AL-HILALI
Jurnal Perbankan dan Ekonomi Islam
Vol. 3 No. 03 Tahun 2026 [Page 315-328]
OPEN ACCESS ISSN 3123-5042

Pengaruh Mata Kuliah Kewirausaan dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Pamulang

[1]Diza Nabila, [2]Nufzatutsaniah
[1,2]Universitas Pamulang, Indonesia
Email: [1] nabiladiza0412@gmail.com [2] dosen01011@unpam.ac.id

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh anatara Mata Kuliah Kewirausahaan dan Etika Bisnis Islam terhadap Minat Berwirausaha Mahasiwa Ekonomi Syariah Universitas Pamulang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2022-2023. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Mata Kuliah Kewirausahaan dan Etika Bisnis Islam dan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Pamulang. Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan berjumlah 100 Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Pamulang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling total/sensus. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, regresi liniear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan menggunakan software SPSS 25. Dari hasil data pengolahan tersebut ditemukan bahwa variabel Mata Kuliah Kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha, Etika Bisnis Islam secara persial berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. Kemudian secara simultan Mata Kuliah Kewirausahaan dan Etika Bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap mata kuliah kewirausahaan dan penerapan etika bisnis islam, maka akan semakin tinggi pula minat berwirausaha mahasiswa.

Kata Kunci: *Mata Kuliah Kewirausahan, Etika Bisnis Islam, Minat Berwirausaha Mahasiswa.*

Abstract
This study aims to determine the relationship or influence between Entrepreneurship and Islamic Business Ethics courses on Entrepreneurial Interests of Sharia Economics Students at Pamulang University. The data used in this study is the number of Sharia Economics students from the 2022-2023 intake. The independent variables in this study are the Entrepreneurship and Islamic Business Ethics courses, and the dependent variable is the Entrepreneurial Interests of Sharia Economics Students at Pamulang University. The method used in this study is quantitative, with data collection using a questionnaire. The sample size was 100 Sharia Economics students at Pamulang University. The sampling technique used in this study was total/census sampling. Data analysis techniques used classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, f-tests, and coefficients of determination using SPSS 25 software. The results of the data processing revealed that the Entrepreneurship Course variable partially had a positive effect on Entrepreneurial Interest, and Islamic Business Ethics partially had a positive effect on Entrepreneurial Interest. Furthermore, Entrepreneurship Courses and Islamic Business Ethics simultaneously had a significant effect on Entrepreneurial Interest. These findings indicate that the greater a student's understanding of entrepreneurship courses and the application of Islamic business ethics, the higher their entrepreneurial interest

Keywords: *Entrepreneurship Course, Islamic Business Ethics, Student Entrepreneurial Interest.*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di Indonesia menunjukkan dinamika yang semakin kompleks seiring dengan meningkatnya persaingan ekonomi, perubahan kebutuhan pasar, dan terbatasnya daya serap lapangan kerja formal. Kondisi tersebut menuntut generasi muda, khususnya mahasiswa, untuk memiliki kemandirian ekonomi dan kemampuan menciptakan peluang usaha. Dalam konteks ini, kewirausahaan tidak lagi sekadar dipandang sebagai alternatif pekerjaan setelah menyelesaikan pendidikan tinggi, tetapi juga sebagai salah satu instrumen penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Perguruan tinggi memiliki tanggung jawab strategis dalam membangun orientasi kewirausahaan mahasiswa melalui proses pembelajaran yang mampu mengembangkan kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan mengidentifikasi peluang bisnis (Alma, 2021). Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi perlu diarahkan tidak hanya pada penguasaan konsep dan teori bisnis, tetapi juga pada pembentukan minat dan kesiapan mahasiswa untuk memulai usaha secara mandiri.

Minat berwirausaha merupakan salah satu faktor penting yang menentukan kecenderungan seseorang untuk memilih dan mengembangkan aktivitas usaha. Minat tersebut dapat tumbuh melalui pengetahuan, pengalaman belajar, persepsi terhadap peluang bisnis, serta keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menjalankan usaha. Dalam hal ini, mata kuliah kewirausahaan memiliki peran penting karena memberikan pemahaman mengenai konsep bisnis, perencanaan usaha, pengelolaan sumber daya, strategi pemasaran, dan pengambilan keputusan. Pembelajaran yang efektif diharapkan mampu mengubah pemahaman mahasiswa menjadi ketertarikan dan dorongan untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Namun, penguasaan materi kewirausahaan tidak secara otomatis menjamin

terbentuknya minat berwirausaha. Mahasiswa juga membutuhkan nilai dan landasan moral yang dapat menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas bisnis agar orientasi keuntungan tetap sejalan dengan tanggung jawab sosial dan prinsip-prinsip etika.

Dalam perspektif Ekonomi Syariah, etika bisnis Islam merupakan landasan fundamental yang membedakan orientasi kewirausahaan berbasis syariah dengan aktivitas bisnis yang semata-mata berorientasi pada keuntungan material. Etika bisnis Islam menekankan penerapan nilai kejujuran (*shiddiq*), amanah, keadilan, tanggung jawab, dan profesionalitas dalam seluruh aktivitas ekonomi (Zulkifli, 2024). Nilai-nilai tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral dalam menjalankan usaha, tetapi juga dapat membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan keberlanjutan hubungan bisnis. Bagi mahasiswa Ekonomi Syariah, pemahaman terhadap etika bisnis Islam diharapkan mampu membentuk kesadaran bahwa keberhasilan berwirausaha tidak hanya diukur berdasarkan keuntungan finansial, tetapi juga berdasarkan kepatuhan terhadap prinsip syariah dan kemaslahatan. Dengan demikian, pembelajaran kewirausahaan dan pemahaman etika bisnis Islam memiliki keterkaitan dalam membentuk minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan yang kompeten, berintegritas, dan bertanggung jawab.

Permasalahan mengenai minat berwirausaha juga menjadi perhatian dalam konteks mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Pamulang. Berdasarkan data akademik tahun 2026, sebanyak 240 mahasiswa telah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa telah memperoleh kesempatan untuk mengembangkan pengetahuan dan pemahaman dasar mengenai aktivitas bisnis. Meskipun demikian, berdasarkan observasi awal, masih ditemukan kecenderungan sebagian mahasiswa untuk lebih memilih bekerja sebagai pegawai setelah menyelesaikan pendidikan dibandingkan membangun usaha secara mandiri. Kondisi tersebut juga tercermin dari belum optimalnya partisipasi mahasiswa

dalam kegiatan praktik kewirausahaan yang diselenggarakan oleh program studi, salah satunya pelatihan pembuatan susu kurma. Fenomena ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh melalui perkuliahan dengan dorongan mahasiswa untuk mengimplementasikannya dalam kegiatan usaha. Persoalan tersebut menjadi penting untuk dikaji karena keberhasilan pendidikan kewirausahaan tidak hanya ditentukan oleh terselenggaranya proses pembelajaran, tetapi juga oleh kemampuannya dalam menumbuhkan minat dan orientasi kewirausahaan mahasiswa.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha. Ramadhani dan Nurnida (2020) menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan pembentukan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Sementara itu, Katmas dkk. (2022) mengkaji peran etika bisnis Islam dalam membentuk orientasi kewirausahaan berdasarkan nilai-nilai syariah. Meskipun demikian, kajian mengenai keterkaitan kedua aspek tersebut masih perlu dikembangkan, khususnya dalam menguji pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan etika bisnis Islam secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah. Selain itu, karakteristik lingkungan akademik dan pengalaman pembelajaran pada masing-masing perguruan tinggi memungkinkan adanya perbedaan dalam pembentukan minat kewirausahaan. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Pamulang sebagai konteks empiris untuk menguji hubungan antara kedua variabel tersebut dengan minat berwirausaha.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh mata kuliah kewirausahaan dan etika bisnis Islam terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Pamulang, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan kajian

kewirausahaan berbasis syariah, khususnya mengenai keterkaitan antara pendidikan kewirausahaan dan internalisasi nilai-nilai etika Islam dalam membentuk minat berwirausaha. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi perguruan tinggi dalam mengembangkan pembelajaran kewirausahaan yang lebih aplikatif, integratif, dan berorientasi pada pembentukan calon wirausahawan yang tidak hanya memiliki kemampuan bisnis, tetapi juga menjunjung tinggi prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk menguji pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan (X1) dan Etika Bisnis Islam (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa (Sugiyono, 2023). Penelitian dilaksanakan pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Pamulang. Populasi penelitian mencakup 240 mahasiswa semester 5–8 yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan dan etika bisnis Islam. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik probability sampling dengan metode stratified random sampling. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 71 responden. Namun, penelitian ini menggunakan 100 responden yang memenuhi kriteria dan memiliki data kuesioner lengkap sehingga layak dianalisis. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner serta data sekunder yang bersumber dari buku, artikel jurnal, dan dokumen ilmiah yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan dengan menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Variabel Mata Kuliah Kewirausahaan diukur melalui indikator visi, inisiatif, orientasi prestasi, keberanian mengambil risiko, kerja keras, tanggung jawab, komitmen, dan kemampuan menjalin kerja sama. Variabel Etika Bisnis Islam mencakup kejujuran, amanah dan tanggung jawab, kemurahan hati atau sedekah, serta toleransi dan persaudaraan. Sementara itu, Minat

Berwirausaha diukur berdasarkan ketertarikan terhadap dunia usaha, keberanian mengambil risiko, kemandirian, motivasi berprestasi, kreativitas dan inovasi, orientasi keuntungan, sikap positif terhadap bisnis, serta kerja keras dan keuletan.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 25. Tahapan analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data penelitian, kemudian dilanjutkan dengan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan instrumen. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi guna memastikan kelayakan model regresi. Pengujian hubungan antarvariabel dilakukan melalui analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Etika Bisnis Islam terhadap Minat Berwirausaha. Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial melalui uji t dan secara simultan melalui uji F, sedangkan koefisien determinasi (Adjusted R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan kedua variabel independen dalam menjelaskan variasi Minat Berwirausaha. Seluruh pengujian statistik menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Melalui tahapan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan empiris mengenai kontribusi pembelajaran kewirausahaan dan internalisasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Pamulang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian diperoleh dari analisis data terhadap 100 responden mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Pamulang dengan menggunakan SPSS versi 25. Pengujian dilakukan untuk mengetahui pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan (X1) dan Etika Bisnis Islam (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y), baik secara parsial maupun simultan. Hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Koefisien	t-hitung	F-hitung	Sig.	Keterangan
Mata Kuliah Kewirausahaan (X1)	0,402	5,855	–	0,000	Positif dan signifikan
Etika Bisnis Islam (X2)	1,037	7,998	–	0,000	Positif dan signifikan
X1 dan X2 secara simultan	–	–	173,750	0,000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS versi 25.

Berdasarkan Tabel 1, Mata Kuliah Kewirausahaan memperoleh koefisien regresi sebesar 0,402 dengan nilai t-hitung 5,855 dan signifikansi 0,000. Nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,984, sedangkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Mata Kuliah Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa. Artinya, peningkatan kualitas pembelajaran kewirausahaan berkaitan dengan meningkatnya minat mahasiswa untuk menjalankan kegiatan usaha.

Etika Bisnis Islam memperoleh koefisien regresi sebesar 1,037 dengan nilai t-hitung 7,998 dan signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islam juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Dengan demikian, semakin baik pemahaman dan internalisasi nilai-nilai etika bisnis Islam, semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Selanjutnya, pengujian secara simultan menghasilkan nilai F-hitung sebesar 173,750 dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Mata Kuliah Kewirausahaan dan Etika Bisnis Islam secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa. Adapun nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,782 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan 78,2% variasi Minat Berwirausaha, sedangkan 21,8% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mata Kuliah Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,402 dan nilai t-hitung sebesar 5,855. Temuan ini menegaskan bahwa pembelajaran kewirausahaan memiliki peran penting dalam membentuk orientasi dan ketertarikan mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas bisnis. Mata kuliah kewirausahaan tidak hanya memberikan pemahaman mengenai konsep dan pengelolaan usaha, tetapi juga membangun pola pikir yang mendorong mahasiswa untuk mengenali peluang, mengembangkan kreativitas, mengambil inisiatif, serta berani menghadapi risiko dalam menjalankan usaha.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui konsep pendidikan kewirausahaan yang menempatkan proses pembelajaran sebagai instrumen pembentukan kompetensi dan orientasi kewirausahaan. Alma (2021) menjelaskan pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam mengembangkan kemampuan individu untuk mengenali peluang dan membangun usaha secara mandiri. Dalam perspektif Theory of Planned Behavior yang dikembangkan Ajzen (1991), minat atau intensi seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, pembelajaran kewirausahaan dapat membentuk sikap positif terhadap aktivitas bisnis sekaligus meningkatkan keyakinan mahasiswa bahwa mereka memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk memulai usaha.

Secara empiris, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ramadhani dan Nurnida (2020) yang menunjukkan adanya keterkaitan antara pembelajaran kewirausahaan dan minat berwirausaha mahasiswa. Keselarasan tersebut memperkuat pandangan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki kontribusi dalam membangun orientasi mahasiswa dari sekadar pencari kerja (job seeker) menjadi pencipta lapangan kerja (job

creator). Meskipun demikian, efektivitas pembelajaran tidak cukup hanya diukur melalui penguasaan materi perkuliahan. Perguruan tinggi juga perlu memperkuat pembelajaran berbasis praktik, seperti penyusunan rencana bisnis, simulasi pemasaran, pengembangan produk, dan pendampingan usaha mahasiswa. Dengan demikian, pengetahuan yang diperoleh di ruang perkuliahan dapat diterjemahkan menjadi pengalaman dan kesiapan nyata dalam membangun usaha.

Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, dengan koefisien regresi sebesar 1,037 dan nilai t-hitung sebesar 7,998. Temuan ini memperlihatkan bahwa nilai-nilai etika Islam memiliki relevansi penting dalam membentuk orientasi kewirausahaan mahasiswa Ekonomi Syariah. Pemahaman mengenai kejujuran, amanah, tanggung jawab, kemurahan hati, toleransi, dan persaudaraan dapat membangun pandangan bahwa kegiatan usaha bukan semata-mata aktivitas untuk memperoleh keuntungan, melainkan juga bentuk tanggung jawab moral dan sosial yang harus dijalankan sesuai prinsip syariah.

Secara teoretis, temuan ini menunjukkan keterkaitan antara etika bisnis Islam dan pembentukan sikap positif terhadap aktivitas kewirausahaan. Dalam perspektif Islam, aktivitas ekonomi merupakan bagian dari muamalah yang harus dilaksanakan berdasarkan prinsip kejujuran (shiddiq), amanah, keadilan, dan kemaslahatan. Prinsip-prinsip tersebut memberikan landasan moral bagi mahasiswa dalam memahami tujuan dan tanggung jawab seorang wirausahawan. Kejujuran, misalnya, menjadi dasar dalam membangun kepercayaan konsumen, sedangkan amanah dan tanggung jawab mendorong pelaku usaha untuk menjaga kualitas produk serta memenuhi hak-hak pihak yang terlibat dalam transaksi. Dengan demikian, etika bisnis Islam dapat membentuk orientasi kewirausahaan yang tidak

hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan keberkahan dan kebermanfaatan usaha.

Hasil ini juga memperlihatkan kesesuaian dengan penelitian Katmas dkk. (2022) yang mengkaji relevansi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam aktivitas kewirausahaan. Dalam konteks mahasiswa Ekonomi Syariah, pemahaman terhadap prinsip-prinsip bisnis Islam dapat menjadi landasan psikologis dan moral untuk membangun keyakinan bahwa berwirausaha merupakan aktivitas ekonomi yang dapat dijalankan secara produktif sekaligus bernilai ibadah. Menariknya, nilai koefisien regresi Etika Bisnis Islam lebih besar daripada koefisien Mata Kuliah Kewirausahaan. Meskipun perbandingan kekuatan pengaruh kedua variabel secara statistik sebaiknya menggunakan koefisien beta terstandarisasi, hasil tersebut memberikan indikasi bahwa dimensi etika memiliki peran yang perlu mendapat perhatian lebih dalam pengembangan kewirausahaan mahasiswa. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan di lingkungan Program Studi Ekonomi Syariah perlu mengintegrasikan pemahaman bisnis dengan internalisasi nilai-nilai Islam agar mampu menghasilkan wirausahawan yang tidak hanya kompeten, tetapi juga berintegritas.

Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Etika Bisnis Islam terhadap Minat Berwirausaha

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa Mata Kuliah Kewirausahaan dan Etika Bisnis Islam secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa, dengan nilai F-hitung sebesar 173,750 dan signifikansi 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa pembentukan minat berwirausaha tidak dapat dilepaskan dari keterkaitan antara penguasaan kompetensi bisnis dan pemahaman nilai-nilai etika. Pembelajaran kewirausahaan memberikan bekal pengetahuan, keterampilan, serta kemampuan mengenali peluang usaha, sedangkan etika bisnis Islam menyediakan landasan moral yang mengarahkan bagaimana peluang tersebut dikelola secara bertanggung jawab dan sesuai prinsip syariah. Kedua aspek

tersebut saling melengkapi dalam membentuk orientasi kewirausahaan yang lebih komprehensif.

Jika dikaitkan dengan Theory of Planned Behavior Ajzen (1991), pengetahuan kewirausahaan dapat membantu membentuk sikap positif dan persepsi kemampuan mahasiswa dalam menjalankan usaha. Sementara itu, nilai-nilai etika bisnis Islam memberikan kerangka keyakinan yang memengaruhi penilaian mahasiswa terhadap tujuan, cara, dan tanggung jawab dalam berwirausaha. Integrasi keduanya memungkinkan mahasiswa memiliki alasan yang lebih kuat untuk memilih kewirausahaan sebagai orientasi karier. Dengan demikian, minat berwirausaha tidak hanya tumbuh karena adanya peluang memperoleh keuntungan, tetapi juga karena keyakinan bahwa kegiatan bisnis dapat dijalankan sebagai aktivitas yang produktif, etis, dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

Lebih lanjut, nilai R Square sebesar 0,782 menunjukkan bahwa Mata Kuliah Kewirausahaan dan Etika Bisnis Islam secara bersama-sama mampu menjelaskan 78,2% variasi Minat Berwirausaha mahasiswa. Nilai tersebut memperlihatkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup kuat terhadap variabel dependen. Sementara itu, 21,8% variasi lainnya dapat berkaitan dengan faktor-faktor di luar model, seperti motivasi pribadi, efikasi diri (self-efficacy), dukungan keluarga, lingkungan sosial, akses permodalan, pengalaman usaha, dan persepsi terhadap risiko bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa pembentukan minat berwirausaha merupakan fenomena multidimensional yang tidak hanya dipengaruhi oleh proses pembelajaran formal, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, dan ekonomi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan kewirausahaan di lingkungan pendidikan tinggi Islam perlu dilakukan melalui pendekatan yang mengintegrasikan kompetensi bisnis dan pembentukan karakter Islami. Perguruan tinggi tidak cukup hanya membekali mahasiswa dengan pengetahuan mengenai perencanaan dan pengelolaan usaha, tetapi juga perlu membangun kesadaran mengenai pentingnya

kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab dalam aktivitas ekonomi. Implikasi praktisnya, Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Pamulang perlu mengembangkan pembelajaran kewirausahaan yang lebih aplikatif melalui praktik bisnis, inkubasi usaha mahasiswa, pendampingan wirausaha pemula, serta integrasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam setiap tahapan kegiatan usaha. Pendekatan tersebut diharapkan mampu membentuk mahasiswa yang tidak hanya memiliki minat untuk berwirausaha, tetapi juga siap mengembangkan usaha yang produktif, berkelanjutan, dan berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Mata Kuliah Kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Pamulang. Temuan ini menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan berperan dalam meningkatkan pengetahuan, kreativitas, kemampuan mengenali peluang usaha, serta keberanian mahasiswa dalam mengambil risiko bisnis. Selain itu, Etika Bisnis Islam juga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini menegaskan bahwa pemahaman terhadap nilai-nilai kejujuran, amanah, tanggung jawab, keadilan, dan persaudaraan dapat memperkuat orientasi mahasiswa untuk menjalankan kegiatan usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

Secara simultan, Mata Kuliah Kewirausahaan dan Etika Bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa. Hasil koefisien determinasi sebesar 0,782 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 78,2% variasi Minat Berwirausaha, sedangkan 21,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah perlu didukung oleh integrasi antara penguasaan kompetensi bisnis

dan internalisasi nilai-nilai etika Islam. Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu memperkuat pembelajaran kewirausahaan melalui kegiatan praktik, pendampingan usaha, dan pengembangan kreativitas bisnis yang berorientasi pada prinsip syariah, sehingga mampu menghasilkan lulusan yang mandiri, inovatif, berintegritas, dan memiliki kesiapan untuk menjadi wirausahawan yang berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

Buku**:** Afif, S. (2024). *Etika Bisnis Islam*. Ruang Karya.

Alma, Buchari. (2021). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum (Edisi Revisi)*. Alfabeta.

Ghazali, Imam. (2023). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*.

Kasmir. (2025). *Kewirausahaan*. PT RajaGrafindo Persada.

Langoday, T. O. (2023). *Kewirausahaan dan Etika Bisnis: Pengantar untuk Mengubah Mindset Generasi Muda Menjadi Entrepreneur Success*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Mutmainah, S. (2023). *Pendidikan Kewirausahaan*. PT Literasi Nusantara Abadi Grup.

P, M. A. C., Rinawati, R., Zulkarnain, I., Widyawan, B., Kuswinardi, J. W., P, N. M. D. P., Ismail, H., Wilyadewi, I. I. D. A. Y., Wijanadi, C., & Riyanto, J. (2024). *Buku Ajar Kewirausahaan*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Ed. 4). Salemba Empat.

Zulkifli. (2024). *Etika Bisnis Islam*. UIR Press.

Dhira, B. N., Alexandro, R., & Putri, W. U. (2021). Pengaruh mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *2*(2), 81–86.

Ellyna, L. F. (2023). Pengaruh mata kuliah etika bisnis Islam. *03*(01), 6–14.

Faulina Nur, H. R., & Melly, P. A. (2021). Pengaruh persepsi mahasiswa tentang mata kuliah kewirausahaan dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *1*, 62–69.

Katmas, E., Faizah, N., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah. *23*(X), 22–35.

Kinasih, A. S., Windianingsih, A., & Darwis, D. (2025). Pengaruh motivasi dan religiusitas terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Islam Jakarta. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4*(2), 6959–6965.

Meifiani, N. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat. *4*(X).

Najib, M., Yasni, I., Kurniadi, S., & Hamzah, I. (2023). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Yasni Bungo. *5*(2), 1–13.

Nursita, L. (2021). Dampak mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya, 7*(3), 83–88.

Rezeki, S., Ritonga, W., Anggraini, T., & Nawawi, Z. M. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa dalam bisnis Islam melalui motivasi. *8*(02), 2269–2280.

Titu, M. A., Dewi, M., & Madona, M. (2022). Pengaruh mata kuliah kewirausahaan terhadap minat ber-entrepreneur. *10*(2), 656–664.

Yusuf, M., & Sutanti, S. (2020). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan lingkungan terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, 1*(2), 77–84.