.235	.582(**)	.285	.650
1.000	.018	.025	.221	.040		.003	.318	.007	.223	.0
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	.0
-.012	.525(*)	.266	.480(*)	.521(*)	.627(**)	1	.574(**)	.705(**)	.228	.631
.960	.018	.258	.032	.018	.003		.008	.001	.333	.0
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	.0
-.384	.186	.118	-.073	.048	.235	.574(**)	1	.601(**)	-.140	.2
.094	.433	.620	.761	.841	.318	.008		.005	.556	.3
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	.0
-.098	.241	.083	.020	.118	.582(**)	.705(**)	.601(**)	1	.251	.571
.682	.307	.726	.933	.619	.007	.001	.005		.286	.0
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	.0
.490(*)	.653(**)	.347	.499(*)	.584(**)	.285	.228	-.140	.251	1	.494
.028	.002	.133	.025	.007	.223	.333	.556	.286		.0
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	.0
.337	.667(**)	.633(**)	.576(**)	.534(*)	.650(**)	.631(**)	.218	.571(**)	.494(*)	.027
.146	.001	.003	.008	.015	.002	.003	.355	.009		.027
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	.027

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabelitas

Variabel Pengetahuan Ajaran Nabi Muhammad SAW (X)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	20	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	20

Variabel Perilaku Wirausaha (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	20	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	20

Hasil Uji Normalitas

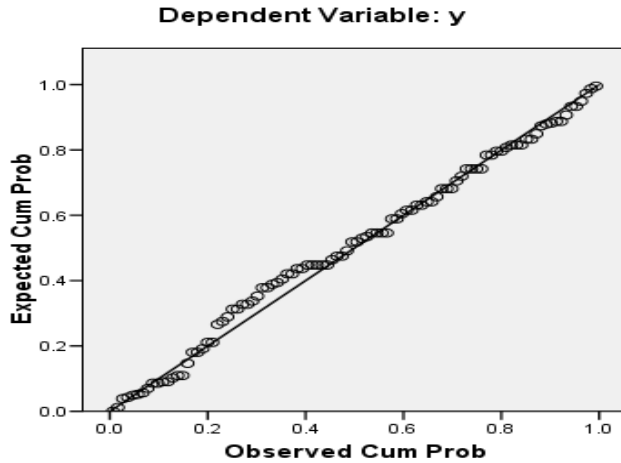
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X	Y
N		98	98
Normal	Mean	83.59	85.65
Parameters(a,b)	Std. Deviation	3.062	2.940
Most Extreme	Absolute	.107	.096
Differences	Positive	.098	.067
	Negative	-.107	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		1.058	.948
Asymp. Sig. (2-tailed)		.213	.330

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Multikolinearitas

Coefficients(a)

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant) Pengetahuan ajaran bisnis Nabi Muhammad SAW	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Variabel y

Uji Homogenitas

Hasil Analisis Homogenitas

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.132	12	81	.347

Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Sederhana

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	37.123	6.526	
	x	.581	.078	.605

a Dependent Variable: y

2. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605(a)	.366	.359	2.353

a Predictors: (Constant), Variabel_X

b Dependent Variable: Variabel_Y

3. Uji T

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.123	6.526		5.688	.000
	Variabel_X	.581	.078	.605	7.441	.000

a Dependent Variable: Variabel_Y

4. Uji F

UJI F
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306.608	1	306.608	55.370	.000(a)
	Residual	531.596	96	5.537		
	Total	838.204	97			

a Predictors: (Constant), Variabel_X

b Dependent Variable: Variabel_Y

DOKUMENTASI



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Itsna Elvi Khusna
NIM : 132411061
Jenis Kelamin : Perempuan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Tempat & tgl Lahir : Semarang, 27 Februari 1995
Agama : Islam
Alamat : Jl. Pucang Gading Raya RT. 01 RW. 09
Batursari Mranggen

Jenjang pendidikan :

1. MI Raudlatulsubban Mranggen Tahun Lulus 2007
2. MTs Negeri 1 Semarang Tahun Lulus 2010
3. SMA Negeri 2 Mranggen Tahun Lulus 2013

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 13 Juli 2018
Penulis,


Itsna Elvi Khusna
NIM. 132411061