DAMPAK INTENSI PENGGUNAAN PRODUK HERBAL TERHADAP MOTIVASI MAHASISWA PRODI EKONOMI ISLAM IAIN BUKITTINGGI DALAM BERWIRAUSAHA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ekonomi Islam

Oleh :

RESKI RAHMAYANI

NIM : 3216.087

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

1441 H / 2020 M

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama / NIM	: Reski Rahmayani / 3216.087
Tempat / Tanggal Lahir	: Bukittinggi / 19 Maret 1998
Jurusan / Fakultas	: Ekonomi Islam / Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: **Dampak Intensi Penggunaan Produk Herbal Terhadap Motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Dalam Berwirausaha**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (skripsi) dengan judul diatas adalah benar asli karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses sesuai hukum yang berlaku, dan gelar kesarjanaan penulis dicabut sampai batas waktu yang ditentukan.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Mei 2020



Reski Rahmayani

NIM : 3216.087

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Reski Rahmayani, NIM 3216.087** dengan judul **"Dampak Intensi Penggunaan Produk Herbal Terhadap Motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Dalam Berwirausaha"** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang *Munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, Mei 2020

Pembimbing

ERA SONITA, SE, M.Si

NIP.197110252003122002

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbill'amin. Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Kemudian shalawat beriringan salam, penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam yang penuh ilmu pengetahuan.

Tujuan dari penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana (S-1) Ekonomi Islam dalam Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Ada pun judul skripsi ini adalah"Dampak Intensi Penggunaan Produk Herbal Terhadap Motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Dalam Berwirausaha".

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan serta bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, izinkan penulis mengucapkan rasa syukur kepada orang-orang yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini. Terutama dan teristimewa, penulis sampaikan untuk Ayahanda tercinta **Ardis** dan Ibunda tercinta **Sepmawati,** karena berkat doa beliau membuat penulis tidak pernah patah semangat untuk melaksanakan berbagai aktivitas terutama skripsi ini, semoga Allah SWT melindungi dan memberkati beliau.

Selanjutnya dengan segala kerendahan hati, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M.Hum,** selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN), beserta jajarannya.
2. Bapak **Tafkir Gampala** dan Ibu **Yusra N, SE** selaku Kasubbag, Kemahasiswaan Alumni sekaligus pembina bidikmisi beserta jajarannya, yang telah memberikan biaya pendidikan kepada penulis sejak awal kuliah sampai saat sekarang ini, sehingga berkat bantuan dan jasa beliau, penulis bisa menyelesaikan skripsi dan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi ini.
3. Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA,** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN), beserta jajarannya, yang telah membantu kelancaran dalam melakukan penelitian dikampus ini.
4. Ibu **Rini Elvira, SE, M.Si**, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN), beserta jajaran yang telah memberikan izin dan kesempatan, bimbingan dan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu **Era Sonita, SE, M.Si**, selaku pembimbing yang dengan sabar telah berkenan meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, semangat, arahan, dan masukan hingga akhir penulisan skripsi ini.
6. Bapak **H. Harfandi, SE, M.Si,** selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehatnya, arahan serta semangat demi kelancaran proses belajar penulis.

7. Bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis bisa melanjutkan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.
8. Bapak/ibu pegawai perpustakan yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Angkatan 2016, selaku objek penelitian penulis, yang telah meluangkan waktu dan membantu demi kelancaran penelitian ini.

Selanjutnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Doa dan harapan penulis kepada semua pihak yang memberikan bantuan, semoga Allah SWT membalas serta melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi, dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua.

Bukittinggi, Mei 2020

Penulis

Reski Rahmayani

Nim 3216.087

HALAMAN PERSEMBAHAN



Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan aku ilmu, menunjukkan aku ketika aku dalam kesulitan, tempat untuk mengadu, dan tempat untuk meminta pertolongan. Terima Kasih ya Rabb atas anugerah dan izin yang engkau beri, sehingga menghantarkan ku untuk sampai ke tahap ini. Selanjutnya, shalawat dan salam, semoga tersampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa dari alam kegelapan menuju alam yang berilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat sekarang ini.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang kucintai, dan telah memberikan ku semangat, motivasi, dan mengajarkan ku tentang apa yang tidak atau belum aku ketahui, sehingga membuatku selalu berjuang menyelesaikan karya ini.

Keluarga tercinta

Ayahanda dan Ibunda yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih dan sayang serta memberikan semangat yang tak henti-hentinya untuk penulis dalam menjalani aktivitas dan memberikan dukungan kepada penulis. Kakak tercinta Doly Sofyan dan Wawan Putra dan keluarga besar yang telah memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah selalu melindungi dan memberikan kesehatan untuk mereka semua. Aamiin ya Rabbal 'alamiin.

Dosen Pembimbing Tercinta

Bu Era Sonita, SE, M.Si yang telah sabar meluangkan waktunya ditengah kesibukannya untuk memberikan arahan, bimbingan, masukan dan semangat kepada penulis sampai ke akhir penulisan skripsi ini. Terima kasih banyak ibu, semoga selalu dalam keadaan sehat, dan dilindungi oleh Allah SWT dimanapun ibu berada. Aamiin Allahumma Aamiin.

Sahabat Tercinta

Sahabat tercinta yaitu seluruh keluarga besar EI 2016, EI-C 2016, Honestly That's My Styel, Formabid IAIN Bukittinggi, UKM FTQ IAIN Bukittinggi, serta Keluarga Besar Bimbingan Skripsi Bu Era Sonita yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segalanya, atas semangatnya, atas canda dan tawanya, penulis bahagia memiliki kakak dan sahabat semua, penulis minta maaf tidak bisa menyebutkan nama nya satu per satu, penulis juga minta maaf atas kesalahan dan khilaf penulis selama begaul dengan sahabat semua. Tapi yang pasti penulis bangga dengan kakak dan sahabat semua.

HALAMAN MOTTO

Tetaplah Melangkah
"Jika kau berada di jalan Allah, berlarilah kencang. Jika sulit, maka tetaplah berlari meski hanya lari-lari kecil. Bila engkau lelah, berjalanlah. Apabila semua itu tak mampu kau lakukan tetaplah maju meski harus merangkak, dan jangan pernah sekalipun berbalik arah."
(al-Imam Syafi'i)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS i

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

KATA PENGANTAR iii

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

HALAMAN MOTTO viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xvii

ABSTRAK xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 9

C. Batasan Masalah 9

D. Rumusan Masalah 10

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian 10

2. Manfaat Penelitian 10

F. Ruang Lingkup Penelitian 11

G. Penjelasan Judul 11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsep Intensi Penggunaan Produk Herbal

1. Pengertian Intensi 13
2. Pengertian Niat Membeli (*Intention Purchase*)..... 14
3. Teori Niat Pembelian..... 16
4. Aspek-Aspek Intensi 17
5. Pengertian Produk Herbal..... 19
6. Perkembangan Pemasaran Produk Herbal..... 19
7. Kelebihan dan Kelemahan Obat Herbal 20

B. Landasan Syariah Tentang Cara Berobat Yang Benar

1. Pandangan Islam Tentang Cara Berobat Yang Benar 23
2. Faktor Fisik dalam Kesehatan dan Penyembuhan..... 28
3. Makna Spiritual dalam Kesehatan dan Pengobatan 29
4. Thibbun Nabawi 31

C. Konsep Motivasi Berwirausaha

1. Pengertian Motivasi..... 34
2. Faktor Pendorong Timbulnya Motivasi..... 36
3. Pengertian Kewirausahaan 36
4. Konsep Kewirausahaan 39
5. Pengertian Wirausaha..... 40
6. Kewirausahaan Islam..... 41
7. Pengertian Motivasi Wirausaha..... 43
8. Faktor-Faktor Pendorong Motivasi Berwirausaha 45

9. Aspek-Aspek Motivasi Wirausaha 46
10. Jenis-Jenis Kelompok Motivasi Wirausaha 47
11. Fungsi-Fungsi Motivasi Wirausaha 49
12. Teori-Teori Motivasi 50
13. Motivasi dan Tujuan Kerja dalam Islam 54
D. Penelitian Terdahulu 57
E. Kerangka Pemikiran 59
F. Hipotesis 59

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 60
B. Lokasi dan waktu penelitian 60
C. Jenis dan Sumber Data
1. Data Primer 61
2. Data Sekunder 61
D. Teknik Pengumpulan Data
1. Observasi 61
2. Wawancara 62
3. Kuesioner 62
E. Populasi dan Sampel
1. Populasi 62
2. Sampel 62
F. Instrumen Penelitian 63
G. Teknik Analisi Data 65

H. Pengujian Model

1. Uji Instrument 66

2. Uji Asumsi Klasik 68

3. Uji Hipotesis 69

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Profil Program Studi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi

1. Sejarah Berdirinya Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi 72

2. Visi – Misi Program Studi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi 74

3. Tujuan Program Studi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi 75

4. Sasaran Program Studi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi 75

B. Profil Responden

1. Responden Berdasarkan Umur 79

2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 80

3. Responden Berdasarkan Selaku 81

C. Analisis Deskriptif

1. Tanggapan Responden Mengenai Variabel X 83

2. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Y 96

3. Kesimpulan Atas Tanggapan Responden 110

D. Uji Instrument

1. Uji Validitas 111

2. Uji Reliabilitas 116

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikoliniaritas 118

2. Uji Autokorelasi 119

3. Uji Heteroskedastisitas 120

4. Uji Normalitas 122

F. Analisis Regresi Linear Sederhana 123

G. Uji Hipotesis

1. Uji F (Uji Serentak) 125

2. Uji t 127

3. Uji Koefesien Determinasi (R^2).....128

H. Analisis Temuan

1. Intensi Penggunaan Produk Herbal (X).....129

2. Motivasi Berwirausaha (Y) 132

3. Dampak Intensi Penggunaan Produk Herbal Terhadap Motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Dalam Berwirausaha 134

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....135

B. Saran.....135

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna dan Penjual Produk Herbal Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi 3

Tabel 1.2 Tingkat Pengangguran Berdasarkan Pendidikan Yang Ditamatkan 6

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian 64

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Umur 80

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 81

Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Selaku 81

Tabel 4.4 Produk Herbal Terbuat Dari Bahan Alami Bukan Dari Hasil Zat Kimia 83

Tabel 4.5 Khasiat Produk Herbal Akan Dirasakan Setelah Rutin Menggunakannya 84

Tabel 4.6 Produk Herbal Dapat Mencegah dan Mengobati Berbagai Macam Penyakit 85

Tabel 4.7 Produk Herbal Berguna Untuk Kecantikan 86

Tabel 4.8 Munculnya Keinginan Untuk Menggunakan Produk Herbal Karena Dorongan Dari Keluarga 87

Tabel 4.9 Munculnya Keinginan Untuk Menggunakan Produk Herbal Karena Dorongan Dari Teman 88

Tabel 4.10 Munculnya Keinginan Untuk Menggunakan Produk Herbal Karena Dorongan Dari Media Sosial 89

Tabel 4.11 Munculnya Keinginan Untuk Menggunakan Produk Herbal Karena Dorongan Dari Status Sosial 90

Tabel 4.12 Adanya Pujian Dari Orang Lain Karena Melihat Menggunakan Produk Herbal 92
Tabel 4.13 Sudah Banyaknya Produk Herbal Yang Dijual Melalui Media Sosial, Sehingga Mempermudah Untuk Membeli Produk Tersebut 93
Tabel 4.14 Adanya Faktor Yang Menghalangi Untuk Menggunakan Produk Herbal, Seperti Kurangnya Dana Untuk Membeli Produk Tersebut 94
Tabel 4.15 Adanya Faktor Yang Menghalangi Untuk Menggunakan Produk Herbal, Seperti Habisnya Produk Yang Ingin Dibeli Kembali 95
Tabel 4.16 Munculnya Keinginan Berwirausaha Karena Dukungan Dari Keluarga 97
Tabel 4.17 Munculnya Keinginan Berwirausaha Karena Dukungan Dari Teman 98
Tabel 4.18 Munculnya Keinginan Berwirausaha Karena Dukungan Dari Pihak Kampus Dengan Menghadirkan Pendidikan Kewirausahaan, Seminar, Sampai ke Praktikum Kewirausahaan 99
Tabel 4.19 Munculnya Keinginan Berwirausaha Karena Sudah Adanya Peluang Berwirausaha Seperti Menjual Produk Herbal 100
Tabel 4.20 Munculnya Keinginan Untuk Menjual Produk Herbal Ini, Karena Khasiat yang Dirasakan, Sehingga Banyak Beralih Dari Produk Kimia Ke Produk Herbal 101
Tabel 4.21 Munculnya Keinginan Untuk Menjual Produk Herbal Ini, Karena Ingin Memberikan Solusi Untuk Mencegah dan Mengobati Berbagai Macam Penyakit Secara Alami 102

Tabel 4.22 Munculnya Keinginan Untuk Menjual Produk Herbal Ini, Karena Ingin Mengikuti Sunnah Nabi Tentang Cara Pengobatan Nabi Muhammad SAW, Salah Satunya Mengosumsi Ramuan Herbal 103
Tabel 4.23 Munculnya Keinginan Untuk Menjual Produk Herbal Ini, Karena Keinginan Dari Diri Sendiri Untuk Memenuhi Kebutuhan Konsumen Melalui Produk Yang Terbuat Dari Bahan Alami 105
Tabel 4.24 Menjadikan Produk Herbal Ini Sebagai Peluang Usaha, Dengan Cara Menjual Produk Herbal Ini Baik Secara Langsung Maupun Online 106
Tabel 4.25 Menjadikan Produk Herbal Ini Sebagai Usaha Sambil Kuliah, yang Bertujuan Untuk Mengaplikasikan Ilmu Yang Sudah Dipelajari 107
Tabel 4.26 Berusaha Untuk Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Saran Untuk Menjual Produk Herbal Ini Secara Online 108
Tabel 4.27 Munculnya Keinginan Untuk Berwirausaha Ini Karena Sudah Ada Menggunakan Produk Herbal, Dan Sudah Merasakan Khasiatnya, Sehingga Memunculkan Rasa Percaya Diri Untuk Mempromosikan Kepada Konsumen. 109
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Untuk Total Variabel X..... 112
Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas Untuk Total Variabel Y..... 114
Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas Untuk Variabel X 117
Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas Untuk Variabel Y 117
Tabel 4.32 Hasil Uji Multikolinearitas..... 119
Tabel 4.33 Hasil Uji Autokorelasi 120

Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 124

Tabel 4.35 Hasil Uji F 125

Tabel 4.36 Hasil Uji t 127

Tabel 4.37 Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2) 129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 59

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas 121

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas..... 122

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Dampak Intensi Penggunaan Produk Herbal Terhadap Motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Dalam Berwirausaha**. Disusun oleh **Reski Rahmayani NIM 3216.087**, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Tahun 2020.

Latar belakang dari penelitian ini adalah tingginya tingkat pengangguran di Indonesia berdasarkan data BPS, menjadikan wirausaha sebagai cara untuk mengatasinya. Saat ini, produk herbal mulai diminati kalangan masyarakat, karena banyaknya masyarakat yang ingin mengubah pola hidup sehat, dengan beralih dari produk kimia menuju produk herbal. Tentunya, akan menjadi peluang yang besar bagi semua pelaku usaha termasuk mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi. Hal tersebut juga telah didukung dengan pendidikan kewirausahaan sampai ke praktikum kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Dampak Intensi Penggunaan Produk Herbal Terhadap Motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Dalam Berwirausaha.

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Angkatan 2016, dengan sampel sebanyak 158 orang. Jenis analisa data yang digunakan adalah (1) Uji Intrumen Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas. (2) Uji Asumsi Klasik dengan menggunakan Uji Multikolinieritas, Uji Autokorelasi, Uji heteroskedastisitas, uji normalitas. (3) Analisis Regresi Linear Sederhana. (4) Uji Hipotesis dengan menggunakan Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS. Dalam penelitian ini Variabel Intensi Penggunaan Produk Herbal (X) sebagai Variabel Independen dan Variabel Motivasi Berwirausaha (Y) sebagai Variabel Dependen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat dikemukakan bahwa, motivasi berwirausaha dipengaruhi oleh intensi penggunaan produk herbal, yang dapat dilihat dari persamaan Regresi Linier Sederhana $Y = 9{,}580 + 0{,}839\,X$, yang mana apabila nilai variabel ditingkatkan satu satuan maka motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Angkatan 2016 dalam berwirausaha akan meningkat. Dari penelitian yang telah dilakukan, intensi penggunaan produk herbal berdampak kepada mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Angkatan 2016, dibuktikan dengan nilai 0,839.

Kata Kunci : Intensi Penggunaan Produk, Peluang, Motivasi Berwirausaha

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang kaya akan tanaman herbal. Tanaman herbal, dipercaya sejak zaman dahulu, untuk mencegah dan mengobati berbagai macam penyakit. Nabi Muhammad SAW, sudah mengajarkan bahwa ramuan herbal dapat mencegah dan mengobati berbagai macam penyakit, serta mampu meningkatkan daya tahan tubuh. Diantara jenis tanaman herbal itu diantaranya seperti kunyit, jahe, kurma, temulawak, daun jambu biji, daun kelor, lidah buaya, habbatussauda, siwak dan masih banyak lagi.

Saat ini praktisi herbal memperkenalkan Jurus Sehat Rasulullah (JSR) yang dipopulerkan oleh Dr. Zainul Akbar yang hijrah untuk mengajarkan cara-cara sehat yang diajarkan Rasulullah, yaitu memanfaatkan tanaman herbal. Beliau berhasil mengajarkan masyarakat untuk hidup sehat seperti diajarkan Nabi, sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk mendalami ilmunya, dan beralih menggunakan tanaman herbal sebagai pengobatan alternatif, untuk mencegah berbagai macam penyakit.

Munculnya persepsi dari masyarakat untuk hidup sehat, membuat masyarakat beralih dari produk kimia ke produk herbal. Sehingga memuculkan intensi dari seseorang untuk menggunakan herbal. Menurut Bandura, dikutip dari Putu Bayu Adi Jaya (2016, h.1716), menjelaskan bahwa “Intensi merupakan suatu kebulatan tekad untuk melakukan aktifitas tertentu, atau menghasilkan suatu keadaan tertentu di masa depan”. Menurut Emnet dan

Chalchissa yang dikutip dari Putu Bayu Adi Jaya (2016, h.1716) mengatakan bahwa "intensi adalah motivasi seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu, menjelaskan seberapa keras orang tersebut untuk bersedia mencoba, seberapa banyak waktu dan upaya yang dilakukan untuk memunculkan suatu perilaku." Menurut Kriithika dan Venkatachalam, yang dikutip dari Putu Bayu Adi Jaya (2016, h.1716) yang menjelaskan bahwa, "intensi adalah harapan-harapan, keinginan-keinginan, ambisi-ambisi, cita-cita, rencana-rencana atau sesuatu yang harus diperjuangkan seseorang dimasa depan. Intensi berkaitan dengan indikasi akan seberapa susah seseorang mencoba untuk memahami, seberapa besar usaha seseorang dalam merencanakan sesuatu, untuk melakukan suatu perilaku tertentu".[1]

Maka intensi penggunaan herbal adalah suatu niat, keinginan, dan kebulatan tekad dari seseorang, untuk menggunakan herbal berdasarkan informasi yang telah didapat, tentang kelebihan dari produk herbal tersebut. Melihat kondisi tersebut, membuat tanaman herbal menjadi peluang usaha yang menjanjikan. Diantaranya yaitu, banyaknya tanaman herbal yang diolah menjadi produk herbal, baik berupa kapsul, suplemen makanan, kosmetik, sabun, sampo, bahkan sampai ke pasta gigi. Produk herbal ini banyak dijual ditoko herbal, baik secara langsung maupun secara online.

Saat sekarang ini, banyaknya dari toko-toko herbal yang memberikan peluang usaha kepada masyarakat, untuk ikut bergabung menjual produk

[1] Putu Bayu Adi Jaya, *Pengaruh Norma Subjektif, Efikasi Diri, dan Sikap Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMKN DI Denpasar*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.5 No.3, 2016, hlm.1716.

herbal. Syarat untuk mendaftarnya cukup mudah yaitu dengan memberikan fotocopy KTP, dan nomor rekening. Hal tersebut tentunya menjadi peluang usaha yang menjanjikan bagi semua orang termasuk mahasiswa. Mahasiswa dapat memanfaatkan kesempatan ini menjadi usaha sambil kuliah.

Tren menggunakan produk herbal ini, juga dibuktikan oleh Mahasiswa Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi, yang banyak menggunakan produk herbal. Berdasarkan observasi awal tanggal 3 dan 4 Maret 2020, peneliti dapat mengumpulkan data yang menunjukkan, bahwa produk herbal ini, banyak diminati oleh mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi terkhusunya angkatan 2016. Tidak hanya itu, mahasiswa juga bisa menciptakan usaha sendiri seperti menjual *infused water*. Data tesebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Data Pengguna dan Penjual Produk Herbal Mahasiswa
Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi

No	Selaku	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pengguna dan Penjual	8 orang	26,67 %
2	Hanya Pengguna dan tertarik untuk menjual.	3 orang	10 %
3	Hanya Pengguna	19 orang	63,33 %
Jumlah		30 orang	100 %

Sumber: data primer yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 1.1, menunjukkan bahwa terdapat 30 orang mahasiswa Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi menggunakan produk herbal, 8 orang diantaranya sudah menjual produk tersebut ke konsumen lain, dan sisanya 22 orang hanya menggunakan produk herbal. Diantara 22 orang yang

menggunakan tersebut, hanya 3 orang yang mulai tertarik untuk menjualnya, dan 19 orang memutuskan hanya menjadi konsumen atau pengguna herbal.[2]

Menurut Era Sonita (2007, h.1) mengatakan bahwa, "menjadi wirausaha atau tidak menjadi wirausaha, sesungguhnya merupakan pilihan hidup seseorang. Tetapi pilihan yang tidak didasari atas pemahaman, pertimbangan, dan pengetahuan yang luas, serta mendalam mengenai apa yang dilakukan, dapat menjadi awal yang tidak baik, jika ternyata pilihan tersebut dikemudian hari ternyata keliru. Pilihan menjadi wirausahaan merupakan alternatif yang paling tepat dan menjanjikan untuk kebutuhan baik pada masa sekarang maupun pada masa yang akan datang. Sayangnya, pilihan menjadi wirausahaan ini belum begitu banyak tumbuh dikalangan generasi muda kita. Untuk itu membangun jiwa kewirausahaan harus terus menerus dilakukan oleh siapapun yang peduli terhadap masa depan dirinya, keluarga, dan masyarakat".[3]

Menurut Suryan yang dikutip dari Era Sonita (2007, h.1), mengatakan bahwa "kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya, untuk mencari peluang menuju sukses. Dengan adanya mata kuliah yang berhubungan dengan pengetahuan kewirausahaan, maka diharapkan kepada mahasiswa setelah lulus kuliah nanti, mereka

[2] Wawancara dengan Mahasiswa Ekonomi Islam Semester 8, Pada Rabu- Kamis 04-05 Maret 2020.

[3] Era Sonita, *Sinergitas Sikap dan Pengetahuan Dalam Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Mahasiswa FEBI IAIN Bukittinggi*, 2007, hlm. 1.

memiliki jiwa kewirausahaan, mampu mendirikan suatu usaha, dan dapat bersaing dalam menghadapi perkembangan dan tuntutan dunia usaha".[4]

Dengan adanya peluang untuk berwirausaha saat ini seperti menjual produk herbal, seharusnya dapat menumbuhkan motivasi mahasiswa berwirausaha. Menurut Rosmiaty (2015, h.22) mengatakan bahwa "Motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang, yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi *young entrepreneur*. Motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan.[5]

Mengingat setiap tahunnya, pengangguran selalu meningkat, membuat masyarakat belum bisa keluar dari garis kemiskinan. Kemiskinan disebabkan oleh karena seseorang tidak dapat melakukan sesuatu. Sehingga menurut Sen, yang dikutip dari Era Sonita dan Helmi (2019, h.90) menjelaskan bahwa "agar seseorang dapat keluar dari kemiskinan maka dia harus mendapatkan akses ke sektor pendidikan, akses kesehatan, dan akses infrastruktur". Tingginya kemiskinan di Indonesia karena masyarakat tidak memperoleh pendidikan, yang mengakibatkan mereka tidak dapat menggunakan dan memperoleh informasi dan teknologi.[6]

---

[4] Era Sonita, *Sinergitas Sikap dan Pengetahuan Dalam Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Mahasiswa FEBI IAIN Bukittinggi,…,* hlm. 1.

[5] Rosmiati dkk, *Sikap Motivasi dan Minat Berwirausaha Mahasiswa*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 17 No.1 Maret 2015, hlm.22.

[6] Era Sonita dan Helmi, *Peningkatan SDM Menuju Kemandirian UMKM Melalui Kualitas Pendidikan Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals*, ..., hlm. 90.

Akan tetapi, berdasarkan fakta lapangan, perguruan tinggi juga ikut menyumbang angka kemiskinan dengan melahirkan pengangguran terdidik, hal tersebut dibuktikan pada data BPS, Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) 2016-2018, tentang pengangguran terbuka menurut pendidikan tertinggi yang ditamatkan, bahwa terjadi fluktuasi pada tingkat pengangguran dari tahun ke tahun. Data Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Tingkat Pengangguran Berdasarkan Pendidikan Yang Ditamatkan

No.	Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan	2016	2017	2018
1	Tidak/belum pernah sekolah	153.639	155.315	73.813
2	Tidak/belum tamat SD	941.487	951.332	773.774
3	SD	2.254.685	2.196.795	1.865.775
4	SLTP	2.608.298	2.555.657	2.380.975
5	SLTA Umum/SMU	3.497.325	3.463.723	3.580.956
6	SLTA Kejuruan/SMK	2.868.876	3.004.424	3.156.171
7	Akademi/Diploma	469.098	492.642	521.777
8	Universitas	1.262.539	1.225.697	1.518.714
	Total	**14.055.947**	**14.010.524**	**13.871.955**

Sumber : BPS, (SAKERNAS) 2016-2018

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat naiknya jumlah pengangguran pada tahun 2018 yaitu untuk Akademi/ Diploma sebesar 521.777 orang dan Universitas sebesar 1.518.714 orang, yang apabila digabungkan antara Akademi/Diploma dengan Universitas, maka jumlah pengangguran untuk perguruan tinggi menjadi 2.040.484 orang. Jumlah ini

masih sangat banyak, padahal tambahan lulusan perguruan tinggi hampir satu juta orang per tahun.[7]

Tingginya jumlah pengangguran dari perguruan tinggi menandakan, adanya ketidaksesuaian permintaan pasar tenaga kerja dan kompetensi lulusan. Hanif menyarankan, ”perguruan tinggi melakukan evaluasi program studi, untuk menghasilkan lulusan berkompetensi”. Perguruan tinggi harus mampu melakukan pemetaan, sehingga lulusannya bisa memenuhi kebutuhan dunia kerja. (Harfandi, Era Sonita dan Zulhelmi, 2018, h.3).[8]

Menurut Harfandi, Era Sonita dan Zulhelmi (2018, h.3) mengatakan bahwa “kurangnya minat dan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha, menjadi salah satu alasan dikeluarkannya kebijakan oleh pemerintah kepada perguruan tinggi untuk memberikan mata kuliah kewirausahaan kepada mahasiswa seluruh Prodi, yang diharapkan dengan memberikan mata kuliah tersebut dapat mengubah mindset mahasiswa yang selama ini hanya berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*). Sudah menjadi keharusan bagi sebuah perguruan tinggi atau lembaga pendidikan untuk dapat melahirkan lulusan yang bisa berkompetisi dengan lulusan perguruan tinggi lainnya baik dibidang akademik maupun non akademik, seperti dalam memasuki dunia kerja dan membuka lapangan kerja. Penyiapan lulusan ini baik dalam bidang akademik maupun tentang sikap dan pengetahuan terhadap kewirausahaan, hal ini dilakukan untuk menghadapi persaingan di dalam dunia kerja, terutama

[7] BPS Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) 2016 - 2017

[8] Harfandi, Era Sonita, dan Zulhelmi, *Integrasi Pendidikan Kewirausahaan Pada Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi Dalam Menciptakan Kompetensi Lulusan Yang Aplikastif dan Kompetitif*, Penelitian Terapan dan Pengembangan Perguruan Tinggi, Institut Agama Islam Negeri IAIN Bukittinggi, 2018, hlm. 3.

persaingan dalam menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Semakin matangnya sikap, pengetahuan, dan keterampilan mahasiswa tentang kewirausahaan, akan semakin terbuka wawasan mereka untuk menantang kehidupan masa depan".[9]

Hal tersebut dibuktikan dengan sudah di terapkannya pendidikan kewirausahaan, pelatihan, dan praktikum kewirausahaan yang diberikan oleh kampus IAIN Bukittinggi, yang bertujuan untuk mendorong semangat jiwa mahasiswa untuk berwirausaha. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan para mahasiswa dipercaya merupakan alternatif jalan keluar, untuk mengurangi masalah pengangguran, karena lulusan tersebut diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik, yang mampu merintis dan mengembangkan usaha mandiri. Menurut Wiratno, yang dikutip dari Eva Sri Rahayu (2019, h.123) menjelaskan bahwa "pihak perguruan tinggi bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha, kepada para lulusannya, dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir mereka, dengan menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan yang kongkrit berdasar masukan empiris".[10]

Dengan adanya produk herbal ini tentunya akan menjadi peluang yang besar bagi semua orang termasuk mahasiswa untuk berwirausaha. Namun, tidak semua mahasiswa Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi yang tertarik untuk

---

[9] Harfandi, Era Sonita, dan Zulhelmi, *Integrasi Pendidikan Kewirausahaan Pada Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi Dalam Menciptakan Kompetensi Lulusan Yang Aplikastif dan Kompetitif*, …, hlm. 6.

[10] Eva Sri Rahayu dkk, *Pendidikan Kewirausahaan Berhubungan Dengan Intensi Berwirausaha Berdasar Theory Of Planned Behavior Mahasiswa DIII Kebidanan*, Jurnal Kesehatan Prima, Volume 13 No.2, Agustus 2019, hlm.123.

menjadikan produk herbal ini sebagai suatu usaha. Padahal, IAIN Bukittinggi telah memberikan dukungan melalui pendidikan dan praktikum kewirausahaan. Pada permasalahan ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini agar dapat mengetahui dampak intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi mahasiswa prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam berwirausaha. Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Dampak Intensi Penggunaan Produk Herbal Terhadap Motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Dalam Berwirausaha."

B. Identifikasi Masalah

Berikut adalah masalah yang terindentifikasi didalam penelitian ini yaitu:

1. Kurangnya motivasi sebagian mahasiswa berwirausaha walau peluang berwirausaha sudah ada.
2. Kurangnya motivasi sebagian mahasiswa berwirausaha walau sudah ditunjang dengan pendidikan, seminar, dan praktikum kewirausahaan.
3. Sekitar 26% Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam yang berperan sebagai pengguna dan penjual herbal.
4. Sebagian besar Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam baru sebagai pengguna herbal yaitu sebesar 63,33%.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka batasan masalah pada penelitian ini mengenai dampak intensi penggunaan produk herbal terhadap

motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam berwirausaha.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana dampak intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam berwirausaha?

E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam berwirausaha.

2. Manfaat Penelitian

   Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

   a. Bagi Penulis

      1) Sebagai sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan kemampuan bagi penulis selama dalam perkuliahan.
      2) Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Islam.

   b. Bagi mahasiswa

      1) Untuk meningkatkan motivasi berwirausaha.
      2) Agar mahasiswa bisa memanfaatkan peluang yang ada untuk berwirausaha.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dan informasi bagi mahasiswa IAIN Bukittinggi, yang ingin dapat memberikan gambaran atau referensi bagi peneliti yang ada kaitannya dengan masalah ini, apabila tertarik memiliki keterkaitan meneliti dibidang yang sama.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup yang akan dibahas dalam proposal ini adalah:

1. Penelitian ini membahas mengenai intensi dan motivasi berwirausaha.
2. Penelitian ini hanya meneliti mahasiswa prodi Ekonomi Islam angkatan 2016.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di IAIN Bukittinggi.

G. Penjelasan Judul

Untuk lebih mudah memahami dan menghindari keraguan terhadap judul diatas, berikut penulis akan menjelaskan pengertian yang terdapat dalam judul proposal ini.

Dampak : Pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik positif maupun negatif).[11]

Intensi : Suatu kebulatan tekad untuk melakukan aktifitas tertentu atau menghasilkan suatu keadaan tertentu di masa depan.[12]

[11] Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, Jakarta: Balai Pustaka, 2002, hlm.234.

Produk Herbal : Produk yang ditemukan di alam yang biasanya berasal dari tanaman, bukan dari hasil zat kimia.[13]

Motivasi : Keadaan dalam diri individu yang menyebabkan mereka berperilaku dengan cara yang menjamin tercapainya suatu tujuan.[14]

Wirausaha : Orang yang berjiwa berani dalam mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani disini adalah mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa rasa takut ataupun cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.[15]

Jadi yang dimaksud peneliti dari judul penelitian ini adalah penyelidikan terhadap dampak intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi mahasiswa berwirausaha.

---

[12] Putu Bayu Adi Jaya, *Pengaruh Norma Subjektif, Efikasi Diri, dan Sikap Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMKN DI Denpasar,*…, hlm. 1716.

[13] Gede Cahyadi Putra dkk, *Peningkatan Kualitas Produk Herbal dan Kosmetik Natural Bali*, Jurnal Bakti Saraswati, Vol.04, No.2, September 2015, hlm. 92.

[14] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, Bandung : Pustaka Setia, 2018, hlm. 70.

[15] Kasmir, *Kewirausahaan,* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011, hlm. 19.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Intensi Penggunaan Produk Herbal

1. Pengertian Intensi

Secara sederhana, intensi adalah niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Fishbein dan Ajzen yang dikutip dari Veva Ardhaning Kencana Sari (2013, h.89) yang mendefenisikan "intensi sebagai suatu kemungkinan subjektif yang melibatkan hubungan antara individu dengan perilakunya, dimana kemungkinan subjektif tersebut mengarahkan individu untuk berperilaku. Ajzen mengatakan bahwa intensi merupakan indikasi kesiapan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Tujuannya didasarkan pada sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang disadari".[16]

Menurut Bandura dikutip dari Putu Bayu Adi Jaya (2016, h.1716), menjelaskan bahwa "Intensi merupakan suatu kebulatan tekad untuk melakukan aktifitas tertentu, atau menghasilkan suatu keadaan tertentu di masa depan". Emnet dan Chalchissa yang dikutip dari Putu Bayu Adi Jaya (2016, h.1716) mengatakan, bahwa "intensi adalah motivasi seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu, menjelaskan seberapa keras orang tersebut untuk bersedia mencoba, seberapa banyak waktu dan upaya yang dilakukan untuk memunculkan suatu perilaku." Menurut Kriithika dan Venkatachalam yang dikutip dari Putu Bayu Adi Jaya (2016, h.1716),

[16] Veva Ardhyaning Kencana Sari, *Konsep Diri Independen Dengan Intensi Membeli Sepeda Fixie*, Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan, Vol.01 No.01 Januari 2013, hlm.89.

"intensi adalah harapan-harapan, keinginan-keinginan, ambisi-ambisi, cita-cita, rencana-rencana atau sesuatu yang harus diperjuangkan seseorang dimasa depan. Intensi berkaitan dengan indikasi akan seberapa susah seseorang mencoba untuk memahami, seberapa besar usaha seseorang dalam merencanakan sesuatu, untuk melakukan suatu perilaku tertentu".[17]

2. Pengertian Niat Membeli (*Intention Purchase*)

Menurut Kotler & Keller, yang dikutip dari Ivon Jalil dkk (2019, h.110) menjelaskan bahwa "niat membeli adalah tahap sebelum keputusan pembelian dalam proses pengambilan keputusan pembelian". Menurut Schiffman dan Kanuk, yang dikutip dari Ivon Jalil dkk (2019, h.110), menjelaskan bahwa "niat membeli adalah suatu sikap senang terhadap objek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan objek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau pengorbanan". Dalam berbagai penelitian tentang niatan dalam berbagai jenis produk herbal, konsumen telah menunjukkan adanya niat untuk mengosumsi atau membeli produk herbal yang sehat. Dalam penelitian ini, niat membeli didefenisikan sebagai konsumen yang bersedia untuk membeli produk herbal dan bahkan bersedia untuk mendorong orang lain membeli produk tersebut.[18]

Menurut Magyar Slamet Permana (2014, h.370) mengatakan bahwa "Intensi pembelian merupakan proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan transaksi pembelian atas

[17] Putu Bayu Adi Jaya, *Pengaruh Norma Subjektif, Efikasi Diri, dan Sikap Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMKN DI Denpasar*, …, hlm.1716.

[18] Ivon Jalil dkk, *Applied Of Reasoned Action Theory (TRA) Yang Berdampak Pada Intention To Purchase Herbal Cosmetics*, Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen, Vol.3 No.2, 2019, hlm.110.

produk tertentu yang dibutuhkan oleh konsumen. Hal ini akan berlanjut hingga konsumen mendapatkan kepuasan dari produk yang dibeli, sehingga konsumen akan tetap setia untuk menggunakan produk tersebut. Bahkan lebih jauh lagi, konsumen akan merekomendasikan produk tersebut pada orang lain untuk ikut mengonsumsi produk tersebut."[19]

Menurut Howard dan Sheth dikutip dari Resti Athhardy Wijaya (2015, h.115) menjelaskan bahwa "intensi membeli didefenisikan sebagai kemungkinan seorang konsumen berencana membeli produk tertentu pada jangka waktu tertentu, dan hal ini terjadi setelah konsumen menyimpan informasi yang relevan untuk menentukan keputusan membeli". Pengertian lain diungkapkan oleh Spears dan Singhts dikutip dari Resti Athhardy Wijaya (2015, h.115), menjelaskan bahwa "intensi membeli didefenisikan sebagai rencana yang dilakukan individu secara sadar yang merupakan usaha untuk membeli sebuah produk". Ada pula pengertian lain yang dikemukakan oleh Mowen dan Minor (2002) dikutip dari Resti Athhardy Wijaya (2015, h.115), yang mendefenisikan "intensi membeli merupakan intensi perilaku yang berkaitan dengan keinginan konsumen untuk berprilaku menurut cara tertentu, guna memiliki, membuang, dan menggunakan produk".[20]

---

[19] Magyar Slamet Permana, *Pengaruh Country Of Origin, Brand Image dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian*, Jurnal Manajemen, Vol. XVIII, No,03, 2014, hlm. 370.

[20] Resti Athhardi Wijaya, *Gaya Hidup Brand Minded dan Intensi Membeli Produk Fashion Tiruan Bermerk Ekslusif Pada Remaja Putri*, Jurnal Psikologi Indonesia, Vol. 4, No. 02, Mei 2015, hlm. 115.

3. Teori Niat Pembelian.

Theory of Reasoned Action (TRA) (Fishbein & Ajen 1975) dikenal secara luas sebagai model untuk diaplikasikan dalam psikologi sosial. Menurut Fisbein dan Ajzen yang dikutip dari Ivon Jalil (2019, h.107) menyatakan bahwa "niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku, menentukan akan dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tersebut. Niat melakukan atau tidak melakukan niat tertentu dipengaruhi oleh dua penentu dasar yaitu sikap (*attitute towards behavior*) serta pengaruh sosial yaitu norma subjektif (*subjective norm*)".[21]

Menurut Ivon Jalil (2019, h.108) mengatakan bahwa "TRA menjelaskan hubungan intensi atau niat dengan perilaku yang sepenuhnya berada dalam kontrol individu (*volitional behavior*) sehingga asumsi dasar TRA adalah, bahwa setiap individu sadar dalam membuat keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku, jika individu tersebut menginginkannya. Dalam bidang pemasaran, TRA diaplikasikan untuk menjelaskan bahwa *customer purchase behavior* ditentukan oleh intensinya untuk melakukan pembelian, demikian juga dengan sikap dan norma subjektif yang mempengaruhi *behavior intention"*.[22]

Menurut Ajzen dalam Sifuddin yang dikutip dari Nurul Huda dan Abdul Gofur (2012, h.221) menambahkan "menurut kerangka *Theory Reasoned Action* (TRA), intensi merupakan kekuatan utama yang menjadi

[21] Ivon Jalil dkk, *Applied Of Reasoned Action Theory (TRA) Yang Berdampak Pada Intention To Purchase Herbal Cosmetics,*…, hlm. 107.

[22] Ivon Jalil dkk, *Applied Of Reasoned Action Theory (TRA) Yang Berdampak Pada Intention To Purchase Herbal Cosmetics,*…, hlm. 108.

sumber motivasi seseorang untuk bertingkah laku tertentu. Semakin kuat intensi melakukan tingkah laku tertentu, maka semakin besar kemungkinan untuk melakukan tingkah laku tersebut".[23]

4. Aspek-Aspek Intensi

Menurut Ajzen, yang dikutip dari Suparno Eko (2014, h.53) menjelaskan bahwa "intensi memiliki korelasi yang tinggi dengan perilaku, oleh karena itu dapat digunakan meramalkan perilaku. Hal ini dapat juga berlaku pada perilaku membeli kembali. Dengan mengukur intensi membeli kembali pada konsumen, hal ini juga dirancang untuk menganalisis perilaku membeli kembali pada konsumen". Terdapat 3 aspek intensi membeli kembali menurut Ajzen dan Fishbein yaitu sebagai berikut:[24]

a. Sikap (*Attitude*).

Sikap mengacu pada perasaan atau penilaian terhadap objek tertentu. Ini mengukur tingkat suka atau tidak suka terhadap objek tertentu (Ajzen dan Fishbein, 2001). Seseorang yang yakin bahwa sebuah tingkah laku dapat menghasilkan *outcome* yang positif, maka individu tersebut akan memiliki sikap yang positif, begitu juga sebaliknya. Sehingga, apabila individu yakin perilaku membeli yang dia lakukan akan menghasilkan *outcome* yang positif, maka individu tersebut memiliki sikap yang positif terhadap perilaku membeli selanjutnya, begitu pun sebaliknya. Contoh dari sikap adalah individu merasakan

[23] Nurul Huda dan Abdul Gofur, *Analisis Intensi Muzakki Dalam Membayar Zakat Provesi,* Jurnal Al-Iqtishad, Vol.IV, No.2, Juli 2012, hlm.221.

[24] Suparno Eko dkk, *Harga Diri dan Intensi Membeli Jersey Sepak Bola Tiruan Pada Remaja,* Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi, Vol.3 No.2 Oktober 2014, hlm. 53.

produk yang memuaskan (positif) maka ia akan membeli kembali produk tersebut pada waktu yang akan datang.

Indikator dari sikap ini yaitu:

1) Individu merasakan produk yang memuaskan.
2) Memunculkan keyakinan untuk menggunakan produk.

b. Norma Subjektif (*Subjective Norms*).

Biasanya individu dalam melakukan pembelian kembali dipengaruhi oleh orang lain atau kelompok (*significant others*) seperti orang tua, pasangan, teman, media, status sosial. Sehingga individu yakin bahwa kebanyakan referensi akan mempengaruhi dirinya untuk melakukan pembelian kembali dan adanya motivasi untuk melakukan pembelian kembali pada suatu produk. Contoh dari norma subjektif adalah adanya pujian dari orang lain ketika membeli sebuah produk, pujian ini yang dapat mempengaruhi individu melakukan pembelian kembali.

Indikator dari norma subjektif ini yaitu:

1) Adanya dorongan dari orang lain atau kelompok untuk melakukan pembelian kembali.
2) Adanya pujian dari orang lain ketika membeli sebuah produk.

c. Kontrol Perilaku (*Behavior Control*).

Kontrol perilaku berupa ada atau tidaknya faktor-faktor yang memfasilitasi dan menghalangi individu untuk melakukan suatu perilaku. Dalam intensi membeli kembali, contoh dari faktor-faktor yang

memfasilitasi adalah adanya kecepatan internet dalam mengakses produk yang ingin dibeli, adanya waktu yang memungkinkan untuk membeli kembali suatu produk. Sedangkan yang menghalangi individu antara lain, tidak ada nya dana untuk membeli kembali sebuah produk, habisnya produk yang ingin dibeli kembali.

Indikator dari kontrol perilaku ini yaitu:

1) Adanya faktor-faktor yang memfasilitasi untuk menggunakan produk.
2) Adanya faktor yang menghalangi untuk menggunakan produk.

5. Pengertian Produk Herbal

Menurut Gede Cahyadi Putra (2015, h.93) mengatakan bahwa "Produk herbal adalah produk yang ditemukan di alam yang biasanya berasal dari tanaman, bukan dari hasil zat kimia. Tentu saja secara logika kita sudah bisa menyimpulkan, kalau produk herbal alami tidak mempunyai efek samping. Sebagai bukti adalah orang Indonesia telah berabad-abad meminum berbagai macam jamu tradisional, dan belum pernah tercatat ada kasus efek samping yang mematikan. Tren masyarakat menggunakan produk herbal dan kosmetik natural sangat besar, hal ini didukung oleh potensi tanaman obat kosmetik, dan aromatik di Indonesia dengan jumlah sekitar 30 ribu jenis".[25]

6. Perkembangan Pemasaran Produk Herbal

Menurut Gede Cahyadi Putra (2015, h.93) mengatakan bahwa "Produk herbal baik yang berbentuk obat, suplemen maupun kosmetika

[25] Gede Cahyadi Putra dkk, *Peningkatan Kualitas Produk Herbal dan Kosmetik Natural Bali,*…, hlm. 93.

telah diterima secara luas di negara berkembang maupun negara maju. Pola hidup masyarakat sekarang yang cenderung mengarah ke pola-pola hidup sehat alami, yang menjadikan peningkatan pada permintaan produk-produk herbal sehingga potensi dan peluang industri obat dan kosmetika tradisional menjadi sangat menjanjikan".[26]

Obat herbal telah diterima secara luas dinegara berkembang dan di negara maju. Menurut WHO, hingga 65% dari penduduk negara maju dan 80% penduduk negara berkembang telah menggunakan obat herbal. Faktor pendorong terjadinya peningkatan penggunaan obat herbal di negara maju adalah:[27]

a. Meningkatnya usia harapan hidup pada saat prevalensi penyakit kronik meningkat.
b. Adanya kegagalan penggunaan obat modern untuk penyakit tertentu seperti kanker
c. Semakin meluasnya akses informasi obat herbal diseluruh dunia.

7. Kelebihan dan Kelemahan Obat Herbal.

a. Kelebihan

Menurut Fahrudin, yang dikutip dari Marwati (2018, h.169) menjelaskan bahwa ada beberapa kebihan dari obat herbal yaitu:[28]

---

[26] Gede Cahyadi Putra dkk, *Peningkatan Kualitas Produk Herbal dan Kosmetik Natural Bali*,…, hlm. 93.

[27] Moch. Amrun Hidayat, *Obat Herbal (Herbal Medicine)*, Pengembangan Pendidikan, Vol.3 No.1, Juni 2006, hlm. 141.

[28] Marwati, *Pengaruh Budaya, Persepsi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herba*l, Jurnal Ilmu Manjemen, Vol.7 No. 2 Juni 2018, hlm. 169.

1) Efek samping lebih sedikit. Obat herbal adalah obat alami sehingga memiliki efek samping lebih sedikit dibandingkan obat kimia. Tentunya harus digunakan dengan benar dan sesuai aturan.
2) Memiliki banyak khasiat. Kebanyakan obat kimia digunakan untuk satu jenis penyakit saja, sedangkan obat herbal umumnya bisa memberikan khasiat sekaligus, ini tentunya menjadi kelebihan tersendiri bagi obat herbal.
3) Lebih mudah digunakan. Obat herbal dapat digunakan dalam berbagai cara, tergantung jenis obat herbal tersebut. Dengan demikian, kita akan lebih mudah untuk menggunakannya.
4) Menuntaskan penyakit. Obat herbal diketahui cukup efektif menyembuhkan berbagai macam penyakit tanpa merusak sel-sel atau bagian tubuh yang sehat. Obat herbal bekerja dengan cara memperbaiki, bukan hanya sekedar menghilangkan rasa sakit. Meskipun proses penyembuhannya butuh waktu lama, tapi obat herbal dapat menyembuhkan penyakit lebih permanen dibandingkan obat kimia.
5) Alternatif yang murah. Obat herbal sering digunakan sebagai alternatif untuk menyembuhkan penyakit karena memiliki harga relatif terjangkau dibandingkan obat kimia atau perawatan medis.
6) Aman digunakan jangka panjang. Tidak seperti obat kimia yang bisa memberikan efek negatif jangka panjang, obat herbal biasanya lebih

aman. Bahkan, penggunaan obat herbal memang harus dilakukan secara berkesinambungan.

b. Kelemahan

Adapun kelemahan obat herbal adalah:[29]

1) Membutuhkan waktu. Tidak seperti obat kimia yang langsung bisa memberikan efek nyata untuk penyembuhan penyakit, obat herbal membutuhkan waktu dan keberlanjutan dalam proses penyembuhannya, sehingga hal ini akan membuat penderita penyakit harus lebih bersabar.
2) Kurang terpecaya. Kekurangan nyata dari obat herbal disebabkan penggunaannya tidak dipantau oleh profesional. Akibatnya obat-obatan herbal sering diambil tanpa resep yang benar. Meskipun efek samping obat herbal lebih sedikit, tetapi tidak menutup kemungkinan jika penggunaan obat herbal yang tidak sesuai, bisa menyebabkan komplikasi penyakit lain.
3) Interaksi obat. Meskipun obat herbal tersebut terbuat dari bahan alami, tetap saja pengobatan herbal dapat berinteraksi dengan obat tertentu, sehingga harus mendapatkan pengawasan dari dokter. Untuk itu, sebaiknya tetap dilakukan konsultasi dengan dokter atau tenaga medis profesional saat mengambil obat herbal.

[29] Marwati, *Pengaruh Budaya, Persepsi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herba*l, …, hlm. 170.

B. Landasan Syariah Tentang Cara Berobat Yang Benar

1. Pandangan Islam Tentang Cara Berobat Yang Benar

Menurut Agus Rahmadi (2019, h.3), mengatakan bahwa “Pedoman untuk hidup sehat dan pengobatan termaktub dalam kitab suci al-Qur’an, kemudian digambarkan pada perilaku dan aturan Nabi Muhammad melalui hadits. Prinsip hidup sehat dan pengobatan penyakit tersebut selalu berkaitan dengan dimensi ilahi, spiritual, faktor psikologis, fisik, sosial, dan ekologis".[30]

Menurut al-Qur’an dan hadits, ada empat prinsip fundamental mengenai kesehatan dan pengobatan. Keempat prinsip ini dapat digunakan untuk mengevaluasi berbagai model intervensi kesehatan dan pengobatan. Hal ini dapat dilihat ketika Allah membimbing Nabi Muhammad dalam menjaga kesehatan dengan pola pencegahan dan penyembuhan penyakit. Lebih tepatnya yaitu dengan cara hidup sehat, seperti memperioritaskan kesehatan dengan pola pencegahan dan penyembuhan penyakit. Lebih tepatnya yaitu dengan cara hidup sehat, seperti memperioritaskan kebersihan, kebiasaan makan, memilih makanan yang baik dan halal, serta mengontrol stres fisik dan mental (Agus Rahmadi, 2019, h.3).[31]

Menurut Agus Rahmadi (2019, h.3) mengatakan bahwa “Nabi juga menggunakan bahan alami yang mengandung nilai obat-obatan dan menerima saran dari para dokter (tabib) untuk pengobatan dengan pola spiritualitas (yakni keyakinan pada otoritas ilahi dan wahyu), serta tidak

[30] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*, Jakarta : Wahyu Qalbu, 2019, hlm. 3.
[31] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*,.., hlm. 3.

meniadakan faktor psikologis dan faktor fisik dalam setiap proses pengobatan (seperti pemberian madu dan bekam). Menurut pandangan Islam tentang penyakit, kesehatan, dan cara pengobatannya dapat dijelaskan sebagai berikut:[32]

a. Penyakit adalah berkah

Penyakit umumnya dianggap sebagai kekacauan peristiwa fisiologis atau psikologis yang merupakan bentuk negatif bagi seseorang yang mengalaminya. namun dalam Islam, penyakit merupakan ujian bagi orang yang percaya, sehingga menjadi penebus berbagai dosa dan menghapuskan segala kesalahan. Sakit juga menjadi sebuah balasan keburukan dari apa yang dilakukan seseorang hamba.

b. Kesehatan yang baik adalah berkah

Terlepas dari kenyataan bahwa setiap orang yang beriman akan diuji dengan kesengsaraan seperti penyakit, Allah Yang Maha Kuasa juga ingin hamba-hambanya berada dalam kesehatan yang baik. Dengan kata lain, kesehatan yang baik dianggap sebagai berkah.

c. Allah mengirim obat untuk setiap penyakit

Allah menginginkan hamba-hamba-Nya dalam keadaan sehat, maka ia juga mengirim obat untuk setiap penyakit, kecuali penyakit tua dan kematian. Minum obat dalam rangka penyembuhan penyakit hanya diperbolehkan dengan menggunakan barang-barang yang halal. Dengan kata lain, menggunakan obat dari bahan yang haram tidak diperbolehkan.

[32] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*, Jakarta : Wahyu Qalbu, 2019, hlm. 3.

Kecuali, dalam keadaan darurat sebagaimana disebutkan dalam al-Qur'an dan hadits.

Allah berfirman dalam Q.S al-Isra'(17) ayat 82 yang berbunyi:

وَنُنَزِّلُ مِنَ الْقُرْاٰنِ مَا هُوَ شِفَاۤءٌ وَّرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِيْنَ وَلَا يَزِيْدُ الظّٰلِمِيْنَ اِلَّا خَسَارًا (82)

"*Dan kami turunkan dari al-Qur'an (sesuatu) yang menjadi penawar dan rahmat bagi orang-orang yang beriman, sedangkan bagi orang yang dzalim (al-Qur'an itu) hanya menambah kerugian*." (QS.al Isra ayat 82)

Menurut Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa Allah berfirman seraya memberitahukan tentang kitab-Nya yang diturunkan kepada Rasul-Nya Muhammad SAW, yaitu al-Qur'an yang tidak datang kepadanya kebathilan baik dari depan maupun dari belakangnya, yang diturunkan dari Rabb Yang Maha Bijaksana lagi Maha Terpuji. Al-Qur'an itu merupakan obat penyembuh dan rahmat bagi orang-orang yang beriman. Yakni, dapat menghilangkan berbagai macam penyakit didalam hati, misalnya keraguan, kemunafikan, kemusyrikan, dan penyimpangan. Maka, al-Qur'an akan menyembuhkan itu semua, sekaligus sebagai rahmat yang membawa dan mengantarkan kepada keimanan, hikmah dan melahirkan keinginan untu mencari kebaikan. Dan hal itu berlaku kecuali bagi orang yang beriman, membenarkan, dan mengikutinya, maka ia akan menjadi penyembuh dan rahmat. Sedangkan bagi orang kafir, dan orang dzalim, mendengar al-Qur'an tidak menambah kepada mereka melainkan mereka semakin jauh, semakin

kafir dan semakin rusak. Dan hal itu bukan berasal dari al-Qur'an, melainkan dari kekafirannya itu.[33]

d. Penyembuhan membutuhkan campur tangan ilahi

Medical treatment, walaupun itu dianjurkan, tetapi tidak dianggap sebagai satu-satunya penyebab sembuhnya seseorang dari penyakit. Namun, itu merupakan saran untuk penyembuhan dan hanya sebagai tambahan atas izin Allah. Efek penyembuhan obat tentu ada jika Allah mengizinkan.[34] Allah berfirman dalam Q.S al-Anbiya (21) ayat 83-84, dan Q.S asy-Syu'ara' (26) ayat 80.

1) Q.S al-Anbiya ayat 83-84

وَاَيُّوْبَ اِذْ نَادٰى رَبَّهٗٓ اَنِّيْ مَسَّنِيَ الضُّرُّ وَاَنْتَ اَرْحَمُ الرّٰحِمِيْنَ (83)

فَاسْتَجَبْنَا لَهٗ فَكَشَفْنَا مَا بِهٖ مِنْ ضُرٍّ وّاٰتَيْنٰهُ اَهْلَهٗ وَمِثْلَهُمْ مَّعَهُمْ رَحْمَةً مِّنْ عِنْدِنَا وَذِكْرٰى لِلْعٰبِدِيْنَ (84)

83: "*Dan (ingatlah kisah) Ayub, ketika dia berdoa kepada Tuhannya, "(Ya Tuhanku), sungguh, aku telah ditimpa penyakit, padahal Engkau Tuhan Yang Maha Penyayang dari semua yang penyayang*."

84: "*Maka Kami kabulkan (doa)nya lalu kami lenyapkan penyakit yang ada padanya dan Kami kembalikan keluarganya kepadanya, dan (Kami lipat gandakan jumlah mereka) sebagai suatu rahmat*

[33] Tafsir Ibnu Katsir Surah al- Isra' Ayat 82.
[34] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*, …, hlm. 4-6.

bagi Kami, dan menjadi peringatakan bagi semua yang menyembah Kami."

Tafsir Kementrian Agama RI mengatakan pada ayat 83 bahwa, ingatlah kisah Ayub, seorang nabi dan rasul yang mendapat cobaan berat dalam hidupnya, ketika dia berdoa kepada tuhannya dengan berserah dan bertawakkal kepada-Nya. "ya tuhanku, sungguh, aku telah ditimpa penyakit yang terasa sangat berat, tetapi aku yakin bahwa engkau tuhan yang maha penyayang dari semua yang penyayang, sehingga cobaan ini merupakan bentuk kasih sayangmu kepadaku." Pada ayat 84 dijelaskan bahwa karena sikap Nabi Ayub yang sabar, berserah dan bertawakkal kepada Allah dalam menyikapi penyakit yang menimpa dirinya, maka kami mengabulkan doa-Nya, lalu kami melenyapkan penyakit yang ada padanya sehingga penyakitnya sembuh lahir batin, dan kami pun mengembalikan keluarganya kepadanya untuk lebih menyempurnakan kebahagiaannya. Dan kami pun melipatgandakan jumlah keturunan Nabi Ayub sebagai suatu rahmat bagi kami kepada hamba-Nya yang sabar, dan sekaligus kisah Nabi Ayub ini untuk menjadi peringatan bagi semua orang yang beriman yang menyembah kami agar bersabar, bertawakkal dan berserah diri kepada Allah dalam menghadapi berbagai cobaan yang menimpa dirinya.[35]

[35] Tafsir Kementrian Agama RI Surat al- Anbiya ayat 83-84.

2) Q.S asy-Syu'araa ayat 80

وَاِذَامَرِضْتُ فَهُوَ يَشْفِيْنِ (80)

" *Dan apabila aku sakit, Dialah yang menyembuhkan aku*." (Q.S asy-Syu'araa ayat 82).

Tafsir Kementrian Agama RI mengatakan, ayat ini menjelaskan bahwa, Allah yang menyembuhkan manusia apabila ia sakit, Allah berkuasa menyembuhkan penyakit apa saja yang diderita oleh seseorang. Meskipun begitu, manusia juga harus mencari tahu cara untuk memperoleh kesembuhan itu.[36]

2. Faktor Fisik dalam Kesehatan dan Penyembuhan

Menurut WHO, yang dikutip dari Agus Rahmadi (2019, h.8) mengatakan bahwa "sakit diartikan dalam bentuk fisik, seperti cendera, disfungsi organ, gangguan pertumbuhan dan perkembangan organ serta infeksi oleh patogen. Karenanya, aktivitas pencegahan penyakit selalu dikampanyekan oleh WHO, seperti kebiasaan hidup bersih, pola diet yang tepat, dan hidup secara alami. Hal yang demikian memang dapat meredakan atau mencegah penyakit".[37]

Menurut Agus Rahmadi (2019, h.8) mengatakan bahwa "al-Qur'an merupakan pedoman yang lengkap bagi manusia, yang memberikan prinsip-prinsip fundamental dalam kehidupan. Prinsip tersebut seperti prinsip sosial, ekonomi, dan banyak aspek kehidupan lainnya. Selain itu, termasuk juga program kesehatan dengan mengampanyekan pola hidup sehat seseorang,

[36] Tafsir Kementrian Agama RI Surah asy-Syu'araa Ayat 80.
[37] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*, …, hlm. 8

misalnya kebiasaan makan, kebersihan, kebiasaan seksual, dan yang lainnya. Selain itu, hidup dengan mengosumsi makanan sehat seperti madu, kurma, biji hitam, minyak zaitun, dan cuka, tanpa disadari mampu mengobati berbagai macam penyakit."[38]

Menurut Rahmadi (2019, h.8) mengatakan bahwa "faktor psikologis kesehatan dan pengobatan juga disebutkan dalam al-Qur'an. Sejumlah ayat al-Qur'an dan hadits telah menjelaskan pentingnya mengendalikan keserakahan dan kemarahan. Hal ini terkait tekanan psikologis seseorang. Tekanan psikologis ini mengakibatkan orang mengalami gangguan sistem kardiovaskular. Selain dasar kesehatan mental, bentuk lain dari penyembuhan psikologis bisa dilihat dari cara pengendalian pikiran yang umum dilakukan ketika seseorang melakukan doa."[39]

3. Makna Spiritual dalam Kesehatan dan Pengobatan

Menurut Agus Rahmadi, (2019, h.9) mengatakan bahwa "makna spiritual ini berdasarkan kepada keimanan seseorang. Dalam konteks ini seseorang mungkin memiliki pandangan spiritual yang berbeda satu sama lain. Pandangan spiritual disini berkaitan dengan kesehatan dan penyembuhan. Didalam al-Qur'an dan hadits disebutkan bahwa penyakit bukan hanya faktor fisik, tapi juga faktor psikis. Faktor psikis ini disebut dengan penyakit hati. Penyakit hati ini merupakan penolakan kepada otoritas Allah sebagai Dzat yang mengatur alam semesta ini".[40]

[38] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*, …, hlm. 8
[39] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*, …, hlm. 8
[40] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*, …, hlm. 9

Menurut Agus Rahmadi (2019 h.9) mengatakan bahwa "penolakan ini juga berkaitan dengan bagaimana seseorang lebih percaya pada resep dokter, sehingga tidak memperhatikan larangan-larangan yang ada dalam al-Quran dan hadits mengenai kehalalan obat yang digunakan. Praktik kesehatan saat ini lebih mengedepankan obat kimia sintetik yang diberikan oleh dokter. Alasannya, obat dari dokter (pada umumnya) lebih praktis dan lebih disukai oleh pasien ketika seseorang diberikan pilihan obat lain selain obat kimia sintetik."[41]

Menurut Agus Rahmadi (2019, h.9) mengatakan bahwa "Dengan demikian, kepercayaan dan kemampuan obat tertentu sangat tinggi. Dampaknya, obat tersebut sering dianggap sebagai satu-satunya pilihan, terutama ketika obat dianggap efektif dalam metode pencegahan dan pengobatan. Pemberian obat-obatan untuk sarana tujuan penyembuhan diperbolehkan, dengan catatan obat tersebut bukan dijadikan substansi sebagai pengobatan, tetapi hanya sebagai tambahan saja. Sementara, keyakinan kepada Allah sebagai Dzat yang menyembuhkan adalah puncak dari segalanya. Kita harus yakin bahwa Allah lah Yang Maha Menyembuhkan. Dengan demikian, obat-obatan yang digunakan oleh seseorang tidak boleh bertentangan dengan wahyu yang diberikan oleh Allah. Salah satunya adalah tidak berobat dengan sesuatu yang haram".[42]

Menurut Agus Rahmadi (2019, h.10) mengatakan bahwa "Pada zaman modern ini, banyak sekali terapi alternatif untuk pengobatan,

[41] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*,…, hlm. 9.
[42] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*, …, hlm. 9

misalnya akupuntur, obat herbal, dan terapi lainnya. Metode pengobatan ini didasarkan pada kombinasi yang berbeda dengan aspek metafisik energi, kekuatan vital, materi, dan komponen kimia yang berasal dari alam. Dalam pandangan Islam, praktik terapi tersebut diperbolehkan jika tidak bertentangan dengan al-qur'an dan hadits. Hal yang perlu dicatat adalah, bahwa strategi-strategi *terapeutik* ini tidak membuat seseorang syirik dan juga tidak didasarkan pada praktik yang berhubungan dengan syirik. Selanjutnya strategi-strategi ini tidak menolak otoritas-otoritas Allah dalam penyembuhan atau pengobatan penyakit. Dan yang terakhir, terapi tersebut tidak bertentangan dengan teks apa pun dalam wahyu".[43]

4. Thibbun Nabawi

Menurut Agus Rahmadi (2019, h.36), mengatakan bahwa "Thibbun Nabawi atau *thib an-Nabawi* merupakan metode pengobatan yang menyeluruh dalam menangani berbagai penyakit, baik lahir (jasadiyah) maupun penyakit batin (ruhiyah). Selain memberikan cara pengobatan, juga memberikan petunjuk hidup sehat secara lengkap, yang meliputi upaya *preventif* (mencegah), *kuratif* (menyembuhkan), *rehabilitatif* (memulihkan), dan *promotif* (meningkatkan). Sistem pengobatan ini seringkali disebut juga dengan Sistem Kedokteran Islam".[44]

[43] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*,…, hlm. 10.
[44] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*, …, hlm. 36

Adapun konsep kedokteran Islam sebagai berikut:[45]

a. Upaya *preventif*. Rasulullah mengajarkan bagaimana mencegah penyakit secara umum dengan pola hidup sehari-hari seperti:
   1) Menjaga kebersihan diri, rumah, dan lingkungan.
   2) Makan dengan makanan yang halal, baik, bermanfaat, dan tidak berlebih-lebihan.
   3) Melarang memasuki wilayah yang terjangkit wabah penyakit dan melarang orang yang kena wabah keluar dari wilayahnya.
   4) Menganjurkan perawatan gigi dengan bersiwak.
   5) Diwajibkan berkhitan.
   6) Perintah memotong kuku, membersihkan bulu ketiak, dan kemaluan.
   7) Kewajiban mandi selepas bersetubuh, dan lain sebagainya.
b. Upaya *kuratif*. Rasulullah mengajarkan cara-cara pengobatan untuk berbagai penyakit, diantaranya:
   1) Pengobatan dengan berbekam dan madu.
   2) Pengobatan dengan ruqyah.
   3) Pengobatan dengan obat ramuan (herbal).
c. Upaya *rehabilitatif*. Rasulullah mengajarkan terapi dalam rangka pemulihan dari sakit, yaitu terapi dengan konsumsi makanan dengan gizi seimbang.
d. Upaya *promotif*. Dalam upaya meningkatkan kesehatan, Rasulullah memberikan banyak contoh, antara lain:

[45] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*,…, hlm.36.

1) Menganjurkan makan kurma, minum susu, serta madu sebagai makanan dan minuman yang baik bagi tubuh.
2) Memberikan petunjuk makanan yang halal dan haram, serta yang dapat memberikan manfaat bagi kesehatan.
2) Memelihara kebersihan dan kesucian badan, jiwa, dan lingkungan.
3) Melakukan olahraga, berenang, memanah, berkuda, dan lain sebagainya.

Menurut Agus Rahmadi (2019 h.38) mengatakan bahwa "Thibbun Nabawi didefenisikan oleh banyak ahli sebagai perawatan medis, pencegahan, promosi kesehatan, dan aspek spiritual yang dianjurkan oleh Nabi Muhammad untuk sahabatnya. Thibbun Nabawi dianggap lebih kepada menjaga kesehatan dari pada mengobati penyakit".[46]

Menurut Ibnu Qayyim al-Jauzi, yang dikutip dari Agus Rahmadi (2019, h.38) mengatakan bahwa "pengobatan Nabi ada tiga cara. Pertama, dengan menggunakan obat-obat alamiah. Kedua, dengan pengobatan ilahiah. Ketiga, kombinasi dari kedua jenis pengobatan tersebut. Hal ini bisa dilihat dari petunjuk Nabi Muhammad dalam menggunakan obat-obatan alamiah yang beliau resepkan dan beliau gunakan sendiri. Kemudian, Rasul juga mengulas pengobatan melalui sarana ilahiah, yakni melalui doa dan kombinasi antara kedua jenis pengobatan itu".[47]

Agus Rahmadi (2019, h.38) mengatakan bahwa "Pengobatan fisik sebenarnya merupakan penyempurnaan dari ajaran syariat atau yang disebut

[46] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*, …, hlm. 38.
[47] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*, …, hlm. 38.

sunatullah, sehingga bukan merupakan sasaran sesungguhnya pengobatan. Terapi hati dan terapi psikologi ternyata mampu menyingkirkan penyakit yang menyelimutinya dan juga menjaga dari hal-hal yang membahayakan. Itulah sasaran sesungguhnya dari ajaran syariat".[48]

Memperbaiki kondisi jasmani tanpa memperbaiki hati, tidak ada gunanya sama sekali. Kalaupun badan rusak, selama hati tetap baik, bahaya yang mucul amatlah kecil. Namun sebaliknya, jika badan sehat tetapi hati rusak, maka bahaya yang ditimbulkan jauh lebih besar.

Semua hal diatas telah dibuktikan secara nyata, bahwa sejarah menceritakan ketika pada zaman Nabi terdapat seorang tabib yang dikirim dari Mesir untuk memberikan pengobatan di Madinah. Namun, hampir tidak ada masyarakat Madinah yang sakit, sehingga tabib tersebut kembali lagi ke Mesir. Hal ini disebabkan mereka menjalankan saran Rasulullah yang akhirnya berdamppak pada keseshatan mereka. Jadi, bila ingin masyarakat sehat, seharusnya kita mencontoh tatanan yang sehat, dan itu sudah dicontohkan oleh Nabi Muhammad (Agus Rahmadi, 2019, h.38-39)[49]

C. Konsep Motivasi Berwirausaha

1. Pengertian Motivasi

Menurut Rusdiana (2018, h.69) mengatakan bahwa "Kata motivasi berasal dari bahas Latin, yaitu *motive* yang berarti dorongan, daya penggerak, atau kekuatan yang terdapat dalam diri organisasi yang menyebabkan organisasi itu bertindak atau berbuat. selanjutnya, diserap

[48] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*, …, hlm. 38.
[49] Agus Rahmadi, *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*,…, hlm. 38-39.

dalam bahasa Inggris, yaitu *motivation* berarti pemberian motif, penimbunan motif, atau hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan". The Liang Gie yang dikutip dari Rusdiana (2018, h.69) mengatakan bahwa, "motif atau dorongan batin yang menjadi pangkal seseorang untuk melakukan sesuatu atau bekerja".[50]

Menurut Rusdiana (2018, h.69) mengatakan bahwa "Kata motivasi atau *motivation* berarti pemberian motif, penimbunan motif, yang menimbulkan dorongan. Motivasi dapat pula berarti sebagai faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu. Menurut Hasibuan mengatakan motivasi mempersoalkan cara mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilannya untuk mewujudkan tujuan organisasi".[51]

Menurut Robbins yang dikutip dari Rusdiana (2018, h.69) mendefenisikan motivasi sebagai "kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi, kearah tujuan-tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan, upaya untuk memenuhi kebutuhan individual".[52]

Dengan demikian, motivasi dapat dipahami sebagai keadaan dalam diri individu, yang menyebabkan mereka berperilaku dengan cara yang menjamin tercapainya suatu tujuan. Menurut Rusdiana (2018, h.69) mengatakan bahwa "Motivasi menerangkan cara orang-orang berperilaku seperti yang mereka lakukan. Semakin wirausahaan mengerti perilaku anggota organisasi, semakin mampu mereka mempengaruhi perilaku

[50] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, …, hlm.69.
[51] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, …, hlm.69.
[52] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, …, hlm.69.

tersebut dan membuatnya lebih konsisten dengan pencapaian tujuan organisasional".[53]

2. Faktor Pendorong Timbulnya Motivasi

Menurut Wahjosumidjo, yang dikutip dari Rusdiana (2018, h.70) mengatakan bahwa "motivasi merupakan proses psikologi yang mencerminkan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi, dan keputusan yang terjadi pada diri seseorang. Proses psikologi timbul diakibatkan oleh faktor didalam diri seseorang yang disebut *intrinsic* dan *extrinsic*. Faktor didalam diri sesorang dapat berupa kepribadian, sikap, pengalaman, pendidikan, atau berbagai harapan, cita-cita yang menjangkau ke masa depan, sedangkan faktor dari luar diri seseorang dapat ditimbulkan oleh berbagai faktor lain yang secara kompleks. Sekalipun demikian, baik pada faktor ekstrinsik maupun faktor instrinsik, motivasi timbul karena adanya rangsangan."[54]

3. Pengertian Kewirausahaan

Pengertian kewirausahaan menurut instruksi Presiden RI No.4 Tahun 1995, yang dikutip dari Isye dan Jojok (2019, h.142) menjelaskan bahwa "Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, dan menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan

[53] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, …, hlm 69.
[54] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, …, hlm 70.

pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar."[55]

Menurut Suryana (2006) yang dikutip dari Ni Luh Wahyudi (2017, h.139), menjelaskan bahwa "kewirausahaan adalah suatu kemampuan menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan dan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi dari yang sudah ada sebelumnya. Kemampuan menciptakan dan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi dari yang sudah ada sebelumnya. Kemampuan berwirausaha yang kreativ dan inovatif dapat dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Peluang sukses di masa depan dapat diraih apabila seseorang wirausaha benar-benar memanfaatkan peluang dengan baik dan mempunyai disiplin diri".[56]

Sedangkan menurut Zimmer dalam Suryana (2006) yang dikutip dari Ni Luh Wahyuni (2017, h.140), "kewirausahaan merupakan penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang yang dihadapi. Kreativitas diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan masalah. Sedangkan inovasi diartikan sebagai kemapuan menerapkan kreativitas untuk memecahkan masalah dan peluang untuk meningkatkan kejayaan hidup". Stoner dalam Jamal Ma'mur Asmani (2011)

---

[55] Isye Fera Alifia dan Jojok Dwiridotjahjono, *Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha*, Jurnal Bisnis Indonesia, Vol. 10, No. 2 Oktober 2019, hlm. 142.

[56] Ni Luh Wahyuni Widya Putri, *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*, Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, Volume 9, No. 1, Tahun 2007, hlm. 139.

yang dikutip dari Ni Luh Wahyuni (2017, h.140), menyatakan bahwa "pada dasarnya kewirausahaan bergerak dari kebutuhan dasar manusia untuk berprestasi".[57]

Dengan demikian, kewirausahaan jika disimpulkan secara lengkap dari beberapa definisi tersebut merupakan suatu sifat, ciri, watak, kreativitas, produktif dan inovasi yang harus dimiliki oleh seorang calon lulusan sarjana untuk menghasilkan nilai tambah bagi dirinya serta mampu melihat dan menilai kesempatan bisnis dengan mengumpulkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan secara tepat dan mengambil keuntungan meraih peluang bisnis. Disamping itu mampu memimpin dan melakukan perubahan dengan menawarkan produk-produk baru sekaligus menjadi pelopor dalam penciptaan produk yang ungguk yang memberikan manfaat bagi lingkungannya/masyarakat yang bertujuan untuk mendatangkan kemaslahatan bersama.

Dari definisi tentang *Entrepreneurship* di atas terdapat 3 tema penting yang dapat di identifikasi:

a. *Pursuit of opportunities*, mampu membaca peluang karena perubahan situasi dan lingkungan sekitar baik lingkungan sosial maupun lingkungan alam.
b. *Innovation*, melakukan perubahan baik pada bentuk, cara maupun produk yang dihasilkan berbeda dan mengalami kemajuan dari sebelumnya.

[57] Ni Luh Wahyuni Widya Putri, *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*,…, hlm.140.

c. *Growth*. Menginginkan pertumbuhan yang lebih besar dan semakin besar dengan segala kreativitas dan inovasi yang baru untuk menghindarkan kejenuhan dan kebosanan.

4. Konsep Kewirausahaan

Menurut Harfandi, Era Sonita, Zulhelmi (2018, h.44) mengatakan bahwa "Konsep kewirausahaan klasik dikemukakan oleh seorang ahli ekonomi klasik Joseph Alois Schumpeter, dalam teori pertumbuhan ekonominya yang diuraikan dalam buku *"Theory of Economic Development"*. Menurut, Schumpeter, dalam Harfandi, Era Sonita, dan Zulhelmi (2018, h.44) mengatakan bahwa "unsur utama pembangunan terletak pada usaha melakukan kombinasi baru yang didalamnya terkandung berbagai kemungkinan yang ada dalam keadaan mantap. Kombinasi baru ini muncul dalam bentuk inovasi. Inovasi dapat terdiri dari: 1) pengenalan barang baru, 2) pengenalan metode produksi baru, 3) pembukaan pasar baru, 4) penguasaan sumber penawaran baru bahan mentah atau barang semi manufaktur, dan 5) pembentukan organisasi baru pada setiap industri seperti penciptaan monopoli".[58]

Menurut Schumpeter yang dikutip dari Harfandi, Era Sonita, dan Zulhelmi (2018, h.44) mengatakan bahwa "memberikan peranan inovator tidak kepada kapitalis tetapi kepada pengusaha. Pengusaha bukanlah seorang manusia yang mempunyai kemampuan biasa tetapi seorang yang memperkenalkan sesuatu yang sama sekali baru. Dia tidak menyediakan

[58] Harfandi, Era Sonita, Zulhelmi, *Integrasi Pendidikan Kewirausahaan Pada Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi Dalam Menciptakan Kompetensi Lulusan Yang Aplikatif dan Kompetitif*,…, hlm. 44.

dana tetapi mengatur pemakaiannya dalam berusaha, pengusaha didorong oleh keinginan unutk mendirikan kerajaan bisnis swasta, keinginan untuk menguasai dan membuktikan superioritasnya dan kesenangan untuk mendapatkan sesuatu atau sekedar menyalurkan kepintaran dan tenaga seseorang".[59]

5. Pengertian Wirausaha

Menurut Idri (2015, h.289) mengatakan bahwa "Kata wirausaha yang juga dikenal dengan *enterpreneur*, berasal dari kata wira dan usaha. Kata wira berarti teladan atau contoh, sedangkan usaha berarti kemampuan keras memperoleh manfaat. Dengan demikian, wirausaha berarti seseorang yang berkemauan keras dalam melakukan tindakan dan perbuatan yang bermanfaat sehingga layak dijadikan teladan. Menurut Tarsis Tarmudji, dalam Idri (2015, h.289) mengatakan bahwa "wirausaha merupakan seseorang yang berkemauan keras dalam bisnis yang patut menjadi teladan".[60]

Menurut Idri (2015, h.291) mengatakan bahwa "Seorang wirausahawan bukanlah manusia hasil cetakan, melainkan seseorang yang memiliki kualitas diri pribadi yang menonjol yang tampak dari sikap, motivasi, dan perilaku yang mendasarinya. Wirausahawan yang sukses, haruslah orang yang mampu berbuat ke depan, berpikir dengan penuh perhitungan, serta mencapai pilihan dari berbagai masalah dan solusinya.

[59] Harfandi, Era Sonita, Zulhelmi, *Integrasi Pendidikan Kewirausahaan Pada Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi Dalam Menciptakan Kompetensi Lulusan Yang Aplikatif dan Kompetitif*,…, hlm. 44.

[60] Idri, *Hadis Ekonomi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, hlm. 289.

Seorang wirausahawan adalah orang-orang yang memiliki kemampuan melihat, dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat, mengambil keuntungan serta memiliki sifat, watak, dan kemauan untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif, dalam rangka meraih sukses atau meningkatkan pendapatan".[61]

6. Kewirausahaan Islam

Dalam pandangan Islam, kewirausahaan dan perdagangan merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah muamalah. Masalah yang erat kaitannya dengan hubungan yang bersifat horizontal, yaitu hubungan antar manusia yang akan dipertanggungjawabkan kelak di akhirat. Manusia diperintahkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya ke arah yang lebih baik serta diperintahkan untu berusaha mencari rezki. Dalam mencari rezki maka harus mencari pintu yang terbuka lebar dan jumlah yang banyak yang bagikan oleh Allah SWT. Pintu rezki yang banyak dan terbuka lebar adalah melalui kewirausahaan. Semangat kewirausahaan terdapat dalam QS. Hud ayat 61, QS. al- Mulk ayat 15, dan QS. al-Jumuh ayat 10. 8 Sehingga jelas bahwa dalam Alquran tidak membedakan antara wirausaha dengan agama. Hal sebaliknya terjadi al-Qur'an sangat mendukung adanya peningkatan kualitas dalam kewirausahaan. Kewirausahaan dalam Islam merupakan suatu ibadah yang akan mendapatkan pahala apabila dilaksanakan.

[61] Idri, *Hadis Ekonomi*, …, hlm.291.

Kewirusahaan merupakan fardhu kifayaah, Ketrampilan masing masing individu wajib dikembangkan tetapi tidak semua orang harus memiliki skill yang sama. (Harfandi, Era Sonita, Zulhelmi, 2018, h.66)[62]

Lebih detailnya Nur Suhaili mengatakan rumusan kewirausahaan dalam Islam adalah :

a. Kewirausahaan merupakan bagian integral dari agama Islam.
b. Berdasarkan sifat manusia, para pengusaha Muslim 'khalifah' yang diutus Allah SWT dan memiliki tanggung jawab mengembangkan kemakmuran dan melihat bisnis sebagai bagian dari ibadah dan perbuatan baik.
c. Kewirausahaan sebagai Motivasi. Keberhasilan dalam Islam bukan hanya diukur dengan hasil akhir tetapi juga cara dan sarana untuk mencapai mereka.
d. Kewirausahaan sebagai bagian dari Ibadah. kegiatan usaha adalah bagian dari ibadah atau "perbuatan baik"
e. Posisi Kewirausahaan dan bisnis dalam Islam yaitu Islam mendorong umatnya untuk menjelajah ke bisnis. Nabi Muhammad SAW mengatakan bahwa 9 dari 10 sumber rizki (*livlihood*) dapat ditemukan dalam bisnis.
f. Kewirausahaan merupakan bagian dari Sistem Ekonomi Islam. Kewirausahaan Islam harus beroperasi dalam domain sistem Ekonomi Islam dan bertindak sebagai kendaraan menuju penerimaan global Sistem ini.

[62] Harfandi, Era Sonita, Zulhelmi, *Integrasi Pendidikan Kewirausahaan Pada Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi Dalam Menciptakan Kompetensi Lulusan Yang Aplikatif dan Kompetitif*,…, hlm. 66.

g. Prinsip-prinsip Kewirausahaan Islam diambil dari hasanah ilmu di al-Qur'an dan hadits.

h. Etika kewirausahaan yang baik adalah etika kewirausahaan berdasarkan perilaku teladan dari Nabi Muhammad SAW.

7. Pengertian Motivasi Berwirausaha

Motivasi menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku kearah pencapaian suatu tujuan tertentu. Motivasi berwirausaha erat kaitannya dengan keinginan untuk mencapai sesuatu dengan lebih baik. Menurut Sumadi Suryabrata, motivasi adalah keadaan yang terdapat dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu guna pencapaian suatu tujuan. Motivasi erat kaitannya dengan pemenuhan suatu kebutuhan, bertindak untuk memenuhi kebutuhan dan pencapaian kebutuhan itu, sehingga bila seseorang tidak merasa ingin kebutuhan tersebut, maka dia cenderung untuk tidak ingin melakukan sesuatu hal untuk pemenuhan kebutuhan tersebut. Timbulnya motivasi karena seseorang merasakan kebutuhan tertentu karena perbuatan tersebut mengarah kepada pencapaian tujuan, apabila tujuan telah tercapai maka ia akan merasa puas (Yanti dan Eldes, 2018, h.171).[63]

Menurut Ratnawati & Kuswardani (2010), yang dikutip dari Yanti dan Eldes (2018, h.171) menjelaskan bahwa "motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri,

[63] Yanti Pujiastuti dan Eldes Willy Filantrovi, *Gambaran Minat Kewirausahaan Mahasiswa*, Jurnal Manjemen, Vol. 15, No. 2, November 2018, hlm. 171.

percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi".

Menurut Yulianti (2010) yang dikutip dari Siti Rochmah (2012, h.3) menjelaskan bahwa "motivasi berwirausaha adalah dorongan atau usaha dari dalam diri individu untuk men-ciptakan kegiatan dengan melihat adanya peluang tersebut dengan melakukan suatu kegiatan yang inovatif, antisipatif, inisiatif, dan pengambil risiko serta berorientasi kepada laba atau keuntungan".[64]

Menurut Sarosa (2005), yang dikutip dari Ludwina dan Selly (2019, h.206) menjelaskan bahwa "motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi *young enterpreneur*. Kebanyakan orang yang berhasil didunia ini mempunyai motivasi yang kuat yang mendorong tindakan-tindakan mereka. Mereka mengetahui dengan baik yang menjadi motivasinya dan memelihara motivasi tersebut dalam setiap tindakannya". Baum, Frese, and Baron (2007), yang dikutip dari Ludwina dan Selly (2019, h.206) menjelaskan bahwa dalam "kewirausahaan meliputi motivasi yang ditujukan untuk tujuan kewirausahaan, seperti tujuan yang melibatkan pengenalan dan eksploitasi terhadap peluang bisnis. Motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri

[64] Siti Rochmah Maulida, *Hubungan Antara Kepercayaan Diri dan Dukungan Orang Tua Dengan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa SMK*, Jurnal Psikologi Undip, Vol.11, No.2, Oktober 2012, hlm. 3.

dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan".[65]

Motivasi berwirausaha merupakan suatu keadaan yang timbul dalam diri seseorang yang dapat mempengaruhi timbulnya minat seseorang untuk mengambil tindakan atau mencapai tujuan dalam bidang kewirausahaan. hal ini sesuai dengan pendapat Djaali bahwa motivasi adalah kondisi dimana fisiologis dan psikologis mendorong manusia untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan hidup atau kebutuhan hidup manusia. Kegiatan yang dimaksud disini adalah kegiatan kewirausahaan (Muhammad Reza, 2020, h.26).[66]

8. Faktor-Faktor Pendorong Motivasi Berwirausaha

Menurut Susanto (2009) yang dikutip dari Siti Rochmah (2012, h.3) menjelaskan bahwa faktor-faktor pendorong kewirausahaan adalah:[67]

a. Faktor Personal

Seorang wirausahawan memiliki *locus of control* internal yang lebih tinggi ketimbang seorang non wirausahawan, yang berarti bahwa mereka memiliki keinginan yang lebih kuat untuk menentukan nasib sendiri.

---

[65] Ludwina Pornes dan Selly Sipakoly, *Pengaruh Sikap dan Motivasi Terhadap Niat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Ambon)*, Jurnal Maneksi, Vol.8, No.2, Desember 2019, hlm. 206.

[66] Muhammad Reza Iqbal Ghifari dan Irwansyah, *Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP ULM Banjarmasin*, Jurnal Bissmart, Vol.1, No.1, Edisi Januari- Juni 2020, hlm. 26.

[67] Siti Rochmah Maulida, *Hubungan Antara Kepercayaan Diri dan Dukungan Orang Tua Dengan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa SMK*,…, hlm. 3.

b. Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan mempunyai peran yang signifikan dalam pembentukan jiwa kewirausahaan. Menurut Suryana (2003) faktor pemicu yang berasal dari lingkungan sosial salah satunya dari orang tua.

c. Faktor Sosiologis

Kondisi sosial juga turut memberikan andil dalam meningkatnya aktivitas kewirausahaan dalam kelompok- kelompok tertentu seperti kaum wanita, minoritas, serta akademisi.

d. Faktor Ketersediaan Sumber Daya

Ketersediaan modal dan bahan baku adalah hal yang sangat penting untuk mendukung dalam berwirausaha.

9. Aspek-Aspek Motivasi Wirausaha

Menurut Sardiman (2005) yang dikutip dari Siti Rochmah (2012, h.3) menjelaskan bahwa aspek-aspek motivasi yaitu:[68]

a. Mendorong manusia untuk berbuat. Motivasi dalam hal ini merupakan motor penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan.

   Indikatornya adalah adanya dukungan untuk berwirausaha.

b. Menentukan arah perbuatan. Motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan rumusan dan tujuannya.

   Indikatornya adalah :

   1) Sudah diketahuinya jenis usaha yang akan digeluti.
   2) Adanya kegiatan yang menarik dalam bewirausaha.

[68] Siti Rochmah Maulida, *Hubungan Antara Kepercayaan Diri dan Dukungan Orang Tua Dengan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa SMK*,…, hlm.3.

c. Menyeleksi perbuatan. Motivasi dapat menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan, dengan menyisihkan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut.

Indikatornya adalah mengetahui langkah yang akan diambil untuk menjalankan usaha.

10. Jenis-Jenis Kelompok Motivasi Wirausaha

Motivasi menyelesaikan tugasnya pada wirausahaan program S1 dapat timbul, baik dari dalam diri maupun dari luar individu. Hal ini sejalan dengan pendapat Davies (1978), dikutip dari Rusdiana (2018, h.72) yang membagi motivasi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:[69]

a. Motivasi instrinsik

Adalah motivasi yang mengacu pada faktor-faktor dalam diri individu, baik dalam tugas maupun bagi diri wirausahaan. Bagi wirausahawan tingkat akhir yang sedang menyelesaikan tugas, motivasi instrinsik sangat berguna dalam memecahkan setiap persoalan yang akan timbul pada saat menyelesaikan tugasnya. Motivasi instrinsik biasanya berupa kepuasan terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan setiap tanggung jawab ataupun harga diri dihadapan orang lain terhadap setiap kemampuan yang dimilikinya. Pada umumnya, teori pendidikan modern juga menggunakan motivasi instrinsik sebagai pendorong aktivitas pengajaran dan dalam pemecahan soal.

[69] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, …, hlm.72.

b. Motivasi ekstrisik

Adalah motivasi yang mengacu pada faktor-faktor dari luar dan telah ditetapkan pada tugas ataupun pada diri peserta didik (wirausahawan) oleh dosen atau orang lain. Motivasi ekstrinsik berupa penghargaan, pujian, hukuman, atau celaan yang dapat meningkatkan atau mengurangi kreativitas wirausahawan tingkat akhir dalam menyelesaikan tugasnya.

Adapun Otto Wilman yang dikutip dari Rusdiana (2018, h.73) mengelompokkan motivasi dalam enam kelompok berikut:[70]

a. Motivasi psikologi, merupakan dorongan alamiah yang ada pada setiap wirausahawan untuk berkembang dan berkreativitas. Motivasi ini tidak disadari bagi wirausahawan dan merupakan dorongan yang instrinsik untuk mengembangkan dirinya.
b. Motivasi praktis, merupakan dorongan pada setiap wirausahawan untuk memenuhi tuntutan ketuhanan mempertahankan diri dan mengembangkan diri karena adanya nilai-nilai praktis dalam kehidupan.
c. Motivasi pembentukan kepribadian, merupakan dorongan untuk pembentukan dan pengembangan kepribadian masing-masing wirausahawan, terutama dari segi intelektual, dan estetis.

[70] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, …, hlm.73.

d. Motivasi kesusilaan, merupakan dokumen agar wirausahawan dapat menjadi lebih baik. Motivasi ini mendasari tindakan dalam mencapai tujuan sebagai manusia susila.
e. Motivasi sosial, merupakan dorongan bagi wirausahawan untuk mempelajari sesuatu yang layak dikerjakan dalam hidup pergaulan dan dalam interaksi dengan orang lain.
f. Motivasi kebutuhan, dapat mendorong wirausahawan untuk mengabdi kepada Tuhan dan menghargai manusia sebagai sesama makhluknya.

11. Fungsi Motivasi Wirausaha

Setiap wirausahawan memiliki motivasi, meskipun dalam bentuk yang berbeda. Motivasi dapat diartikan sebagai sumber penggerak bagi setiap wirausahawan untuk melakukan tindakan, agar tujuan dan harapan dapat tercapai. Wirausahawan sebagai subjek dalam pembahasan ini, diharapkan memiliki motivasi yang tinggi dalam menyelesaikan setiap tanggung jawabnya.

Menurut Sardiman yang dikutip dari Rusdiana (2018, h.70) mengemukakan, pada prinsipnya motivasi mempunyai tiga fungsi dalam kehidupan manusia, yaitu:[71]

a. Mendorong manusia untuk berbuat, dalam arti motivasi penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan oleh wirausahawan.

[71] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, …, hlm.70.

b. Berfungsi sebagai penentu arah perbuatan. Dengan demikian, motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan rumusan tujuannya.

c. Menyeleksi perbuatan-perbuatan yang harus dikerjakan yang serasi untuk mencapai tujuan, dengan menyisihkan perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut.

12. Teori-teori Motivasi

a. Teori Isi (*Content Theories*)

Teori ini menanyakan tentang penyebab perilaku. Teori isi memusatkan pada pertanyaan, apa penyebab perilaku terjadi dan berhenti? Jawabannya terpusat pada kebutuhan, motif yang mendorong, menekan, memacu, dan menguatkan karyawan melalui kegiatan, juga berhubungan dengan faktor-faktor eksternal yang berupa insentif yang menyarankan, mendorong, menyebabkan, dan memengaruhi untuk melaksanakan suatu kegiatan. Penekanannya pada pengertian faktopr-faktor internal dan kebutuhan.

Macam-macam teori ini yaitu:[72]

1) Hierarki Kebutuhan Maslow.

Teori ini menekankan pada kebutuhan manusia yang tersusun dalam bentuk hierarki kebutuhan dari yang terendah sampai yang tertinggi serta kebutuhan yang telah terpuaskan berhenti menjadi motivator utama dari perilaku.

[72] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, …, hlm.73.

2) Teori Motivasi Pemeliharaan Herzberg.

Umumnya karyawan memusatkan perhatiannya pada pemuasan tingkat kebutuhan lebih rendah dalam pekerjaan pertama, terutama rasa aman. Apabila telah terpuaskan akan memenuhi tingkat yang lebih tinggi, seperti kebutuhan inisiatif, kreativitas, dan tanggung jawab.

Ada dua kelompok faktor yang mempengaruhi kerja seseorang dalam organisasi yaitu kepuasan kerja (*job satisfaction*) yang mempunyai pengaruh pendorong prestasi dan semangat kerja setidakpuasan kerja (*job dissatisfaction*) yang pengaruhnya negatif. Disini, dibedakan antara motivator dengan faktor-faktor pemeliharaan (*higienic factor = dissatisfiers*). Motivator mempunyai pengaruh meningkatkan prestasi atau kepuasan kerja, serta faktor pemeliharaan mencegah merosotnya semangat kerja. Teori ini hampir sama dengan teori hierarki kebutuhan dari Maslow.

3) Teori Prestasi dari Mc.Clelland.

Ada korelasi positif antar kebutuhan berprestasi dan sukses pelaksanaan. Ia mengemukakan bahwa usahawan, ilmuan, dan profesional mempunyai tingkat motivasi prestasi diatas rata-rata. Orang yang berorientasi prestasi mempunyai karakteristik tertentu yang dapat dikembangkan yaitu:

a) Menyukai pengambilan risiko yang layak sebagai fungsi keterampilan, menyukai tantangan, dan menginginkan tanggung jawab pribadi bagi hasil yang dicapai.
b) Mempunyai kecenderungan untuk menetapkan tujuan prestasi yang layak dan menghadapi risiko yang sudah diperhitungkan.
c) Mempunyai kebutuhan yang kuat akan umpan balik tentang yang telah dikerjakan.
d) Mempunyai keterampilan dalam perencanaan jangka panjang dan memiliki kemampuan organisasional.

b. Teori Proses (*Process Theories*)

Teori ini menjelaskan tentang perilaku dimulai dan dilaksanakan. Termasuk dalam hal ini adalah:[73]

1) Teori pengharapan, individu diperkirakan akan menjadi pelaksana dengan prestasi tinggi apabila:
   a) Kemungkinan usaha mereka mengarah ke prestasi yang tinggi.
   b) Kemungkinan mencapai hasil yang menguntungkan.
   c) Hasil-hasil tersebut akan menjadi pada keadaan keseimbangan, penarik efektif bagi mereka.

   Menurut Victor Vrom (teori nilai pengharapan Vroom), orang dimotivasi untuk bekerja apabila usaha-usaha yang ditingkatkan akan mengarahkan ke balas jasa tertentu dan menilai balas jasa dari hasil usahanya.

[73] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, …, hlm.76.

2) Teori pembentukan perilaku (*operant conditioning*), dikemukakann oleh B.F Skinner yang didasarkan pada hukum pengaruh (*law of effect*) bahwa perilaku yang diikuti dengan konsekuensi pemuasan cenderung diulang, sedangkan perilaku yang diikuti konsekuensi hukuman cenderung tidak diulang.
3) Teori Porter Lawler merupakan teori pengharapan dari motivasi dengan versi orientasi masa mendatang dan menekankan antisipasi tanggapan atau hasil. Dasarnya yaitu, kemungkinan usaha pengharapan yang dirasakan, usaha yang dijalankan, prestasi yang dicapai, pengharapan yang diterima, kepuasan yang terjadi, dan mengarahkan ke usaha pada masa yang akan datang.
4) Teori keadilan. Orang akan selalu membandingkan antara masukan dalam bentuk pendidikan, pengalaman, latihan, dan usaha dengan hasil atau penghargaan yang diterima. Keyakinan tentang adanya ketidakadilan akan berpengaruh pada perilaku pelaksanaan kegiatan. Faktor kunci bagi manager yaitu, mengetahui ketidakadilan yang dirasakan, bukan ketidakadilan secara nyata ada. Teori keadilan memberikan implikasi bahwa penghargaan harus diberikan sesuai yang dirasa adil oleh individu yang bersangkutan.
5) Teori petunjuk (*prescriptive theories*) yaitu cara memotivasi para karyawan yang didasarkan atas pengalaman coba-coba.

13. Motivasi dan Tujuan Kerja dalam Islam

Sebagai agama yang menjadi rahmat bagi alam semesta, Islam menganjurkan umatnya agar hidup bahagia didunia dan akhirat kelak. Agar manusia bahagia, mereka harus berusaha untuk mencapainya. Salah satu caranya adalah dengan memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat primer maupun sekunder bahkan yang bersifat tersier. Untuk memenuhi segala kebutuhannya itu, manusia dapat melakukannya antara lain dengan bekerja. Bekerja merupakan faktor yang paling dominan dilakukan manusia, dalam rangka memenuhi segala kebutuhannya itu. Karena itu, manusia harus bekerja dengan sungguh-sungguh dan bersikap profesional dalam pekerjaannya, sehingga menghasilkan sesuatu secara optimal (Idri, 2015, h.311).[74]

Hanya saja, tidak semua orang dapat bekerja dengan rajin dan sungguh-sungguh. Tidak sedikit di antara mereka yang malas dan asal-asalan dalam mengerjakan sesuatu. Mereka ini adalah orang yang tidak termotivasi (*unmotivated person*) untuk bekerja atau tidak tahu untuk apa mereka bekerja. Karena itu, mereka seharusnya mengetahui apa motivasi dan tujuan kerja dalam Islam. Motivasi kerja Islam biasa diartikan sebagai dorongan seseorang untuk melakukan kebaikan dalam memenuhi kebutuhan pribadi, maupun manusia pada umumnya baik kebutuhan fisik, psikologis, maupun sosial. Dalam kehidupannya, manusia tidak dapat lepas dari usaha sebagai salah satu perwujudan aktivitasnya, baik yang

[74] Idri, *Hadis Ekonomi*, …, hlm. 311.

menyangkut aktivitas fisik maupun mental. Manusia sepanjang hidupnya senantiasa bekerja, dalam memenuhi kebutuhannya, dan tanpa bekerja mereka akan mengalami berbagai kesulitan (Idri, 2015, h.312).[75]

Allah memerintahkan agar umat Islam bekerja dan pekerjaan itu sesungguhnya diperhatikan oleh Allah, Rasul, dan umat Islam. Pekerjaan yang baik dan mendatangkan dampak positif akan diapresiasi dengan penghargaan didunia ataupun akhirat. Demikian pula sebaliknya, pekerjaan buruk dan mendatangkan dampak negatif akan mendatangkan dampak negatif akan mendapatkan ancaman didunia ataupun akhirat. Allah mengetahui bagaimana seseorang bekerja dengan jujur atau tidak dalam pekerjaannya itu (Idri, 2015, h.294).[76]

Allah berfirman dalam QS. at-Taubah ayat 105 yang berbunyi:

وَقُلِ اعْمَلُوْافَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُوْلُهٗ وَلْمُؤْمِنُوْنَ وَسَتُرَدُّوْنَ اِلٰى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ (105)

"*Dan katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.*" (QS. at-Taubah: 105)

Menurut Tafsir al-Manar, Muhammad Riḍa dalam kitabnya menjelaskan, bahwasanya ayat tersebut Allah memerintah Nabi Muhammad SAW supaya menyampaikan kepada umatnya, agar umatnya

[75] Idri, *Hadis Ekonomi*,…, hlm. 312.
[76] Idri, *Hadis Ekonomi*,…, hlm. 294.

dalam bekerja diperuntukkan dunia dan akhirat mereka, untuk diri sendiri dan untuk masyarakat. Selanjutnya Muhammad Riḍa menafsirkan bahwasanya suatu pelajaran itu dengan perbuatan bukan dengan alasan-alasan yang berbelit-belit, dan bukan dengan mengajak untuk mempersiapkan diri untuk berbuat. Sebaik-baiknya urusan dunia dan akhirat adalah sesuatu yang disertai dengan amal perbuatan. Pekerjaan yang dikerjakan oleh manusia bagi Allah dan manusia itu sendiri bukanlah sesuatu yang samar. Allah akan melihat semua amal yang dikerjakan oleh manusia baik amal yang baik maupun amal yang buruk.

Maka, wajib bagi manusia dalam bekerja merasa diawasi oleh Allah. Karena Allah merupakan Żat yang mengetahui semua maksud dan niat manusia. Bagi Allah, tidak ada sesuatu yang samar walaupun hal tersebut merupakan hal yang samar bagi manusia. Oleh karena itu bagi orang mu'min sudah sepatutnya meyakini bahwa Allah melihat semua amal yang dikerjakan oleh manusia, serta manusia sepatutnya memurnikan niat dalam melakukan pekerjaan dan berhenti dalam melaksanakan pekerjaan jika melewati batasan-batasan dalam syari'at. Dan sepatutnya manusia mengoreksi dirinya dalam bertingkah laku. Dan bagi orang mu'min tidak cukup hanya meninggalkan kemaksiatan saja, akan tetapi harus disertai dengan amal-amal yang bermanfaat, dan dengan selalu menunjukkan etos kerja demi kepentingan bersama. Semua perbuatan manusia akan dikembalikan oleh ẓat yang mengetahui hal gaib dan hal yang tampak, serta setelah hari kebangkitan semua amal perbuatan di

dunia akan diperlihatkan oleh Allah SWT, baik perbuatanya disaksikan oleh manusia maupun tidak disaksikan oleh manusia. Dan amal perbuatan manusia akan memperoleh balasan dari Allah SWT, jika berbuat bijak, maka akan mendapat pahala, dan jika berbuat maksiat akan mendapat siksa.[77]

D. Penelitian Terdahulu

Dalam menulis skripsi ini, penulis mengambil dan merujuk kepada beberapa penelitian terdahulu diantaranya:

Skripsi Antonious Chandra Tri Wahyono (2010) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha. Hasil ini menyatakan bahwa terdapat perbedaan antara faktor dorongan dari dalam (internal), faktor sosial (eksternal) dan faktor emosional terhadap minat mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2005 dan 2006 untuk berwirausaha, dengan metode penelitian kualitatif.

Skripsi Aditya Diaon Mahesa (2012) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel toleransi akan resiko, keberhasilan diri dalam berwirausaha, dan kebebasan dalam bekerja, berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha, dengan menggunakan metode penelitian Regresi Linear Berganda.

Skripsi Agung Wahyuni (2015) dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wirausaha Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN

[77] Muhammad Ridla, *Tafsir al-Qur'anul Karim Al-Masyhur al-Manar*, Bairut: Darul Kutub al-Ilmiah, 2005, Jilid 11, hlm.27.

Bukittinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat wirausaha mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi adalah, adanya peluang yang tersedia atau kesempatan yang ada dan waktu yang memungkinkan bagi mahasiswa untuk berwirausaha. Tapi ada juga faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha seperti faktor internal yaitu minat dari diri sendiri, kebiasaan, pengalaman, inovasi. Dan faktor eksternal yaitu lingkungan, ekonomi, keluarga, iklim, dan sarana prasarana yang tersedia. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif.

Journal Hubungan *Adversity Intelligence* dengan Intensi Berwirausaha (Tony Wijaya). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Adversity Intelligence* dan intensi berwirausaha adalah 11% sedangkan 89% lainnya dijelaskan oleh faktor lain.

Journal Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo (Hadi Sumarsono). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel latar belakang pendidikan, pendidikan, pelatihan, gender, keinginan untuk pencapaian dan lingkungan kontekstual, tidak berpengaruh terhadap intensi wirausaha mahasiswa, variabel efikasi diri berpengaruh terhadap intensi wirausaha mahasiswa.

Journal Sikap, Motivasi dan Minat Berwirausaha Mahasiswa (Rosmiati). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap dan motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

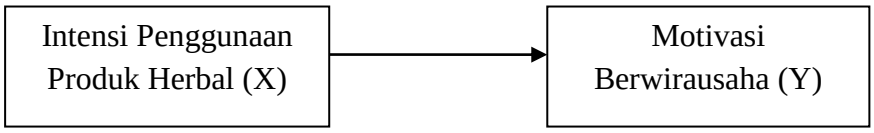
Yang membedakannya dengan penelitian penulis yaitu terletak pada penggunaan variabel, subjek penelitiannya, karena penulis disini mengambil

subjek penelitiannya yaitu mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi angkatan 2016.

E. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



F. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan-pertanyaan yang dikemukakan pada perumusan masalah. Hipotesis tersebut harus dibuktikan kebenaran lewat pengumpulan dan penganalisaan data penelitian.

Dari hasil kerangka pemikiran diatas, maka dapat ditarik hipotesis bahwa:

H_0 : $\beta = 0$; tidak terdapat dampak intensi penggunaan herbal (X) terhadap motivasi berwirausaha (Y).

H_a : $\beta \neq 0$; terdapat dampak intensi penggunaan herbal (X) terhadap motivasi berwirausaha (Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan penulis gunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono yaitu metode penelitian berdasarkan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[78]

Adapun pokok permasalahan yang akan diselidiki adalah bagaimana dampak intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam berwirausaha.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah cakupan wilayah yang menjadi basis penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kampus II IAIN Bukittinggi, dimana penelitian ini dimulai pada tanggal 03 Maret 2020 sampai selesai. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kepentingan peneliti, untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan mengenai dampak intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi mahasiswa berwirausaha tersebut.

[78] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Jakarta: Alfabeta, 2004, hlm.14.

C. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

   Data primer merupakan data dan informasi yang diperoleh dilapangan langsung dari tempat atau objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini berupa informasi yang diperoleh dari mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi yang menjual produk herbal.

2. Data Sekunder

   Data sekunder merupakan data pendukung yang berasal dari sumber-sumber yang berhubungan dengan objek penelitian seperti sejarah Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi, dan data pustaka. Data-data sekunder penelitian ini adalah data yang diperoleh dari menganalisa buku-buku penelitian, dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka mencari validitas data yang komprehensif serta tidak menutup kemungkinan agar semakin faktualnya data, maka peneliti menggunakan beberapa cara dalam menyajikannya, antara lain:

1. Observasi

   Observasi merupakan pengamatan langsung atau tidak langsung, yang dilakukan oleh peneliti terhadap objek yang diteliti, yaitu pengumpulan data secara langsung dari objek penelitian melalui pengamatan, dicatat, dan direduksi kemudian disajikan secara sistematis untuk menguatkan data yang diperoleh dari hasil wawancara observasi.

Adapun yang menjadi objek observasi disini adalah Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Angkatan 2016 yang menggunakan produk herbal.

2. Wawancara

Cara pengumpulan data dengan menanyakan langsung kepada pihak terkait untuk memperoleh informasi mengenai isu yang diteliti.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Nur Asnawi dan Masyhuri, 2011, h.162).[79]

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalis yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Angkatan 2016 yang berjumlah 260 orang mahasiswa.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi,

[79] Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manjemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Press, 2011, hlm.162.

misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Teknik penentuan pengambilan sampel adalah dengan menggunakan metode Slovin dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

$$n = \frac{260}{1 + 260.\ 0{,}05^2}$$

$$n = \frac{260}{1 + 260.\,0{,}0025}$$

$$n = \frac{260}{1 + 0{,}65}$$

$$n = \frac{260}{1{,}65}$$

$$n = 157{,}57$$

$$n = 158\ mahasiswa$$

Jadi, jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 158 mahasiswa.

F. Instrumen Penelitian

Penelitian menggunakan instrumen yang tepat terhadap responden akan menunjang agar data yang diinginkan dari responden. Adapun yang menjadi instrumen penelitian yang penulis gunakan yaitu intensi penggunaan produk herbal dan motivasi berwirausaha.

Berikut ini adalah tabel instrumen penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1

Instrumen Penelitian

Variabel	Aspek	Indikator
Intensi Penggunaan Herbal (X)	1. Sikap (*Attitute*): Sikap mengacu pada perasaan atau penilaian terhadap objek tertentu.	a) Individu merasakan produk yang memuaskan. b) Memunculkan keyakinan untuk menggunakan produk.
	2. Norma Subjektif (*Subjective Norm*): Adanya Pengaruh dari orang lain atau kelompok.	a) Adanya dorongan dari orang lain atau kelompok untuk melakukan pembelian kembali. b) Adanya pujian dari orang lain ketika membeli suatu produk
	3. Kontrol Perilaku (*Behavior Control*): Ada atau tidaknya faktor yang memfasilitasi dan menghalangi individu untuk melakukan suatu perilaku.	a) Adanya faktor yang memfasilitasi untuk menggunakan produk. b) Adanya faktor yang menghalangi untuk melakukan produk.
Motivasi Wirausaha (Y)	1.Mendorong manusia untuk berbuat	Adanya dukungan untuk berwirausaha.
	2.Menentukan arah perbuatan.	a) Sudah diketahui jenis usaha yang akan digeluti. b) Adanya kegiatan yang menarik dalam berwirausaha.
	3. Menyeleksi perbuatan	Mengetahui langkah yang diambil untuk menjalankan suatu usaha.

G. Teknik Analisa Data

Berdasarkan inti penyusunan diatas, maka dalam melaksanakan penganalisaan penyusunan penelitian ini, penulis menggunkan metode analisis yang bersifat kuantitatif yaitu analisis regresi linear sederhana.

Regresi Linear Sederhana yaitu, mengistimasi besarnya koefesien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linear, yang melibatkan satu variabel bebas sebagai alat prediksi besarnya nilai variabel terikat (Ety Rochaety, 2007, h.270).[80]

Regresi Linear Sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Menurut Sugiyono, persamaan Regresi Linear Sederhana yaitu:[81]

$$Y = a + bx$$

Dimana:

Y = Motivasi Berwirausaha

a = Konstanta (nilai Y apabila X= 0)

b = Koefesien regresi (nilai kenaikan atau penurunan)

x = Intensi Penggunaan Herbal

H. Pengujian Model

Pengujian model dilakukan untuk menilai kevalitan dan kepercayaan data yang didapat dari kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan:

1. Uji Instrument
   a. Uji Validitas

[80] Eti Rochaety dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS Edisi Pertama*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007, hlm.270.

[81] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: CV.Alfabeta, 2014, hlm.270.

Menurut Moh Pabundu Tika (2004, h.65) menjelaskan bahwa validitas adalah keberadaan dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan.[82] Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu alat pengukur dikatakan valid jika dipakai untuk mengukur sesuai kegunaannya. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan guna mengukur valid atau tidaknya kuesioner yang telah diisi oleh para responden.

Untuk dapat mengukur data tersebut valid atau tidak yaitu:

1) Jika nilai r hitung > r tabel maka data tersebut valid, jika r hitung< r tabel maka data tersebut tidak valid.
2) Apabila nilai signifikansinya < dari 0,05 maka data tersebut valid, dan jika > dari 0,05 maka data tesebut tidak valid.
3) Jika korelasi antar item > 0,279 maka item tersebut dianggap valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsisten, keajekan atau kepercayaan atas hasil jawaban responden terhadap intrumen yang diberikan.Uji reliabilitas dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS. Reliabititas menunjukkan sejauh mana suatu intrumen dapat memberi hasil.

Pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berualang-ulang terhadap gejala yang sama, dengan alat pengukuran yang sama. Uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan

[82] Moh. Pabundu Tika, *Metode Riset Bisnis, Surabaya: Usaha Nasional*, 2004, hlm.65.

valid, untuk menguji reliabilitas digunakan teknik *croanbach alpha* >0,60. Pada pengujian ini menggunakan bantuan SPSS, dimana suatu intrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*), bila memiliki koefesien keandalan *alpha* sebesar 0.6 atau lebih.. Rumus *croanbach alpha* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right] - \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{ó_1^2}\right]$$

Dimana :

r_{11} : Reliabilitas Instrumen

k : Jumlah Kuisioner

$\sum ơ_b^2$: Jumlah Varians Butir

$ơ_1^2$: Varians Total

Sebagai tolak ukur tinggi rendahnya koefesien rentabilitas digunakan interprestasi sebagai berikut :

0,800 – 1,00 = Sangat Tinggi

0,600 – 0,800 = Tinggi

0,400 – 0,600 = Cukup

0,200 – 0,400 = Rendah

0,00 – 0,200 = Sangat Rendah

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel

independent. Pengujian ada atau tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai matrik korelasi yang dihasilkan pada saat pengelolaan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan toleransi.

Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerence*. Jika VIF < 5 dan *tolerence* < 0,1 berarti terjadi multikolinearitas.

b. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variasi residual dari satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID). Jika titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang besar melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik 1 menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabelm independent, variabel dependent, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Suatu model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendeteksi normal.

3. Uji Hipotesis

a. Uji-f (uji serentak)

Uji-f (uji serentak) adalah untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Uji-f dengan rumus:

$$f = \frac{\sqrt[R^2]{n-m-1}}{m\,(1-R^2\,)}$$

Dimana:

n = Jumlah responden

m = Jumlah Variabel bebas[83]

Kriteria pengambilan keputusan:

1) H_0 diterima, apabila tingkat signifikan ≥ 0,05
2) H_1 diterima, apabila tingkat signifikan ≤ 0,05

[83] Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistik Penelitian Pendidikan Sosial Ekonomi Komunikasi dan Bisnis*, Bandung : Alfabeta, 2007, hlm.110.

b. Uji t (uji parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.[84] Untuk mengetahui tingkat signifikan tersebut menggunakan formula sebagai berikut:

$$t = \frac{\sqrt[r]{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

t = Nilai t Hitung

r = Nilai Koefesien Korelasi

n = Jumlah Data

c. Koefesien Determinasi (R^2)

Koefesien Determinasi (R2) berfungsi untuk mengetahui signifikan variabel, maka harus dicari koefesien determinasi (R^2). Koefesien determinan menunjukkan besarnya konstribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumus yang di pakai dalam koefesien determinan (R^2) adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{n\,(a\Sigma\, Y + \, b\Sigma XY) - (\Sigma Y)^2}{n\,\Sigma\, Y^2 \, - (\Sigma Y)^2}$$

Keterangan:

R^2 = Nilai Koefesien

n = Jumlah sampel

[84] Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistik Penelitian Pendidikan Sosial Ekonomi Komunikasi dan Bisnis*,…, hlm. 81.

a = Konstanta

b = Koefesien Regresi

ΣY = Jumlah Y

ΣY^2 = Jumlah Y^2

ΣXY = Jumlah XY

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Program Studi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi

1. Sejarah Berdirinya Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi

Sejarah berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi merupakan bagian dari sejarah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Bukittinggi secara umum. STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi pada awalnya terdapat Jurusan Syari'ah dengan 3 Program Studi : Ahwal Syakhsyiyah, Mu'amalat dan Jinayah Siyasah, serta Program DIII Perbankan Syariah. Kemudian baru disusul dengan Jurusan Tarbiyah dengan Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI).

Pada tahun 2007 dengan Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: Dj.I/422/2007 tentang izin Penyelenggaraan Program Studi Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri keluar izin penyelenggaraan Program Studi Ekonomi Islam (S1). Pada tahun 2012 program DIII Perbankan Syariah dan program studi Ekonomi Islam (S1) memisahkan diri dari Jurusan Syariah menjadi Jurusan Ekonomi Islam.

Kemudian pada tahun 2014, menyikapi pesatnya perkembangan di dunia industri perbankan syariah dan ekonomi syariah secara umum, maka STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi membuka jurusan Perbankan Syariah (S1) dengan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: 167 Tahun 2014 tentang Izin Penyelenggaraan Program

Studi pada Program Sarjana STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi sejak 18 Desember 2014 bertepatan dengan 25 Shafar 1436 H, telah berubah status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Perubahan status ini melalui Peraturan Presiden RI No.181 Tahun 2014, yang secara nasional, Launching 10 STAIN menjadi IAIN diselenggarakan pada tanggal 19 Desember 2014 di Istana Negara oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo.

Berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No.12 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, organisasi institut terdiri dari organisasi pengelola, organisasi pertimbangan, dan organisasi pengawasan. Organisasi pengelola terdiri dari: a). Rektor dan Wakil Rektor, b). Fakultas, c). Biro Administrasi Umum, Akademik, dan Kemahasiswaan, d). Lembaga, dan e). Unit Pelaksana Teknis. Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi terdapat empat fakultas yaitu: Fakultas Syariah (FSYAR), Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTIK), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), dan Fakultas Ushuluddin Adab dan Da'wah (FUAD).

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau yang lebih dikenal dengan FEBI merupakan salah satu fakultas yang ada di Kampus Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi. Saat ini FEBI memiliki 7 program studi yaitu DIII Perbankan Syariah, Ekonomi Islam, S1 Perbankan Syariah,

Akuntansi Syariah, Manajemen Syariah, Manajemen Haji dan Umrah, dan Pariwisata Syariah.[85]

2. Visi dan Misi Program Studi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi

   a. Visi

      Berdasarkan Keputusan Rektor IAIN Bukittinggi Nomor: 492.2/In.26/OT.01/12/2015 Tanggal 05 Desember 2015, visi dari Program Studi Ekonomi Islam FEBI IAIN Bukittinggi adalah:

      "*Unggul dalam pengembangan dan penerapan Ekonomi Pembangunan Islam yang berdasarkan integrasi keilmuan pada tahun 2025*."

   b. Misi

      Berdasarkan Keputusan Rektor IAIN Bukittinggi Nomor: 492.2/In.26/OT.01/12/2015 Tanggal 05 Desember 2015, Misi dari program Studi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi adalah:

      1) Mempersiapkan sumber daya insani yang memiliki kompentensi dalam Ekonomi Pembangunan Islam.
      2) Menyelenggarakan program pembelajaran yang terbaik, dengan mengedepankan nilai-nilai Islami.
      3) Menjalin kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait.
      4) Menjadikan pusat penelitian, pengabdian, dan pengembangan Ilmu Ekonomi Pembangunan Islam.

[85]Rencana Strategis 2015-2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bukittinggi, Desember 2015.

3. Tujuan Program Studi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi

Tujuan yang ingin dicapai Program Studi Ekonomi Islam berdasarkan Keputusan Rektor IAIN Bukittinggi Nomor: 492.2/In.26/OT.01/12/2015 Tanggal 05 Desember 2015 adalah:

a. Menghasilkan lulusan yang ahli dalam perencanaan Ekonomi Pembangunan Islam.
b. Menghasilkan lulusan yang terampil dalam membuat kebijakan Ekonomi Pembangunan Islam.
c. Menghasilkan lulusan yang ahli dalam menganalisis bidang Ekonomi Pembangunan Islam.
d. Menghasilkan lulusan yang religius, berakhlak mulia, menjunjung tinggi nilai-nilai kebenaran, kritis, inovatif, dan kreatif dalam kehidupan sehari-hari.
e. Menghasilkan penelitian dan pengabdian yang bermutu, bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

4. Sasaran Program Studi Ekonomi Islam FEBI IAIN Bukittinggi

Sasaran Program Studi Ekonomi Islam berdasarkan Keputusan Rektor IAIN Bukittinggi Nomor: 492.2/In.26/OT.01/12/2015 Tanggal 05 Desember 2015, dijabarkan kedalam beberapa sasaran pokok yang terdiri dari pendidikan, penelitian, dan pengabdian sebagai berikut:

a. Bidang Pendidikan

1) Program Studi Ekonomi Islam memiliki calon mahasiswa yang tersebar pada berbagai sekolah lanjutan tingkat atas (SMA, MAN, SMK, Pesantren) yang tersebar di wilayah Sumatera Barat, Medan, Jambi, dan Pekanbaru.
2) Menjadiakan Program Studi Ekonomi Islam sebagai salah satu program studi favorit, dengan rasio jumlah peminat dengan jumlah yang diterima adalah 11:1.
3) Program Studi Ekonomi Islam telah memiliki kurikulum berbasis KKNI, dimana kurikulum tersebut secara berkelanjutan direvisi sesuai perkembangan IPTEKS, dengan melibatkan pengguna dalam perumusan dan revisi kurikulum.
4) Program Studi Ekonomi Islam memiliki kurikulum yang memberikan gambaran nyata tentang profil lulusan, kompetensi lulusan, sebaran kurikulum, bobot, dan jumlah sks.
5) Program Studi Ekonomi Islam memiliki SOP validasi karya ilmiah, sebagai upaya menghindari *plagiarism*.
6) Program Studi Ekonomi Islam memiliki lembaga kemahasiswaan, yang melakukan kegiatan secara rutin, baik yang bersifat akademik, yang berhubungan dengan kegiatan program studi, maupun kegiatan non akademik, yang bertujuan untuk meningkatkan *softskill* mahasiswa.

7) Program Studi Ekonomi Islam memiliki lulusan dengan rata-rata IPK 3,25 dengan masa studi tepat waktu 4 tahun, sekitar 70% lulusan.
8) Program Studi Ekonomi Islam memiliki lulusan dengan kompetensi sesuai kebutuhan dunia kerja sebesar 78%.
9) Program Studi Ekonomi Islam menghasilkan lulusan dengan waktu tunggu, dengan memperoleh pekerjaan rata-rata 3 bulan.
10) Program Studi Ekonomi Islam memiliki jaringan komunikasi dengan organisasi alumni secara rutin, dengan peningkatan proses pembelajaran.

b. Bidang Penelitian dan Pengabdian
1) Menghasilkan karya ilmiah dosen dan mahasiswa yang telah dipublikasi, baik tingkat lokal sebanyak 63 judul, 5 judul karya ilmiah ditingkat Nasional, dan 6 judul karya ilmiah tingkat Internasional.
2) Menghasilkan penelitian dengan kerjasama lembaga luar negeri sebagai dasar dalam pengambilan kebijakan.
3) Mendapat dana hibah penelitian dan pengabdian yang bersumber dari luar perguruan tinggi sebanyak 2 sumber.

c. Bidang Tata Kelola
1) Memiliki struktur organisasi dengan Tupoksi yang teratur dan jelas.

2) Memiliki tata pamong yang kredibel, transparan, bertanggungjawab, akuntabel, serta adil dalam penyelenggaraan proses pembelajaran dan dalam kepemimpinan Program Studi Ekonomi Islam.
3) Memiliki SOP untuk menjamin proses pembelajaran berkualitas serta adanya monitoring dan evaluasi yang dilakukan secara rutin.
4) Memiliki dosen dan tenaga kependidikan yang memadai dalam segi kuantitas dan kualitas, untuk mewujudkan proses pembelajaran yang berkualitas.
5) Memiliki ketersediaan dana untuk kegiatan pelatihan bagi dosen Program Studi Ekonomi Islam, dalam rangka meningkatkan keterampilan dan kompetensi di bidang tridarma perguruan tinggi.
6) Memiliki beban kerja dosen yang seimbang dalam hal kegiatan tridarma perguruan tinggi.

d. Sarana dan Prasarana

1) Memiliki perpustakaan yang representatif, dengan ruangan dan ketersediaan buku, serta kemudahan akses informasi.
2) Memiliki gedung perkuliahan yang telah memenuhi persyaratan, dengan kelengkapan teknologi, dan sarana pendukung untuk proses pembelajaran.
3) Memiliki sarana dan prasarana penunjang, serta mendukung pembelajaran yang berkualitas.
4) Memperoleh dana pembangunan sarana dan prasarana dari pihak eksternal, untuk keberlanjutan pembangunan sarana dan prasarana.

e. Bidang Kerjasama

1) Memiliki jaringan kerjasama dengan berbagai instansi pemerintah maupun swasta dalam dan luar negeri, yang mendukung terselenggaranya pembelajaran yang berkualitas.
2) Melakukan kerjasama dengan pemerintah lokal dalam bidang penelitian dan pengabdian masyarakat.
3) Melakukan kerjasama delan pelaku usaha, baik tingkat mikro, kecil, menengah, dan besar, dalam rangka pengabdian kepada masyarakat.

B. Profil Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi angkatan 2016, yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda yaitu umur, jenis kelamin, dan selaku. Untuk lebih memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan tabel mengenai jumlah responden seperti diterangkan dibawah ini:

1. Responden Berdasarkan Umur

Faktor yang mempengaruhi pola intensi penggunaan produk herbal adalah komposisi umur responden dari mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi angkatan 2016. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Distribusi Responden Berdasarkan Umur

UMUR					
		Frequency	**Percent**	**Valid Percent**	**Cumulative Percent**
Valid	20-22	107	67,7	67,7	67,7
	23-25	51	32,3	32,3	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat dilihat karakteristik mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi angkatan 2016 yang menggunakan produk herbal berdasarkan umur, yaitu mahasiswa yang berumur 20-22 tahun berjumlah 107 orang atau sebesar 67,7%. Umur 23-25 tahun berjumlah 51 orang atau sebesar 32,3%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi angkatan 2016, yang menggunakan produk herbal berdasarkan umur yaitu sebanyak 67,7% atau 107 orang yang berumur 20-22 tahun.

2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN					
		Frequency	**Percent**	**Valid Percent**	**Cumulative Percent**
Valid	PRIA	24	15,2	15,2	15,2
	WANITA	134	84,8	84,8	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa karakteristik mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi angkatan 2016 berdasarkan jenis kelamin. Untuk pria berjumlah 24 orang atau 15,2%. Untuk wanita berjumlah 134 orang atau 84,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi angkatan 2016 yang menggunakan produk herbal, adalah wanita yaitu sebesar 84,8% atau 134 orang.

3. Responden Berdasarkan Selaku

Identitas responden berdasarkan selaku pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Distribusi Responden Berdasarkan Selaku

SELAKU					
		Frequency	**Percent**	**Valid Percent**	**Cumulative Percent**
Valid	HANYA PENGGUNA	125	79,1	79,1	79,1

	PENGGUNA DAN MULAI TERTARIK MENJUAL	14	8,9	8,9	88,0
	PENGGUNA SEKALIGUS PENJUAL	19	12,0	12,0	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber : Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa karakteristik berdasarkan selaku dalam menggunakan produk herbal adalah mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi angkatan 2016 yang hanya pengguna produk herbal sebanyak 125 orang atau sebesar 79,1%. Mahasiswa selaku pengguna dan mulai tertarik menjual produk herbal sebanyak 14 orang atau sebesar 8,9%. Mahasiswa selaku pengguna sekaligus penjual produk herbal sebanyak 19 orang atau sebesar 12%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi angkatan 2016 hanya pengguna yaitu sebesar 79,1% atau 125 orang.

C. Analisis Deskriptif

Dari hasil penelitian Dampak Intensi Penggunaan Produk Herbal Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Dalam Berwirausaha, maka dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan yang disebarkan.

Setelah perhitungan setiap pernyataan yang ada pada Variabel X (Intensi Penggunaan Produk Herbal) dan Variabel Y (Motivasi Berwirausaha) yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 20, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Tanggapan Responden Mengenai Variabel X (Intensi Penggunaan Produk Herbal)

Intensi dalam menggunakan suatu produk, sangat dibutuhkan untuk mengetahui seberapa besar keinginan dari konsumen, untuk mengetahui kelebihan, manfaat, kandungan, dan khasiat dari suatu produk, sehingga menumbuhkan keinginan untuk menggunakannya, merasakan khasiatnya dan menjadikan produk tersebut sebagai suatu kebutuhan.

Berikut ini tanggapan responden mengenai pernyataan intensi penggunaan produk herbal pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Angkatan 2016:

a. Produk herbal terbuat dari bahan alami bukan dari hasil zat kimia.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Produk Herbal Terbuat Dari Bahan Alami Bukan Dari Hasil Zat Kimia

Pernyataan Pertama Pada Variabel X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	1,3	1,3	1,3
	Tidak Setuju (TS)	2	1,3	1,3	2,5
	Ragu-Ragu (RR)	6	3,8	3,8	6,3
	Setuju (S)	83	52,5	52,5	58,9

	Sangat Setuju (SS)	65	41,1	41,1	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa dari 158 responden yang menjadi objek penelitian, 2 orang atau 1,3% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 2 orang atau 1,3% menyatakan Tidak Setuju (TS), 6 orang atau 3,8% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 83 orang atau 52,5% menyatakan Setuju (S), 65 orang atau 41,1% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan, bahwa responden setuju terhadap produk herbal terbuat dari bahan alami bukan dari hasil zat kimia, yaitu sebesar 52,5% ataut 83 orang.

b. Khasiat produk herbal akan dirasakan setelah rutin menggunakannya.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Khasiat Produk Herbal Akan Dirasakan Setelah Rutin Menggunakannya

Peryataan Kedua Pada Variabel X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	,6	,6	,6
	Tidak Setuju (TS)	1	,6	,6	1,3
	Ragu-Ragu (RR)	18	11,4	11,4	12,7
	Setuju (S)	95	60,1	60,1	72,8

	Sangat Setuju (SS)	43	27,2	27,2	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber : Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa dari 158 responden yang digunakan sebagai objek penelitian, terdapat 1 orang atau 0,6% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 1 orang atau 0,6% menyatakan Tidak Setuju (TS), 18 orang atau 11,4% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 95 orang atau 60,1% menyatakan Setuju (S), 43 orang atau 27,2% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap khasiat produk herbal akan dirasakan setelah rutin menggunakannya yaitu sebesar 60,1% atau 95 orang.

c. Produk herbal dapat mencegah dan mengobati berbagai macam penyakit.

Tanggapan responden dapat dilihat tabel berikut:

Tabel 4.6

Produk Herbal Dapat Mencegah Dan Mengobati Berbagai Macam Penyakit

Pernyataan Ketiga Pada Variabel X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju (TS)	5	3,2	3,2	3,2
	Ragu-Ragu (RR)	34	21,5	21,5	24,7
	Setuju (S)	80	50,6	50,6	75,3
	Sangat Setuju (SS)	39	24,7	24,7	100,0

	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa dari 158 responden yang diambil sebagai objek penelitian, terdapat 5 orang atau 3,2% menyatakan Tidak Setuju (TS), 34 orang atau 21,5% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 80 orang atau 50,6% orang menyatakan Setuju (S), 39 orang atau 24,7% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan, bahwa responden setuju terhadap produk herbal dapat mencegah dan mengobati berbagai macam penyakit, yaitu sebesar 50,6% atau 80 orang.

d. Produk herbal berguna untuk kecantikan.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7

Produk Herbal Berguna Untuk Kecantikan

Pernyataan Keempat Pada Variabel X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju (TS)	2	1,3	1,3	1,3
	Ragu-Ragu (RR)	28	17,7	17,7	19,0
	Setuju (S)	100	63,3	63,3	82,3
	Sangat Setuju	28	17,7	17,7	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa dari 158 sampel yang diambil sebagai objek penelitian, terdapat 2 orang atau 1,3% menyatakan Tidak Setuju (TS), 28 orang atau 17,7% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 100 orang atau 63,3 % menyatakan Setuju (S), 28 orang atau 17,7% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap produk herbal berguna untuk kecantikan, yaitu sebesar 63,3% atau 100 orang.

e. Munculnya keinginan untuk menggunakan produk herbal karena dorongan dari keluarga.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8

Munculnya Keinginan Untuk Menggunakan Produk Herbal Karena Dorongan Dari Keluarga

Pernyataan Kelima pada Variabel X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	22	13,9	13,9	13,9
	Tidak Setuju (TS)	38	24,1	24,1	38,0
	Ragu-Ragu (RR)	35	22,2	22,2	60,1
	Setuju (S)	51	32,3	32,3	92,4
	Sangat Setuju (SS)	12	7,6	7,6	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa dari 158 responden yang diambil sebagai objek penelitian, terdapat 22 orang atau 13,9% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 38 orang atau 24,1% menyatakan Tidak Setuju (TS), 35 orang atau 22,2% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 51 orang atau 32,3 menyatakan Setuju (S), 12 orang atau 7,6% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju terhadap munculnya keinginan untuk menggunakan produk herbal karena dorongan dari keluarga, yaitu sebesar 32,3% atau 51 orang.

f. Munculnya keinginan untuk menggunakan produk herbal karena dorongan dari teman.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9

Munculnya Keinginan Untuk Menggunakan Produk Herbal Karena Dorongan Dari Teman

Pernyataan Keenam pada Variabel X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	12	7,6	7,6	7,6
	Tidak Setuju (TS)	21	13,3	13,3	20,9
	Ragu-Ragu (RR)	37	23,4	23,4	44,3
	Setuju (S)	77	48,7	48,7	93,0

	Sangat Setuju (SS)	11	7,0	7,0	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber : Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa dari 158 responden yang diambil sebagai objek penelitian, terdapat 12 orang atau 7,6% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 21 orang atau37% menyatakan Tidak Setuju (TS), 37 orang atau 23,4% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 77 orang atau 48,7% menyatakan Setuju (S), 11 orang atau 7% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa, reponden setuju terhadap munculnya keinginan untuk menggunakan produk herbal karena dorongan dari teman, yaitu sebesar 48,7% atau 77 orang.

g. Munculnya keinginan untuk menggunakan produk herbal karena dorongan dari media sosial.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10

Munculnya Keinginan Untuk Menggunakan Produk Herbal Karena Dorongan Dari Media Sosial

Pernyataan Ketujuh Pada Variabel X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	11	7,0	7,0	7,0
	Tidak Setuju (TS)	21	13,3	13,3	20,3

	Ragu-Ragu (RR)	41	25,9	25,9	46,2
	Setuju (S)	67	42,4	42,4	88,6
	Sangat Setuju	18	11,4	11,4	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang diambil sebagai objek penelitian, terdapat 11 orang atau 7,0% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 21 orang atau 13,3% menyatakan Tidak Setuju (TS), 41 orang atau 25,9% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 67 orang atau 42,4 % menyatakan Setuju (S), 18 orang atau 11,4% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap munculnya keinginan untuk menggunakan produk herbal karena dorongan dari media sosial, yaitu sebesar 42,4% atau 67 orang.

h. Munculnya keinginan untuk menggunakan produk herbal karena dorongan dari status sosial.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11

Munculnya Keinginan Untuk Menggunakan Produk Herbal Karena Dorongan Dari Status Sosial

Pernyataan Kedelapan Pada Variabel X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (SS)	22	13,9	13,9	13,9

	Tidak Setuju (TS)	41	25,9	25,9	39,9
	Ragu-Ragu (RR)	36	22,8	22,8	62,7
	Setuju (S)	47	29,7	29,7	92,4
	Sangat Setuju (SS)	12	7,6	7,6	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan objek penelitian, terdapat 22 orang atau 13,9% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 41 orang atau 25,9% menyatakan Tidak Setuju (TS), 36 orang atau 22,8% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 47 orang atau 29,7% menyatakan Setuju (S), 12 orang atau 7,6% menunjukkan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju terhadap munculnya keinginan untuk menggunakan produk herbal karena dorongan dari status sosial yaitu sebesar 29,7% atau 47 orang.

i. Adanya pujian dari orang lain ketika melihat menggunakan produk herbal.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12

Adanya Pujian Dari Orang Lain Ketika Melihat Menggunakan Produk Herbal

Pernyataan Kesembilan Pada Variabel X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	22	13,9	13,9	13,9
	Tidak Setuju (TS)	37	23,4	23,4	37,3
	Ragu-Ragu (RR)	35	22,2	22,2	59,5
	Setuju (S)	50	31,6	31,6	91,1
	Sangat Setuju (SS)	14	8,9	8,9	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan objek penelitian, terdapat 22 orang atau 13,9% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 37 orang atau 23,4% menyatakan Tidak Setuju (TS), 35 orang atau 22,2% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 50 orang atau 31,6% menyatakan Setuju (S), 14 orang atau 8,9% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju terhadap adanya pujian dari orang lain ketika melihat menggunakan produk herbal, yaitu sebesar 31,6% atau 50 orang.

j. Sudah banyaknya produk herbal yang dijual melalui media sosial, sehingga mempermudah untuk membeli produk tersebut.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13

Sudah Banyaknya Produk Herbal Yang Dijual Melalui Media Sosial, Sehingga Mempermudah Untuk Membeli Produk Tersebut

Pernyataan Kesepuluh Pada Variabel X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	5	3,2	3,2	3,2
	Tidak Setuju (TS)	7	4,4	4,4	7,6
	Ragu-Ragu (RR)	14	8,9	8,9	16,5
	Setuju (S)	91	57,6	57,6	74,1
	Sangat Setuju (SS)	41	25,9	25,9	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan objek penelitian, terdapat 5 orang atau 3,2% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 7 orang atau 4,4 % menyatakan Tidak Setuju (TS), 14 orang atau 8,9% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 91 orang atau 57,6% menyatakan Setuju (S), 41 orang atau 25,9% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap sudah banyaknya produk herbal yang dijual melalui media sosial, sehingga mempermudah untuk membeli produk tersebut yaitu sebesar 57,6% atau 91 orang.

k. Adanya faktor yang menghalangi untuk menggunakan produk herbal, seperti kurangnya dana untuk membeli produk tersebut.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14

Adanya Faktor Yang Menghalangi Untuk Menggunakan Produk Herbal, Seperti Kurangnya Dana Untuk Membeli Produk Tersebut

Pernyataan Kesebelas Pada Variabel X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	8	5,1	5,1	5,1
	Tidak Setuju (TS)	21	13,3	13,3	18,4
	Ragu-Ragu (RR)	28	17,7	17,7	36,1
	Setuju (S)	76	48,1	48,1	84,2
	Sangat Setuju (SS)	25	15,8	15,8	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber : Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan objek penelitian, terdapat 8 orang atau 5,1% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 21 orang atau 13,3 % menyatakan Tidak Setuju (TS), 28 orang atau 17,7% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 76 orang atau 48,1% menyatakan Setuju (S), 25 orang atau 15,8% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju terhadap adanya faktor yang menghalangi untuk

menggunakan produk herbal, seperti kurangnya dana untuk membeli produk tersebut, yaitu sebesar 48,1% atau 76 orang.

l. Adanya faktor yang menghalangi untuk menggunakan produk herbal, seperti habisnya produk yang ingin dibeli kembali.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15

Adanya Faktor Yang Menghalangi Untuk Menggunakan Produk Herbal, Seperti Habisnya Produk Yang Ingin Dibeli Kembali

Pernyataan Keduabelas Pada Variabek X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	6	3,8	3,8	3,8
	Tidak Setuju (TS)	31	19,6	19,6	23,4
	Ragu-Ragu (RR)	46	29,1	29,1	52,5
	Setuju (S)	65	41,1	41,1	93,7
	Sangat Setuju (SS)	10	6,3	6,3	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan objek penelitian, terdapat 6 orang atau 3,8% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 31 orang atau 19,6% menyatakan Tidak Setuju (TS), 46 orang atau 29,1% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 65 orang atau 41,1% menyatakan Setuju (S), 10 orang atau 6,3%

menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju terhadap adanya faktor yang menghalangi untuk menggunakan produk herbal, seperti habisnya produk yang ingin dibeli kembali, yaitu sebesar 41,1% atau 65 orang.

2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y (Motivasi Berwirausaha)

Motivasi berwirausaha sangat dibutuhkan dalam melakukan suatu usaha, karena dengan adanya motivasi berwirausaha, dapat menjadi pendorong dan penyemangat bagi seseorang untuk memulai suatu usaha. Apalagi dengan adanya peluang yang ada seperti banyaknya masyarakat yang beralih dari produk kimia ke produk herbal, maka akan menjadi peluang yang besar untuk menjadikan produk herbal ini sebagai suatu usaha.

Berikut ini tanggapan responden mengenai pernyataan Motivasi Berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Angkatan 2016:

a. Munculnya keinginan berwirausaha karena dukungan dari keluarga.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16

Munculnya Keinginan Berwirausaha Karena Dukungan Dari Keluarga

Pernyataan Pertama Variabel Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	11	7,0	7,0	7,0
	Tidak Setuju (TS)	20	12,7	12,7	19,6
	Ragu-Ragu (RR)	30	19,0	19,0	38,6
	Setuju (S)	73	46,2	46,2	84,8
	Sangat Setuju (SS)	24	15,2	15,2	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan objek penelitian, terdapat 11 orang atau 7,0% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 20 orang atau 12,7 % menyatakan Tidak Setuju (TS), 30 orang atau 19,0% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 73 orang atau 46,2% menyatakan Setuju (S), 24 orang atau 15,2% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan, bahwa responden setuju terhadap munculnya keinginan berwirausaha karena dukungan dari keluarga yaitu sebesar 46,2% atau 73 orang.

b. Munculnya keinginan berwirausaha karena dukungan dari teman.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17

Munculnya Keinginan Berwirausaha Karena Dukungan Dari Teman

Pernyataan Kedua Variabel Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	9	5,7	5,7	5,7
	Tidak Setuju (TS)	30	19,0	19,0	24,7
	Ragu-Ragu (RR)	31	19,6	19,6	44,3
	Setuju (S)	73	46,2	46,2	90,5
	Sangat Setuju (SS)	15	9,5	9,5	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan objek penelitian, terdapat 9 orang atau 5,7% yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 30 orang atau 19,0% menyatakan Tidak Setuju (TS), 31 orang atau 19,6% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 73 orang atau 46,2% menyatakan Setuju (S), 15 orang atau 9,5% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap munculnya keinginan berwirausaha karena dukungan dari teman, yaitu sebesar 46,2% atau 73 orang.

c. Munculnya keinginan berwirausaha karena dukungan dari pihak kampus dengan menghadirkan pendidikan kewirausahaan, seminar, sampai ke praktikum kewirausahaan.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.18

Munculnya Keinginan Berwirausaha Karena Dukungan Dari Pihak Kampus Dengan Menghadirkan Pendidikan Kewirausahaan, Seminar, Sampai Ke Praktikum Kewirausahaan

Pernyataan Ketiga Variabel Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	8	5,1	5,1	5,1
	Tidak Setuju (TS)	14	8,9	8,9	13,9
	Ragu-Ragu (RR)	26	16,5	16,5	30,4
	Setuju (S)	79	50,0	50,0	80,4
	Sangat Setuju (SS)	31	19,6	19,6	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber : Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan objek penelitian, terdapat 8 orang atau 5,1% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 14 orang atau 8,9% menyatakan Tidak Setuju (TS), 26 orang atau 16,5% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 79 orang atau 50,0% menyatakan Setuju (S), 31 orang atau 19,6% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap munculnya keinginan berwirausaha karena dukungan dari pihak kampus dengan menghadirkan pendidikan kewirausahaan, seminar, sampai ke praktikum kewirausahaan, yaitu sebesar 50,0% atau 79 orang.

d. Munculnya keinginan berwirausaha karena sudah adanya peluang berwirausaha seperti menjual produk herbal.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19

Munculnya Keinginan Berwirausaha Karena Sudah Adanya Peluang Berwirausaha Seperti Menjual Produk Herbal

Pernyataan Keempat Variabel Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	6	3,8	3,8	3,8
	Tidak Setuju (TS)	10	6,3	6,3	10,1
	Ragu-Ragu (RR)	35	22,2	22,2	32,3
	Setuju (S)	79	50,0	50,0	82,3
	Sangat Setuju (SS)	28	17,7	17,7	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan sebagai objek penelitian, 6 orang atau 3,8% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 10 orang atau 6,3% menyatakan Tidak Setuju (TS), 35 orang atau 22,2% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 79 orang atau 50,0% menyatakan Setuju (S), 28 orang atau 17,7% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju terhadap munculnya keinginan berwirausaha karena sudah adanya peluang

berwirausaha seperti menjual produk herbal, yaitu sebesar 50,0% atau 79 orang.

e. Munculnya keinginan untuk menjual produk herbal ini, karena khasiat yang dirasakan, sehingga masyarakat banyak yang beralih dari produk kimia ke produk herbal.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.20

Munculnya Keinginan Untuk Menjual Produk Herbal Ini, Karena Khasiat Yang Dirasakan, Sehingga Masyarakat Banyak Yang Beralih Dari Produk Kimia Ke Produk Herbal

Pernyataan Kelima Variabel Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	1,9	1,9	1,9
	Tidak Setuju (TS)	11	7,0	7,0	8,9
	Ragu-Ragu (RR)	32	20,3	20,3	29,1
	Setuju (S)	75	47,5	47,5	76,6
	Sangat Setuju (SS)	37	23,4	23,4	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber : Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.20 menunjukkan bahwa dari 158 orang responden yang dijadikan objek penelitian, 3 orang atau 1,9% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 11 orang atau 7,0% menyatakan

Tidak Setuju (TS), 32 orang atau 20,3% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 75 orang atau 47,5% menyatakan Setuju (S), 37 orang atau 23,4% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju terhadap munculnya keinginan untuk menjual produk herbal ini, karena khasiat yang dirasakan, sehingga masyarakat banyak yang beralih dari produk kimia ke produk herbal yaitu sebesar 47,5% atau 75 orang.

f. Munculnya keinginan untuk menjual produk herbal ini, karena ingin memberikan solusi untuk mencegah dan mengobati berbagai macam penyakit secara alami.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.21

Munculnya Keinginan Untuk Menjual Produk Herbal Ini, Karena Ingin Memberikan Solusi Untuk Mencegah Dan Mengobati Berbagai Macam Penyakit Secara Alami

Pernyataan Keenam Variabel Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	1,3	1,3	1,3
	Tidak Setuju (TS)	10	6,3	6,3	7,6
	Ragu-Ragu (RR)	33	20,9	20,9	28,5
	Setuju (S)	71	44,9	44,9	73,4
	Sangat Setuju (SS)	42	26,6	26,6	100,0

	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4.21 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan objek penelitian, terdapat 2 orang atau 1,3% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 10 orang atau 6,3% menyatakan Tidak Setuju (TS), 33 orang atau 20,9% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 71 orang atau 44,9% menyatakan Setuju (S), 42 orang atau 26,6% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap munculnya keinginan untuk menjual produk herbal ini, karena ingin memberikan solusi untuk mencegah dan mengobati berbagai macam penyakit secara alami, yaitu sebesar 44,9% atau 71 orang.

g. Munculnya keinginan untuk menjual produk herbal ini, karena ingin mengikuti sunah Nabi tentang cara pengobatan Nabi Muhammad SAW, salah satunya mengosumsi ramuan herbal.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.22

Munculnya Keinginan Untuk Menjual Produk Herbal Ini, Karena Ingin Mengikuti Sunah Nabi Tentang Cara Pengobatan Nabi Muhammad SAW, Salah Satunya Mengosumsi Ramuan Herbal

Pernyataan Ketujuh Variabel Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	1,3	1,3	1,3
	Tidak Setuju (TS)	8	5,1	5,1	6,3

	Ragu-Ragu (RR)	29	18,4	18,4	24,7
	Setuju (S)	67	42,4	42,4	67,1
	Sangat Setuju (SS)	52	32,9	32,9	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.22 menunjukkan bahwa dari 158 orang responden yang dijadikan objek penelitian, terdapat 2 orang atau 1,3% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 8 orang atau 5,1% menyatakan Tidak Setuju (TS), 29 orang atau 18,4% menyatakan Ragu-Ragu, 67 orang atau 42,4% menyatakan Setuju (S), 52 orang atau 32,9% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap munculnya keinginan untuk menjual produk herbal ini, karena ingin mengikuti sunah Nabi tentang cara pengobatan Nabi Muhammad SAW, salah satunya mengosumsi ramuan herbal, yaitu sebanyak 42,4% atau 67 orang.

h. Munculnya keinginan untuk menjual produk herbal ini, karena keinginan dari diri sendiri untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui produk yang terbuat dari bahan alami.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.23

Munculnya Keinginan Untuk Menjual Produk Herbal Ini, Karena Keinginan Dari Diri Sendiri Untuk Memenuhi Kebutuhan Konsumen Melalui Produk Yang Terbuat Dari Bahan Alami

Pernyataan Kedelapan Variabel Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	1,3	1,3	1,3
	Tidak Setuju (TS)	4	2,5	2,5	3,8
	Ragu-Ragu (RR)	36	22,8	22,8	26,6
	Setuju (S)	81	51,3	51,3	77,8
	Sangat Setuju (SS)	35	22,2	22,2	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.23 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan objek penelitian, terdapat 2 orang atau 1,3% yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 4 orang atau 2,5% menyatakan Tidak Setuju (TS), 36 orang atau 22,8% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 81 orang atau 51,3% orang menyatakan Setuju (S), 35 orang atau 22,2 % menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap munculnya keinginan untuk menjual produk herbal ini, karena keinginan dari diri sendiri untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui produk yang terbuat dari bahan alami, yaitu sebesar 51,3% atau 81 orang.

i. Menjadikan produk herbal ini sebagai peluang usaha, dengan cara menjual produk herbal ini baik secara langsung maupun online.

Tanggapan responden terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.24

Menjadikan Produk Herbal Ini Sebagai Peluang Usaha, Dengan Cara Menjual Produk Herbal Ini Baik Secara Langsung Maupun Online.

Pernyataan Kesembilan Variabel Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	2,5	2,5	2,5
	Tidak Setuju (TS)	7	4,4	4,4	7,0
	Ragu-Ragu (RR)	32	20,3	20,3	27,2
	Setuju (S)	82	51,9	51,9	79,1
	Sangat Setuju (SS)	33	20,9	20,9	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.24 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan responden penelitian, terdapat 4 orang atau 2,5% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 7 orang atau 4,4% menyatakan Tidak Setuju (TS), 32 orang atau 20,3% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 82 orang atau 51,9% menyatakan Setuju (S), 33 orang atau 20,9% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan, bahwa responden setuju terhadap menjadikan produk herbal ini sebagai peluang usaha, dengan cara

menjual produk herbal ini baik secara langsung maupun online, yaitu sebesar 51,9% atau 82 orang.

j. Menjadikan produk herbal ini sebagai usaha sambil kuliah yang bertujuan untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah dipelajari.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.25

Menjadikan Produk Herbal Ini Sebagai Usaha Sambil Kuliah Yang Bertujuan Untuk Mengaplikasikan Ilmu Yang Sudah Dipelajari

Pernyataan Kesepuluh Variabel Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	5	3,2	3,2	3,2
	Tidak Setuju (TS)	6	3,8	3,8	7,0
	Ragu-Ragu (RR)	34	21,5	21,5	28,5
	Setuju (S)	74	46,8	46,8	75,3
	Sangat Setuju (SS)	39	24,7	24,7	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.25 menunjukkan bahwa dari 158 responden yang dijadikan objek penelitian, terdapat 5 orang atau 3,2% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 6 orang atau 3,8% menyatakan Tidak Setuju (TS), 34 orang atau 21,5% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 74 orang atau 46,8% menyatakan Setuju (S), 39 orang atau 24,7% menyatakan Sangat

Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju terhadap menjadikan produk herbal ini sebagai usaha sambil kuliah yang bertujuan untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah dipelajari, yaitu sebesar 46,8% atau 74 orang.

k. Berusaha untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menjual produk herbal ini secara online.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.26

Berusaha Untuk Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Sarana Untuk Menjual Produk Herbal Ini Secara Online

Pernyataan Kesebelas Variabel Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	2,5	2,5	2,5
	Tidak Setuju (TS)	6	3,8	3,8	6,3
	Ragu-Ragu (RR)	25	15,8	15,8	22,2
	Setuju (S)	78	49,4	49,4	71,5
	Sangat Setuju (SS)	45	28,5	28,5	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.26 menunjukkan bahwa dari 158 responden yang diambil sebagai objek penelitian, terdapat 4 orang atau 2,5% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 6 orang atau 3,8% menyatakan

Tidak Setuju (TS), 25 orang atau 15,8% menyatakan Ragu-Ragu, 78 orang atau 49,4% menyatakan Setuju (S), 45 orang atau 28,5% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju terhadap berusaha untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menjual produk herbal ini secara online, yaitu sebesar 49,4% atau 78 orang.

l. Munculnya keinginan untuk berwirausaha ini karena sudah ada menggunakan produk herbal ini, dan sudah merasakan khasiatnya, sehingga memunculkan rasa percaya diri untuk mempromosikan kepada konsumen.

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.27

Munculnya Keinginan Untuk Berwirausaha Ini Karena Sudah Ada Menggunakan Produk Herbal Ini, Dan Sudah Merasakan Khasiatnya, Sehingga Memunculkan Rasa Percaya Diri Untuk Mempromosikan Kepada Konsumen

Pernyataan Keduabelas Variabel Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	6	3,8	3,8	3,8
	Tidak Setuju (TS)	7	4,4	4,4	8,2
	Ragu-Ragu (RR)	33	20,9	20,9	29,1
	Setuju (S)	69	43,7	43,7	72,8

	Sangat Setuju (SS)	43	27,2	27,2	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.27 menunjukkan bahwa dari 158 orang yang dijadikan objek penelitian, terdapat 6 orang atau 3,8% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS), 7 orang atau 4,4% menyatakan Tidak Setuju (TS), 33 orang atau 20,9% menyatakan Ragu-Ragu (RR), 69 orang atau 43,7% menyatakan Setuju (S), 43 orang atau 27,2% menyatakan Sangat Setuju (SS). Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap munculnya keinginan untuk berwirausaha ini karena sudah ada menggunakan produk herbal ini, dan sudah merasakan khasiatnya, sehingga memunculkan rasa percaya diri untuk mempromosikan kepada konsumen, yaitu sebesar 43,7% atau 69 orang.

3. Kesimpulan Atas Tanggapan Responden

Berdasarkan dari tabel responden diatas menunjukkan dapat disimpulkan bahwa:

a. Intensi Penggunaan Produk Herbal (X)

Pada Variabel X ini memiliki 12 item pernyataan yang diberikan kepada responden, yang paling dominan atau yang paling tinggi nilainya secara persentase adalah produk herbal berguna untuk kecantikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan angka 63,3% yang menyatakan setuju.

b. Motivasi Berwirausaha (Y)

Pada Variabel Y ini memiliki 12 item pernyataan yang diberikan kepada responden, yang paling dominan atau yang paling tinggi nilainya secara persentase adalah menjadikan produk herbal ini sebagai peluang usaha, dengan cara menjual produk herbal ini baik secara langsung maupun online. Hal ini dapat dibuktikan dengan angka 51,9% yang menyatakan setuju.

D. Uji Instrument

1. Uji Validitas

Analisis validitas berfungsi untuk menentukan seberapa valid suatu item pernyataan mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dapat dikatakan valid apabila data tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Untuk dapat mengukur data tersebut valid atau tidak yaitu:

4) Jika nilai r hitung > r tabel maka data tersebut valid, jika r hitung< r tabel maka data tersebut tidak valid, dengan menggunakan responden 158 orang. Untuk menentukan r tabel yaitu df= N-2, maka df = 158-2 = 156. Maka, r tabel nya adalah sebesar 0,1562.
5) Apabila nilai signifikansinya < dari 0,05 maka data tersebut valid, dan jika > dari 0,05 maka data tesebut tidak valid.
6) Jika korelasi antar item > 0,279 maka item tersebut dianggap valid.

Sebagai buktinya dapat dilihat tabel berikut:

1) Uji Validitas untuk Variabel X

Tabel 4.28

Hasil Uji Validitas Untuk Total Variabel X

		X
X.1	Pearson Correlation	,521**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
X.2	Pearson Correlation	,521**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
X.3	Pearson Correlation	,484**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
X.4	Pearson Correlation	,575**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
X.5	Pearson Correlation	,594**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
X.6	Pearson Correlation	,586**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
X.7	Pearson Correlation	,701**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
X.8	Pearson Correlation	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000

	N	158
X.9	Pearson Correlation	,669**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
X.10	Pearson Correlation	,567**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
X.11	Pearson Correlation	,597**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
X.12	Pearson Correlation	,543**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
X	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	158

Sumber : Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.28 diatas, Dari Uji Validitas untuk Variabel X yang memiliki 12 item pernyataan dengan simbol X.1; X.2; X.3; X.4; X.5; X.6; X.7; X.8; X.9; X.10; X.11; X.12, menunjukkan bahwa jika nilai r hitung > r tabel maka data tersebut valid, jika r hitung< r tabel maka data tersebut tidak valid, dengan menggunakan responden 158 orang. Disini, r tabel nya adalah sebesar 0,1562, dan r hitung sebesar 0,521; 0,521; 0,484; 0,575; 0,594; 0,586; 0,701; 0,691; 0,669; 0,567; 0,597; 0,543; dan 1. Maka r hitung > r tabel.

Selain itu juga dilihat apabila nilai signifikansinya < dari 0,05 maka data tersebut valid, dan jika > dari 0,05 maka data tesebut tidak

valid. Dari data ini dilihat bahwa semua signifikansinya yaitu 0,000 yang mana < dari 0,05. Dan apabila item > 0, 279 maka item tersebut dianggap valid. Data pada variabel ini menunjukkan > 0,279.

Maka dapat disimpulkan bahwa r hitung > r tabel, tingkat signifikansinya < dari 0,05, itemnya > 0,279 sehingga data untuk Variabel X adalah **Valid.**

2) Uji Validitas untuk Variabel Y

Tabel 4.29

Hasil Uji Validitas Untuk Total Variabel Y

		Y
Y.1	Pearson Correlation	,563**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
Y.2	Pearson Correlation	,672**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
Y.3	Pearson Correlation	,649**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
Y.4	Pearson Correlation	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
Y.5	Pearson Correlation	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
Y.6	Pearson Correlation	,819**

	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
Y.7	Pearson Correlation	,826**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
Y.8	Pearson Correlation	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
Y.9	Pearson Correlation	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
Y.10	Pearson Correlation	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
Y.11	Pearson Correlation	,802**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
Y.12	Pearson Correlation	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158
Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	158

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.29 diatas, Uji Validitas untuk Variabel Y yang memiliki 12 item pernyataan dengan simbol Y.1; Y.2; Y.3; Y.4; Y.5; Y.6; Y.7; Y.8; Y.9; Y.10; Y.11; Y.12, menunjukkan bahwa jika nilai r hitung > r tabel maka data tersebut valid, jika r hitung< r tabel maka data tersebut tidak valid, dengan menggunakan responden 158

orang. Disini, r tabel nya adalah sebesar 0,1562, dan r hitung sebesar 0,563; 0,672; 0,649; 0,815; 0,831; 0,819; 0,826; 0,798; 0,834; 0,838; 0,802; 0,853; dan 1. Maka r hitung > r tabel.

Selain itu juga dilihat apabila nilai signifikansinya < dari 0,05 maka data tersebut valid, dan jika > dari 0,05 maka data tesebut tidak valid. Dari data ini dilihat bahwa semua signifikansinya yaitu 0,000 yang mana < dari 0,05. Dan apabila item > 0, 279 maka item tersebut dianggap valid. Data pada variabel ini menunjukkan > 0,279.

Maka dapat disimpulkan bahwa r hitung > r tabel, dan tingkat signifikansinya < dari 0,05, itemnya > 0,279 sehingga data untuk Variabel Y adalah **Valid.**

2. Uji Reliabilitas

Analisis Reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih, metode yang digunakan pada analisis reliabilitas ini adalah metode *cronbach's alpha* ditunjukkan dengan nilai *alpha*. Pengambilan keputusan reliabilitas dengan membandingkan nilai *cronbach's alpha*, jika *cronbach's alpha* bernilai ≥ 0,60 atau lebih, maka instrumen tersebut handal dan dapat digunakan.

a. Uji Reliabilitas untuk Variabel X (Intensi Penggunaan Produk Herbal)

Nilai *cronbach's alpha* pada Variabel X dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.30

Hasil Uji Reliabilitas Untuk Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,825	12

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.30 diatas, terdapat Uji Reliabilitas pada variabel X yang menunjukkan bahwa jika *Cronbach's Alpha* > dari 0,600 maka data tersebut reliabilitas. Pada Variabel X ini *Cronboch's Alpha* sebesar 0,825 yang menunjukkan bahwa variabel ini > dari 0,600. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada Variabel X ini adalah **Reliabilitas**.

b. Uji Reliabilitas untuk Variabel Y (Motivasi Berwirausaha)

Nilai *cronbach's alpha* pada Variabel Y dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.31

Hasil Uji Reliabilitas Untuk Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,936	12

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.31 diatas, terdapat Uji Reliabilitas pada variabel Y yang menunjukkan bahwa jika *Cronbach's Alpha* > dari 0,600 maka data tersebut reliabilitas. Pada Variabel X ini *Cronboch's Alpha* sebesar 0,936 yang menunjukkan bahwa variabel ini > dari 0,600. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada Variabel Y ini adalah **Reliabilitas**.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Pengujian ada atau tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai matrix korelasi yang dihasilkan pada saat pengelolaan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor)* dan toleransi.

Untuk menguji multikolinearitas dapat dilihat melaui nilai VIF (*Variance Inflation Factor)* dan *tolerance*. Jika VIF < 5 dan *tolerance* > 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika VIF > 5 dan *tolerance*.< 0,1 berarti terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.32

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X	1,000	1,000
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.32 diatas, terdapat Uji Multikolinearitas yang menunjukkan, jika Variabel X tersebut memiliki nilai VIF < 5 dan nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas antara Variabel X. Pada Variabel X ini memiliki nilai VIF sebesar 1,000 dan tolerance sebesar 1,000. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar Variabel X.

2. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* autokorelasi. Hasil uji Autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.33

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,651[a]	,423	,420	6,729	2,215
a. Predictors: (Constant), X					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.33 terdapat Uji Autokorelasi, yang menunjukkan bahwa, nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,215 akan dibandingkan dengan nilai t tabel yang memiliki nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 158 dan jumlah variabel independen 1. Oleh karena nilai ini lebih besar dari batas atas (*du*) 1,65455 dan kurang dari 4-du, maka dapat disimpulkan tidak terdapat Autokorelasi.

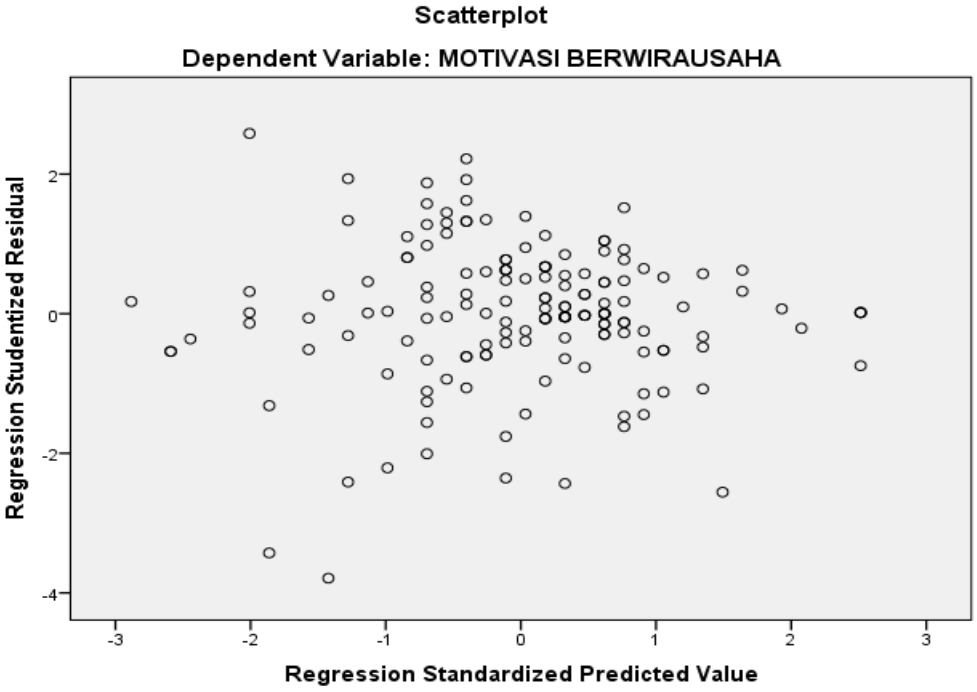
3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidak samaan variasi residual dari satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID). Jika titik membentuk pola tertentu yang teratur, seperti gelombang besar melebar, kemudian menyempit, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik satu menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak

terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut

Gambar 4.1

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

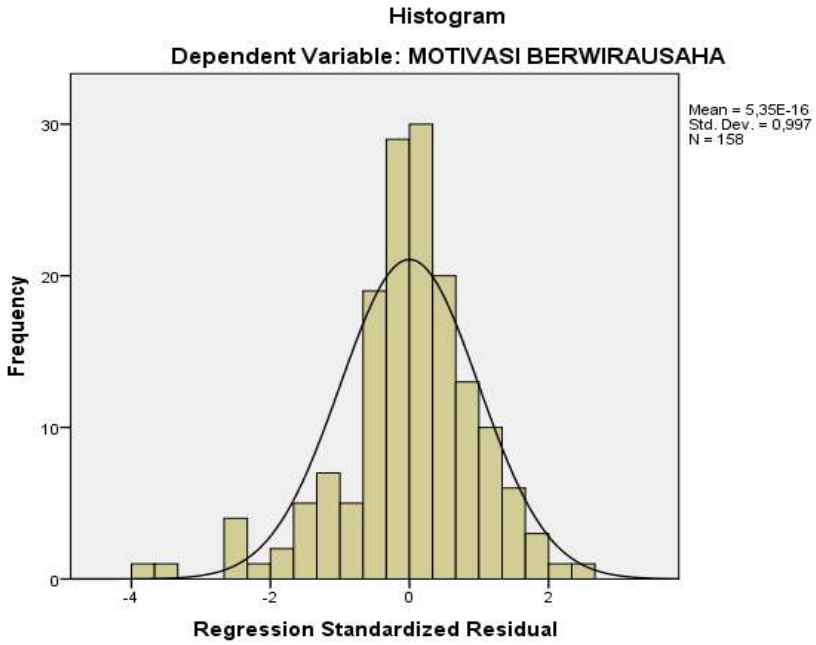
Berdasarkan gambar 4.1 terdapat Uji Asumsi Heteroskedastisitas, yang menunjukkan bahwa, jika titik 1 menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Pada Variabel ini terlihat tidak terjadi Heteroskedastisitas.

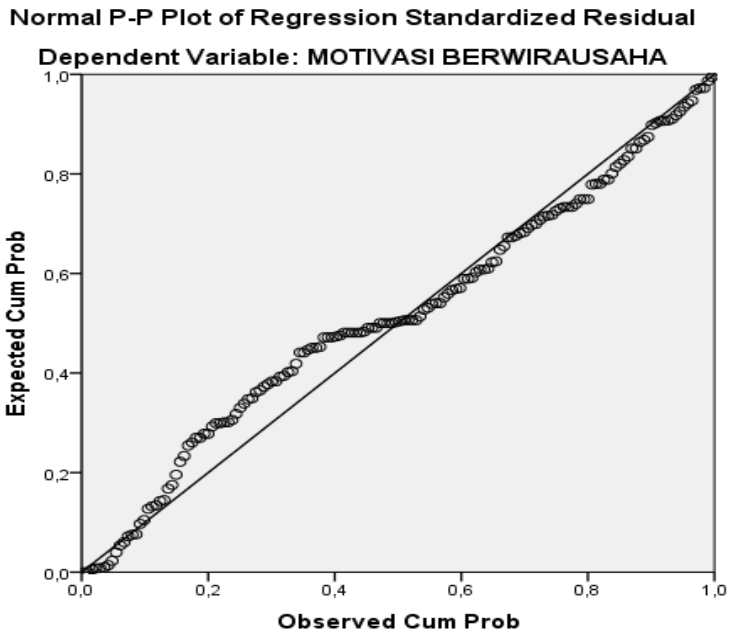
4. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabelm independent, variabel dependent, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Suatu model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendeteksi normal. Hasil Uji Normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas





Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat tampilan grafik *Histogram* maupun grafik *Normal P-Plot of Regression Standarlized Residual* dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Sedangkan pada grafik normal plot, terlihat titik menyebar disekitar garis diagonal. Kedua grafik ini bahwa model regresi tidak menyalahi asumsi normalitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena merupakan model regresi yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

F. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana berguna untuk mengukur dan mengetahui seberapa besar dampak X terhadap Y, yaitu seberapa besar dampak

intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi. Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 20 yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.34

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,580	3,393		2,824	,005
	INTENSI PENGGUNAAN PRODUK HERBAL	,839	,078	,651	10,704	,000
a. Dependent Variable: MOTIVASI BERWIRAUSAHA						

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Dari tabel 4.34 diatas dapat dibuat persamaan

$$Y = a + bx$$

$$Y = 9{,}580 + 0{,}839\ X$$

Dari persamaan ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai 9,580 berarti apabila variabel Intensi Penggunaan Produk Herbal bernilai 0 atau tidak ada, maka motivasi berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi bernilai 9,580.
2. Nilai 0,839 pada variabel Intensi Penggunaan Produk Herbal berarti, apabila peningkatan pada variabel intensi penggunaan produk herbal, maka

akan menambah motivasi berwirausaha mahasiswa IAIN Bukittinggi sebesar 0,839 satuan.

G. Uji Hipotesis

1. Uji F (Uji Serentak)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan Uji F sebagaimana terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.35

Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5188,680	1	5188,680	114,581	,000[b]
	Residual	7064,307	156	45,284		
	Total	12252,987	157			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X						

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Dari tabel anova diatas dapat dianalisis:

a. Membuat hipotesis dalam kalimat

Ho : Model regresi linear sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi motivasi berwirausaha yang dipengaruhi oleh intensi penggunaan produk herbal.

Ha : Model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi motivasi berwirausaha yang dipengaruhi oleh intensi penggunaan produk herbal.

b. Kaidah pengujian

1) Berdasarkan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel}

Jika : $F_{hitung} \leq F_{tabel,}$ maka Ho diterima.

Jika : $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho ditolak.

Dimana:

Nilai F_{hitung} dari tabel *anova* sebesar 114,581 dan nilai F_{tabel} dari tabel F adalah 3,90

2) Berdasarkan nilai probabilitas

Jika probabilitas (*sig*) > £ maka Ho diterima.

Jika probabilitas (*sig*) < £ maka Ho ditolak.

Dimana:

Dari tabel *anova* nilai probabilitas (*sig*) = 0,00 dan nilai taraf signifikan £ = 0,05

3) Membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung} serta *sig* dan £

Ternyata: F_{hitung} = 114,581 > F_{tabel} = 3,90, maka Ho ditolak.

Ternyata: 0,00 < 0,05, maka Ho ditolak.

4) Keputusannya

Model Regresi Linear Sederhana dapat digunakan untuk memprediksi motivasi berwirausaha yang dipengaruhi oleh intensi penggunaan produk herbal.

2. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh atau tidak pada variabel dependen. Uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.36

Hasil Uji t

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,580	3,393		2,824	,005
	X	,839	,078	,651	10,704	,000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data SPSS yang diolah 2020

Dari tabel *Coefficients* dapat dianalisis bahwa:

a. Membuat hipotesis dalam bentuk kalimat

   Ho : Tidak terdapat dampak intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam berwirausaha.

   Ha : Terdapat dampak intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam berwirausaha.

b. Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik

   Ho : £ = 0

   Ha : £ ≠ 0

c. Kaidah pengujian

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel,}$ maka Ho diterima.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel,}$ maka Ho ditolak.

Dari tabel Coefficients (£) diperoleh nilai $t_{hitung} = 10{,}704$

Nilai t_{tabel} dapat dicari menggunakan tabel *t-student*

$t_{tabel} = t_{(£/2)(n-2)}$

$= t_{(0,05/2)(158-2)}$

$= t_{(0,025)(156)}$

$= 1{,}975$

d. Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung}

Ternyata $t_{hitung} = 10{,}704 > t_{tabel} = 1{,}975$ maka Ho ditolak.

e. Membuat Keputusan

Terdapat dampak yang signifikan antara intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam berwirausaha.

3. Uji Koefesien Determinasi (R^2)

Koefesien determinasi ini digunakan untuk melihat konstribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.37

Hasil Uji Koefesien Determinasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,651[a]	,423	,420	6,729	2,215
a. Predictors: (Constant), INTENSI PENGGUNAAN PRODUK HERBAL					
b. Dependent Variable: MOTIVASI BERWIRAUSAHA					

Sumber : Data SPSS yang diolah 2020

Berdasarkan hasil uji koefesien determinasi diperoleh nilai R (*R Square*) sebesar 0,423 atau 42,3 %, artinya konstribusi dari variabel intensi penggunaan produk herbal sebesar 42,3%, sedangkan sisanya yang 57,7% lagi dipengaruhi variabel lain.

H. Analisis Temuan

1. Intensi Penggunaan Produk Herbal (X)

Intensi penggunaan produk herbal, merupakan bagian dari konsumsi. Dalam Ekonomi Islam, konsumsi dinilai sebagai sarana wajib, yang mana seorang muslim tidak bisa mengabaikannya dalam merealisasikan tujuan yang dikehendaki Allah dalam penciptaan manusia, yaitu merealisasikan pengabdian sepenuhnya hanya kepada-Nya, sesuai firman-Nya:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْاِنْسَ اِلاَّ لِيَعْبُدُوْنَ (56)

"Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menghamba kepada-Ku." (Q.S Adz-Dzariyat: 56)

Pendapat Departemen Agama RI sama dengan pendapat az-Zajjaj dan ahli tafsir lain yang berpendapat bahwa, maksud ayat tersebut adalah bahwa Allah tidak menjadikan jin dan manusia kecuali untuk tunduk kepada-Nya dan untuk merendahkan diri. Maka setiap makhluk, baik jin atau manusia wajib tunduk kepada peraturan Tuhan, merendahkan diri terhadap kehendak-Nya. Menerima apa yang Dia takdirkan, mereka dijadikan atas kehendak-nya, dan diberi rezeki sesuai dengan apa yang Dia tentukan. Tak seorang pun yang dapat memberikan manfaat atau mendatangkan mudharat, karena kesemuanya adalah dengan kehendak Allah. Ayat tersebut menguatkan perintah mengingat Allah SWT dan memerintahkan manusia agar melakukan ibadah kepada Allah SWT.[86]

Karena itu tidak aneh, bila Islam mewajibkan manusia mengkonsumsi apa yang dapat menghindarkan dari kerusakan dirinya, dan mampu melaksanakan kewajiban-kewajiban yang dibebankan Allah kepadanya.

Penggunaan produk herbal ini dibolehkan karena produk herbal ini merupakn produk yang dibuat dari bahan alami yang terjaga kehalalnnya. Dalam Ekonomi Islam, dijelaskan mengenai etika mengosumsi yang baik, yaitu mengosumsi barang yang halal lagi baik. Dalam al-Qur'an pun juga dijelaskan, bahwa manusia diperintahkan untuk mengosumsi barang yang halal lagi baik. Seperti terdapat dalam Q.S al-Baqarah : 168 yang berbunyi:

[86] Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Tafsirnya*, Jilid 1, Jakarta: Widya Cahaya, 2011, hlm.488.

يَاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِ الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَّلَا تَتَّبِعُوْاخُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ اِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّمُّبِيْنٌ (168)

" Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik, dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Menurut tafsir Kementrian Agama RI menjelaskan bahwa dalam ayat sebelumnya sebelumnya Allah ta'ala telah menjelaskan bahwasannya tiada sembahan yang hak kecuali Dia dan bahwasannya Dia sendiri yang menciptakan seluruh makhluk dan memberi mereka rezeki. Dalam hal pemberi nikmat, Dia menyebutkan bahwa Dia telah membolehkan manusia untuk memakan segala yang ada di muka bumi, yaitu makan yang halal, baik, dan bermanfaat bagi dirinya serta tidak membahayakan bagi tubuh dan akal pikiran. Dan Dia juga melarang mengikuti langkah-langkah syetan, dalam tindakan yang menyesatkan para pengikutnya, seperti mengharamkan bahirah, saibah, washilah, dan lain-lain yang ditanamkan syetan kepada mereka pada masa jahiliyah.[87]

Berdasarkan hasil penelitian peneliti, memang terbukti bahwa 158 orang mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Angkatan 2016 menggunakan produk herbal, dan 125 diantaranya hanya sebagai pengguna.

Maka berdasarkan temuan diatas dapat disimpulkan, bahwa intensi penggunaan produk herbal ini merupakan bagian dari Ekonomi Islam yaitu

[87] Tafsir Kementrian Agama RI Tentang Surah al-Baqarah Ayat 168.

konsumsi, yang mana didalam Ekonomi Islam dikatakan bahwa kita diperintahkan untuk mengosumsi sesuatu yang bertujuan untuk menghindarkan dari kerusakan diri dan juga diperintahkan untuk mengosumsi barang yang halal lagi baik.

2. Motivasi Berwirausaha (Y)

Dalam Ekonomi Islam dijelaskan bahwa pentingnya seseorang itu bekerja, salah satunya ialah berwirausaha. Dalam pandangan Ekonomi Islam dikatakan bahwa, untuk bisa memenuhi kebutuhan hidup itu ialah bekerja. Dalam al-Qur'an pun manusia diperintahkan untuk bekerja, yaitu terdapat dalam Q.S at-Taubah: 105, yang berbunyi:

وَقُلِ اعْمَلُوْافَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُوْلُهٗ وَلْمُؤْمِنُوْنَ وَسَتُرَدُّوْنَ اِلٰى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ (105)

"*Dan katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.*" (QS. at-Taubah: 105)

Menurut Tafsir al-Manar, Muhammad Riḍa dalam kitabnya menjelaskan, bahwasanya ayat tersebut Allah memerintah Nabi Muhammad SAW supaya menyampaikan kepada umatnya, agar umatnya dalam bekerja diperuntukkan dunia dan akhirat mereka, untuk diri sendiri dan untuk masyarakat. Selanjutnya Muhammad Riḍa menafsirkan bahwasanya suatu pelajaran itu dengan perbuatan bukan dengan alasan-alasan yang berbelit-

belit, dan bukan dengan mengajak untuk mempersiapkan diri untuk berbuat. Sebaik-baiknya urusan dunia dan akhirat adalah sesuatu yang disertai dengan amal perbuatan. Pekerjaan yang dikerjakan oleh manusia bagi Allah dan manusia itu sendiri bukanlah sesuatu yang samar. Allah akan melihat semua amal yang dikerjakan oleh manusia baik amal yang baik maupun amal yang buruk.

Maka, wajib bagi manusia dalam bekerja merasa diawasi oleh Allah. Karena Allah merupakan Żat yang mengetahui semua maksud dan niat manusia. Bagi Allah, tidak ada sesuatu yang samar walaupun hal tersebut merupakan hal yang samar bagi manusia. Oleh karena itu bagi orang mu'min sudah sepatutnya meyakini bahwa Allah melihat semua amal yang dikerjakan oleh manusia, serta manusia sepatutnya memurnikan niat dalam melakukan pekerjaan dan berhenti dalam melaksanakan pekerjaan jika melewati batasan-batasan dalam syari'at. Dan sepatutnya manusia mengoreksi dirinya dalam bertingkah laku. Dan bagi orang mu'min tidak cukup hanya meninggalkan kemaksiatan saja, akan tetapi harus disertai dengan amal-amal yang bermanfaat, dan dengan selalu menunjukkan etos kerja demi kepentingan bersama. Semua perbuatan manusia akan dikembalikan oleh ẓat yang mengetahui hal gaib dan hal yang tampak, serta setelah hari kebangkitan semua amal perbuatan di dunia akan diperlihatkan oleh Allah SWT, baik perbuatanya disaksikan oleh manusia maupun tidak disaksikan oleh manusia. Dan amal perbuatan manusia akan memperoleh

balasan dari Allah SWT, jika berbuat bijak, maka akan mendapat pahala, dan jika berbuat maksiat akan mendapat siksa.[88]

Maka dapat disimpulkan, bahwa pentingnya bekerja dan berwirausaha, karena dengan bekerja dan berwirausaha, kita dapat memenuhi kebutuhan hidup.

3. Dampak Intensi Penggunaan Produk Herbal Terhadap Motivasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Dalam Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti temukan, bahwa terdapat dampak intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi mahasiswa prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam berwirausaha, hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil Uji- t yang menyatakan bahwa ternyata t_{hitung} = 10,704 > t_{tabel} = 1,975 maka Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat dampak yang signifikan antara intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam berwirausaha.

Hal tersebut didukung oleh teori *reasoned action* yang mengatakan bahwa intensi merupakan kekuatan utama yang menjadi sumber motivasi seseorang untuk bertingkah laku tertentu. Semakin kuat intensi melakukan tingkah laku tertentu, maka semakin besar kemungkinannya untuk melakukan tingkah laku tersebut.

[88] Muhammad Ridla, *Tafsir al-Qur'anul Karim Al-Masyhur al-Manar*, Bairut: Darul Kutub al-Ilmiah, 2005, Jilid 11, hlm.27.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan, bahwa terdapat dampak intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi mahasiswa prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam berwirausaha. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan pengujian berikut:

1. Berdasarkan Uji Regresi Linear Sederhana yang dapat dilihat pada persamaan Y = 9,580 + 0,839 X. Dari persamaan ini dapat dijelaskan bahwa nilai 9,580 berarti apabila variabel Intensi Penggunaan Produk Herbal bernilai 0 atau tidak ada, maka motivasi berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi bernilai 9,580. Nilai 0,839 pada variabel Intensi Penggunaan Produk Herbal berarti, apabila peningkatan pada variabel intensi penggunaan produk herbal, maka akan menambah motivasi berwirausaha mahasiswa IAIN Bukittinggi sebesar 0,839 satuan.
2. Berdasarkan Uji-t terdapat dampak yang signifikan pada intensi penggunaan produk herbal terhadap motivasi mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam berwirausaha, dengan nilai t_{hitung} = 10,704 > t_{tabel} = 1,975 yang menunjukkan Ha diterima dan Ho ditolak.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Motivasi mahasiswa dalam berwirausaha, akan lahir dari pendidikan kewirausahaan dan dukungan dari setiap perguruan tinggi, semakin tinggi

pendidikan kewirausahaan yang diberikan akan mampu mendorong mahasiswa untuk berwirausaha. Dengan demikian, diharapkan kepada setiap perguruan tinggi untuk memberikan dukungan kepada mahasiswa untuk berwirausaha, melalui dukungan pendidikan, seminar, dan praktikum kewirausahaan agar memunculkan motivasi dari mahasiswa untuk berwirausaha.

2. Mahasiswa harus bisa memanfaatkan peluang dan kesempatan yang ada untuk berwirausaha, agar tingkat pengangguran bisa dikurangi. Dengan demikian, diharapkan pada seluruh mahasiswa terutama mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam agar bisa memanfaatkan peluang yang ada untuk dijadikan suatu usaha.
3. Penelitian yang akan datang diharapkan melakukan penelitian diluar variabel yang telah ada seperti faktor personal, lingkungan, sosiologis dst. Karena, nilai R^2 dalam penelitian ini masih terlalu kecil yaitu 42,3%, sedangkan sisanya yang 57,7% lagi dipengaruhi variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

Alifia, Isye Fera dan Dwiridotjahjono, Jojok. 2019. *Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha*. Jurnal Bisnis Indonesia, 10 (2), 142.

Asnawi, Nur dan Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manjemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press.

BPS Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) 2016 – 2017.

Eko, Suparno dkk. 2014. *Harga Diri dan Intensi Membeli Jersey Sepak Bola Tiruan Pada Remaja.* Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi, 3 (2), 53.

Ghifari, Muhammad Reza Iqbal dan Irwansyah. 2020. *Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP ULM Banjarmasin*. Jurnal Bissmart, 1 (1), 26.

Harfandi, Era Sonita, Zulhelmi. 2018. *Integritas Pendidikan Kewirausahaan Pada Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi Dalam Menciptakan Kompetensi Lulusan Yang Aplikatif Dan Kompetitif*. Penelitian Terapan dan Pengembangan Perguruan Tinggi. Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi.

Hidayat, Moch. Amrun. 2006. *Obat Herbal (Herbal Medicine)*. Pengembangan Pendidikan, 3 (1), 141.

Huda, Nurul dan Gofur, Abdul. 2012. *Analisis Intensi Muzakki Dalam Membayar Zakat Provesi.* Jurnal Al-Iqtishad, 4 (2), 221.

Idri. 2015. *Hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Jalil, Ivon dkk. 2019. *Applied Of Reasoned Action Theory (TRA) Yang Berdampak Pada Intention To Purchase Herbal Cosmetics*. Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen, 3 (2), 107-110.

Jaya, Putu Bayu Adi. 2016. *Pengaruh Norma Subjektif, Efikasi Diri, dan Sikap Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMKN DI Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Unud, 5 (3), 1716.

Kasmir. 2011. *Kewirausahaan.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Marwati. 2018. *Pengaruh Budaya, Persepsi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herba*l. Jurnal Ilmu Manjemen, 7 (2), 169-170.

Maulida, Siti Rochmah. 2012. *Hubungan Antara Kepercayaan Diri dan Dukungan Orang Tua Dengan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa SMK*. Jurnal Psikologi Undip, 11 (2), 3.

Permana, Magyar Slamet. 2014. *Pengaruh Country Of Origin, Brand Image dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian*. Jurnal Manajemen, 18 (3), 370.

Pornes, Ludwina dan Sipakoly, Selly. 2019. *Pengaruh Sikap dan Motivasi Terhadap Niat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Ambon)*. Jurnal Maneksi, 8 (2), 206.

Pujiastuti, Yanti dan Filantrovi, Eldes Willy. 2018. *Gambaran Minat Kewirausahaan Mahasiswa*. Jurnal Manjemen, 15 (2), 171.

Putra, Gede Cahyadi dkk. 2015. *Peningkatan Kualitas Produk Herbal dan Kosmetik Natural Bali.* Jurnal Bakti Saraswati, 4 (2), 92-93.

Putri, Ni Luh Wahyuni Widya. 2007. *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 9 (1), 139-140.

Rahayu, Eva Sri dkk. 2019. *Pendidikan Kewirausahaan Berhubungan Dengan Intensi Berwirausaha Berdasar Theory Of Planned Behavior Mahasiswa DIII Kebidanan*. Jurnal Kesehatan Prima, 13 (2), 123.

Rahmadi, Agus. 2019. *Kitab Pedoman Pengobatan Nabi*. Jakarta : Wahyu Qalbu.

Rencana Strategis 2015-2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bukittinggi, Desember 2015.

Ridla. Muhammad. 2005. *Tafsir al-Qur'anul Karim Al-Masyhur al-Manar*. Bairut: Darul Kutub al-Ilmiah. Jilid 11.

Ridwan dan Sunarto. 2007. *Pengantar Statistik Penelitian Pendidikan Sosial Ekonomi Komunikasi dan Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Rochaety, Eti dkk. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Rosmiati dkk. 2015. *Sikap Motivasi dan Minat Berwirausaha Mahasiswa*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 17 (1), 22.

Rusdiana. 2018. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung : Pustaka Setia.

Sari, Veva Ardhyaning *Kencana.* 2013. *Konsep Diri Independen Dengan Intensi Membeli Sepeda Fixie*. Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan, 1 (1), 89.

Sonita, Era. 2007. *Sinergitas Sikap dan Pengetahuan Dalam Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Mahasiswa FEBI IAIN Bukittinggi*.

Sonita, Era dan Helmi. 2019. *Peningkatan SDM Menuju Kemandirian UMKM Melalui Kualitas Pendidikan Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals*. Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi, 4 (2), 90-92.

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.

_____. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Bandung: CV.Alfabeta.

Tafsir Ibnu Katsir Surah al- Isra' Ayat 82.

Tafsir Kementrian Agama RI Surah asy- Syu'araa Ayat 80.

_____Surah al- Anbiya Ayat 83-84.

Tika, Moh. Pabundu. 2004. *Metode Riset Bisnis.* Surabaya: Usaha Nasional.

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.

Wawancara dengan Mahasiswa Ekonomi Islam Semester 8. Pada Rabu- Kamis 04-05 Maret 2020.

Wijaya, Resti Athhardi. 2015. *Gaya Hidup Brand Minded dan Intensi Membeli Produk Fashion Tiruan Bermerk Ekslusif Pada Remaja Putri*. Jurnal Psikologi Indonesia, 4 (2), 115.