

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP MINAT WIRAUSAHA  
MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH FAKULTAS  
DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**

**SKRIPSI**

**Diajukan oleh**

**SHALAHUDDIN MUSLIM**

**NIM. 160403048**

**Jurusan Manajemen Dakwah**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
DARUSSALAM-BANDA ACEH  
2021 M/1443**

## SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
Darussalam Banda Aceh sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana (S1) Strata Satu Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan Manajemen Dakwah

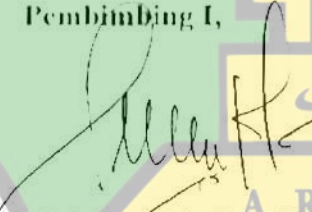
Oleh :


SHALAHUDDIN MUSLIM  
NIM. 160403048

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II

  
Dr. M. Jakfar Abdullah, MA  
NIP. 1972102201997031002

  
Fakhruddin, SE., MM  
NIP. 196406162014111002

# SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi Fakultas Dakwah dan  
Komunikasi UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai  
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ilmu Dakwah

Jurusan Manajemen Dakwah

Diajukan Oleh :

SHALAHUDDIN MUSLIM

NIM. 160403048


Pada Hari/tanggal

Jumat, 6 Agustus 2021 M  
27 Dzuthijjah 1442 H


di

Darussalam – Banda Aceh  
Panitia Sidang Munaqasyah

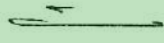
Ketua

  
Dr. M. Jakfar Abdullah, MA  
NIP. 1972102201997031002

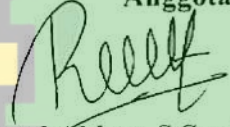
Serkertaris

  
Fakhruddin, SE., MM  
NIP. 196406162014111002

Anggota I

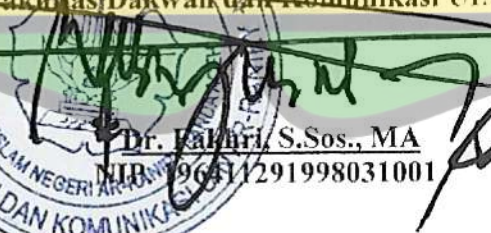
  
Dr. Mahmuddin, M.Si  
NIP. 195309061989031001

Anggota II

  
Rahmatul Akbar, S.Sos.I., M.Ag.  
NIP. 199010042020121015

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry



  
Dr. Kahari, S.Sos., MA  
NIP. 196511291998031001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini Saya :

Nama : Shalahuddin Muslim

NIM : 160403048

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah dianjurkan untuk memperoleh gelas kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang Pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat orang yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh 26/01/2021

Yang menyatakan

A R - R A N I R Y



Shalahuddin Muslim

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja keras, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Independen (Motivasi) terhadap Variabel Dependen (Minat Wirausaha Mahasiswa). Metode yang digunakan penelitian ini metode kuantitatif dengan menggunakan teknik survey. Populasi pada penelitian ini mahasiswa yang aktif yang berwirausaha pada tahun akademik 2020/2021 di program studi manajemen dakwah pada fakultas dakwah dan komunikasi UIN A-Raniry Banda Aceh. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *total sampling*, sampel pada penelitian ini ditetapkan 19 orang mahasiswa dalam penelitian ini peneliti menetapkan sampel dari angkatan 2013 sampai 2020. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) dan dokumentasi. Pengolahan dan Analisis data peneliti menggunakan metode statistik, data diuji dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji homogenitas, uji regresi sederhana, uji koefisien determinasi dengan menggunakan *software SPSS 25 for Windows*. Berdasarkan hasil *simple linear regression* diketahui bahwa adanya pengaruh variabel motivasi terhadap minat wirausaha mahasiswa program studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dari hasil uji data juga diperoleh bahwa  $R\ Square = 0.337$  atau dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel independen (motivasi) terhadap variabel dependen (minat wirausaha) adalah 33.7%.

***Kata kunci : Pengaruh; Motivasi; dan Minat Wirausaha.***

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa pada Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry Banda Aceh”. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga, serta para sahabat beliau sekalian.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana S-1 pada program studi manajemen dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Selesainya penelitian ini dibantu dengan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terima kasih paling utama kepada Allah SWT dengan kuasa dan ridha-Nya telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini sehingga penulis mampu menyelesaikannya.
2. Teruntuk orang tua tercinta, Ibunda tercinta Zahara Hayati dan Ayah saya yang tercinta Muslem El Abdy yang senantiasa mendoakan dan setia memberikan kasih sayang yang luar biasa menjadikan penulis manusia yang

pandai bersyukur dalam menjalani kehidupan.

3. Kepada Bapak Dr. Fakhri, S. Sos., MA selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
4. Bapak Dr. Jailani, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah.
5. Bapak Dr. Jakfar Abdullah, MA selaku pembimbing I yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Fakhruddin, SE, MM selaku pembimbing II yang banyak membantu, meluangkan waktu serta memotivasi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada seluruh Mahasiswa Fakultas Dakwah Prodi Manajemen Dakwah yang berwirausaha yang bersedia menjadi responden pada penelitian ini

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan kekhilafan yang dapat menimbulkan kesalahan, untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirul kalam semoga bantuan dan jasa yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amin.

A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 22 Oktober 2020

Penulis,

Shalahuddin Muslim

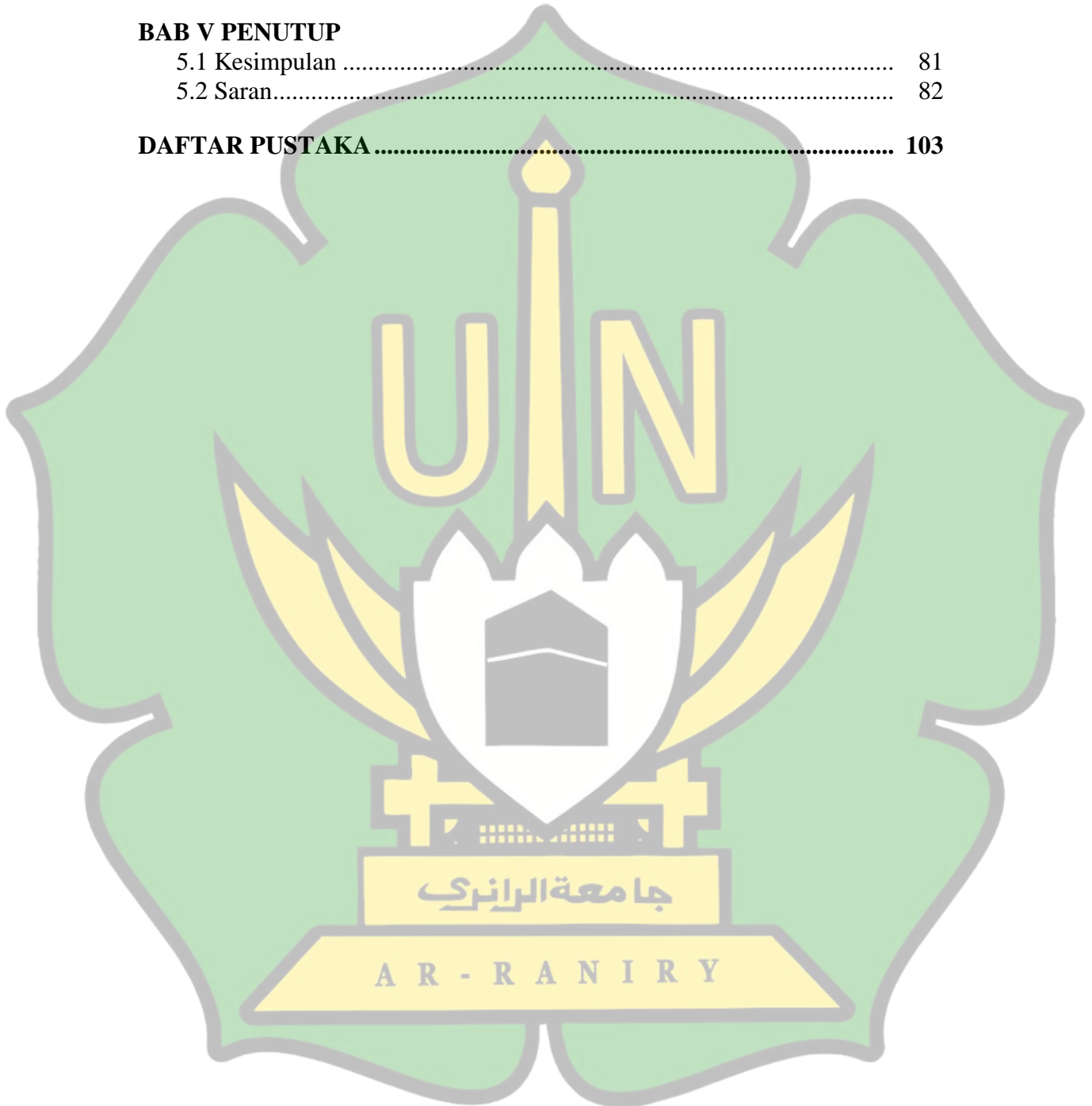
## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>ix</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	4
1.3.Tujuan Penelitian .....	5
1.4.Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Penelitian Sebelumnya Yang Relevan .....	7
2.2 Motivasi.....	9
2.2.1 Pengertian Motivasi .....	9
2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi .....	11
2.2.3 Teori-Teori Motivasi .....	12
2.2.4 Elemen-Element Penggerak Motivasi .....	20
2.3 Minat Wirausaha .....	22
2.3.1 Pengertian Minat .....	22
2.3.2 Faktor-Faktor Minat .....	23
2.3.3 Pengertian Kewirausahaan .....	24
2.3.4 Hakikat Kewirausahaan .....	25
2.3.5 Karakteristik Kewirausahaan .....	26
2.3.6 Ciri-Ciri Jiwa Wirausaha .....	28
2.3.7 Fungsi dan Peranan Wirausaha .....	29
2.3.8 Motivasi Berwirausaha .....	30
2.3.9 Minat Berwirausaha .....	32
2.4 Kerangka Berpikir.....	34
2.5 Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
3.2 Pendekatan dan Metode Penelitian .....	38
3.2.1 Pendekatan Penelitian .....	38
3.2.2 Metode Penelitian .....	39



3.3 Populasi dan Sampel .....	39
3.3.1 Populasi .....	39
3.3.2 Sampel .....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.4.1 Observasi .....	41
3.4.2 Angket (Kuesioner) .....	41
3.4.3 Dokumentasi .....	43
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	44
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.5.2 Teknik Analisa Data .....	46
a. Uji Instrumen Penelitian .....	47
1) Uji Validitas .....	47
2) Uji Reliabilitas .....	48
b. Uji Asumsi Dasar .....	49
1) Uji Normalitas .....	49
2) Uji Linearitas .....	49
3) Uji Homogenitas .....	50
c. Uji Hipotesis .....	51
1) Analisa Regresi Linear Sederhana .....	51
2) Analisa Koefisien Determinasi .....	51
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
4.1.1 Gambaran Umum Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh .....	53
4.1.2 Visi dan Misi Program Studi Manajemen Dakwah .....	54
4.2 Hasil Penelitian .....	56
4.2.1 Karakteristik Responden .....	56
4.2.2 Gambaran Distribusi Jawaban Responden .....	66
a. Variabel Motivasi (X) .....	66
b. Variabel Minat Wirausaha Mahasiswa (Y) .....	69
4.2.3 Hasil Analisis Data .....	72
1. Uji Instrumen Penelitian .....	72
a. Uji Validitas .....	72
b. Uji Reliabilitas .....	74
2. Uji Asumsi Dasar .....	75
a. Uji Normalitas .....	75
b. Uji Linearitas .....	76
c. Uji Homogenitas .....	77
3. Alat Uji Hipotesis .....	78
a. Analisis Regresi Sederhana .....	78
b. Koefisien Determinasi .....	79

4.3 Pembahasan.....	80
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>

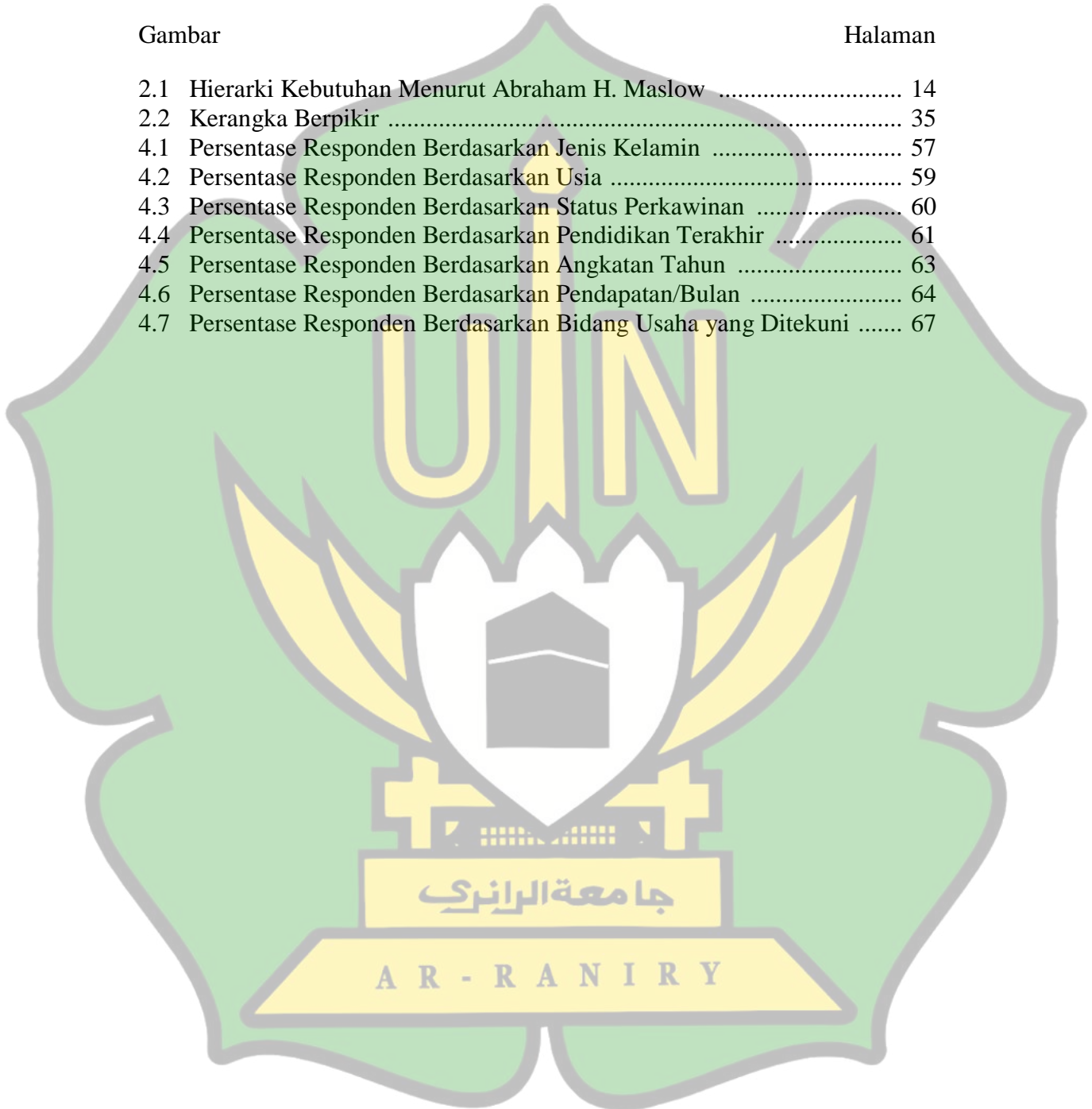


## DAFTAR TABEL

Tabel:	Halaman
2.1 Penelitian Sebelumnya .....	7
3.1 Operasional Variabel .....	37
3.2 Model Skala Likert .....	43
4.1 Jumlah Mahasiswa yang Aktif di Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Tahun Akademik 2020/2021 yang Berwirausaha .....	56
4.2 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.3 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Usia .....	58
4.4 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	60
4.5 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	61
4.6 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Angkatan Tahun .....	62
4.7 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan .....	63
4.8 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Bidang Usaha yang Ditekuni .....	65
4.9 Pernyataan Responden Untuk Kebutuhan Fisiologis .....	67
4.10 Pernyataan Responden Untuk Dimensi Kebutuhan Sosial .....	67
4.11 Pernyataan Responden Untuk Dimensi Kebutuhan Penghargaan .....	68
4.12 Pernyataan Responden Untuk Dimensi Kebutuhan Aktualisasi .....	68
4.14 Pernyataan Responden Untuk Dimensi Perasaan Senang Terhadap Bidang Wirausaha .....	69
4.15 Pernyataan Responden Untuk Dimensi Ketertarikan Untuk Berwirausaha .....	70
4.16 Pernyataan Responden Untuk Dimensi Perhatian .....	70
4.17 Pernyataan Responden Untuk Dimensi Keterlibatan .....	71
4.19 Uji Korelasi Variabel X .....	72
4.20 Uji Korelasi Variabel Y .....	73
4.21 Uji Validitas .....	73
4.22 Uji Reliabilitas Chronbach's Alpha .....	74
4.24 Uji Linearitas .....	76
4.25 Metode Homogenitas .....	77
4.26 Uji Regresi Sederhana .....	78
4.27 Koefisien Determinasi .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Hierarki Kebutuhan Menurut Abraham H. Maslow .....	14
2.2 Kerangka Berpikir .....	35
4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia .....	59
4.3 Persentase Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	60
4.4 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	61
4.5 Persentase Responden Berdasarkan Angkatan Tahun .....	63
4.6 Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan .....	64
4.7 Persentase Responden Berdasarkan Bidang Usaha yang Ditekuni .....	67



## LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keputusan Tentang Pembimbing Skripsi dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh
- Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian dari Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Jawaban Responden
- Lampiran 4 : Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 22
- Lampiran 5 : R tabel
- Lampiran 6 : Tabel Titik Kritis Distribusi t
- Lampiran 7 : Tabel Titik Kritis Distribusi F
- Lampiran 8 : Pedoman Kuesioner Mengenai Motivasi terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah
- Lampiran 9 : Jumlah Sampel Mahasiswa berdasarkan Mahasiswa Aktif yang Berwirausaha pada Program Studi Manajemen Dakwah Tahun Akademik 2020/2021
- Lampiran 10 : Daftar Nama Responden Mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah yang Berwirausaha Tahun Akademik 2020/2021
- Lampiran 11 : Dokumentasi Pada Saat Penelitian

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang Masalah

Wirausaha merupakan orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.<sup>1</sup> Kewirausahaan (*entrepreneurship*) bukan merupakan ilmu ajaib yang mendatangkan uang dalam waktu sekejap, melainkan sebuah ilmu, seni, dan keterampilan untuk mengelola semua keterbatasan sumber daya, informasi, dan dana yang ada guna mempertahankan hidup, mencari nafkah, atau meraih posisi puncak dalam karir.<sup>2</sup>

Perkembangan prosentase jumlah wirausaha di Indonesia tidak begitu pesat. Pada hal jumlah wirausahaan yang mandiri dan sukses akan menjadi lokomotif ekonomi Indonesia yang mampu mengatasi tingkat pengangguran pasif maupun aktif dan pada akhirnya mampu mengatasi tingkat kemiskinan yang absolut atau permanen.<sup>3</sup>

Perhatian dan ketertarikan terhadap masalah kewirausahaan ini sangat tepat karena kita memerlukan apa yang dapat dikerjakan dan dan diberikan oleh para

---

<sup>1</sup> M. Hamdani, *Entrepreneurships: Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis*, (Jogjakarta: Starbooks, 2010), Cet. I, hal.44

<sup>2</sup> Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa untuk Menenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hal.5

<sup>3</sup> Hendro, *Dasar-Dasar.....*, hal.5

wirausaha (*entrepreneurs*) seperti pekerjaan baru, lingkungan kerja yang efektif dan cara-cara baru melakukan kegiatan bisnis (*new business innovation*).<sup>4</sup>

Bila satu orang lulusan perguruan tinggi menjadi wirausaha, maka kemungkinan ia akan mencari temannya sebagai *partner* dan mungkin salah satu temannya akan diajak untuk menjadi karyawan (bekerja kepadanya). Jika jumlah lulusan yang menjadi wirausaha adalah 10%, maka yang akan bergabung dengannya bisa menjadi 20% (satu *partner* dan satu karyawan). Dengan demikian, jumlah pencari kerja angkatan tahun tersebut otomatis berkurang 30%. Seandainya sebagian kecil saja lulusannya yang berpikiran sama, wirausaha bisa menjadi cara dan alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran yang sekarang ini cukup tinggi. Dalam kenyataan presentase jumlah wirausahawan di Indonesia sangat kecil. Mengapa hal ini bisa terjadi? Hal ini terjadi karena pengertian dan pemahaman tentang kewirausahaan di kurikulum pendidikan tidak 'bergema' atau hanya sekedar mengetahui dan mengerti saja.<sup>5</sup>

Pada saat ini kewirausahaan tampaknya sudah mulai diminati oleh masyarakat luas. Namun, karena kurangnya informasi, banyak orang merasa masih belum jelas tentang aspek-aspek apa saja yang melingkupi dunia wirausaha. Sebagian orang beanggapan bahwa kewirausahaan adalah dunianya kaum pengusaha besar dan mapan, lingkungannya para direktur, dari pemilik berbagai bentuk perusahaan lainnya. Oleh

---

<sup>4</sup> Heflin Frinces, *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*, (Yogyakarta: Darussalam Perum Griya Suryo Asri, 2004), cet. I, hal.11

<sup>5</sup> Hendro, *Dasar-Dasar.....*, hal. 6.

karena itu kewirausahaan sering dianggap sebagai wacana tentang bagaimana menjadi kaya.<sup>6</sup>

Untuk itu, perlu diciptakan suatu iklim yang dapat mengubah pola pikir baik mental maupun motivasi orang tua, dosen, dan mahasiswa agar kelak anak-anak mereka dibiasakan untuk menciptakan lapangan pekerjaan ketimbang mencari pekerjaan. Perubahan ini tidak dapat dilakukan secara cepat, tetapi harus dilakukan secara bertahap.<sup>7</sup>

Di dalam pendidikan kewirausahaan perlu ditekankan keberanian untuk memulai berwirausaha. Biasanya, kendala kita untuk memulai berwirausaha. Biasanya, kendala kita untuk memulai suatu usaha adalah adanya rasa takut akan rugi atau bangkrut. Namun, sebagian orang yang sudah memiliki jiwa wirausaha merasa bingung dari mana harus memulai suatu usaha.<sup>8</sup>

Dorongan berbentuk motivasi yang kuat untuk maju dari pihak keluarga merupakan modal awal untuk menjadi wirausaha. Dengan didukung pihak keluarga mereka memiliki mental dan motivasi sebagai faktor pendorong utama. Keluarga dapat merangsang para mahasiswa dengan memberikan gambaran nyata betapa nikmatnya memiliki usaha sendiri (pengusaha).<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> M. Hamdani, *Entrepreneurships: Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis*, (Jogjakarta: Starbooks, 2010), Cet. I, hal. 61

<sup>7</sup> Kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), Cet. 9, hal. 5

<sup>8</sup> Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal. 5

<sup>9</sup> Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal. 6



Memang mengubah pola pikir seseorang untuk memulai suatu usaha bukan pekerjaan mudah. Banyak kendala yang menghadang, mulai dari mental takut rugi, motivasi, bakat, soal keluarga, dana, pengalaman sebelumnya, sampai kemampuan mengelola. Namun paling tidak mental yang dimiliki merupakan modal yang sangat besar untuk memulai suatu usaha.<sup>10</sup>

Para lulusan universitas hendaknya jangan semata-mata mengharapkan dapat bekerja selepas kuliah. Tetapi, harus juga dapat menciptakan lapangan kerja baru. Mahasiswa harus sadar bahwa kini kesenjangan antara jumlah lapangan kerja yang tersedia dengan jumlah lulusan universitas cukup lebar. Akibatnya, lapangan kerja tidak mampu menampung lulusan dan terjadilah deret pengangguran kaum terdidik. Untuk itu, harus ada perubahan *mindset* mahasiswa sehingga mereka tergerak melakukan terobosan dari seorang pencari kerja menjadi penyedia kerja.<sup>11</sup>

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul: **“Pengaruh Motivasi terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah UIN Ar-Raniry”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>10</sup> Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal. 6.

<sup>11</sup> M. Hamdani, *Entrepreneurships...*, hal. 17.

1. Apakah motivasi berpengaruh terhadap minat wirausaha mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Manajemen Dakwah UIN Ar-Raniry ?
2. Berapa besar pengaruh motivasi terhadap minat wirausaha mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Manajemen Dakwah UIN Ar-Raniry ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap minat wirausaha mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Manajemen Dakwah UIN Ar-Raniry.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi terhadap minat wirausaha mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Manajemen Dakwah UIN Ar-Raniry.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Dapat menambah pengetahuan dan dapat mengaplikasikan ilmu manajemen dan wirausaha yang didapat selama kuliah ke dalam dunia kerja.

- b. Sebagai referensi dan masukan untuk mengembangkan penelitian dengan alat atau variabel yang berbeda untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Untuk Penulis

Menambah wawasan penulis karena dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama kuliah, serta penulis dapat melakukan analisis secara nyata untuk mengetahui manfaat dari wirausaha

### b. Untuk Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah

Sebagai bahan masukan bagi mahasiswa terkait dalam pengembangan wawasan dan ilmu wirausaha

### c. Untuk Pihak Lain

Bagi pihak-pihak lain yang turut membaca karya tulis ini agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan sesuai dengan topik penulisan



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini, peneliti mencantumkan penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain yang relevan dengan penelitian ini sebagai bahan rujukan pendukung, serta pembandingan dalam menyusun skripsi dan mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang akan diteliti.

Setelah melakukan tinjauan pustaka pada hasil penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian tentang motivasi terhadap minat wirausaha mahasiswa. Berikut ini adalah penelitian mengenai Motivasi terhadap minat wirausaha mahasiswa:

**Tabel 2. 1**

**Penelitian Sebelumnya**

NO	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian skripsi ini
1	Pengaruh Motivasi berwirausaha terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Program Studi Administrasi	Chandra Wijayangka	Kuantitatif	Terdapat pengaruh dan signifikansi antara motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa administrasi Bisnis Universitas Telkom angkatan 2015. Hal	Penelitian Chandra Wijayangka mengukur tentang pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat wirausaha, sedangkan pada

	bisnis (studi kasus di Universitas Telkom)			ini berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi dengan $t$ hitung $> t$ tabel atau nilai sig $< 0,05$ . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap motivasi berwirausaha adalah sebesar 7,9% dan tanggapan responden terhadap minat berwirausaha adalah 80,9%	penelitian ini mengukur pengaruh motivasi terhadap minat wirausaha mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom program studi manajemen dakwah di fakultas dakwah UIN Ar-Raniry Banda Aceh
2	Pengaruh Motivasi dan Kreativitas Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan P.IPS angkatan 2015/2016(studi kasus pada Mahasiswa jurusan p.ips UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)	Ahmad Faisol Haq	Kuantitatif	Pengaruh $x_1$ terhadap $y$ adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan iliai $t$ Hitung $3,505 > t$ tabel $1,989$ , sehingga dapat disimpulkan adanya pengaruh $X_1$ Terhadap $Y$ . untuk pengaruh $X_2$ terhadap $Y$ Sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t$ Hitung $6,606 > t$ Tabel maka $H_2$ Diterima dan terdapat pengaruh antara $X_2$ terhadap $Y$	Penelitian Ahmad Faisol Haq mengukur tentang pengaruh motivasi dan kreativitas berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa Jurusan P.IPS(UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, sedangkan pada penelitian ini mengukur pengaruh motivasi terhadap minat wirausaha mahasiswa program studi

					manajemen dakwah fakultas dakwah dan komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh
--	--	--	--	--	---

## 2.2 Motivasi

### 2.2.1 Pengertian Motivasi

Istilah motivasi (*motivation*) berasal dari bahasa latin, yakni *movere*, yang berarti “menggerakkan” (to move).<sup>1</sup> Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilannya untuk mewujudkan tujuan perusahaan.<sup>2</sup>

Motivasi dapat diartikan sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong kegiatan atau menggerakkan dan mengarah atau menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan.<sup>3</sup> Sedangkan motivasi kerja adalah sesuatu yang menimbulkan dorongan atau semangat kerja atau pendorong semangat kerja.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> J. Winardi, *Motivasi dan Permotivasi dalam Manajemen*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2001), hal. 1.

<sup>2</sup> H. Malayu S.P Hasibuan, *Organisasi dan Motivasi*, (Dasar Peningkatan Produktivitas), (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2008), hal. 92.

<sup>3</sup> B. Siswanto Sastrohadiwiryo, *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia administrasi dan Operasional*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hal. 267.

<sup>4</sup> I Komang Ardana, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 193

Sementara motif adalah daya pendorong atau tenaga pendorong yang mendorong manusia untuk bertindak atau suatu tenaga di dalam diri manusia yang menyebabkan manusia bertindak.<sup>5</sup>

Beberapa pakar mengemukakan tentang pengertian dalam hubungannya dengan aktivitas manusia, yaitu:

Malayu Sp. Hasibuan, motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja keras, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan.<sup>6</sup>

The Liang Gie, motivasi adalah pekerjaan yang dilakukan oleh seseorang dalam memberikan inspirasi, semangat dan dorongan pada orang lain, dalam hal ini bertujuan untuk menggiatkan orang-orang atau karyawan, agar mereka bersemangat dan dapat mencapai hasil sebagaimana yang dikehendaki orang tersebut.<sup>7</sup>

Robbins, motivasi adalah sebagai suatu kerelaan berusaha seoptimal mungkin dalam pencapaian tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan memuaskan beberapa kebutuhan individu.<sup>8</sup>

Motivasi secara singkat dapat diartikan sebagai proses menggerakkan manusia, dan memberikan motivasi artinya proses untuk menggerakkan orang lain

---

<sup>5</sup> Ibid, hal. 193

<sup>6</sup> H Malayu. S.P Hasibuan, *Organisasi dan Motivasi Peningkatan Produktivitas*, ... hal. 95

<sup>7</sup> M. Manullang, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012), hal. 180.

<sup>8</sup> Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 111

agar maju melakukan sesuatu sebagaimana yang diharapkan oleh penggeraknya atau menggerakkannya.<sup>9</sup>

### 2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap motivasi berprestasi bagi seseorang, yaitu:

- a. Pengaruh keluarga dan kebudayaan (*Family and Cultural Influences*). Besarnya kebebasan yang diberikan orang tua kepada anaknya, jenis pekerjaan orang tua dan jumlah serta urutan anak dalam satu keluarga memiliki hubungan yang sangat besar dalam perkembangan motivasi berprestasi.
- b. Peranan dari konsep diri (*Role of Self Concept*) konsep diri merupakan bagaimana seseorang berpikir mengenai dirinya sendiri. Apabila individu percaya bahwa dirinya sendiri mampu untuk melakukan sesuatu, maka individu akan termotivasi untuk melakukan hal tersebut, sehingga berpengaruh dalam bertingkah laku.
- c. Pengaruh dari peran jenis kelamin (*Influence of Sex Roles*). Prestasi yang tinggi biasanya diidentikkan dengan maskulinitas, sehingga banyak para wanita belajar tidak maksimal khususnya jika wanita tersebut berada diantara para pria. Pada wanita terdapat kecenderungan takut akan kesuksesan (*fear of*

---

<sup>9</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Organisasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 132



*success*) yang artinya pada wanita terdapat kekhawatiran bahwa dirinya akan ditolak oleh masyarakat apabila dirinya memperoleh kesuksesan.

- d. Pengakuan dan prestasi (*Recognition an Achievement*). Individu akan termotivasi untuk bekerja keras jika dirinya merasa diperdulikan oleh orang lain.<sup>10</sup>

### 2.2.3 Teori-Teori Motivasi

Proses motivasi diarahkan untuk mencapai tujuan. Tujuan yang ingin direalisasikan dipandang sebagai kekuatan (*power*) yang menarik individu. Tercapainya tujuan sekaligus dapat mengurangi kebutuhan yang belum terpenuhi.<sup>11</sup>

#### 1. Teori Hierarki Kebutuhan Menurut Abraham H. Maslow

Maslow mengemukakan bahwa kebutuhan individu dapat disusun dalam suatu hierarki. Hierarki kebutuhan yang paling tinggi adalah kebutuhan fisiologis (*physiological needs*), karena kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang paling kuat sampai kebutuhan tersebut terpuaskan. Sedangkan hierarki kebutuhan yang paling rendah adalah kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization needs*). Hierarki kebutuhan tersebut secara lengkap meliputi lima hal berikut:

- a. Kebutuhan fisiologis (*physiological needs*)

Kepuasan kebutuhan fisiologis biasanya dikaitkan dengan uang. Hal ini berarti bahwa orang tidak tertarik pada uang semata, tetapi sebagai alat yang dapat

<sup>10</sup> Jurnal Al-Manar, Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam, volume 4, Nomor 1, Juni 2013, hal.8

<sup>11</sup> B.Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), cet. 8, hal. 127

dipakai untuk memuaskan kebutuhan lain. Termasuk kebutuhan fisiologis adalah makan, dan minum, pakaian, tempat tinggal, dan kesehatan.

b. Kebutuhan keselamatan atau keamanan (*safety or security needs*)

Kebutuhan keselamatan atau keamanan dapat timbul secara sadar atau tidak sadar. Orientasi ketidaksadaran yang kuat kepada keamanan sering dikembangkan sejak masa kanak-kanak. Termasuk kebutuhan ini adalah kebebasan danri intimidasi baik kejadian maupun lingkungan

c. Kebutuhan social atau afliasi (*social or affiliation needs*)

Termasuk kebutuhan ini adalah jebutuhan akan teman, afliasi, interaksi dan cinta.

d. Kebutuhan penghargaan atau rekognisi (*esteems or recognition needs*)

Motif utama yang berhubungan dengan kebutuhan penghargaan dan rekognisi, yaitu sebagai berikut.

1) Prestige (*prestige*)

Prestige dilukiskan sebagai sekumpulan definisi yang tidak tertulis dari berbagai perbuatan yang diharapkan individu tampil di muka orang lain, yaitu sampai berapa tinggi ia dihargai atau tidak dihargai, secara formal atau tidak formal dengan tulus hati.

2) Kekuasaan (*power*)

Kekuasaan, yaitu kemampuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain agar sesuai dengan maksudnya. Kekuasaan ini timbul karena posisi maupun karena

kekuasaan yang mempribadi (*personal power*). Seseorang yang dapat mempengaruhi orang lain karena posisinya dalam organisasi merupakan kekuasaan posisi.

e. Kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization needs*)

Kebutuhan untuk memenuhi diri sendiri dengan penggunaan kemampuan maksimum, keterampilan, dan potensi.<sup>12</sup>

Gambar 2.1



Maslow menekankan bahwa apabila kebutuhan fisiologis sudah terpenuhi maka kebutuhan keselamatan/keamanan menjadi lebih dominan. Kebutuhan fisiologis dan kebutuhan keamanan terpenuhi dengan baik maka kebutuhan social/afliasi akan muncul sebagai kebutuhan yang dominan. Dengan demikian, apabila kebutuhan social/afliasi menjadi dominan, seseorang akan berjuang untuk mendapatkan hubungan yang sangat bermakna dengan yang lain. Kemudian mereka merasa membutuhkan penghargaan, baik penghargaan diri maupun penghargaan dari orang

<sup>12</sup> Ibid, hal. 129

lain. Sekali kebutuhan penghargaan dan pengakuan dapat dipenuhi secara kuat, akan timbul pula kebutuhan untuk aktualisasi diri.<sup>13</sup>

## 2. Teori David C. McClelland

Teori motivasi dari McClelland dihubungkan dengan konsep belajar. Oleh karena itu, banyak kebutuhan diperoleh dari kebudayaan. Tiga kebutuhan yang dikemukakan adalah.

- 1) Kebutuhan akan kinerja (*needs of achievement*)
- 2) Kebutuhan akan afliasi (*needs of affiliation*)
- 3) Kebutuhan akan kekuasaan (*needs of power*)

Apabila kebutuhan individu terasa sangat mendesak, kebutuhan tersebut akan memotivasi individu yang bersangkutan untuk berusaha keras memenuhi kebutuhannya. Misalnya apabila individu memiliki *needs of achievement* yang tinggi maka kebutuhan tersebut mendorong individu yang bersangkutan untuk menetapkan tujuan yang penuh tantangan, bekerja keras untuk merealisasikan tujuan tersebut, serta mengaplikasikan keterampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk mencapainya.

Saran khusus yang diberikan oleh McClelland adalah mengenai pengembangan kebutuhan akan kinerja yang positif tinggi, yaitu n-Ach yang tinggi, ketika tidak ada ketakutan akan sukses. Saran yang diajukan oleh McClelland meliputi hal-hal sebagai berikut:

---

<sup>13</sup> Ibid

- 1) Individu yang mengatur tugas sedemikian rupa sehingga mereka menerima umpan balik secara berkala atas hasil karyanya. Hasil ini akan memberikan informasi untuk mengadakan modifikasi atau koreksi
- 2) Individu hendaknya mencari model kinerja yang baik, pahlawan kinerja, individu yang berhasil, dan pemenang serta menggunakan mereka sebagai teladan.
- 3) Individu hendaknya memodifikasi citra diri mereka sendiri dan berusaha mencari tantangan dan tanggung jawab yang sepadan.
- 4) Individu hendaknya mengendalikan imajinasi, berpikir secara realistis dan positif mengenai cara mereka merealisasikan tujuan yang diharapkan.<sup>14</sup>

### 3. Teori Dua Faktor dari Herzberg

Seseorang akan cenderung akan termotivasi atau tidak didorong oleh dua jenis faktor yang terdapat dalam lingkungan pekerjaan (*satisfiers* atau *motivating factors*), serta faktor yang akan mendorong kepada ketidakpuasan dalam pekerjaan (*dissatisfiers* atau *hygiene factors*).<sup>15</sup>

#### a. *Motivating Factors*

Faktor pendorong atau pada kepuasan dalam pekerjaan (*motivating factors*) adalah berbagai kebutuhan yang terdapat dalam seseorang yang menuntut untuk terpenuhi sehingga jika terpenuhi akan mendorong tercapainya kepuasan seseorang dalam pekerjaannya. Yang termasuk ke dalam faktor ini adalah kesempatan untuk

---

<sup>14</sup> Ibid, hal. 130

<sup>15</sup> Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2006), cet. 2, hal. 245

berprestasi (*achievement*), adanya pengakuan dalam lingkungan pekerjaan (*recognition*), adanya kesempatan untuk berkembang dan mengembangkan diri (*advancement and growth*). Jika apa yang diharapkan ini ternyata terpenuhi dalam lingkungan pekerjaannya, maka seseorang akan termotivasi dengan baik untuk selalu menunjukkan kinerja yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukannya.

b. *Hygiene Factors*

Yang dimaksud dengan faktor pendorong kepada ketidakpuasan dalam pekerjaan (*hygiene factors*) kebutuhan yang terdapat dalam seseorang akan kondisi dari lingkungan pekerjaannya, yang jika kebutuhan akan kondisi lingkungan yang diinginkannya tidak terpenuhi, maka dirinya akan mengalami ketidakpastian dalam lingkungan pekerjaannya. Yang termasuk ke dalam faktor ini adalah kebutuhan bukan kebijakan dan administrasi perusahaan yang jelas dan adil (*company policy and administration*), adanya supervisi yang memadai (*supervision*), keserasian hubungan dengan supervise (*relationship with supervision*), kondisi pekerjaan yang kondusif (*working condition*), gaji atau upah yang layak (*salary*), hubungan yang baik antarpekerja (*relationship with peers*), adanya penghargaan terhadap kehidupan pribadi (*personal life*), hubungan yang serasi dengan bawahan (*relationship with subordinates*), adanya kejelasan status pekerjaan (*job status*) dan masa depan dari pekerjaan yang dijalani (*job safety*). Jika keseluruhan kebutuhan akan lingkungan pekerjaan ini tidak terpenuhi atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka

seseorang akan cenderung tidak termotivasi dalam melakukan pekerjaan dan akan menunjukkan kinerja yang buruk.<sup>16</sup>

#### 4. Teori Paul Hasey dan Kenneth H. Blachard

Paul Hasey dan Kenneth H. Blachard mengemukakan bahwa sekurangnya kekuatan suatu kebutuhan disebabkan ha-hal berikut:

a. Pemuasan kebutuhan (*need satisfaction*)

apabila suatu kebutuhan sudah dipuaskan, menurut Abraham Maslow, stimulus perilaku yang menurun. Tetapi setelah kebutuhan tersebut terpenuhi, akan timbul kebutuhan lain yang penting.

b. Pemblokiran pemuasan kebutuhan (*blocking need satisfaction*)

Pemuasan kebutuhan yang telah diblokir terjadi pengurangan kekuatan kebutuhan, tetapi pengurangan kebutuhan tersebut tidak selalu terjadi pada permulaan. Sebagai gantinya, individu cenderung melakukan penurunan perilaku (*coping behavior*) dalam rangka mencapai pemecahan permasalahan secara coba dan ralat (*trial and error*).

c. Ketegangan kognitif (*cognitive dissonance*)

Ketegangan kognitif timbul apabila dua persepsi yang relevan satu sama lain berada dalam konflik. Ketegangan tersebut timbul dan secara psikologis tidak menyenangkan sehingga menyebabkan individu mencoba mengubah pengetahuan yang berlawanan agar dapat mengurangi ketegangan.

---

<sup>16</sup> Ibid

d. Frustrasi (*frustration*)

Frustrasi adalah suatu hambatan bagi pencapaian tujuan yang disebabkan oleh kondisi individual. Seseorang yang dikecewakan oleh suatu halangan imajinasi mungkin betul-betul gagal dikecewakan oleh suatu hambatan yang nyata. Agresi dapat menjurus pada perilaku destruktif seperti permusuhan dan perkelahian.

e. Rasionalisasi (*rationalization*)

Rasionalisasi dapat diartikan sebagai permintaan maaf. Misalnya individu yang tidak mampu menyelesaikan tugas yang diberikan.

f. Regresi (*regression*)

Regresi pada esensinya adalah tindakan seseorang yang tidak sesuai dengan usianya. Individu yang mengalami frustrasi cenderung menyerah pada usaha pemecahan permasalahan mereka yang konstruktif dan regresi adalah perilaku yang lebih primitif dan kekanak-kanakan.

g. Fiksasi (*fixation*)

Fiksasi terjadi apabila individu secara terus-menerus memperlihatkan pola perilaku yang sama berulang-ulang meskipun pengalamannya telah memperlihatkan bahwa hal itu tidak akan menghasilkan apa pun. Jadi, frustrasi dapat membekukan respon kebiasaan lama dan mencegah pemakaian hal baru dan kemungkinan lebih efektif.

h. Resignasi (*resignation*)

Resignasi, pengunduran diri, atau apatis terjadi setelah frustrasi yang berkepanjangan. Apabila individu sudah putus harapan untuk mencapai tujuannya



dalam situasi khusus dan ingin menarik diri dari realitas dan sumber frustasinya.

Gejala tersebut menunjukkan individu yang bosan.

i. Kekuatan motif yang meningkat (*increasing motive strength*)

Kekuatan motif individu dapat meningkat dan dapat pula menurun bergantung pada mendesak atau tidaknya kebutuhan seseorang.<sup>17</sup>

#### 2.2.4 Elemen-Elemen Penggerak Motivasi

Motivasi seseorang akan ditentukan oleh stimulusnya. Stimulus yang dimaksud merupakan mesin penggerak motivasi seseorang sehingga menimbulkan pengaruh perilaku orang yang bersangkutan. Motivasi seseorang menurut Sagir biasanya meliputi hal-hal berikut.

a. Kinerja (*Achievement*)

Seseorang yang memiliki keinginan berprestasi sebagai suatu kebutuhan (*needs*) dapat mendorongnya mencapai sasaran. David McClelland menyatakan bahwa tingkat *needs of Achievement* yang telah menjadi naluri kedua (*second nature*), merupakan kunci keberhasilan seseorang. *Need of Achievement* biasanya juga dikaitkan dengan sikap positif, keberanian, mengambil risiko yang diperhitungkan (*bukan gambling, calculated risk*) untuk mencapai suatu sasaran yang telah ditentukan.

---

<sup>17</sup> B.Siswanto, *Pengantar Manajemen*, ... ,hal. 122

b. Penghargaan (*Recognition*)

Penghargaan, pengakuan (*recognition*) atas suatu kinerja yang telah dicapai oleh seseorang merupakan stimulus yang kuat. Pengakuan atas suatu kinerja akan memberikan kepuasan batin yang lebih tinggi daripada penghargaan dalam bentuk materi atau hadiah. Penghargaan atau pengakuan dalam bentuk piagam penghargaan atau medali dapat menjadi stimulus yang lebih kuat dibandingkan dengan hadiah berupa barang atau bonus/uang.

c. Tantangan (*challenge*)

Adanya tantangan yang dihadapi merupakan stimulus kuat bagi manusia untuk mengatasinya. Sasaran yang tidak menantang atau mudah dapat dicapai biasanya tidak mampu menjadi stimulus, bahkan cenderung menjadi kegiatan rutin. Tantangan demi tantangan biasanya akan menumbuhkan kegairahan untuk mengatasinya.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Adanya rasa ikut serta memiliki (*sense of belongings*), akan menimbulkan motivasi untuk turut merasa bertanggung jawab.

e. Pengembangan (*Development*)

Pengembangan kemampuan seseorang, baik dari pengalaman kerja atau kesempatan untuk maju, dapat menjadi stimulus kuat bagi karyawan untuk bekerja keras lebih giat atau lebih bergairah.

f. Keterlibatan (*Involvement*)

Rasa ikut terlibat atau *involved* dalam proses pengambilan keputusan. Rasa terlibat akan menumbuhkan rasa ikut bertanggung jawab, rasa dihargai yang merupakan tantangan yang harus dijawab, melalui peran serta berprestasi untuk mengembangkan usaha maupun pengembangan pribadi.

g. Kesempatan (*Opportunity*)

Kesempatan untuk maju dalam bentuk jenjang karier yang terbuka, dari tingkat bawah sampai tingkat manajemen puncak merupakan stimulus yang cukup kuat. Bekerja tanpa harapan atau kesempatan untuk meraih kemajuan atau perbaikan nasib tidak akan menjadi stimulus untuk berprestasi atau bekerja produktif.<sup>18</sup>

## 2.3 MINAT BERWIRAUSAHA

### 2.3.1 Pengertian Minat

Menurut Crow & Crow dan Strong minat adalah kesadaran individu terhadap suatu hal yang bersangkutan paut dengan dorongan sehingga individu memusatkan seluruh perhatiannya terhadap objek tertentu dengan senang hati melakukan aktivitas yang berhubungan dengan objek. Ginting menyatakan bahwa minat adalah perasaan tertarik atau berkaitan pada sesuatu hal atau aktivitas tanpa ada yang meminta atau menyuruh.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Ibid, hal. 124

<sup>19</sup> Ibid, hal 38

Lebih lanjut Ginting menyatakan bahwa minat seseorang dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan seseorang lebih tertarik pada suatu objek lain dan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Sedangkan menurut Adhitama, minat adalah rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada paksaan dan merasa senang untuk mempelajarinya. Rasa ketertarikan tersebut bukan karena paksaan tapi kesadaran yang tinggi karena keinginan yang kuat untuk mencapai tujuannya.<sup>20</sup>

### 2.3.2 Faktor-Faktor Minat

Menurut L.D Crow dalam buku Adhitama menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi minat:

- a. *The factor inner urge*, adalah rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat
- b. *The factor of social motive*, adalah minat seseorang terhadap obyek atau suatu hal, disamping hal dipengaruhi oleh faktor lain dari dalam diri manusia juga dipengaruhi oleh motif sosial.
- c. *Emotional factor*, adalah faktor perasaan dan emosi mempunyai pengaruh terhadap objek missal perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Ibid. hal. 39

<sup>21</sup> Ibid, hal. 41

Minat bukan merupakan suatu hal yang didapat sejak lahir, namun minat merupakan keseluruhan yang dapat berubah-ubah arena sejak kecil minat anak itu selalu mengalami perubahan. Jadi, minat dapat dikembangkan sesuai potensi pada diri seseorang. Menurut Adhitama, faktor yang mempengaruhi minat terbagi menjadi dua, yaitu:

- a) Faktor eksternal, yaitu faktor yang berasal dari luar diri seseorang yang dapat mempengaruhi minatnya. Contoh: lingkungan sekitar, sarana, prasarana, dan fasilitas yang digunakan.
- b) Faktor internal, yaitu segenap pikiran emosi dan persoalan dalam diri seseorang yang mempengaruhi minat sehingga tidak dapat dipusatkan. Contoh: minat, ingatan, sikap, motivasi, dan kemauan.<sup>22</sup>

### **2.3.3 Pengertian Kewirausahaan**

Dilihat dari segi etimologi, kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi pekerti luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Adapun usaha berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Dengan demikian, Wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu<sup>23</sup>

Menurut kamus besar bahasa Indonesia wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun

---

<sup>22</sup> Ibid, hal. 42

<sup>23</sup> A. Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktek*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), hal. 45

operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya.<sup>24</sup>

Wirausaha merupakan orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.<sup>25</sup>

#### 2.3.4 Hakikat Kewirausahaan

- a. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis.
- b. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*).
- c. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.
- d. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*start-up phase*) dan perkembangan usaha (*venture growth*).
- e. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*) dan sesuatu yang berbeda (*inovative*) yang bermanfaat memberi nilai lebih.
- f. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengko,binasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk

<sup>24</sup> Ibid

<sup>25</sup> M. Hamdani, *Entrepreneurships: Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis*, (Jogjakarta: Starbooks, 2010), Cet. I, hal.44

memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.<sup>26</sup>

### 2.3.5 Karakteristik Kewirausahaan

#### 1. Motif Berprestasi Tinggi

Para ahli mengemukakan bahwa seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya motif tertentu, yaitu motif berprestasi (*achievement motive*). Menurut Gede Anngan Suhandi, motif berprestasi ialah suatu nilai social yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi.<sup>27</sup>

Wirausaha yang memiliki motif berprestasi pada umumnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya.
2. Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan
3. Memiliki tanggung jawab personal yang tinggi.
4. Berani menghadapi risiko dengan penuh perhitungan.

---

<sup>26</sup> Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hal. 13.

<sup>27</sup> M. Hamdani, *Entrepreneurships: Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis, ...*, hal.51

5. Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang. Jika tugas yang diembannya sangat ringan, maka wirausaha merasa kurang tantangan. Tetapi, ia selalu menghindari tantangan yang paling sulit yang memungkinkan pencapaian keberhasilan yang rendah.<sup>28</sup>

## 2. Memiliki perspektif masa depan

Seorang wirausahawan hendaknya mampu menatap masa depan lebih optimis. Melihat ke depan dengan berpikir dan berusaha. Usaha memanfaatkan peluang dengan penuh perhitungan. Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Sebab memiliki pandangan jauh ke masa depan, maka ia akan selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya. Kuncinya pada kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta berbeda dengan yang sudah ada.

Walaupun dengan risiko yang mungkin dapat terjadi, seorang yang perspektif harus tetap tabah dalam mencari peluang tantangan demi pembaruan masa depan. Pandangan yang jauh ke depan membuat wirausaha tidak cepat puas dengan karsa dan karya yang sudah ada. Oleh sebab itu, ia harus mempersiapkannya dengan mencari suatu peluang.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> M. Hamdani, *Entrepreneurships: Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis, ...*, hal.52

<sup>29</sup> Ibid, hal.54



### 2.3.6 Ciri-Ciri Jiwa Wirausaha

#### 1. Percaya diri (*self-confidence*)

Percaya diri merupakan paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan, yang bersifat internal, sangat relatif dan dinamis, dan banyak ditentukan oleh kemampuannya untuk memulai, melaksanakan, dan menyelesaikan suatu pekerjaan. Kepercayaan diri akan mempengaruhi gagasan, karsa, inisiatif, kreativitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja, dan kegairahan berkarya. Kunci keberhasilan dalam dunia bisnis adalah untuk memahami diri sendiri. Oleh karena itu, wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang mandiri dan percaya diri.<sup>30</sup>

#### 2. Berorientasi tugas dan hasil

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan, dan kerja keras. Dalam kewirausahaan, peluang hanya diperoleh apabila ada inisiatif. Perilaku inisiatif biasanya diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman bertahun-tahun dan pengembangannya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, tanggap, bergairah, dan semangat berprestasi.<sup>31</sup>

#### 3. Keberanian mengambil risiko

Wirausaha menghindari situasi risiko yang rendah karena tidak ada tantangan dan menjauhi situasi risiko yang tinggi karena ingin berhasil. Pada situasi ini, ada dua

---

<sup>30</sup> Ibid

<sup>31</sup> Ibid, hal.55

alternative yang harus dipilih, yaitu alternative yang mengandung risiko dan alternative yang konservatif.<sup>32</sup>

### 2.3.7 Fungsi dan Peranan Wirausaha

Fungsi dan peran wirausaha, dapat dilihat melalui dua pendekatan, yaitu:

#### 1. Secara Mikro

Secara mikro, wirausaha memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu (*innovator*) dan perencana (*planner*). Sebagai penemu, wirausaha menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperti produk, teknologi, cara, ide, organisasi dan lain sebagainya. Sebagai perencana, wirausaha berperan merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru, menciptakan organisasi perusahaan yang baru dan lain sebagainya.<sup>33</sup>

#### 2. Secara makro

Secara makro, peran wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan dan kesempatan kerja atau berfungsi sebagai mesin pertumbuhan ekonomi di suatu negara.<sup>34</sup>

<sup>32</sup> Ibid

<sup>33</sup> Dearlina Sinaga dan P.Simatupang dan Yusrita, *Kewirausahaan*, (Medan: Perdana Publishing, 2013), hal.4

<sup>34</sup> Ibid

### 2.3.8 Motivasi Berwirausaha

Salah satu kunci sukses untuk berhasil menjadi wirausahawan adalah motivasi yang kuat untuk berwirausaha. Motivasi untuk menjadi seseorang yang berguna bagi diri sendiri, keluarga, dan masyarakatnya melalui pencapaian prestasi kerja sebagai seorang wirausahawan. Apabila seseorang memiliki keyakinan bahwa bisnis yang (akan) digelutinya itu sangat bermakna bagi hidupnya, ia akan berjuang lebih keras untuk sukses.<sup>35</sup> Motivasi berwirausaha merupakan tingkah laku yang berasal dari dalam diri seseorang yang mengarahkan dirinya untuk mengambil suatu tindakan guna menjadi wirausahawan.<sup>36</sup>

Berkaitan dengan motivasi untuk berwirausaha, setidaknya terdapat enam “tingkat” motivasi berwirausaha yang masing-masing memiliki indikator kesuksesan yang berbeda-beda, yaitu:

- a. Motivasi *materiel*, mencari nafkah untuk memperoleh pendapatan atau kekayaan;
- b. Motivasi *rasional-intelektual*, mengenali peluang dan potensialitas pasar, menggagas produk atau jasa untuk meresponnya;
- c. Motivasi *emotional-ekosistemis*, menciptakan nilai tambah serta memelihara kelestarian sumber daya lingkungan;
- d. Motivasi *emotional-sosial*, menjalin hubungan dengan atau melayani kebutuhan sesama manusia;

<sup>35</sup> A. Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktek*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), hal. 57

<sup>36</sup> Afifah, *Pengaruh Pembelajaran kewirasausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha*, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2018), hal. 36

- e. Motivasi *emotional-intrapersonal* (psiko-personal), aktualisasi jati diri dan/atau potensi-potensi diri dalam wujud suatu produk atau jasa yang layak pasar;
- f. Motivasi *spiritual*, mewujudkan dan menyebarkan nilai-nilai *transcendental*, memaknainya sebagai modus beribadah kepada Tuhan.<sup>37</sup>

Umumnya seseorang yang memulai berwirausaha termotivasi untuk mencari nafkah melalui perolehan pendapatan dan memperoleh kekayaan. Motivasi ini tidak salah, tetapi jika fokus berwirausaha hanya untuk mengejar keuntungan dan kekayaan, kita akan melakukan hal-hal tanpa mempertimbangkan prinsip-prinsip etika untuk mencapai keuntungan dan kekayaan.<sup>38</sup>

Menurut Hamzah B. Uno menjelaskan bahwa indikator motivasi berwirausaha adalah sebagai berikut:

- a. Adanya hasrat dan keinginan berhasil
- b. Adanya dorongan dan kebutuhan dalam berwirausaha
- c. Adanya harapan dan cita-cita masa depan
- d. Adanya penghargaan dalam berwirausaha
- e. Adanya kegiatan yang menarik dalam berwirausaha<sup>39</sup>

<sup>37</sup> Ibid, hal. 57

<sup>38</sup> Ibid

<sup>39</sup> Afifah, *Pengaruh Pembelajaran kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha*, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2018), hal. 37

### 2.3.9 Minat Berwirausaha

#### 1. Teori Minat Berwirausaha

Uswaturrasul dan Sisilia menjelaskan bahwa minat berwirausaha adalah keinginan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dan menjalankan usahanya tanpa rasa takut dengan risiko dan senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami. Sedangkan Adhitama menjelaskan bahwa minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras dengan adanya pemusatan perhatian untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan risiko yang akan dihadapi, senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya. Minat berwirausaha tersebut tidak hanya keinginan dari dalam diri saja tetapi harus melihat ke depan dalam potensi mendirikan usaha.

Uswaturrasul dan Sisilia menyebutkan bahwa minat berwirausaha dibagi dalam empat kategori berdasarkan perspektif waktu, yaitu:

- 1) Minat untuk berwirausaha dalam jangka waktu dekat
- 2) Minat untuk berwirausaha pada dua tahun mendatang
- 3) Minat untuk berwirausaha pada jangka panjang di masa depan
- 4) Belum menentukan waktu untuk memulai<sup>40</sup>

Menurut Adhitama dalam skripsi Afifah, minat berwirausaha juga dapat diukur dengan:

---

<sup>40</sup> Ibid. hal.40

- 1) Prestis sosial, merupakan suatu rasa penghargaan tersendiri yang dirasakan.
- 2) Seseorang bila melakukan salah satunya dengan berwirausaha untuk dilihat di masyarakat ataupun diakui oleh lingkungan sehingga menaikkan derajatnya.
- 3) Tantangan pribadi, merupakan suatu tantangan untuk diri sendiri yang membuat seseorang ingin membuktikan apakah dia mampu untuk tidak melakukan suatu hal yang mungkin belum pernah dilakukan sehingga memicu dirinya untuk belajar dan mencoba.
- 4) Fleksibilitas, merupakan kelonggaran saat memiliki suatu usaha seperti dari jam kerja yang bisa diatur sendiri.
- 5) Keuntungan, merupakan laba yang diperoleh dari usaha yang dibukanya sendiri.<sup>41</sup>

## 2. Indikator Minat Berwirausaha

Menurut Safari dalam skripsi Ahmad Faisol Haq ada empat indikator minat berwirausaha, yaitu:

- 1) Perasaan Senang terhadap bidang wirausaha

Seseorang yang memiliki perasaan senang atau suka terhadap wirausaha, maka seseorang tersebut akan terus mempelajari ilmu yang disenanginya. Tidak ada perasaan terpaksa pada seseorang untuk mempelajari bidang tersebut.

- 2) Ketertarikan untuk berwirausaha

---

<sup>41</sup> Ibid, hal. 42

Berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong untuk cenderung merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan atau berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan yang berkaitan dengan wirausaha

### 3) Perhatian

Merupakan konsentrasi atau aktivitas jiwa terhadap pengamatan dan pengertian, dengan mengesampingkan yang lain dari pada itu. Seseorang yang memiliki minat pada dunia wirausaha, dengan sendirinya akan memperhatikan hal-hal yang terkait dengan bidang tersebut.

### 4) Keterlibatan

Ketertarikan seseorang akan wirausaha yang mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk melakukan atau mengerjakan kegiatan tersebut.<sup>42</sup>

## 2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan, apabila dalam penelitian tersebut menggunakan dua variabel atau lebih ditinjau dari jenis hubungan sebab akibat yang mempengaruhi variabel lainnya. Kerangka pemikiran akan memberikan manfaat berupa persepsi yang sama antara peneliti dan pembaca terhadap jalur pemikiran peneliti, dalam rangka membentuk hipotesis risetnya secara logis

---

<sup>42</sup> Dina Nur Rochma, *Pengaruh Karakteristik Wirausahawan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Kompetensi Keahlian Administrasi Perkantoran SMK 17 Temanggung*, Skripsi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018, hal. 19

Berdasarkan penjelasan teori yang dijelaskan mengenai pengaruh motivasi terhadap minat wirausaha mahasiswa maka dapat dirumuskan kerangka berfikir seperti yang tertera pada gambar berikut ini:

Gambar 2.2  
Kerangka Berfikir



## 2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah praduga terhadap sesuatu yang terlihat atau suatu kesimpulan yang masih kurang dan belum sempurna. Pengertian ini kemudian diperluas dengan maksud sebagai kesimpulan penelitian yang belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian. Pembuktian itu hanya dapat dilakukan dengan menguji hipotesis dimaksud dengan data di lapangan.



Berdasarkan uraian pemikiran diatas dan untuk menjawab identifikasi masalah, maka peneliti atau penulis dapat menyatakan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  = Motivasi tidak berpengaruh terhadap minat wirausaha mahasiswa Manajemen dakwah FDK UIN Ar-Raniry Banda Aceh

$H_1$  = Motivasi berpengaruh terhadap minat wirausaha mahasiswa Manajemen dakwah FDK UIN Ar-Raniry Banda Aceh



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional terhadap judul ini dimaksudkan untuk memperjelas istilah-istilah dan sekaligus batasan, sehingga tidak menimbulkan penafsiran lain.

Beberapa istilah yang didefinisikan dalam penelitian adalah:

##### **1. Motivasi**

Motivasi dapat diartikan sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong kegiatan atau menggerakkan dan mengarah atau menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan.<sup>1</sup>

##### **2. Minat Berwirausaha**

Minat berwirausaha adalah keinginan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dan menjalankan usahanya tanpa rasa takut dengan risiko dan senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> B. Siswanto Sastrohadiwiryo, Manajemen Tenaga Kerja Indonesia administrasi dan Operasional, (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2005), hal. 267

<sup>2</sup> Afifah, *Pengaruh Pembelajaran kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha*, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2018), hal. 3

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Item Pertanyaan
1	Motivasi	Motivasi dapat diartikan sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energy, mendorong kegiatan atau menggerakkan dan mengarah atau menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan. (Malayu Sp Hasibuan). <sup>3</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kebutuhan fisiologis</li> <li>- Kebutuhan sosial</li> <li>-Kebutuhan Penghargaan</li> <li>- Kebutuhan Aktualisasi diri</li> </ul>	1-4	interval	A1 – A5
2	Minat wirausaha	Minat berwirausaha adalah keinginan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dan menjalankan usahanya tanpa rasa takut dengan risiko dan senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami. (Uswaturrasul dan Sisia). <sup>4</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Perasaan senang terhadap bidang wirausaha</li> <li>- Ketertarikan untuk berwirausaha</li> <li>- Perhatian</li> <li>- Keterlibatan</li> </ul>	1-4	interval	B1 – B5

<sup>3</sup> B. Siswanto Sastrohadiwiryo, Manajemen Tenaga Kerja Indonesia administrasi dan Operasional, (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2005), hal. 267

<sup>4</sup> Afifah, *Pengaruh Pembelajaran kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha*, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2018), hal. 3

### 3.2 Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>5</sup> Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berorientasi pada data-data empiris yang berupa angka atau suatu fakta yang bisa dihitung.<sup>6</sup> Metode kuantitatif terdiri atas metode survey dan metode eksperimen.<sup>7</sup>

#### 3.2.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena data yang disajikan berhubungan dengan angka-angka dan analisis statistik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel bebas X (Motivasi Mahasiswa) dan terhadap variabel terikat Y (Minat Wirausaha). Sedangkan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana.

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 23

<sup>6</sup> Adnan Mahdi, *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 104

<sup>7</sup> Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 24

### 3.2.2 Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif sedangkan desain penelitiannya adalah penelitian korelasi. Menurut Arikunto penelitian korelasi adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa melakukan perubahan, tambahan atau manipulasi terhadap data yang memang sudah ada<sup>8</sup>. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dikarenakan peneliti hanya mengumpulkan data mengenai faktor-faktor antara variabel, kemudian dianalisis untuk menanamkan peranan antar variabel penelitian.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok orang yang akan dijadikan objek penelitian. Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.<sup>9</sup> Populasi juga disebut sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>10</sup>. Jadi populasi

---

<sup>8</sup> Arikunto, S., *Metodelogi penelitian*, (Yogyakarta: Bina Aksara. 2006), hal. 124.

<sup>9</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2010), Cet-5, hal. 100.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 26.

bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa semester ganjil tahun akademik 2020/2021 Program Studi Manajemen Dakwah (MD) yang memiliki kegiatan wirausaha angkatan tahun 2013-2020. Mahasiswa angkatan 2013 dan 2014 tidak menjadi responden dalam penelitian ini dikarenakan tidak adanya mahasiswa angkatan 2013 dan 2014 yang memiliki kegiatan wirausaha.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari sebuah populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut.<sup>11</sup> Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Berdasarkan pendapat di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi.

Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang representatif dari populasi. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat mewakili dan dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.<sup>12</sup> Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah total sampling atau sampel jenuh. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi. Alasan mengambil total sampling karena menurut Sugiyono, jumlah

---

<sup>11</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 12.

<sup>12</sup> Ibid, hal. 11

populasi yang kurang dari 100, maka seluruh mahasiswa aktif tahun akademik 2020/2021 program studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang berwirausaha adalah berjumlah 19 orang.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan. Karena data yang diperoleh akan dijadikan landasan dalam mengambil kesimpulan, data yang dikumpulkan haruslah data yang benar. Agar data yang dikumpulkan baik dan benar, instrument pengumpulan datanya pun harus baik.<sup>13</sup> Adapun instrument dalam penelitian ini:

#### **3.4.1 Observasi**

Observasi yang dilakukan adalah observasi partisipan dengan metode observasi terstruktur (sistematis), dimana peneliti terlebih dahulu membuat format pencatatan dan data yang dibutuhkan, akurat dan relevan dengan tujuan penelitian yang diharapkan.

#### **3.4.2 Angket (Kuesioner)**

Angket (kuesioner) adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 52

<sup>14</sup> Ibid, hal. 53

Adapun metode angket yang digunakan peneliti adalah angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta memilih jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya.<sup>15</sup> Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan salah satu instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi, atau sikap seseorang mengenai suatu objek.<sup>16</sup>

Angket tersebut digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan respon responden terhadap pengaruh motivasi terhadap minat wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Angket tersebut diberikan kepada responden, pengisian dilakukan secara jujur dan objektif tanpa tekanan dari pihak manapun.

Adapun pembuatan angket yaitu dengan cara sebagai berikut:

- a. Menentukan kisi-kisi angket
- b. Menentukan jumlah butir angket
- c. Menentukan tipe angket
- d. Menentukan skor item angket.

Kisi-kisi angket ditentukan oleh indikator-indikator dari Pengaruh Motivasi terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

---

<sup>15</sup> Ibid, hal. 54.

<sup>16</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*, (Jakarta: Rajagrafindo, 2015), hal. 281.



Pada angket penelitian bentuk-bentuk pengaruh Motivasi terhadap Minat Wirausah Mahasiswa, diberi alternative jawaban sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), kurang setuju (KS), setuju (S) dan sangat setuju (SS). Dalam hal ini ada lima klasifikasi jawaban yang diberikan kepada responden, dengan pemberian skor sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Model Skala Likert**

Skala	Jawaban	Skor Favourable	Skor Unfavourable
1	Sangat Setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Kurang Setuju	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

### 3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter data yang relevan penelitian.<sup>17</sup>Pada penelitian ini dokumentasi yang dimaksud adalah dokumen digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi dan kuesioner dengan cara meminta data kepada pihak yang terkait baik berupa arsip maupun dokumen.

<sup>17</sup> Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 58

### 3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah. Pengolahan data dimaksudkan sebagai suatu proses untuk memperoleh data ringkasan dari data mentah dengan menggunakan cara atau rumus tertentu.<sup>18</sup>

Pengolahan data dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Hipotesis yang akan diuji harus berkaitan dan berhubungan dengan permasalahan yang diajukan.<sup>19</sup>

Analisis data kuantitatif melibatkan beberapa proses pengolahan instrument penelitian berupa angket atau instrument lain. Data dari instrument tersebut diolah dengan prosedur tertentu untuk kemudian disajikan secara lebih sederhana agar mudah dipahami.<sup>20</sup>

#### 3.5.1 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengolahan data yang dilakukan adalah :

##### 1) Pengeditan (*editing*)

Pengeditan adalah proses pengecekan dan penyesuaian yang diperoleh terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemrosesan data dengan teknik statistic.

Setelah angket diisi dan dikembalikan oleh responden kemudian angket diteliti kelengkapan pengisian. Bila belum lengkap responden akan

---

<sup>18</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok materi Statistik 1(statistic deskriptif)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), cet. 4, hal. 18

<sup>19</sup> Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika .....*, hal. 60

<sup>20</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 15

dihubungi kembali tujuannya agar angket diisi benar dan sah untuk dapat digunakan dalam pengolahan data.

## 2) Pembuatan Kode (*Coding*)

Setelah tahap pemeriksaan data dianggap memadai, tahap selanjutnya ialah pembuatan kode (*coding*) yang dilakukan berdasarkan item pertanyaan pada kuesioner. *Coding* bertujuan untuk menyederhanakan data dengan cara memberikan symbol angka atau huruf pada setiap jawaban.

*Coding* juga menunjukkan proses klarifikasi jawaban responden berdasarkan jenis data penelitian yang telah terkumpul sehingga dapat dinamakan *scoring*. Manfaat pembuatan *coding* adalah mempermudah peneliti dalam proses analisis data dan mempermudah penyimpanan data dalam jumlah besar.

Pengkodean dalam penelitian ini merubah huruf menjadi angka (bilangan) dan pengkodean yang digunakan sesuai dengan skor yang telah dibahas diatas.

## 3) Tabulasi Data

Tabulasi merupakan proses memasukkan data yang telah dikelompokkan dalam table-tabel yang mudah dipahami. Melalui tabulasi, data lapangan terlihat lebih ringkas dan dapat dibaca dengan mudah.

Setelah data terkumpul akan ditabulasi dalam bentuk table yang memuat informasi dari data diantaranya pemetaan karakteristik responden, pemetaan jawaban responden dan pada masing-masing item diberi skor agar

nantinya dapat diproses dalam bentuk angka dan akan disesuaikan dengan teknik analisis data yang akan digunakan.<sup>21</sup>

### 3.5.2 Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.<sup>22</sup> Teknik yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah menganalisis data angket yang diberikan kepada responden.

Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif, sebab alat analisis menggunakan model statistic deskriptif dan hasil analisisnya disajikan dalam bentuk angka dan dijelaskan dalam suatu uraian.<sup>23</sup> Untuk mengetahui tanggapan responden maka di analisis data dengan menggunakan rata-rata keseluruhan skor yang telah dibuat dengan model skala likert.

Untuk menentukan tanggapan responden dihitung melalui angket yang dianalisis dengan menggunakan persentase. Persentase dari setiap tanggapan responden dihitung dengan rumus:

$$P = N \times 100$$

Keterangan :

P : Angka persentase

F : Frekuensi jumlah pernyataan responden tiap aspek yang muncul

<sup>21</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Sosial & Ekonomi*, (Jakarta, Prenadamedia Group, 2013), hal 182-184

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 30.

<sup>23</sup> Iqbal S Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal.120.

N : Jumlah keseluruhan responden

100 : Nilai konstan

Tanggapan responden dikatakan efektif jika jawaban responden terhadap pernyataan positif untuk setiap aspek yang ditanggapi.

Tahap dari analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### a. Uji Instrumen Penelitian

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas dengan korelasi Pearson yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel.

Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan  $r$  table pada tingkata signifikansi 0,05 dengan 2 sisi. Jadi nilai positif dan  $r$  hitung =  $r$  table maka item dapat dinyatakan valid, jika  $r$  hitung <  $r$  table maka item dinyatakan tidak valid. Untuk mengetahui Validitas instrument pada umumnya dengan menggunakan rumus *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{(N)(\sum xy) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N)(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{(N)(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y  
 X : Nilai masing masing item  
 Y : Nilai total  
 $\sum XY$  : Jumlah perkalian antara variabel X dan Y  
 $\sum X^2$  : Jumlah kuadrat variabel X  
 $\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat variabel Y

N : Jumlah Responden<sup>24</sup>

Namun, dalam penelitian ini, untuk mengetahui validitas instrument akan uji validasi dengan menggunakan program *SPSS 22 for Windows*.

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu.<sup>25</sup>

Hasil uji dilihat pada *tabel reliability statistics* pada kolom *Cronbach's Alpha* dan dibandingkan dengan nilai r. Pengujian realibilitas instrument dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dilakukan dengan tes retest (*stability*), equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal realibilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu.<sup>26</sup>

Pengujian reliabilitas dengan teknik Alfa Cronbach dilakukan untuk jenis data interval/essay. Rumus koefisien realibilitas Alfa Cronbach:

$$A R A = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* ....., hal. 274

<sup>25</sup> Sunjoyo, Rony Setiawan, Verani Carolina, dkk, *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hal. 41

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* ....., hal. 276

### Keterangan

$r_i$	:	Reabilitas Instrument
K	:	Banyaknya butir pertanyaan atau banyak soal
$\sum \sigma_i^2$	:	Jumlah varian butir pertanyaan
$\sigma_t^2$	:	Varian Total <sup>27</sup>

Perhitungan uji reliabilitas skala dihitung pada penelitian ini dengan menggunakan program computer SPSS 22 *for Windows*.

### b. Uji Asumsi Dasar

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian yang akan diolah berdistribusi normal atau tidak.<sup>28</sup>

Untuk melihat sampel yang kita ambil mewakili populasi, disini digunakan metode Kolmogorov Smirnov.<sup>29</sup> Apa bila data terdistribusi normal maka pengujian dengan menggunakan statistic parametric bisa digunakan dan apabila data tidak terdistribusi normal maka pengujian data harus menggunakan statistic alternatif.

Data yang baik dan layak dipergunakan dalam penelitian ialah data yang terdistribusi secara normal. Uji normalitas ini dilakukan dengan program SPSS 22 *for Windows*.

#### 2) Uji Linearitas

Uji linearitas harus dilakukan karena sebagai prasyarat dalam uji analisa korelasi pearson dan regresi linear. Uji linearitas adalah suatu uji yang bertujuan

<sup>27</sup> Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 238.

<sup>28</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci....*, hal. 328

<sup>29</sup> Ghazali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hal. 91-113

untuk memprediksikan hubungan yang linear atau tidak secara signifikan antara variabel Y dan variable X menggunakan analisis regresi linear sederhana. Namun sebelum digunakan analisis agresi linear harus diuji. Apabila dari hasil uji linearitas diperoleh kesimpulan, maka analisis regresi linear bisa digunakan untuk meramalkan variabel Y dan variabel X. Demikian juga sebaliknya, apabila model regresi linear tidak linear, maka penelitian diselesaikan dengan analisis regresi non linear.<sup>30</sup>

Dasar pengambilan keputusan ada 2 macam, yaitu: *Pertama*, jika nilai *Deviation from Linerity Sig*  $> 0,05$  maka ada hubungan yang linear secara signifikan antar variabel, dan sebaliknya. *Kedua*, membandingkan nilai F table dengan F hitung, jfika F hitung  $< F$  table maka ada hubungan yang linear dan sebaliknya.

Untuk mempermudah dalam melakukan perhitungan secara statistik, maka uji linearitas yang dilakukan dalam penelitian ini akan diolah menggunakan SPSS 22 *for Windows*.

### 3) Uji Homogenitas

Sebagai pra syarat untuk dilakukan uji hipotesis. Kriteria Jika Sig  $< 0,05$  maka varian kelompok data tidak sama dan Jika Sig  $> 0,05$  maka kelompok data adalah sama.

---

<sup>30</sup> Winarsumu Tulus, *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, (Malang: Penerbit UMM, 2002), Hal. 191



### c. Uji Hipotesis

#### 1) Analisa Regresi Linear Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas dan diperoleh :

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

- Y : Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan
- A : Harga Y bila  $X = 0$  (harga konstan)
- B : Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen didasarkan pada variabel independen
- X : Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai.<sup>31</sup>

#### 2) Analisa Koefisien Deteminasi

Koefisien determinasi dilambangkan dengan  $r^2$ . Nilai ini menyatakan proporsi variansi keseluruhan dalam nilai variabel dependen yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linear dengan variabel independen, selain itu (sisanya) diterangkan oleh variabel yang lain (galat atau perubah lainnya). Nilai koefisien determinasi dinyatakan dalam kuadrat dari nilai koefisien korelasi  $r^2 \times 100\% = \%$ , memiliki makna bahwa nilai variabel

---

<sup>31</sup> Supardi, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Konsep yang Lebih Komprehensif*, (Jakarta Selatan: 2014), hal. 188

dependen dapat diterangkan oleh variabel independen sebesar  $n\%$ , sedangkan sisanya sebesar  $(100-n)\%$  diterangkan oleh galat (error) atau pengaruh variabel yang lain.<sup>32</sup>

Untuk mengetahui seberapa besar Motivasi (X) terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa (Y) dilakukan perhitungan statistic dengan menggunakan koefisien determinasi.

$$Kd = r_{yx}^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd : Nilai koefisien determinasi

$R_{yx}^2$  : Nilai Koefisien korelasi.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Supardi, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Konsep yang Lebih Komprehensif* ....., hal.

<sup>33</sup> Supardi, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Konsep yang Lebih Komprehensif* ....., hal.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

Fakultas dakwah lahir di lingkungan IAIN Ar-Raniry pada tahun 1968 dengan tujuan menciptakan dan melahirkan sarjana dakwah yang berpengetahuan agama dan memiliki keahlian untuk menyampaikan dakwah dengan berbagai cara pada umat manusia di belahan bumi. Pada awal berdirinya fakultas dakwah IAIN Ar-Raniry di pimpin oleh Dekan A. Hasjmi pada tahun 1969 sampai tahun 1977.

Seiring perkembangan masa dan perubahan regulasi maka pada tahun 2013 berubah menjadi fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh sesuai dengan peraturan pemerintah Nomor 64 Tahun 2013 Tentang perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang ditetapkan pada tanggal 1 Oktober 2013 oleh Presiden Republik Indonesia DR. H. Susilo Bambang Yudhoyono.<sup>1</sup>

Fakultas dakwah saat ini memiliki lima jurusan terdiri dari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Jurusan Bimbingan dan Konseling Islam

---

<sup>1</sup> Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2013 Tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

(BKI), Jurusan Manajemen Dakwah (MD), Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan Kesejahteraan Sosial (KJS).

Pada setiap jurusan tersebut memiliki wadah himpunan mahasiswa jurusan (HMJ) yang memiliki tujuan yang sama untuk mencetak aktivis-aktivis yang memiliki kecerdasan spiritual intelektual dan memiliki loyalitas dan integritas untuk bangsa dan agama serta mampu memajukan fakultas dakwah dan komunikasi yang berdaya saing pada tingkat Regional, Nasional, Internasional, dan Global. Wadah himpunan mahasiswa jurusan (HMJ) dalam beraktivitas dipimpin oleh Wakil Dekan bidang keamasiswaan dan kerjasama sebagai penanggung jawab sesuai dengan peraturan Menteri Agama (PMA) Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang ditetapkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia pada tanggal 18 Juni 2014.<sup>2</sup>

#### **4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Manajemen**

##### **1. Visi**

Menjadikan Program Studi Manajemen Dakwah yang unggul sebagai lembaga pengembangan ilmu Manajemen Dakwah modern berbasis Islam.

##### **2. Misi**

Adapun yang menjadi misi Program Studi Manajemen Dakwah dalam mencapai visinya adalah sebagai berikut:

---

<sup>2</sup> Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

- a. Mengembangkan Pendidikan dan pengajaran dalam bidang Manajemen Dakwah.
- b. Meningkatkan penelitian dalam bidang Manajemen Dakwah
- c. Meningkatkan peran serta jurusan dalam bidang Manajemen Dakwah bagi Masyarakat.
- d. Mengembangkan kerja sama dengan berbagai pihak untuk melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi terutama dalam bidang Manajemen Dakwah.

### 3. Tujuan

Tujuan Program Studi Manajemen Dakwah adalah sebagai berikut:

- a. Melahirkan Sarjana Muslim yang beriman, taat bertakwa kepada Allah swt dan berakhlak mulia.
- b. Memiliki integritas keilmuan yang tinggi dan bermanfaat
- c. Ahli dalam bidang Manajemen Dakwah
- d. Mampu berfikir Konseptual, Konstektual, terampil dan bertanggung jawab dalam mengembangkan serta mengamalkan ilmunya.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Panduan Akademik Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Tahun Akademik 2016/2017, hal. 153

## 4.2. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, mahasiswa yang aktif di Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry pada tahun akademik 2020/2021 yang berwirausaha adalah sebanyak 19 mahasiswa, baik itu berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di table 4.1 berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Mahasiswa yang aktif di Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry pada tahun akademik 2020/2021 yang berwirausaha**

NO	PROGRAM STUDI	ANGKATAN																JUMLAH	
		2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		L	P
		L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P				
1	MD	0	0	0	0	1	0	3	2	1	1	2	2	1	1	2	3	10	9
<b>TOTAL</b>																		<b>19</b>	

Pada Tabel 4. 1 di atas terdiri dari Program studi Manajemen Dakwah (MD). Pengambilan Populasi dari penelitian ini dari angkatan tahun 2013 sampai 2020 berdasarkan Mahasiswa aktif tahun akademik 2020/2021 sebanyak 425 orang, ditemukan sampel sebanyak 19 orang yang berwirausaha.

Penetapan pengambilan sampel dalam penelitian ini terdiri dari Program Studi Manajemen Dakwah (MD) di tetapkan sebanyak 19 orang.

### 4.2.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini adalah ingin mendeskripsikan tentang pengaruh motivasi terhadap minat wirausaha mahasiswa program studi manajemen dakwah FDK UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Adapun karakteristik responden adalah sebagai berikut:

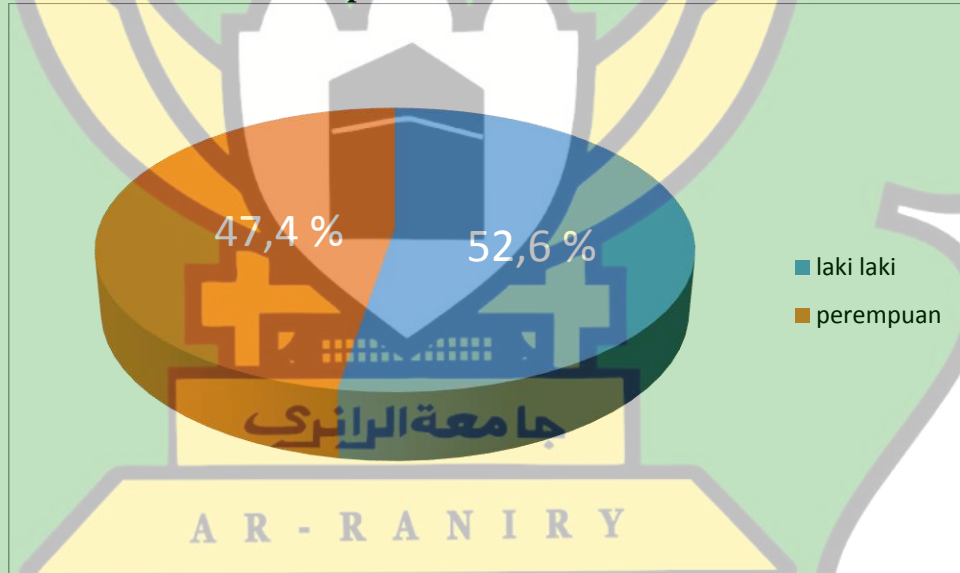
**Tabel 4. 2**  
**Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	10	52,6	52,6	52,6
Perempuan	9	47,4	47,4	100,0
Total	19	100,0	100,0	

*Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan program SPSS 22 for Windows*

Dari karakteristik berdasarkan table 4. 2 di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden mahasiswa program studi manajemen dakwah yang berwirausaha adalah laki-laki. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 4. 1 berikut:

**Gambar 4. 1**  
**Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



Dari gambar 4. 1 diatas dapat dilihat jenis kelamin dari 19 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu, responden yang berjenis kelamin laki- laki sebanyak 52,6 % dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 47,4 %.

Jadi dapat dapat disimpulkan dari table 4. 2 dan gambar 4. 1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini paling dominan adalah responden laki-laki.

**Tabel 4. 3**  
**Pengelompokkan Responden Berdasarkan Usia**

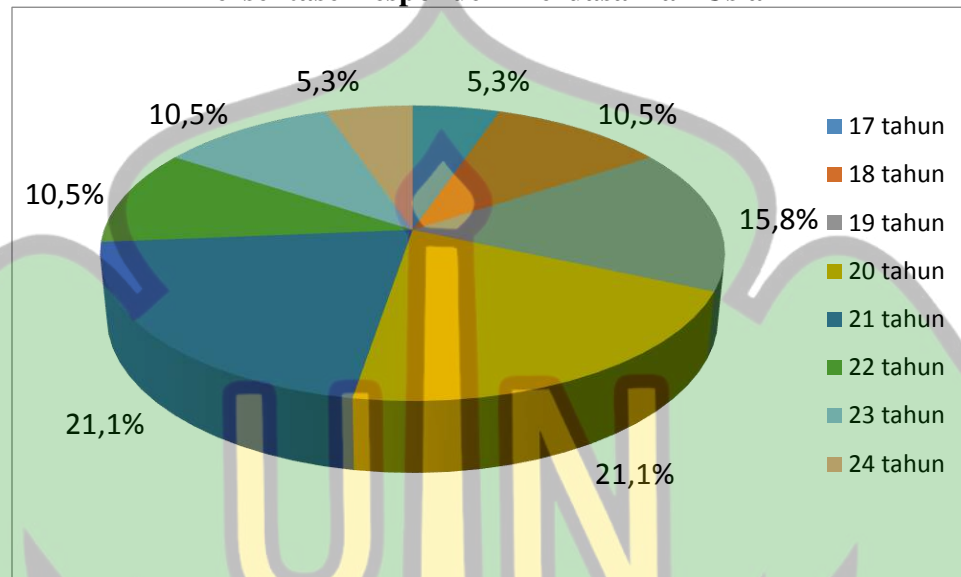
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17	1	5,3	5,3	5,3
18	2	10,5	10,5	15,8
19	3	15,8	15,8	31,6
20	4	21,1	21,1	52,6
21	4	21,1	21,1	73,7
22	2	10,5	10,5	84,2
23	2	10,5	10,5	94,7
24	1	5,3	5,3	100,0
Total	19	100,0	100,0	

*Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan program SPSS 22 for Windows*

Pada table 4. 3 menunjukkan bahwa responden yang berusia 17 tahun sebanyak 1 orang, responden yang berusia 18 tahun sebanyak 2 orang, responden yang berusia 19 tahun sebanyak 3 orang, responden yang berusia 20 tahun sebanyak 4 orang, responden yang berusia 21 tahun sebanyak 4 orang, responden yang berusia 22 tahun sebanyak 2 orang, responden yang berusia 23 tahun sebanyak 2 orang, dan responden yang berusia 24 tahun sebanyak 1 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 4. 2 berikut ini:



**Gambar 4. 2**  
**Persentase Respondem Berdasarkan Usia**



Berdasarkan gambar 4. 2 di atas dapat dilihat, karakteristik responden berdasarkan jumlah usia yaitu responden yang berusia 17 tahun sebanyak 5,3 %, responden yang berusia 18 tahun sebanyak 10,5%, responden yang berusia 19 tahun sebanyak 15,8%, responden yang berusia 20 tahun sebanyak 21,1%, responden yang berusia 21 tahun sebanyak 21,1%, responden yang berusia 22 tahun sebanyak 10,5%, responden yang berusia 23 tahun sebanyak 10,5%, dan responden yang berusia 24 tahun sebanyak 5,3%.

Jadi dapat disimpulkan karakteristik responden berdasarkan jumlah usia dari table 4. 3 dan gambar 4. 2 yang berusia paling dominan adalah responden yang berusia 20 dan 21 tahun.

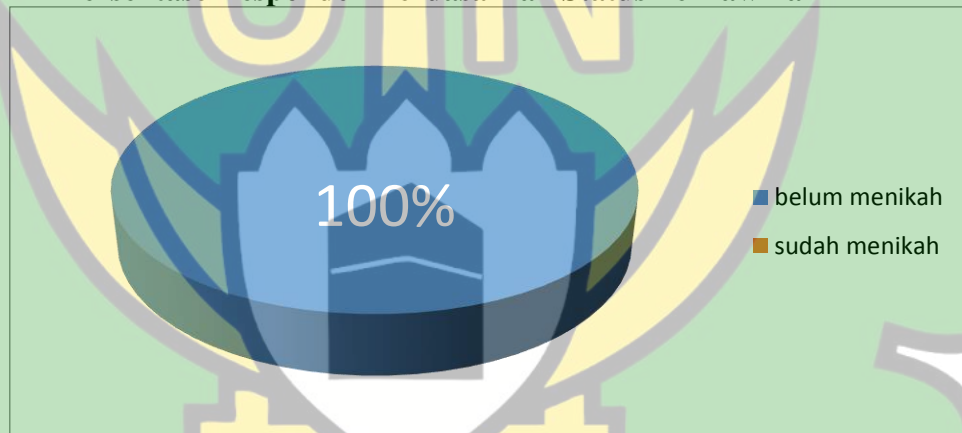
**Tabel 4. 4**  
**Pengelompokkan Responden Berdasarkan Status Perkawinan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Belum Menikah	19	100,0	100,0	100,0

*Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan program SPSS 22 for Windows*

Pada table 4. 4 dapat dilihat mengenai jumlah responden berdasarkan status perkawinan, dimana semua responden belum menikah. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 4. 3 berikut:

**Gambar 4. 3**  
**Persentase Responden Berdasarkan Status Perkawinan**



Dari gambar 4. 3, maka dapat diketahui jumlah respon berdasarkan perkawinan yaitu, responden yang belum menikah sebanyak 100%.

Jadi dari table 4. 4 dan gambar 4. 3 data karakteristik responden berdasarkan status perkawinan, dapat di simpulkan bahwa status perkawinan responden yang dominan adalah belum menikah.

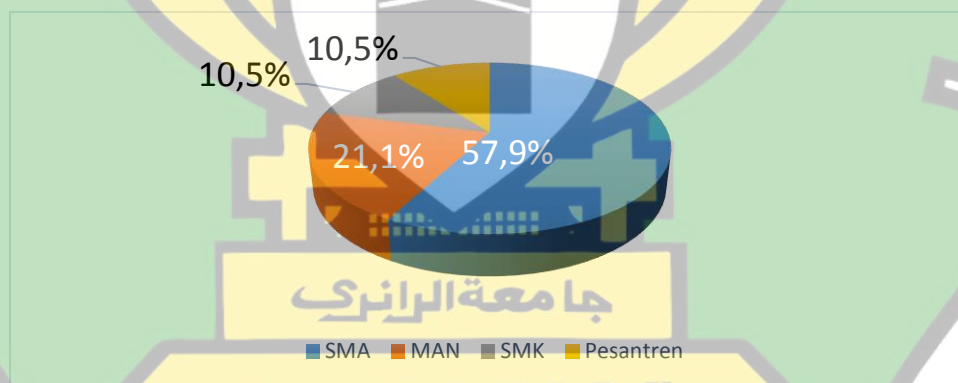
**Tabel 4. 5**  
**Pengelompokkan Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	11	57,9	57,9	57,9
	MAN	4	21,1	21,1	78,9
	SMK	2	10,5	10,5	89,5
	Pesantren	2	10,5	10,5	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

*Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan program SPSS 22 for Windows*

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti, telah didapatkan data jumlah responden pendidikannya yaitu SMA berjumlah 11 orang, MAN berjumlah 4 orang, SMK berjumlah 2 orang, dan Pesantren berjumlah 2 orang. sedangkan D-III berjumlah 0 orang untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4. 4 berikut ini:

**Gambar 4. 4**  
**Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**



Dari gambar 4. 4 persentase karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat diketahui yaitu, SMA sebanyak 57, 9%, MAN sebanyak 21,1%, SMK sebanyak 10,5 %, pesantren sebanyak 10,5 %, dan D-III Sebanyak 0%.

Jadi dapat disimpulkan dari table 4. 5 dan gambar 4. 4 data karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang paling dominan adalah tamatan SMA.

**Tabel 4. 6**  
**Pengelompokkan Responden Berdasarkan Angkatan Tahun**

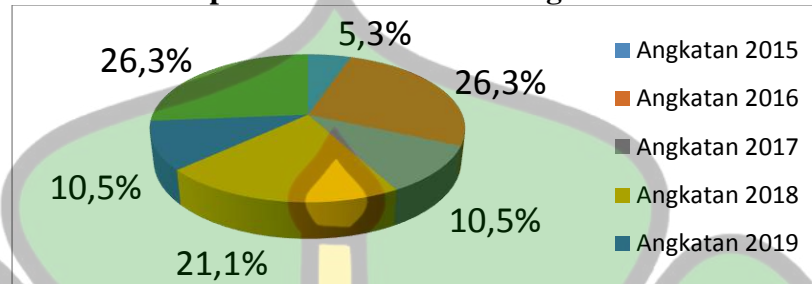
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2015	1	5,3	5,3	5,3
	2016	5	26,3	26,3	31,6
	2017	2	10,5	10,5	42,1
	2018	4	21,1	21,1	63,2
	2019	2	10,5	10,5	73,7
	2020	5	26,3	26,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

*Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan program SPSS 22 for Windows*

Berdasarkan table 4. 6 pengelompokkan responden berdasarkan angkatan tahun dapat diketahui bahwa, jumlah responden angkatan 2015 sebanyak 1 orang, responden angkatan 2016 sebanyak 5 orang, responden angkatan 2017 sebanyak 2 orang, responden angkatan 2018 sebanyak 4 orang, responden angkatan 2019 sebanyak 2 orang, responden angkatan 2020 sebanyak 5 orang, sedangkan angkatan 2013 dan 2014 sebanyak 0 orang. Untuk lebih kelasnya dapat dilihat pada gambar 4. 5 berikut ini:

A R - R A N I R Y

**Gambar 4. 5**  
**Persentase Responden Berdasarkan Angkatan Tahun**



Dari gambar 4. 5 di atas maka dapat diketahui responden yang tahun angkatan 2013 sebanyak 0%, responden angkatan 2014 sebanyak 0%, responden angkatan 2015 sebanyak 5,3%, responden angkatan 2016 sebanyak 26,3%, responden angkatan 2017 sebanyak 10,5%, responden angkatan 2018 sebanyak 21,1%, responden angkatan 2019 sebanyak 10,5%, dan responden angkatan 2020 sebanyak 26,3%.

Jadi dari table 4. 6 dan gambar 4. 5 dapat disimpulkan bahwa responden yang tidak ada tidak ada sama sekali berdasarkan angkatan tahun adalah angkatan 2013 dan angkatan 2014, sedangkan jumlah responden yang paling banyak adalah responden angkatan tahun tahun 2016 dan angkatan tahun 2020.

**Tabel 4. 7**  
**Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan**

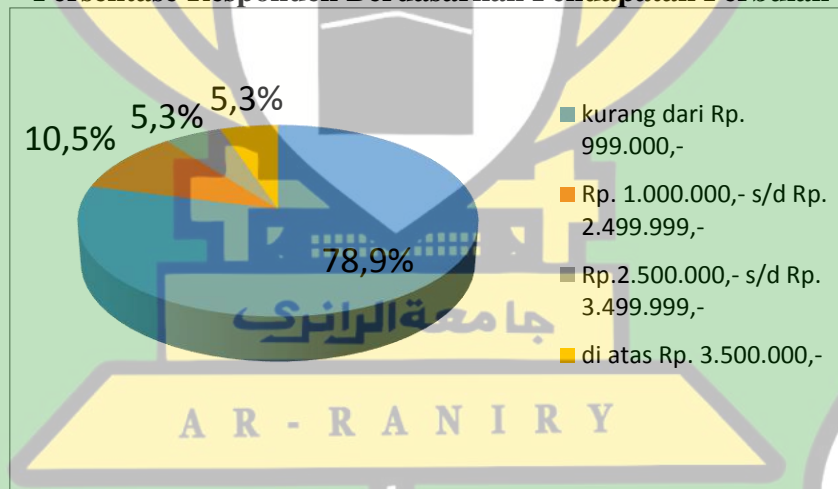
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kurang dari Rp. 999.000,-	15	78,9	78,9	78,9
Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 2.499.999,-	2	10,5	10,5	89,5

Rp.2.500.000,- s/d Rp. 3.499.999,-	1	5,3	5,3	94,7
di atas Rp. 3.500.000,-	1	5,3	5,3	100,0

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan program SPSS 22 for Windows

Berdasarkan data pengelompokan responden berdasarkan pendapatan perbulan dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berpendapatan Kurang dari Rp 999.000,- perbulan berjumlah 15 orang, berpendapatan Rp 1.000.000,- s/d Rp 2.499.000,- berjumlah 2 orang, berpendapatan Rp 2.500.00,- s/d Rp 3.499.999,- berjumlah 1 orang, dan responden yang berpendapatan diatas Rp 3.500.000,- sebanyak 1 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 4. 6 berikut ini:

**Gambar 4. 6**  
**Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan**



Berdasarkan gambar 4. 6 diatas pendapatan perbulan dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berpendapatan Kurang dari Rp 999.000,- perbulan sebanyak 78,9%, berpendapatan Rp 1.000.000,- s/d Rp 2.499.000,- sebanyak 10,5%,

berpendapatan Rp 2.500.00,- s/d Rp 3.499.999,- sebanyak 5,3%, dan responden yang berpendapatan diatas Rp 3.500.000,- sebanyak 5,3%.

Dari penjelasan table 4. 7 dan gambar 4. 6 dapat disimpulkan bahwa pendapatan perbulan responden yang paling dominan adalah Kurang dari Rp 999.000,- perbulan.

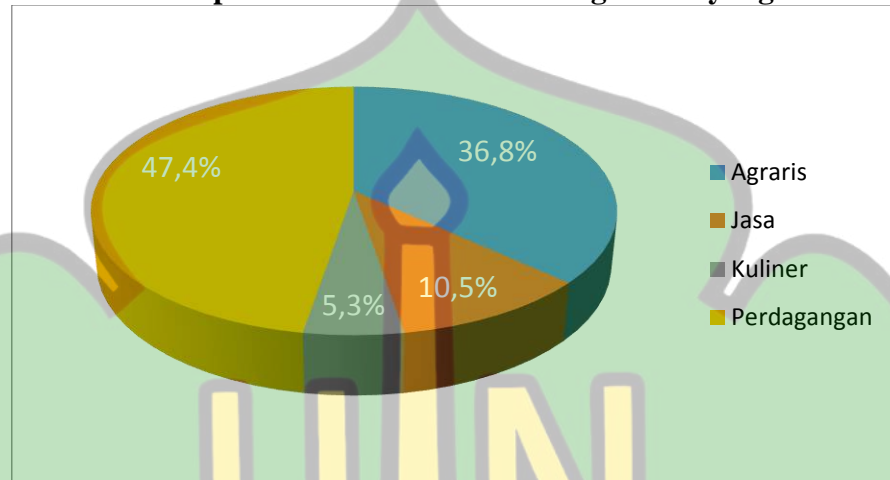
**Tabel 4. 8**  
**Pengelompokkan Responden Berdasarkan Bidang Usaha yang Ditekuni**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Agraris	7	36,8	36,8	36,8
Jasa	2	10,5	10,5	47,4
Kuliner	1	5,3	5,3	52,6
Perdagangan	9	47,4	47,4	100,0
Total	19	100,0	100,0	

*Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan program SPSS 22 for Windows*

Berdasarkan table 4. 8 pengelompokkan responden berdasarkan angkatan tahun dapat diketahui bahwa, jumlah responden yang berwirausaha di bidang agraris berjumlah 7 orang, responden yang berwirausaha dibidang jasa berjumlah 2 orang, responden yang berwirausaha di bidang kuliner berjumlah 1 orang, dan responden yang berwirausaha di bidang perdagangan berjumlah 9 orang, sedangkan responden yang berwirausaha di bidang industry berjumlah 0 orang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4. 7 berikut ini:

**Gambar 4. 7**  
**Persentase Responden Berdasarkan Bidang Usaha yang Ditekuni**



Dari gambar 4. 7 di atas maka dapat diketahui responden yang berwirausaha di bidang agraris sebanyak 36,8%, responden yang berwirausaha di bidang jasa sebanyak 10,5%, responden yang berwirausaha di bidang kuliner sebanyak 5,3%, dan responden yang berwirausaha di bidang perdagangan sebanyak 47,4%, sedangkan responden yang berwirausaha di bidang industry sebanyak 0%.

Jadi dapat disimpulkan dari tabel 4. 8 dan gambar 4. 7 data karakteristik responden berdasarkan bidang usaha yang ditekuni yang paling dominan adalah responden yang berwirausaha di bidang perdagangan.

#### **4.2.2 Gambaran Distribusi Jawaban Responden**

##### **a. Variabel Motivasi (X)**

Pada variabel Motivasi terdiri dari 5 dimensi yang diteliti yaitu: kebutuhan fisiologis, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri.



Adapun hasil penelitian tentang tanggapan responden terhadap motivasi untuk masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 9**  
**Pernyataan Responden Untuk Dimensi Kebutuhan Fisologis**  
X1

Valid	Frequency	Percent
SS	0	0%
S	11	58%
KS	8	42%
TS	0	0%
STS	0	0%
Total	19	

*Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan software Microsoft Excel*

Dari tabel 4. 9 dapat dideskripsikan bahwa responden yang menjawab Setuju (S) sebanyak 11 orang dengan persentase 58 %. Sangat setuju (SS) sebanyak 0 orang dengan persentase 0 %. Kurang Setuju (KS) sebanyak 8 orang dengan persentase 42%, Sangat Tidak Setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, sedangkan Tidak Setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

**Tabel 4. 10**  
**Pernyataan Responden Untuk Dimensi Kebutuhan Sosial**  
X2

Valid	Frequency	Percent
SS	0	0%
S	0	0%
KS	1	5%
TS	12	63%
STS	6	32%
Total	19	100%

*Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan software Microsoft Excel*

Dari tabel 4. 10 dapat dideskripsikan bahwa responden yang menjawab Setuju (S) sebanyak 0 orang dengan persentase 0 %. Sangat Setuju (SS) sebanyak 0 orang dengan persentase 0 %. Kurang Setuju (KS) sebanyak 1 orang dengan persentase 5%, Sangat Tidak Setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 32%, sedangkan Tidak Setuju sebanyak 12 orang dengan persentase 63%

**Tabel 4. 11**  
**Pernyataan Responden Untuk Dimensi Kebutuhan Penghargaan**  
X3

Valid	Frequency	Percent
SS	7	37%
S	12	63%
KS	0	0%
TS	0	0%
STS	0	0%
Total	19	100%

*Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan software Microsoft Excel*

Dari tabel 4. 11 dapat dideskripsikan bahwa responden yang menjawab Setuju (S) sebanyak 12 orang dengan persentase 63 %. Sangat setuju (SS) sebanyak 7 orang dengan persentase 37 %. Kurang Setuju (KS) sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, Sangat Tidak Setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, sedangkan Tidak Setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

**Tabel 4. 12**  
**Pernyataan Responden Untuk Dimensi Kebutuhan Aktualisasi Diri**  
X4

Valid	Frequency	Percent
SS	0	0%
S	0	0%
KS	3	16%
TS	10	53%

STS	6	32%
Total	19	100%

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan software Microsoft Excel

Dari tabel 4. 12 dapat dideskripsikan bahwa responden yang menjawab Setuju (S) sebanyak 0 orang dengan persentase 0 %. Sangat setuju (SS) sebanyak 0 orang dengan persentase 0 %. Kurang Setuju (KS) sebanyak 3 orang dengan persentase 16%, Sangat Tidak Setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 32%, sedangkan Tidak Setuju sebanyak 10 orang dengan persentase 53%.

#### b. Variabel Minat Wirausaha Mahasiswa

Pada variabel Minat Wirausaha Mahasiswa terdiri dari 4 (dimensi) yang diteliti yaitu: Perasaan Senang terhadap Bidang Wirausaha, Ketertarikan untuk Berwirausaha, Perhatian, dan Keterlibatan. Adapun hasil penelitian tentang tanggapan responden variabel Minat Wirausaha Mahasiswa dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 14**  
**Pernyataan Responden Untuk Dimensi Perasaan Senang terhadap Bidang Wirausaha**

Y1

Valid	Frequency	Percent
SS	0	0%
S	0	0%
KS	3	16%
TS	10	53%
STS	6	32%
Total	19	100%

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan software Microsoft Excel

Dari tabel 4. 14 dapat dideskripsikan bahwa responden yang menjawab Setuju (S) sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, Sangat Setuju (SS) sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, Kurang Setuju (KS) sebanyak 3 orang dengan persentase

16%, Tidak Setuju (TS) sebanyak 10 orang dengan persentase 53%, dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 6 orang dengan persentase 32%.

**Tabel 4. 15**  
**Pernyataan Responden Untuk Dimensi Ketertarikan untuk Berwirausaha**  
Y2

Valid	Frequency	Percent
SS	6	32%
S	11	58%
KS	2	11%
TS	0	0%
STS	0	0%
Total	19	100%

*Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan software Microsoft Excel*

Dari tabel 4. 15 dapat dideskripsikan bahwa responden yang menjawab Setuju (S) sebanyak 11 orang dengan persentase 58%, Sangat Setuju (SS) sebanyak 6 orang dengan persentase 32%, Kurang Setuju (KS) sebanyak 2 orang dengan persentase 11%, Tidak Setuju (TS) sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

**Tabel 4. 16**  
**Pernyataan Responden Untuk Dimensi Perhatian**

Valid	Frequency	Percent
SS	5	26%
S	12	63%
KS	2	11%
TS	0	0%
STS	0	0%
Total	19	100%

*Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan software Microsoft Excel*

Dari tabel 4. 16 dapat dideskripsikan bahwa responden yang menjawab Setuju (S) sebanyak 12 orang dengan persentase 63%, Sangat Setuju (SS) sebanyak 5 orang dengan persentase 26%, Kurang Setuju (KS) sebanyak 2 orang dengan persentase 11%, Tidak Setuju (TS) sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

**Tabel 4. 17**  
**Pernyataan Responden Untuk Dimensi Keterlibatan**

Valid	Frequency	Percent
SS	9	47%
S	9	47%
KS	1	5%
TS	0	0%
STS	0	0%
Total	19	100%

*Sumber: Data kuesioner yang telah diolah menggunakan software Microsoft Excel*

Dari tabel 4. 17 dapat dideskripsikan bahwa responden yang menjawab Setuju (S) sebanyak 9 orang dengan persentase 47%, Sangat Setuju (SS) sebanyak 9 orang dengan persentase 47%, Kurang Setuju (KS) sebanyak 1 orang dengan persentase 5%, Tidak Setuju (TS) sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

### 4.2.3 Hasil Analisis Data

#### 1. Uji Intrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuesioner. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument. Dengan skor total pada tingkat signifikansi 0,05 dan jumlah sampel sebanyak 19 orang.

Dasar pengambilan keputusan jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item dikatakan valid dan jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item dikatakan tidak valid. Berdasarkan jumlah sampel 19 dan tingkat signifikansi 0,05 maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0.4329. Berikut ini hasil Uji Validitas menggunakan SPSS 25 for Windows.

**Tabel 4. 19 Uji Korelasi Variabel X**  
**Correlations**

		X1	X2	X3	X4	X_Total
X1	Pearson Correlation	1	.215	.430	.360	.678**
	Sig. (2-tailed)		.376	.066	.130	.001
	N	19	19	19	19	19
X2	Pearson Correlation	.215	1	.430	.318	.687**
	Sig. (2-tailed)	.376		.066	.185	.001
	N	19	19	19	19	19
X3	Pearson Correlation	.430	.430	1	.309	.727**
	Sig. (2-tailed)	.066	.066		.199	.000
	N	19	19	19	19	19
X4	Pearson Correlation	.360	.318	.309	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.130	.185	.199		.000
	N	19	19	19	19	19
X_Total	Pearson Correlation	.678**	.687**	.727**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	

N	19	19	19	19	19
---	----	----	----	----	----

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

**Tabel 4.20 Uji Korelasi Variabel Y**  
**Correlations**

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y_Total
Y1	Pearson Correlation	1	.431	.473*	.231	.718**
	Sig. (2-tailed)		.065	.041	.341	.001
	N	19	19	19	19	19
Y2	Pearson Correlation	.431	1	.493*	.626**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.065		.032	.004	.000
	N	19	19	19	19	19
Y3	Pearson Correlation	.473*	.493*	1	.416	.773**
	Sig. (2-tailed)	.041	.032		.076	.000
	N	19	19	19	19	19
Y4	Pearson Correlation	.231	.626**	.416	1	.732**
	Sig. (2-tailed)	.341	.004	.076		.000
	N	19	19	19	19	19
Y_Total	Pearson Correlation	.718**	.832**	.773**	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	
	N	19	19	19	19	19

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

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

Berdasarkan kedua tabel uji statistik di atas maka di peroleh hasil validasi sebagai berikut:

**Tabel 4.21 Tabel Hasil Validasi**

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Correlating	R tabel (taraf signifikansi 5%)	Keterangan
X	x1	0,678	0.4329	Valid
	x2	0,687		Valid
	x3	0,727		Valid
	x4	0,749		Valid
Y	y1	0,718	0.4329	Valid

	y2	0,832	Valid
	y3	0,773	Valid
	y4	0,732	Valid

Sumber : Data primer diolah Tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh kesimpulan bahwa semua item soal yang digunakan dalam penelitian ini bernilai valid.

### b. Uji Reliabilitas

Pengujian Realibilitas dilakukan untuk mendapatkan jawaban yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji Reliabilitas dilakukan dengan program SPSS 22 for Windows. Untuk melakukan uji reliabilitas, digunakan metode pengukuran Reliabilitas *Chronbach Alpha*, suatu instrument dapat dikatakan *reliable* apa bila nilai *alpha* lebih besar dari 0,60 dan sebaliknya<sup>4</sup>. Berikut tabel hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS 25 for Windows

Tabel 4.22

#### Uji Reliabilitas Chronbach's Alpha

variabel	Reliabilitas coefficient	Chronbach Alpha	Keterangan
X	4 item	0,665	Reliabel
Y	4 item	0,759	Reliabel

Sumber : data primer diolah Tahun 2020

Dari tabel 4. 22 diatas, hasil uji reliabilitas diatas dapat dilihat bahwa masing-masing nilai *Chronbach's Alpha* untuk variabel X adalah 0,665 dan untuk variabel Y adalah 0,759, nilai kedua variabel tersebut  $> 0,60$  yang artinya bahwa semua variabel X dan Y adalah reliable.

<sup>4</sup> Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.



## 2. Uji Asumsi Dasar

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang dilakukan berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas yang digunakan metode one sampel *kosmogorov smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas, jika nilai signifikansi  $> 0,005$  maka data tersebut berdistribusi normal, jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut hasil uji normalitas menggunakan *SPSS 25 for Windows*.

**Table 4.23**  
**Uji Normalitas**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X_Total	.171	19	.144	.916	19	.097
Y_Total	.162	19	.200*	.937	19	.229

\*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : data primer diolah Tahun 2020

Berdasarkan *output* hasil normalitas Kolmogorov smirnov, pada tabel 4. 23 diatas dapat diketahui nilai signifikan 0,144 untuk variabel motivasi dan 0,200 untuk variabel minat wirausaha, karena kedua nilai  $> 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel motivasi dan minat wirausaha mahasiswa berdistribusi secara normal.

### b. Uji Linearitas

Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Uji linearitas sebagai prasyarat dalam analisa *korelasi pearson* atau regresi linear.

Dasar pengambilan keputusan, jika nilai *sign. deviation linearity*  $> 0,05$  maka terdapat hubungan linear antara variabel bebas dengan variabel terikat dan sebaliknya jika nilai *sign. deviation linearity*  $< 0,05$  maka tidak terdapat hubungan linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Maka berdasarkan uji linearitas menggunakan *SPSS 25 for Windows* seperti pada tabel 4.24 berikut.

**Tabel 4. 24**  
**Hasil Uji Linearitas**

		ANOVA Table					
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y_Total *	Between	(Combined)	31.614	5	6.323	2.326	.102
X_Total	Groups	Linearity	22.570	1	22.570	8.304	.013
		Deviation from Linearity	9.044	4	2.261	.832	<b>.528</b>
Within Groups			35.333	13	2.718		
Total			66.947	18			

Sumber : data primer diolah Tahun 2020

Dari tabel 4. 24 di atas dapat dilihat bahwa nilai *sign. deviation linearity*  $0,528 > 0,05$  yang artinya terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara motivasi dengan minat wirausaha.

### c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dapat dilakukan dengan uji *levene*, *fisher* atau uji *bartlett*. Dalam penelitian ini uji yang digunakan adalah uji *levene* dengan menggunakan *SPSS 25 for Windows*. Dengan kriteria jika nilai  $\text{sign.} > 0,05$  maka data berasal dari varian kelompok data yang homogen dan sebaliknya jika nilai  $\text{sign.} < 0,05$  maka data berasal dari varian kelompok data yang tidak homogen. Adapun hasil uji homogenitas seperti yang terlihat pada tabel 4.25 dibawah ini.

**Tabel 4. 25**  
**Uji Homogenitas**  
**Test of Homogeneity of Variances**

		Levene			
		Statistic	df1	df2	Sig.
Motiv_Minat	Based on Mean	.367	1	36	<b>.549</b>
	Based on Median	.390	1	36	.536
	Based on Median and with	.390	1	34.9	.536
	adjusted df			80	
	Based on trimmed mean	.357	1	36	.554

Sumber : data primer diolah Tahun 2020

Dari tabel 4.25 diperoleh bahwa nilai signifikansi 0.549. Karena  $0.549 > 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa data berasal dari kelompok data yang homogen.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel Motivasi (X) terhadap variabel Minat Wirausaha Mahasiswa (Y). Analisis regresi sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh variabel Motivasi terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa. Beberapa syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan uji regresi sederhana diantaranya data harus diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang valid dan reliabel, dan data berasal dari kelompok data yang normal dan linear.

Dasar pengambilan keputusan pada uji regresi linear sederhana adalah jika nilai signifikansi  $< 0.05$ , maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dan sebaliknya jika nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Berdasarkan uji regresi sederhana menggunakan *SPSS 25 for Windows* diperoleh seperti pada tabel berikut.

**Tabel 4. 26**  
**Regresi Sederhana**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.570	1	22.570	8.646	.009 <sup>b</sup>
	Residual	44.378	17	2.610		
	Total	66.947	18			

a. Dependent Variable: Y\_Total

b. Predictors: (Constant), X\_Total

Berdasarkan *output SPSS 25 for Windows* pada tabel 4.26 diatas, maka diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.009, karena  $0.009 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y atau motivasi berpengaruh terhadap minat wirausaha.

#### b. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi atau sering disimbolkan dengan  $R^2$  (*R square*), nilai koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y). untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 4. 27**  
**Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.581 <sup>a</sup>	.337	.298	1.616

a. Predictors: (Constant), X\_Total  
Sumber : data primer diolah Tahun 2020

Berdasarkan dari tabel 4. 27 diatas diperoleh nilai korelasi atau  $R = 0.581$  atau dapat diartikan adanya korelasi yang kuat antara variabel motivasi dengan variabel minat wirausaha. Pada Tabel 4.27 juga diperoleh nilai  $R\ square = 0,337$  yang dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas (motivasi) terhadap variabel terikat (minat wirausaha) sebesar 33,7%.

### 4.3. PEMBAHASAN

Penelitian ini penulis lakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* (Motivasi) terhadap variabel *dependent* (Minat Wirausaha). Responden yang digunakan sebagai sumber data penelitian adalah 19 responden.

Pengujian instrument yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini. Hal ini diperoleh dari hasil uji validitas dan uji realibilitas seluruh item pertanyaan adalah valid dan reliabel karena masing-masing item nilai *Pearson Correlating* lebih dari R tabel 0.4329 dan nilai *Chronbach Alpha* lebih dari 0.60.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa variabel independen berpengaruh terhadap minat wirausaha mahasiswa Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dengan kata lain variabel independen mampu menjelaskan besarnya variabel dependent minat wirausaha mahasiswa. Berdasarkan hasil pengujian data penelitian, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ( $R^2$ ) adalah 33,7%.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Motivasi terhadap Minat Wirausaha mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Hal ini dibuktikan dengan jumlah penilaian yang diberikan Mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah FDK UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang aktif Tahun Akademik 2020/2021 yang berwirausaha.
2. Berdasarkan hasil *simple linear regression* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.009, karena  $0.009 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y atau motivasi berpengaruh terhadap minat wirausaha.
3. Berdasarkan hasil pengujian data penelitian, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ( $R^2$ ) adalah 33,7%. Angka ini menunjukkan masih terdapat peluang sebesar 66,3% untuk meningkatkan Minat Wirausaha mahasiswa Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh melalui Motivasi

## 5.2 Saran

1. Bagi mahasiswa yang berwirausaha hendaknya terus ditingkat kegiatan usaha dan juga meningkatkan motivasi dalam berwirausaha
2. Bagi peneliti selanjutnya tidak hanya pada Prodi MD tetapi bisa dilakukan dengan melibatkan Program Studi lain atau Fakultas lain yang ada di UIN Ar-Raniry shingga akan memperoleh suatu pandangan yang lebih luas terkait Motivasi Mahasiswa dalam berwirausaha yang perlu dibenahi dan dan ditingkatkan lagi.





## DAFTAR PUSTAKA

M. Hamdani, *Entrepreneurships: Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis*, (Jogjakarta: Starbooks, 2010), Cet. I,

Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2011),

Heflin Frinces, *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*, (Yogyakarta: Darussalam Perum Griya Suryo Asri, 2004), cet. I,

Kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi*, ( Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), Cet. 9

J. Winardi, *Motivasi dan Permotivasi dalam Manajemen*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2001),

H. Malayu S.P Hasibuan, *Organisasi dan Motivasi*, (Dasar Peningkatan Produktivitas), (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2008),

B. Siswanto Sastrohadiwiryono, *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia administrasi dan Operasional*, (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2005),

Komang Ardana, *Manajemen Sumber Daya Manusiawi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012),

M. Manullang, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012),

Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Kencana, 2009),

Abdurrahmat Fathoni, *Organisasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)

Jurnal Al-Manar, *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*, volume 4, Nomor 1, Juni 2013,

B.Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), cet. 8,

Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2006), cet. 2

A. Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktek*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014

Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003),

Dearlina Sinaga dan P.Simatupang dan Yusrita, *Kewirausahaan*, (Medan: Perdana Publishing, 2013),

Afiifah, *Pengaruh Pembelajaran kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha*, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2018),

Dina Nur Rochma, *Pengaruh Karakteristik Wirausahawan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Kompetensi Keahlian Administrasi Perkantoran SMK 17 Temanggung*, Skripsi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018,

Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016),

Adnan Mahdi, *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 104

Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2010), Cet5,.

Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008),

Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2016),

Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*, (Jakarta: Rajagrafindo, 2015),

M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok materi Statistik 1 (statistic deskriptif)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), cet. 4,

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007),

Iqbal S Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008

Sunjoyo, Rony Setiawan, Verani Carolina, dkk, *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*, (Bandung : Alfabeta, 2013),

Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006),

Ghazali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011),

Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Diseertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011),

Cronbach, L. J, *Coefficient Alpha and Internal Sctructure of Test*, (Pschometrika, 1951), email: public.dhe.ibm.com.

Winarsumu Tulus, *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, (Malang: Penerbit UMM, 2002),

Iqbal S Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003),

Supardi, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Konsep yang Lebih Komprehensif*, (Jakarta Selatan: 2014),

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2013 Tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Panduan Akademik Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Tahun Akademik 2016/2017,

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

## Lampiran 1

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
Nomor: B.1074/Un.08/FDK/Kp.00.4/03/2020  
Tentang

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Semester Genap Tahun Akademik 2019/2020

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi yang dituangkan ke dalam Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 40 tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry;  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2020, Tanggal 12 November 2019.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry sebagai Pembimbing Skripsi Mahasiswa.
- Pertama : Menunjuk Sdr. 1). Dr. M. Jakfar Abdullah, MA (Sebagai Pembimbing Utama)  
2). Fakhruddin, SE, MM (Sebagai Pembimbing Kedua)
- Untuk membimbing Skripsi:  
Nama : Shalahuddin Muslim  
NIM/Jurusan : 160403048/Manajemen Dakwah (MD)  
Judul : Pengaruh Motivasi terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh
- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2020;
- Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
- Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di: Banda Aceh  
Pada Tanggal: 6 Maret 2020 M  
12 Rajab 1441 H

an, Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Dekan,



- Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry;
  2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry;
  3. Pembimbing Skripsi;
  4. Mahasiswa yang bersangkutan;
  5. Arsip.

Keterangan:  
SK berlaku sampai dengan tanggal: 6 Maret 2021 M

Item/Subjek	Motivasi				Total X	Minat Wirausaha			
	X1	X2	X3	X4		Y1	Y2	Y3	Y4
1	4	4	5	4	17	3	4	5	4
2	4	4	4	5	17	4	3	3	3
3	3	5	4	3	15	4	4	4	5
4	3	4	4	4	15	3	4	4	5
5	4	5	5	5	19	5	5	5	5
6	3	4	4	3	14	3	4	3	4
7	3	4	4	4	15	4	4	4	4
8	4	5	5	4	18	4	5	4	5
9	3	4	4	5	16	5	5	5	5
10	4	4	5	4	17	5	4	5	4
11	3	4	4	4	15	4	4	4	4
12	4	5	5	5	19	5	5	5	5
13	4	3	4	3	14	4	4	4	4
14	3	4	4	4	15	4	4	4	4
15	4	4	4	5	17	4	5	4	5
16	3	4	5	4	16	4	3	4	4
17	4	5	4	4	17	4	4	4	5
18	4	4	4	4	16	5	4	4	5
19	4	5	5	5	19	5	5	4	4

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

## Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22

**Tahun\_Angkatan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2015	1	5,3	5,3	5,3
	2016	5	26,3	26,3	31,6
	2017	2	10,5	10,5	42,1
	2018	4	21,1	21,1	63,2
	2019	2	10,5	10,5	73,7
	2020	5	26,3	26,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

**Jenis\_Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	10	52,6	52,6	52,6
	Perempuan	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

**Pendapatan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang dari Rp. 999.000,-	15	78,9	78,9	78,9
	Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 2.499.999,-	2	10,5	10,5	89,5
	Rp.2.500.000,- s/d Rp. 3.499.999,-	1	5,3	5,3	94,7
	di atas Rp. 3.500.000,-	1	5,3	5,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	



**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	1	5,3	5,3	5,3
	18	2	10,5	10,5	15,8
	19	3	15,8	15,8	31,6
	20	4	21,1	21,1	52,6
	21	4	21,1	21,1	73,7
	22	2	10,5	10,5	84,2
	23	2	10,5	10,5	94,7
	24	1	5,3	5,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

**Bidang Usaha yang ditekuni**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Agraris	7	36,8	36,8	36,8
	Jasa	2	10,5	10,5	47,4
	Kuliner	1	5,3	5,3	52,6
	Perdagangan	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

**Status Perkawinan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Menikah	19	100,0	100,0	100,0

**Pendidikan\_Terakhir**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	11	57,9	57,9	57,9
	MAN	4	21,1	21,1	78,9
	SMK	2	10,5	10,5	89,5
	Pesantren	2	10,5	10,5	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

**Correlations**

		X1	X2	X3	X4	X_Total
X1	Pearson Correlation	1	.215	.430	.360	.678**
	Sig. (2-tailed)		.376	.066	.130	.001
	N	19	19	19	19	19
X2	Pearson Correlation	.215	1	.430	.318	.687**
	Sig. (2-tailed)	.376		.066	.185	.001
	N	19	19	19	19	19
X3	Pearson Correlation	.430	.430	1	.309	.727**
	Sig. (2-tailed)	.066	.066		.199	.000
	N	19	19	19	19	19
X4	Pearson Correlation	.360	.318	.309	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.130	.185	.199		.000
	N	19	19	19	19	19
X_Total	Pearson Correlation	.678**	.687**	.727**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	
	N	19	19	19	19	19

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

**Correlations**

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y_Total
Y1	Pearson Correlation	1	.431	.473*	.231	.718**
	Sig. (2-tailed)		.065	.041	.341	.001
	N	19	19	19	19	19
Y2	Pearson Correlation	.431	1	.493*	.626**	.832**
	Sig. (2-tailed)					

	Sig. (2-tailed)	.065		.032	.004	.000
	N	19	19	19	19	19
Y3	Pearson Correlation	.473*	.493*	1	.416	.773**
	Sig. (2-tailed)	.041	.032		.076	.000
	N	19	19	19	19	19
Y4	Pearson Correlation	.231	.626**	.416	1	.732**
	Sig. (2-tailed)	.341	.004	.076		.000
	N	19	19	19	19	19
Y_Total	Pearson Correlation	.718**	.832**	.773**	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	
	N	19	19	19	19	19

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

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

### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X_Total	.171	19	.144	.916	19	.097
Y_Total	.162	19	.200*	.937	19	.229

\*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : data primer diolah Tahun 2020

### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y_Total *	Between Groups	(Combined)	31.614	5	6.323	2.326	.102
X_Total	Linearity		22.570	1	22.570	8.304	.013
	Deviation from Linearity		9.044	4	2.261	.832	.528
	Within Groups		35.333	13	2.718		
	Total		66.947	18			

Sumber : data primer diolah Tahun 2020

### Test of Homogeneity of Variances

		Levene			
		Statistic	df1	df2	Sig.
Motiv_Minat	Based on Mean	.367	1	36	<b>.549</b>
	Based on Median	.390	1	36	.536
	Based on Median and with adjusted df	.390	1	34.9 80	.536
	Based on trimmed mean	.357	1	36	.554

Sumber : data primer diolah Tahun 2020

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.570	1	22.570	8.646	<b>.009<sup>b</sup></b>
	Residual	44.378	17	2.610		
Total		66.947	18			

a. Dependent Variable: Y\_Total

b. Predictors: (Constant), X\_Total

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.581 <sup>a</sup>	.337	.298	1.616

a. Predictors: (Constant), X\_Total

Sumber : data primer diolah Tahun 2020

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Kebutuhan fisiologis atau kebutuhan uang dapat terpenuhi dengan berwirausaha					
Kebutuhan sosial akan teman atau partner tidak terlalu diperlukan dalam berwirausaha					
Berwirausaha dapat memenuhi kebutuhan penghargaan akan jabatan atau posisi dalam lingkungan sosial					
Kebutuhan aktualisasi diri belum tentu dapat dipenuhi dengan berwirausaha					
Perasaan senang terhadap bidang wirausaha belum tentu dapat menumbuhkan minat untuk berwirausaha					
Ketertarikan untuk berwirausaha dipengaruhi oleh keikutsertaan dalam kegiatan yang berkaitan dengan wirausaha					
Orang yang berwirausaha memiliki perhatian yang tinggi akan bidang lain selain wirausaha					
Keterlibatan dalam kegiatan yang berkaitan dengan wirausaha sangat dibutuhkan agar usaha yang digeluti dapat terus dikembangkan					

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y