

**ANALISIS FAKTOR KEBERHASILAN DIRI, FAKTOR TOLERANSI
AKAN RESIKO, FAKTOR KEBEBASAN DALAM BEKERJA
TERHADAP MOTIVASI BERBISNIS *ONLINE* BUSANA MUSLIM**

(Studi Kasus Mahasiswi S1 Institut Ilmu Alquran Jakarta)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Syariah Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Disusun Oleh:

Muhamad Hamzah

NIM: 14.02.0139

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT PERGURUAN TINGGI ILMU AL QUR'AN (PTIQ)

JAKARTA

2018M/1440H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**ANALISIS FAKTOR KEBERHASILAN DIRI, FAKTOR TOLERANSI
AKAN RESIKO, FAKTOR KEBEBASAN DALAM BEKERJA
TERHADAP MOTIVASI BERBISNIS *ONLINE* BUSANA MUSLIM
(Studi Kasus Mahasiswi S1 Semester 6 dan 8 Institut Ilmu Alquran Jakarta)**

Skripsi

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Menyelesaikan Program Studi
Strata Satu (S.1) Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Disusun Oleh:

MUHAMAD HAMZAH

NIM : 14.02.0139

Telah selesai melakukan bimbingan skripsi dan telah kami setujui untuk selanjutnya dapat diajukan dan disidangkan.

Jakarta, 29 Agustus 2018

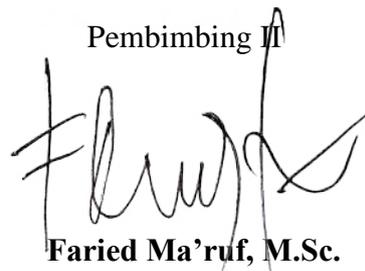
Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Farizal MS, MM.

Pembimbing II

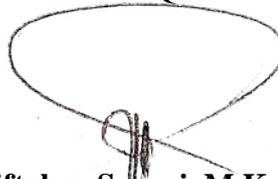


Faried Ma'ruf, M.Sc.

Mengetahui

Ketua Prodi Fakultas Syariah

Institut PTIQ Jakarta



Miftahus Sururi, M.Kom.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR KEBERHASILAN DIRI, FAKTOR TOLERANSI AKAN RESIKO, FAKTOR KEBEBASAN DALAM BEKERJA TERHADAP MOTIVASI BERBISNIS *ONLINE* BUSANA MUSLIM

(Studi Kasus Mahasiswi S1 Semester 6 dan 8 Institut Ilmu Alquran Jakarta)

Disusun Oleh:

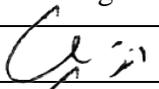
Nama : Muhamad Hamzah

NIM : 14.02.0139

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Syari'ah

Tanggal Munaqasah : 19 September 2018

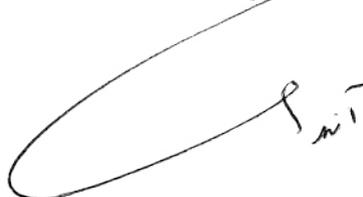
No	Nama Penguji	Jabatan Dalam Tim	Tanda Tangan
1	Andi Iswandi, S.HI. LLM	Ketua	
2	Andi Iswandi, S.HI. LLM	Penguji 1	
3	Rusdi Hamka Lubis, MSi	Penguji 2	
4	Dr. Farizal MS, MM	Pembimbing 1	
5	Faried Ma'ruf, M.Sc	Pembimbing 2	
6	Abdul Rasyid, S.Pd	Sekretaris Sidang	

Jakarta, 19 September 2018

Mengetahui

Dekan Fakultas Syariah

Institut PTIQ Jakarta



Andi Iswandi, S.HI. LLM

MOTTO

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا

“Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) Kami, benar-benar akan Kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan Kami...” (QS. Al-Ankabut: 69)

-Jangan Tunggu Bisa Baru Lakukan. Tapi Lakukanlah, Kamu Pasti Bisa-

You are greater than you know

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Hamzah

NIM : 14.02.0139

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Judul Skripsi : Analisis Faktor Keberhasilan Diri, Faktor Toleransi Akan Resiko, Faktor Kebebasan Dalam Bekerja Terhadap Motivasi Berbisnis *Online* Busana Muslim (Studi Kasus Mahasiswi S1 Semester 6 dan 8 Institut Ilmu Alquran Jakarta)

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi yang saya buat dengan judul sebagaimana judul tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil karya saya sendiri.
2. Apabila saya mengintip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumber sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Saya bersedia dikenakan sanksi serta dicabut segala wewenang dan hak saya yang berhubungan dengan ijazah dan gelar akademik Sarjana Ekonomi (S.E) sesuai dengan ketentuan yang berlaku apabila terbukti melakukan tindakan sebaliknya dari butir 1 (Satu).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.



ABSTRAK

Muhamad Hamzah: 14.02.0139, Analisis Faktor Keberhasilan Diri, Faktor Toleransi Akan Resiko, Faktor Kebebasan Dalam Bekerja Terhadap Motivasi Berbisnis *Online* Busana Muslim (Studi Kasus Mahasiswi S1 Semester 6 dan 8 Institut Ilmu Alquran Jakarta)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memotivasi mahasiswi berbisnis *online* busana muslim. ini merupakan hasil penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif untuk mencari jawaban rumusan masalah apa saja faktor yang memotivasi dan Faktor manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap motivasi berbisnis *online* busana muslim mahasiswi Institut Ilmu Alquran Jakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi-mahasiswi Institut Ilmu Alquran Jakarta, dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang responden yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan observasi. Sedangkan untuk pengujian analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik, regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel X berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Variabel Y dengan model persamaan regresi linear berganda $Y = 0,145 X_1 + 0,403 X_2 + 0,037 X_3$ dan nilai F sebesar 6,017 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,050. Artinya bahwa motivasi berbisnis *online* busana muslim dapat dijelaskan oleh faktor keberhasilan diri, faktor toleransi akan resiko dan faktor kebebasan dalam bekerja

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 23,5%. Artinya bahwa faktor keberhasilan diri, faktor toleransi akan resiko dan faktor kebebasan dalam bekerja memberikan pengaruh sebesar 23,5% terhadap motivasi berbisnis *online* busana muslim. Adapun variabel yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap motivasi berbisnis *online* busana muslim adalah toleransi akan resiko.

Kata Kunci : Motivasi, keberhasilan diri, toleransi akan resiko, kebebasan dalam bekerja, Bisnis *online*, busana muslim

KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum wr.wb

Alhamdulillah Rabbil Alamin

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda besar Nabi Muhammad SAW, keluarga beserta sahabat-sahabatnya yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju ke zaman terang benderang. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor Keberhasilan Diri, Faktor Toleransi Akan Resiko, Faktor Kebebasan Dalam Bekerja Terhadap Motivasi Berbisnis *Online* Busana Muslim (Studi Kasus Mahasiswi S1 Semester 6 dan 8 Institut Ilmu Alquran Jakarta)”.

Penulisan skripsi ini bermaksud untuk memenuhi salah satu dari persyaratan untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) Fakultas Syariah, Jurusan Ekonomi Syariah Institut Perguruan Tinggi Ilmu AlQur’an Jakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Dengan rasa hormat dan syukur, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yang terhormat **Prof. Dr. H. Nasaruddin Umar, MA.** Selaku Rektor Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur’an Jakarta.
2. Yang terhormat Bapak **Andi Iswandi, S.HI. LLM.** Selaku Dekan Fakultas Syariah Intitut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur’an Jakarta.
3. Yang terhormat Bapak **Miftahus Sururi, M.Kom** selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Institut PTIQ Jakarta.
4. Yang terhormat Bapak **Dr. Farizal MS, MM.** dan Bapak **Faried Ma’ruf, M.Sc.** Selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi ini,

yang dengan tulus meluangkan waktu, memberikan ilmu, tenaga, pikiran serta motivasi dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas semua bimbingannya selama ini semoga kebaikan bapak dibalas oleh Allah SWT.

5. Yang terhormat Bapak **Abdul Rasyid, S.Pd** selaku tata usaha Fakultas Syariah Institut PTIQ Jakarta yang membantu mengurus dan mengingatkan kewajiban saya
6. Semua Bapak dan Ibu Dosen Prodi Ekonomi Syariah Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur'an Jakarta yang telah memberikan ilmunya kepada penulis serta terimakasih atas semua petunjuk dan bimbingannya.
7. Ucapan terimakasih yang tiada hentinya, wajib bagi penulis sampaikan kepada orang tua, **Alm. Bapak H. Tasroni** dan Ibu **Entin Kartini** tersayang, berkat doa, kasih sayang, pengorbanan, nasehat, dan motivasi merekalah yang selalu membangkitkan harapan penulis. "Papah mamah, betapa anakmu ini ingin mempersembahkan yang terbaik atas segala pengorbanan dan perjuangan yang engkau lakukan untuk cita-cita dan masa depanku".
8. Kepada kakak **tercinta Eulis Fitriani S,Pd.** dan **Mutiara Fildzah** serta adikku **Muhammad Fathin** dan semua keluarga besar yang selalu memberi doa, motivasi, dorongan, dan dukungan untuk kesuksesan bagi penulis.
9. Sahabat dan teman-teman seperjuangan **Fakhri, Pauri, Ajemain, Badru, Anwar, Deni, Faiq, Ghozy, Gozali, Hadi, Ilham, Iqbal, Kahfi, Marwis, Bunyan, Tamami, Arif, Pandu, Panglima, Isra, Saputro, Rahmat, Sufyan, Surya, Syakirin, Falah, Kurniawan, Zen, Husori, Ganjar, Supratman, Firman, Syibro, Usman, Yogo, Zidnal, Sauqi, King**, terimakasih atas dukungan, bantuan, kerjasama, motivasi, kritik, saran dan doanya selama ini.
10. Sahabat dan teman-teman yang telah membantu mengisi dan menyebarkan kuesioner **Ni'matussyafaah, Inay, Amrina, Dhea, Naurah, Nadia, Faidah, Putri, Gina, Ilma, Obi, Vira, Arif** dan yang

lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

11. Sahabat-sahabat dari group sebelah **Ridwan, Dika, Amal, Bayu, Hasan, Zaki, Anwar, Ihsan, Sahrul Serta Ayu Dan Akiko** yang telah memberikan berbagai masukan dan contoh-contoh gambaran skripsi, terimakasih untuk semuanya.
12. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung demi terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik masih diperlukan dalam penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya Kepada kita semua, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, 28 Agustus 2018

Penyusun

Muhamad Hamzah

14.02.0139

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
OTENSITAS	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	9
1. Indetifikasi Masalah	9
2. Pembatasan Masalah	10
3. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	11
E. Definisi Operasional dan Lingkup Pembahasan	12
F. Sistematika Penulisan	12

BAB II TEORI PUSTAKA	14
A. Deskripsi Teoritis	14
1. Bisnis <i>Online</i>	14
2. Motivasi Berbisnis (Kewirausahaan)	26
3. Faktor-Faktor Motivasi Dalam Berbisnis	32
4. Kriteria-Kriteria Busana Muslim	43
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	45
C. Kerangka Berfikir	48
D. Hipotesis Penelitian	48
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 49
A. Waktu dan Tempat Penelitian	49
B. Metode Penelitian	49
C. Populasi dan Sampel Penelitian	49
1. Populasi dan Obyek Penelitian	49
2. Kerangka Sampel	50
3. Teknik Pengambilan Sampel	50
D. Teknik Pengumpulan Data	51
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	52
1. Variabel Penelitian	52
2. Definisi Operasional Variabel	53
F. Teknik Analisa Data	55
1. Analisis Statistik Deskriptif	55
2. Uji Validitas	55
3. Uji Realibilitas	56
4. Uji Asumsi Klasik	56
5. Analisis Regresi Linear Berganda	59
6. <i>Goodness of Fit</i> Model Regresi	60
G. Sistematika Kuesioner	62

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	63
A. Deskripsi Umum Obyek Penelitian	63
1. Lokasi Penelitian	63
2. Karakteristik Responden	65
B. Analisis Data	67
1. Deskripsi Variabel Penelitian	67
2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	72
3. Uji Asumsi Klasik	73
4. Analisis Regresi Linier Berganda	77
5. Uji <i>Goodness of Fit</i>	78
C. Pengujian Hipotesis	80
D. Pembahasan	81
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	87
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hierarchy of Needs.....	29
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	48
Gambar 4.1 Usia Responden	66
Gambar 4.2 Fakultas Responden	66
Gambar 4.3 Angkatan Responden	67
Gambar 4.4 Histogram	74
Gambar 4.5 Diagram Normalitas dengan Diagram P-P Plot	74
Gambar 4.6 Scatterplot	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Terdahulu	45
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Indikator penelitian	54
Tabel 3.2 Pilihan dan Nilai Jawaban Untuk Setiap Item Pertanyaan	55
Tabel 4.1 Keberhasilan Diri (X1)	67
Tabel 4.2 Toleransi Resiko (X2)	68
Tabel 4.3 Kebebasan dalam Bekerja (X3)	70
Tabel 4.4 Motivasi Berbisnis <i>Online</i> (Y)	71
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas	72
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas	73
Tabel 4.7 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	75
Tabel 4.8 Pengujian Multikolinieritas	76
Tabel 4.9 Uji <i>Glejser</i>	77
Tabel 4.10 Model Regresi	77
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi (R^2)	78
Tabel 4.12 Uji F	79
Tabel 4.13 Uji T	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian	87
Lampiran B Tabulasi Jawaban Responden	90
Lampiran C Output Olah Data SPSS	94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam keadaan perekonomian yang semakin sulit, banyak terjadi persaingan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk diantaranya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak para pelaku bisnis yang saling berlomba untuk merebut pangsa pasar, sehingga hal ini memacu pelaku bisnis untuk terus maju dalam memperbaiki bisnis yang mereka geluti. Di samping itu dengan pesatnya kemajuan teknologi, mereka para pelaku bisnis dituntut pula untuk mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan para pesaingnya.

Dahulu bisnis dilakukan dengan cara barter, yaitu pertukaran barang dengan barang. Jika seseorang memerlukan beras, maka ia dapat menukarnya dengan orang yang membutuhkan sesuatu yang ia miliki. Namun kemudian disadari banyaknya kendala seperti perbedaan kebutuhan antar orang yang memiliki kebutuhan, perbedaan nilai barang yang akan dipertukarkan, dan lain sebagainya. Hal ini kemudian menjadi lebih mudah setelah ada alat untuk saling melakukan pertukaran, yaitu uang.

Sejak adanya alat tukar berupa uang, pelaku kegiatan ekonomi melakukan kegiatannya dengan cara tradisional mulai dari berdagang hingga berbelanja. Seperti jika seseorang akan berbelanja maka ia akan pergi ke toko-toko/pasar untuk mendapatkan barang yang ia butuhkan sehingga terjadi pertemuan antara penjual dan pembeli. Proses transaksi, tawar-menawar dan strategi penjual dalam memikat hati pembeli pun terlihat nyata. Bisnis dengan model seperti itu saat ini disebut dengan bisnis *offline*.

Namun sejak adanya internet dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sedikit banyak mengubah pola strategi bisnis, pola strategi bisnis

menjadi luas, besar dan bervariasi. Bisnis dengan pemasaran melalui teknologi elektronik baik berupa *web* maupun media-media sosial lainnya yang biasanya

tanpa mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung dan hanya berdasarkan kepercayaan. Model bisnis tersebut saat ini disebut dengan bisnis *online*. Terciptalah teknologi perdagangan melalui internet yang terintegrasi dengan sistem yang biasa disebut *online shop* sebagai media bisnis *online*.

Maraknya bisnis *online* sudah menjadi fenomena baru dalam persaingan perekonomian baik di Indonesia maupun dunia. Dan ditunjang dengan semakin luasnya jaringan internet, bisnis *online* mulai menunjukkan eksistensinya dalam menggeser bisnis tradisional ataupun bisnis-bisnis *offline* lainnya yang lebih dulu jauh sudah ada sebelum bisnis *online*.

Maka pada situasi sekarang ini tidak perlu susah-susah pergi ke toko, *mall* atau *offline shop* lainnya untuk membeli barang kebutuhan, karena sekarang banyak yang menjual barang yang diperlukan melalui *online* atau buka toko lewat internet. Melalui bisnis *online* kita bisa melihat produk selama 24 jam penuh tanpa adanya batas waktu penutupan. Jarak pun sudah tidak jadi halangan karena bisnis *online* atau *online shop* bisa diakses dimana saja. Namun bukan berarti bisnis *online* tidak ada resiko atau ancaman serius yang dapat merugikan. Banyak kasus-kasus tindak kriminal atau hal yang merugikan yang berasal dari bisnis *online*.

Berbagai kecurangan tersebut baik berupa penipuan, peretasan saat transfer, kerusakan barang dan lain sebagainya berbasis bisnis *online* yang dilakukan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab membuat menurunnya tingkat kepercayaan pembeli dan tidak jarang barang atau produk yang diterima pembeli tidak sesuai dengan apa yang diharapkan yang membuat tingkat kepuasan pembeli menurun.

Namun hal tersebut tidak membuat peminat bisnis *online* menurun. Transaksi bisnis saat ini cenderung dilakukan secara *online* atau menggunakan dunia maya. Intensitas transaksi *online* dari tahun ke tahun terus menunjukkan peningkatan. Seolah-olah para pembeli dan pelaku bisnis mengabaikan resiko

atau ancaman yang akan terjadi saat bertransaksi menggunakan *online shop*. Ditunjang dengan meningkatnya golongan kelas menengah, orang-orang tidak akan ragu untuk mengkonsumsi uang mereka untuk membeli berbagai macam barang yang mereka inginkan.

Diungkapkan oleh CEO *Southeast Asia* lazada, Maximillian Bittner, nilai peminat bisnis *online* di Indonesia akan terus meningkat hingga mencapai angka US\$ 130 milyar pada 2016. Seperti data yang dikumpulkan oleh iPrice, dari data yang dikumpulkan mulai November 2016 hingga Januari 2017, dari sisi jumlah pengguna, lazada termasuk terbanyak yakni sebesar 49 juta visitor¹.

Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suhariyanto mengatakan, dari Sensus Ekonomi 2016 yang dilakukan pihaknya, muncul data sementara jumlah perdagangan berbasis *online (e-commerce)* yang ada di Indonesia. Dalam kurun waktu 10 tahun, jumlah *e-commerce* di Indonesia meningkat sekitar 17 persen. "Sampai sekarang kita baru tahu jumlah usahanya saja. Bahwa dari tahun 2006-2016, naik 17 persen. Jadi total jumlah usahanya sekitar 26,2 juta," ujar dia di Kantor Kementerian PPN/Bappenas, Jakarta, Kamis (15/9/2016)².

Hasil survei data statistik pengguna internet Indonesia tahun 2016 yang dilakukan oleh APJII (*Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*) mengumumkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2016 adalah 132,7 juta user atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Pengguna internet terbanyak ada di pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 user atau sekitar 65% dari total pengguna internet. Jika dibandingkan pengguna internet Indonesia pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta user, maka terjadi kenaikan sebesar 44,6 juta dalam waktu 2 tahun (2014 –

¹ Susetyo Dwi Prihadi, *Peta Persaingan Situs E-commerce di Indonesia*, artikel diakses pada 02 Agustus 2017 dari <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170315104148-185-200219/peta-persaingan-situs-e-commerce-di-indonesia/.html>

² Septian Deny, *Jumlah E-Commerce di Indonesia Capai 262 Juta*, artikel diakses pada 02 Agustus 2017 dari <http://bisnis.liputan6.com/read/2602680/bps-jumlah-e-commerce-di-indonesia-capai-262-juta.html>

2016). Tentu data atau fakta ini menggembirakan, terutama bagi para pelaku bisnis *online* atau pemilik toko *online*³.

Ditunjang dengan pengguna handphone berbasis aplikasi atau android yang semakin menjamur dan mudahnya berbagai usia dalam mengakses internet membuat bisnis *online* semakin digemari karena dianggap lebih efisien dan tidak memiliki batasan waktu dan wilayah. Tidak hanya karena mudah dijangkau atau diakses saja tetapi perkembangannya yang sangat pesat dari hari ke hari membuat peminat bisnis *online* terus bertambah.

Hal ini dibuktikan dari data survey yang dilakukan APJII yaitu paling banyak pengguna internet menggunakan perangkat *mobile (smartphone)* sebesar 63,1 juta atau sekitar 47,6%. Saat melakukan *browsing*, pengguna internet paling banyak menggunakan perangkat *mobile (smartphone)* sebesar 89,9 juta atau 67,8%. Tentu ini harus menjadi perhatian para pemilik *website* agar membuat *website* yang *mobile friendly* atau *responsive*. Sedangkan *browser* yang paling banyak digunakan adalah **Google Chrome** sebesar 66,6%. Ini tentu bisa dipahami karena sebagian besar *smartphone* menggunakan operating sistem Android milik Google. Dan berdasarkan konten yang paling sering dijunjungi, pengguna internet paling sering mengunjungi *web onlineshop* sebesar 82,2 juta atau 62%. Dan konten sosial media yang paling banyak dikunjungi adalah Facebook sebesar 71,6 juta pengguna atau 54% dan urutan kedua adalah Instagram sebesar 19,9 juta pengguna atau 15%.

Bisnis *online* atau toko *online* saat ini memang sedang menjamur dan nge-*trend* dikalangan penikmat dunia maya. Beragam cerita toko *online* dan seputar testimoni bisnis *online* pun semakin banyak dijumpai. Di Indonesia pun banyak yang sudah melakukan sistem belanja *online*, contohnya adalah bukalapak, lazada, bli-bli, tokobagus dan masih banyak toko *online* yang memberlakukan sistem jual beli *online* dalam menjual semua produknya.

³ Isparmo, *Data Statistik Pengguna Internet Indonesia 2016*, artikel diakses pada 02 Agustus 2017 dari <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/html>

Bisnis *online* sendiri sangat mudah dilakukan, karena tidak harus orang yang memiliki latar belakang bidang teknologi, banyak juga dari pelaku bisnis *online* yang asalnya dari ibu rumah tangga, pelajar, karyawan dan mahasiswa, yang menggunakan bisnis *online* sebagai bisnis sampingan dan untuk menambah pendapatan mereka.

Bagi mahasiswa, ada yang sering berfikir untuk mencari pekerjaan sampingan yang bisa dilakukan sembari tetap menjalani tugas utama yaitu belajar. Tidak jarang pula mahasiswa memutar otak mencari alternatif pekerjaan dengan modal kecil yang sesuai dengan kantong mahasiswa. Namun sebenarnya dengan sedikit kreatifitas melihat peluang dan berani mengambil resiko, mahasiswa mampu melakukan salah satu ide bisnis yang kreatif dan tidak banyak memakan waktu adalah dengan bisnis *online*, karena dengan berbisnis *online* mahasiswa masih dapat memenuhi kewajibannya untuk belajar tanpa harus takut kehabisan waktu untuk mencari uang atau berbisnis. Karena dengan berbisnis *online*, mahasiswa dapat mengatur sendiri waktu untuk berbisnis dan belajar dan tidak terlalu menghabiskan waktunya dalam mencari uang.

Melakukan bisnis semenjak kuliah merupakan cara kreatif dan cerdas untuk mempersiapkan diri setelah kelak lulus kuliah. Tetapi ternyata faktanya masih banyak mahasiswa di Indonesia masih enggan menggeluti bisnis *online*. Karena menurut data survey yang dilakukan oleh APJII bahwa berdasarkan usia, pengguna internet terbanyak adalah usia 35-44 tahun sebesar 29,2% dan diikuti usia 25-35 tahun sebesar 24,4%. Sedangkan pengguna paling sedikit adalah usia 55 tahun ke atas hanya sebesar 10%. Bahkan pengguna internet terbanyak berprofesi sebagai Pekerja/Wiraswasta sebesar 82,2 juta atau 62%. Urutan pengguna internet berikutnya berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) sebesar 22 juta atau 16,6% dan yang berprofesi sebagai Mahasiswa sebesar hanya 10,3 juta atau 7,8%.

Jika dilihat dari data tersebut, berdasarkan usia dan profesi mahasiswa bukanlah pengguna internet terbanyak dan masih di bawah 10 %. Hal ini wajar terjadi jika dilihat dari yang terjadi di lapangan. Kebanyakan mahasiswa di

Indonesia lebih suka mencari lowongan pekerjaan atau belomba-lomba menjadi PNS setelah lulus kuliah dibandingkan dengan berbisnis atau membuka usaha sendiri. Beruntung bila mahasiswa tersebut memiliki kemampuan yang baik sehingga mudah dalam mendapatkan pekerjaan. Namun jika tidak, para lulusan kuliah tersebut akan luntang-lantung tidak mendapatkan pekerjaan dengan masa tunggu dalam menemukan pekerjaan yang diinginkannya sehingga menambah jumlah pengangguran di Indonesia. Oleh karena itu menjadi pebisnis sejak dini merupakan cara pintar orang-orang sukses, salah satunya dengan berbisnis *online*.

Saat ini negara Indonesia mendukung kegiatan berbisnis atau wirausaha dengan menyebarkan pengetahuan kewirausahaan dimana perguruan tinggi mewajibkan semua jurusan untuk memberikan mata kuliah kewirausahaan yang bertujuan agar lulusan perguruan tinggi tidak bingung dan canggung terjun ke masyarakat, mereka memiliki mental seorang pebisnis dan dapat mengenal skema dan sistem bisnis yang akan dirintis dengan arah dan tujuan yang jelas sehingga tidak lagi menyalahkan perguruan tingginya, yang menghasilkan lulusan menjadi penganggur.

Bagi seorang mahasiswa bisnis *online* tentunya dapat menjadi nilai lebih untuk berlatih menjadi seorang entrepreneur. Mengingat setiap mahasiswa diharapkan dapat berperan aktif dalam memanfaatkan semua keilmuan yang telah mereka miliki, karena akan sangat percuma ilmu yang telah mereka pelajari namun tidak dapat mendatangkan manfaat yang besar bagi diri sendiri, bangsa maupun negaranya. Dengan munculnya model bisnis *online* ini, diharapkan setiap mahasiswa memiliki pendapatan sendiri bahkan memberikan pendapatan atau pekerjaan kepada orang lain dari bisnis *online* yang dijalanannya.

Mahasiswa yang memiliki jiwa *entrepreneur* tentunya akan sedikit lebih mudah menjalankan bisnis *online* dibandingkan dengan yang belum memiliki atau tidak sama sekali memiliki jiwa *entrepreneur*. Untuk menumbuhkan jiwa *entrepreneur* bagi seorang mahasiswa tentunya bukanlah hal yang mudah apabila tidak didorong dengan minat, motivasi dan kesadaran yang kuat,

disinilah tantangan terbesar yang harus dilalui. Namun bukan berarti tidak dapat ditumbuhkan, perlu latihan dan usaha secara konsisten dan juga didukung dengan bekal ilmu yang cukup, sehingga mahasiswa merasa tertarik, termotivasi serta berminat ketika mereka terjun menggeluti dunia bisnis *online* ini.

Minat dan motivasi merupakan landasan penting bagi seseorang untuk melakukan kegiatan dengan baik. Sebagai suatu aspek kejiwaan minat dan motivasi bukan saja dapat mempengaruhi tingkah laku seseorang, tapi juga dapat mendorong orang untuk tetap melakukan dan memperoleh sesuatu. Dan salah satu kunci untuk mencapai keberhasilan adalah motivasi atau minat seseorang terhadap apa yang dilakukan.

Menurut Adi Sutanto, beberapa faktor-faktor yang memotivasi seseorang untuk menjadi *entrepreneur* yaitu keinginan merasakan kebebasan dalam bekerja, keberhasilan diri yang dicapai, dan toleransi akan adanya resiko. Kebebasan dalam bekerja merupakan sebuah model kerja dimana seseorang melakukan pekerjaan sedikit tetapi memperoleh hasil yang besar. Berangkat kerja tanpa terikat pada aturan atau jam kerja formal, atau berbisnis jarang-jarang tetapi sekali mendapat untung, untungnya cukup untuk dinikmati berbulan-bulan atau cukup untuk sekian minggu kedepan. Keberhasilan diri yang dicapai merupakan pencapaian tujuan kerja yang diharapkan, yang meliputi kepuasan dalam bekerja dan kenyamanan kerja. Toleransi akan resiko, merupakan seberapa besar kemampuan dan kreativitas seseorang dalam menyelesaikan besar kecilnya suatu resiko yang diambil untuk mendapatkan penghasilan yang diharapkan. Semakin besar seseorang pada kemampuan diri sendiri, semakin besar pula keyakinannya terhadap kesanggupan mendapatkan hasil dari keputusannya dan semakin besar keyakinannya untuk mencoba apa yang dilihat orang lain beresiko.⁴

Bisnis *online* bagi mahasiswa itu tidaklah sulit dan bisa dijalani dengan berbagai cara, mulai dari membuat produk hingga memasarkan produk sendiri ataupun cukup dengan memasarkan produk orang lain (*reseller* atau

⁴ Adi Susanto, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000), h.87.

dropshipper). Menjadi *reseller* atau *dropshipper* merupakan cara termudah untuk dilakukan oleh mahasiswa karena hanya bermodalkan *smartphone* dan pulsa internet. Banyak media sosial yang sering digunakan oleh mahasiswa dimana media sosial tersebut dapat digunakan oleh mahasiswa untuk berbisnis *online*, seperti facebook, whatsapp, BBM, instagram dan media seperti toko *online* yang menyediakan lahan untuk dapat ikut berjualan di *website* atau toko *online* tersebut.

Salah satu jenis bisnis *online* yang sekarang tengah marak di kalangan masyarakat dan khususnya di kalangan mahasiswi Institut Ilmu Alquran adalah bisnis *online* busana muslim. Sudah tidak asing lagi bahwa busana muslim menempati salah satu urutan pertama produk bisnis *online* yang paling laris, apalagi menjelang hari Raya. Potensi pasar yang besar didukung oleh era *online* membuat peluang bisnis ini menempati jenis produk yang paling banyak dicari.⁵ Pada saat ini busana muslim sudah menjadi *trend fashion*, busana umat muslim memang pada jauh sebelumnya tidak begitu memiliki sebuah gaya yang bernuansa indah dan modern. Sehingga busana-busana muslim ini kurang diminati oleh masyarakat. Akan tetapi dengan adanya *trend fashion* busana muslim khususnya busana-busana muslimah ini yang telah mengalami perubahan mulai dari bahan dasar yang dipakai, warna-warna yang dipilih, model busana dan sampai pada *style* ini telah dimodifikasi sedemikian rupa yang menjadikannya sebuah pakaian muslimah wanita yang modern dan indah.⁶ Selain itu, busana muslim juga tidak hanya dipakai oleh kalangan muslim saja. Tidak sedikit kaum non-muslim yang menjadikan busana muslim sebagai salah satu koleksinya.⁷

Dengan adanya perubahan yang terjadi pada busana muslim dan dari masa ke masa minat pemakai busana muslim semakin meningkat. Hal ini memicu semakin pesatnya perkembangan bisnis busana muslim, khususnya di

⁵ Hermas Puspito, *10 Juta Per Bulan Dari Facebook*, (Jakarta: PT Ednovate Indonesia, 2017), h.56.

⁶ Busana Muslim Terbaru, *Model Pakaian Muslim Wanita Modern 2015*, artikel ini diakses pada 23 April 2018 dari <https://tipsbusanamuslimterbaru.blogspot.co.id/2015/03/model-pakaian-muslim-wanita-modern-2015.html>

⁷ Diyah Musri Harsini dan Fenty Nadia Luwis, *Bisnis Busana Muslim*, (Jakarta: Penebar Plus, 2010), h.9.

Indonesia terutama bagi mahasiswi Institut Ilmu Alquran, dikarenakan untuk program S1 kampus Institut Ilmu Alquran memang seluruhnya berisikan mahasiswi dan juga merupakan kampus yang mewajibkan setiap mahasiswinya menjadi penghafal Alquran sehingga tentunya seluruh mahasiswinya mengenakan busana muslimah. Jadi, secara tidak langsung konsumen untuk busana muslimah akan lebih banyak dan juga tidak menutup kemungkinan banyak mahasiswi yang menekuni bisnis *online* busana muslim.

Berangkat dari permasalahan di atas, penulis merasa tertarik mengangkat penelitian yang berhubungan dengan bisnis *online* busana muslim. Penulis ingin mengetahui tentang faktor-faktor yang memotivasi mahasiswi dalam bebisnis *online* busana muslim. Untuk itu penulis tuangkan melalui sebuah karya ilmiah yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR KEBERHASILAN DIRI, FAKTOR TOLERANSI AKAN RESIKO, FAKTOR KEBEBASAN DALAM BEKERJA TERHADAP MOTIVASI BERBISNIS ONLINE BUSANA MUSLIM (Studi Kasus Mahasiswi S1 Semester 6 dan 8, Institut Ilmu Alquran Jakarta)**

B. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang Penelitian di atas dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

- a. Bisnis *online* merupakan fenomena baru yang akan sangat berkembang pesat pada saat ini dan masa mendatang.
- b. Bisnis *online* merupakan cara paling efektif dan efisien yang dapat dilakukan mahasiswa/i untuk mandiri secara finansial.
- c. Mahasiswa bukanlah pengguna internet terbanyak dan masih di bawah 10 %.
- d. Motivasi memiliki pengaruh dalam hal apapun termasuk dalam berbisnis *online*.
- e. Motivasi yang rendah akan berpengaruh terhadap hasil bisnis *online* yang dijalani.

- f. Faktor keberhasilan diri, faktor toleransi akan resiko, faktor kebebasan dalam bekerja dalam motivasi berbisnis *online* busana muslim.
- g. Busana muslim menjadi produk yang paling laris di dunia bisnis *online*.
- h. Busana muslim merupakan *trend fashion* saat ini.

2. Pembatasan Masalah

Sehubungan dengan adanya berbagai keterbatasan yang ada pada penulis, seperti keterbatasan waktu, biaya dan tenaga, maka tidak semua variabel yang ditentukan pada identifikasi masalah akan diteliti. Agar penelitian ini lebih fokus dan hasilnya nyata, maka penelitian ini dibatasi kepada faktor-faktor yang memotivasi mahasiswa dalam berbisnis *online* busana muslim.

Faktor-faktor tersebut yang pertama yaitu keberhasilan diri, kedua yaitu toleransi akan resiko, dan yang ketiga yaitu kebebasan dalam bekerja. Penelitian ini hanya akan dilakukan kepada mahasiswa program S1 semester 6 dan semester 8 Institut Ilmu Alquran Jakarta.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah faktor-faktor yang memotivasi mahasiswa dalam berbisnis *online* busana muslim?
- b. Faktor manakah yang paling dominan memotivasi mahasiswa dalam berbisnis *online* busana muslim?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa faktor-faktor yang memotivasi mahasiswa dalam berbisnis *online* busana muslim.
2. Untuk mengetahui faktor manakah yang memotivasi mahasiswa dalam berbisnis *online* busana muslim.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis dalam beberapa pihak, antara lain :

1. Manfaat yang Bersifat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan memberikan sumbangan informasi bagi para ilmuwan ekonomi sehingga dapat memperkaya dan mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan, khususnya di bidang *entrepreneurship* berbasis *online*.

2. Manfaat yang Bersifat Praktis

a. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman penelitian serta menguji kemampuan analisis masalah berdasarkan teori yang pernah di dapat selama studi, khususnya yang berhubungan dengan Manajemen Sumber Daya Manusia.

b. Bagi Mahasiswa

Memberikan gambaran tentang pembuatan skripsi, khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang dapat memotivasi mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur* atau berwirausaha sesuai dengan minat, motivasi atau bidang keahlian yang ditekuni.

c. Bagi Universitas

Dapat menambah dan memperkaya hasil-hasil penelitian, khususnya yang berkaitan dengan aspek motivasi dan kewirausahaan khususnya bisnis *online*.

d. Bagi Masyarakat Luas

Sebagai wacana dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang dapat memotivasi mahasiswa dalam berbisnis *online* atau menjadi *entrepreneur* muslim.

E. Definisi Operasional dan Lingkup Pembahasan

1. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan yang mungkin terjadi dalam memahami judul serta permasalahan yang akan diteliti, maka penulis memberikan penjelasan sebagai berikut:

- a. Motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya.⁸
- b. Mahasiswi adalah sebutan bagi wanita yang sedang menempuh pendidikan tinggi di sebuah perguruan tinggi yang terdiri atas sekolah tinggi, akademi, dan yang paling umum adalah universitas.
- c. Bisnis *online* (*e-commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *www*, atau jaringan komputer lainnya.⁹
- d. Busana muslim adalah model pakaian yang disesuaikan dengan aturan kehidupan penganut agama Islam.¹⁰ Pemilihan busana muslim dalam penelitian ini karena menurut penulis busana muslim sekarang ini sangat banyak diperjual belikan melalui media internet atau *online*.

2. Lingkup Pembahasan

Permasalahan dalam penelitian ini dibatasi hanya untuk melihat tentang faktor-faktor yang memotivasi mahasiswi berbisnis *online* busana muslim pada mahasiswi S1 Institut Ilmu Alquran Jakarta.

F. Sistematika Penelitian

Untuk mengetahui gambaran ringkas mengenai susunan dari penelitian ini, maka dibentuk sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

⁸ T. R. Mitchell, *Research in Organizational Behavior*, (Greenwich CT: JAI Press, 1997), h.60-62.

⁹ Wikipedia, *Perdagangan elektronik*, artikel diakses pada 10 april 2018 dari https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik.html

¹⁰ Wikipedia, *Busana muslim*, artikel diakses pada 10 april 2018 dari https://id.wikipedia.org/wiki/Busana_Muslim.html

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang penelitian, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka membahas teori-teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam penelitian, yang meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesa penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan jenis penelitian, variabel penelitian, hipotesa, karakteristik subyek penelitian, teknik pengambilan sampel, jumlah sampel, alat pengumpulan data serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum subyek penelitian, penyajian data, analisis data yang dilakukan dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan, hasil analisis penelitian dari analisis pembahasan serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teoritis

1. Bisnis *Online*

a. Pengertian Bisnis *Online*

Bisnis adalah usaha menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh perorangan, sekelompok orang atau organisasi kepada konsumen (masyarakat) dengan tujuan utamanya adalah memperoleh keuntungan atau laba (*profit*). Dengan demikian pada dasarnya, melakukan bisnis adalah untuk memperoleh laba atau keuntungan (*profit*).¹¹ Berbisnis tentu tidak bisa lepas dari proses jual beli, dan jual beli merupakan hal yang diharamkan dan terdapat di dalam Al-Qur'an. Allah SWT berfirman:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... ﴿٢٧٥﴾

“...padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*...” (QS. Al-Baqarah: 275)

Pengertian Bisnis menurut Hooper bahwa bisnis adalah segala dan keseluruhan kompleksitas yang ada pada berbagai bidang seperti penjualan (*commerce*) dan industri, industri dasar, *processing*, dan industri manufaktur dan jaringan, distribusi, perbankan, asuransi, transportasi, dan seterusnya yang kemudian melayani dan memasuki secara utuh (*which serve and interpenetrate*) dunia bisnis secara menyeluruh. Sedangkan pengertian bisnis menurut Urwick dan Hunt bahwa bisnis adalah segala perusahaan yang membuat, mendistribusikan, ataupun menyediakan segala barang ataupun jasa yang dibutuhkan oleh

¹¹ Muhammad Irwan Padli Nasution, *Bisnis dan Investasi Syariah* dalam Muhammad Yafiz, Ed., (Medan: FEBI UIN-SU PRESS, 2015), h.7.

anggota masyarakat lainnya serta bersedia dan mampu untuk membeli atau membayarnya.¹²

Beberapa fungsi dari bisnis yaitu:¹³

- 1) Mengubah bentuknya (*form utility*), yang tidak lain dari fungsi produksi.
- 2) Memindahkan tempat produk itu (*place utility*), atau fungsi distribusi.
- 3) Mengubah kepemilikan (*possesive utility*), yaitu fungsi penjualan.
- 4) Menunda waktu kegunaan (*time utility*), atau fungsi pemasaran.

Sementara Steinhoff berpendapat bahwa ada tiga fungsi utama bisnis, yaitu:¹⁴

- 1) Mencari bahan mentah (*acquiring raw material*).
- 2) Mengubah bahan mentah menjadi barang jadi (*manufacturing raw materials into product*).
- 3) Menyalurkan barang yang sudah jadi tersebut ketangan konsumen (*distributing product to consumers*).

E-Bisnis merupakan suatu jenis berbisnis yang menggunakan media berupa barang-barang elektronik seperti tv, radio, komputer, handphone dan masih banyak lagi.¹⁵ E-Bisnis (*e-business*) itu sendiri dapat didefinisikan sebagai semua bisnis yang berjalan lewat proses digital, melalui jejaring bukan di ruangan fisik. Hal yang paling lazim saat ini, e-bisnis berarti tautan elektronik lewat internet dengan konsumen, mitra, pemasok, pegawai, atau konsisten penting lain.¹⁶

E-Business lebih terfokus pada strategi dengan fungsi yang menggunakan kemampuan elektronik dan melibatkan seluruh rantai nilai dalam proses bisnis, yaitu pembelian elektronik dan manajemen rantai pasokan, memproses pesanan secara elektronik, mengatur pelayanan

¹² Nasution, *Bisnis dan Investasi Syariah*, h.7.

¹³ Nasution, *Bisnis dan Investasi Syariah*, h.7.

¹⁴ Nasution, *Bisnis dan Investasi Syariah*, h.8.

¹⁵ Nasution, *Bisnis dan Investasi Syariah*, h.16.

¹⁶ Richard L. Daft, *Era Baru Manajemen New Era Of Management*, terj. Tita Maria Kanita, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h.263.

pelanggan, dan bekerjasama dengan mitra usaha.¹⁷ *E-Business* merupakan sistem bisnis berbasis internet. Sistem menawarkan efisiensi dan pengendalian pasar melalui kecepatan dan kemudahan akses, keluasan jangkauan pasar, serta penghematan waktu dan biaya.¹⁸

Sebuah model bisnis *online* yang menarik muncul selama beberapa tahun terakhir, yaitu penggabungan antara konten dan *commerce*. Orang menyebutnya dengan berbagai macam nama : “*content based commerce*”, “*intersection of content & commerce*”, “*content before commerce*”. Secara tradisional, konten secara ketat didefinisikan hanya mendapatkan penghasilan dari iklan, sedangkan *business model commerce* hanya menggunakan content untuk tujuan pemasaran.¹⁹

Electronic Commerce (e-commerce) adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *e-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, dimana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dan lain-lain.²⁰ *E-commerce* adalah istilah lebih sempit yang secara khusus berarti pertukaran atau transaksi bisnis yang terjadi secara elektronik.²¹ *E-commerce* juga meliputi aktivitas yang mendukung transaksi tersebut, seperti periklanan, pemasaran, dukungan konsumen, keamanan, pengiriman, dan pembayaran.²²

¹⁷ Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan, *E-Business & E-Commerce*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), h.9.

¹⁸ Budi Sutedjo Dharma Oetomo, dkk. *Pengantar Teknologi Informasi Internet: Konsep dan Aplikasi*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), h.3.

¹⁹ Nasution, *Bisnis dan Investasi Syariah*, h.20.

²⁰ Nasution, *Bisnis dan Investasi Syariah*, h.20.

²¹ Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon, *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*, terj. Lukki Sugito, Merry Rindy Antika, Ratna Sarawati, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), h.264.

²² Laudon dan Laudon, *Sistem Informasi Manajemen*, h.59.

E-commerce atau dikenal sebagai bisnis *online* adalah sebuah konsep perdagangan model baru jika dibandingkan dengan model lainnya.²³ Bisnis *online* merupakan bisnis yang dilakukan secara *online* dengan memajang barang dagangan di internet, menggunakan media internet dan layanan komunikasi jarak jauh. Berbagai prosesnya melibatkan sebagian besar layanan internet.²⁴

Dari pemahaman di atas dapat dikatakan bahwa bisnis merupakan sebuah usaha atau upaya aktif untuk mendatangkan keuntungan berupa uang, yaitu dari usaha perdagangan, usaha jasa, jual-beli produk hingga investasi. *Online* artinya menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan upaya penjualan atas produk-produk.²⁵ Maka dari definisi tersebut bisnis *online* atau *e-commerce* secara sederhana dapat diartikan sebagai proses jual beli, pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan internet. Dengan demikian, bisnis *online* mempunyai 3 karakteristik, yaitu:²⁶

- 1) Terjadinya transaksi antara dua pihak atau lebih.
- 2) Adanya pertukaran produk, barang, jasa atau informasi.
- 3) Proses atau mekanisme akad tersebut menggunakan media internet.

Salah satu alasan pesatnya perkembangan bisnis *online* adalah adanya perkembangan jaringan *protocol* dan *software* dan tentu saja yang paling mendasar adalah meningkatnya persaingan dan berbagai tekanan bisnis.²⁷ Bisnis *online* di dalam Islam masuk ke dalam kategori jual beli salam yang di Indonesia sudah diatur di dalam fatwa DSN nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli salam.

²³ Nisrina M, *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Keuntungan*, (Yogyakarta: Kobis, 2015), h.35.

²⁴ Feri Sulinta, *Tips Berjualan dan Berpromosi Online Terbaik*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), h.3.

²⁵ Hapzi Ali dan Tonny Wangdra, *Technopreneurship Dalam Perspektif Bisnis Online*, (Jambi: Baduose Media, 2010), h.45.

²⁶ Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), h.20.

²⁷ Ahmadi dan Hermawan, *E-Business & E-Commerce*, h.10.

Menurut Greg Holden (2005) dalam bukunya *Starting an Online Business For Dummies* menjelaskan ada 10 langkah yang harus diperhatikan dalam memulai bisnis *online* yaitu:²⁸

- 1) Identifikasi Kebutuhan.
- 2) Tentukan apa yang harus anda tawarkan.
- 3) Mulai dengan rencana bisnis *cyber*.
- 4) Dirakit semua peralatan untuk membangun toko.
- 5) Cari orang untuk membantu anda.
- 6) Membangun situs *web*.
- 7) Bangun sistem untuk proses penjualan.
- 8) Menyediakan layanan personal.
- 9) Menyediakan informasi untuk media dan semua orang.
- 10) Ulasan, merevisi, dan meningkatkan.

b. Model-Model Bisnis *Online*

E-Bisnis terbagi atas beberapa model yaitu:²⁹

1) B2B atau *Business To Business*

Ini adalah suatu jenis usaha yang digunakan antara perusahaan satu dengan perusahaan yang lain baik perusahaan yang berjalan di bidang industri serupa maupun yang berbeda yang transaksinya menggunakan jasa internet.

2) B2C atau *Business To Consumer*

Jenis ini adalah jenis bisnis perdagangan elektronik oleh suatu perusahaan yang akan menjual langsung produk produksinya kepada para pembelinya. B2C menawarkan produk yang kualitasnya baik dan bagus dengan harga yang relatif murah dan pelayanannya yang baik sehingga jika di lakukan dengan baik dan benar dapat dengan cepat meraih kesuksesan.

²⁸ Nasution, *Bisnis dan Investasi Syariah*, h.26.

²⁹ Nasution, *Bisnis dan Investasi Syariah*, h.16.

3) C2C atau *Consumen To Consumen*

Pada C2C yang menjual produk adalah pelanggan yang di jual ke pelanggan lainnya.

4) C2B atau *Consumen To Busines*

Ini adalah suatu jenis bisnis yang konsumen atau pelanggan memberitahukan apa yang dibutuhkan. Lalu para pemasok akan saling bersaing siapa yang dapat menyediakan apa yang konsumen tadi minta atau yang diinginkan.

c. Macam-Macam Bisnis *Online*

Bentuk bisnis *online* yang sampai saat ini masih berjalan dan mendatangkan keuntungan bagi pengelolanya, diantaranya adalah:³⁰

1) Toko *Online*

Toko *online* adalah sebuah toko yang menjual berbagai macam produk melalui internet dengan menggunakan sebuah *website*. Adapun *website* interaktif yang menangani permintaan informasi dari konsumen terhadap sebuah produk dan sekaligus menangani pesannya.

2) *Multi Level Marketing Online*

Pada prinsipnya tidak ada yang berbeda antara sistem MLM Konvensional dan MLM *online*. Segala hal yang diterapkan atau berlaku pada sistem MLM konvensional juga diberlakukan pada sistem MLM *online*. Bedanya antara MLM konvensional dan MLM *online* adalah cara mencari member dan jangkauan member yang dapat dicapai.

3) *Money Game Online*

Bisnis *Money Games* digambarkan seperti bisnis arisan berantai yang hanya memanfaatkan aliran dana dari member baru yang

³⁰ Ali dan Wangdra, *Technopreneurship Dalam Perspektif Bisnis Online*, h.46-49.

bergabung. Transaksi yang terjadi hanyalah pemindahan dana dari satu rekening ke rekening yang lain tanpa adanya produk.

4) *Bisnis Web Hosting*

Web hosting adalah bisnis menyewakan ruang *server* untuk menempatkan *file website* agar dapat diakses kapanpun dan oleh siapapun. *Bisnis web hosting* pada umumnya juga menangani jasa untuk klaim nama domain pribadi baik *dot com*, *dot org*, *dot net*, *dot biz* ataupun yang lainnya. Layanan lain yang disediakan oleh *bisnis web hosting* adalah *web desain* sehingga jika ada seseorang yang buta sama sekali dengan internet namun hendak memiliki *website* maka dengan menghubungi sebuah alamat *web hosting* dan membayar biaya hosting masalah sudah dapat terselesaikan.

5) *Google AdSense*

Google AdSense atau *AdSense* adalah program kerja sama periklanan melalui internet yang diselenggarakan oleh Google. Melalui program periklanan *AdSense*, pemilik situs *web* atau *blog* yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya diperbolehkan memasang unit iklan yang bentuk dan materinya telah ditentukan oleh Google di halaman *web* mereka. Pemilik situs *web* atau *blog* akan mendapatkan pemasukan berupa pembagian keuntungan dari Google untuk setiap iklan yang diklik oleh pengunjung situs, yang dikenal dengan sistem *pay per click* (ppc) atau bayar per klik.

6) *E-Commerce*

E-commerce adalah dimana dalam satu *website* menyediakan atau dapat melakukan transaksi secara *online* atau juga bisa merupakan suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan “*get and deliver*“. *E-commerce* akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan *trading* (perdagangan).

d. Media Sosial yang Digunakan Dalam Bisnis *Online*

1) Facebook

Facebook adalah media sosial terbesar sampai saat ini. Berdasarkan info dari KOMINFO, Indonesia adalah negara ke-4 dengan jumlah pengguna Facebook terbesar di dunia, setelah Amerika Serikat, Brazil dan India. Total perkiraan, ada sekitar 41 juta pengguna jejaring sosial milik Mark Zuckerberg ini di Indonesia. Melihat fakta di atas, pebisnis *online* bisa meraih omzet yang sangat besar jika bisa mengoptimalkan Facebook sebagai media promosi. Salah satunya dengan memanfaatkan fitur- fitur yang terdapat dalam facebook yaitu: Facebook Page, Facebook Group, Facebook Ads.³¹

2) Instagram

Dari sekian banyak media sosial yang ada saat ini, Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis. Instagram merupakan media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video sekaligus pesan teks yang dituliskan dalam caption masing-masing foto dan video yang diunggah. Instagram menjadi media sosial yang sangat tepat untuk menjalankan sebuah bisnis karena selain bisa memposting gambar juga bisa menyertakan teks informasi mengenai gambar yang diunggah.³²

3) Blackberry Messenger (BBM)

Walaupun sudah mulai ditinggalkan penggunanya, Blackberry Messenger atau BBM masih merupakan platform yang sangat bagus untuk berjualan, khususnya di Indonesia. Bahkan ada pebisnis *online* yang berhasil menembus milestone penjualan 100.000 pieces pertama, 80% penjualannya pun terjadi lewat BBM. Bagusnya lagi,

³¹ Inspira Research Center, *Master Medsos*, (Yogyakarta: Inspira Publishing, 2016), h.52.

³² Inspira Research Center, *Master Medsos*, h.134.

konsep penjualan dari BBM ini nantinya juga bisa diterapkan ke berbagai platform media sosial lainnya.³³

4) LINE

Di antara banyaknya aplikasi chatting yang bisa pebisnis *online* manfaatkan untuk melakukan bisnis *online*, yang cukup digemari adalah aplikasi LINE. LINE sendiri sering dipilih untuk media penjualan *online* karena memang cara penggunaannya praktis jika dibandingkan dengan aplikasi chatting yang lain. Salah satu alasannya adalah bahwa untuk berteman di aplikasi ini tidak perlu meminta persetujuan lawan chatting. Hal ini tentu memudahkan pelanggan untuk mengakses bisnis *online*.³⁴

Pemilihan aplikasi ini sendiri lebih banyak didasarkan pada banyaknya fitur yang bisa membantu kita penjualan *online*. Salah satu fitur LINE yang bisa membantu kita penjualan *online* adalah LINE@. LINE@ sebenarnya adalah sebuah fitur pada aplikasi LINE yang ditujukan untuk keperluan bisnis. Bahkan, fitur ini memang menargetkan para pebisnis sebagai penggunanya.³⁵

e. Hal yang Perlu Diperhatikan Dalam Berbisnis *Online*

*Social Marketing: Golden Rules:*³⁶

1) Beri manfaat sebanyak-banyaknya.

Sebelum menjual produk apapun secara *online*, Anda harus yakin dulu pada manfaatnya. Tanyakan ke diri Anda sendiri: kira-kira bersediakah saya membeli barang yang saya jual dengan harga yang saya tawarkan? Jika Anda sendiri tidak mau membelinya, jangan jual produk tersebut. Cari produk yang mana Anda benar-benar mau

³³ Inspira Research Center, *Master Medsos*, h.160.

³⁴ Inspira Research Center, *Master Medsos*, h.179.

³⁵ Inspira Research Center, *Master Medsos*, h.200.

³⁶ Inspira Research Center, *Master Medsos*, h.19-50.

membelinya, menggunakannya, dan merekomendasikannya untuk orang lain.

Penyebab paling besar dari gagalnya seorang pengusaha baru adalah membuat/menjual produk yang tidak diinginkan atau dibutuhkan pasar.³⁷ “*don't find customers for your product. Find product for your customers*” (Seth Godin).³⁸ Konsep dalam menjalankan bisnis *online* yaitu menemukan target market yang ingin dibidik, mencari permasalahan target market, dan membuat produk sebagai solusi masalah target market.³⁹

2) Komitmen untuk menjaga kualitas produk.

Jika kualitas produk Anda memuaskan, Anda tidak perlu susah-susah berpromosi. Pelanggan yang puaslah yang akan mempromosikan produk tersebut untuk Anda.

3) WOW service.

Servis yang WOW untuk pelanggan Anda adalah kunci sukses yang mutlak harus dilakukan jika ingin sukses berbisnis di media sosial. Sama seperti di poin nomor 2, jika Anda memberikan servis yang WOW, pelanggan pasti pasti akan berubah menjadi sosok yang loyal pada *online shop* Anda.

4) Bangun kolam yang penuh kebahagiaan.

Istilah kolam sangat sering dipakai oleh para pebisnis *online*. Ya, kolam bisa diartikan sebagai sebuah platform yang menampung calon-calon pembeli produk Anda. Platform tersebut bisa berupa Facebook, BBM, LINE, kontak email, dan banyak lagi. Platform inilah yang disebut kolam, sedangkan calon pembeli ini yang

³⁷ Muri Handayani, *Emak-Emak Jago Jualan*, (Bandung: Billionaire Sinergi Korpora, 2016), h.84.

³⁸ Dewa Eka Prayoga, *Gara-Gara Facebook*, (Bandung: Billionaire Sinergi Korpora, 2016), h.124.

³⁹ Handayani, *Emak-Emak Jago Jualan*, h.84.

diibaratkan ikan. Dengan adanya kolam prospek ini, pebisnis *online* tidak akan kehabisan daftar calon pembelinya.⁴⁰

Dalam teknik berpromosi, ada aturan untuk membuat ikan-ikan dalam kolam menjadi gemuk terlebih dahulu. Pertama-tama, beri mereka makanan berkualitas. Setelah cukup gemuk, barulah mereka dipancing. Sebagai seorang pemilik kolam, Anda harus memastikan kalau ikan-ikan tersebut bahagia, sejahtera, dan gemuk-gemuk. Jangan sampai ikan Anda sakit, karena kemungkinan penyakitnya bisa menyebar kepada ikan-ikan yang lain. Bisa-bisa, karena penyakit tersebut, semua ikan Anda mati dan kolam yang sudah susah-payah dibangun akan kosong.

5) Bangun sistem *reseller* yang solid.

Jika Anda ingin bisnis *online* Anda berkembang dengan pesat, sistem *reseller* dan keagenan wajib diterapkan. Dalam bisnis *online*, *reseller* ini biasa disebut dengan *affiliate*. Lihat saja, raksasa-raksasa bisnis *online* dunia, seperti Amazon dan Clickbank, menjadi besar dari sistem *affiliate* yang mereka kembangkan. Dengan membangun sistem *reseller*, Anda tidak akan sendirian lagi dalam melakukan promosi dan penjualan. Makin banyak *reseller*, makin banyak pula pasukan yang siap mempromosikan produk Anda.

6) Harus viral (atau menuju ke arah viral).

Jika materi promosi yang Anda gunakan untuk berjualan tersebar dengan luas, otomatis penjualan produk juga akan meningkat. Yang lebih hebat lagi, orang-orang juga akan senang melihat materi promosi Anda. Mereka tanpa ragu akan membagikannya di *timeline* media sosial mereka yang langsung bisa dilihat oleh ratusan orang lain.

⁴⁰ Puspito, *10 Juta Per Bulan*, h.93.

7) Desain profesional

bahkan hanya dengan mengandalkan desain yang bagus saja, Anda bisa menjual jauh lebih baik.

f. Kelebihan dan Kekurangan Bisnis *Online*

Ada beberapa kelebihan dari bisnis *online* ini, yaitu:⁴¹

- 1) Bisnis dapat dilakukan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu.
- 2) Modal awal yang diperlukan relatif kecil.
- 3) Keuntungan yang didapatkan bisa lebih besar karena jalur distribusi menjadi relatif pendek.
- 4) Bisnis *online* dapat berjalan secara otomatis.
- 5) Akses pasar yang lebih luas.
- 6) Pelanggan (konsumen) lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlukan dengan *online*.
- 7) Meningkatkan efisiensi, terutama jarak dan waktu, dalam memberikan layanan kepada konsumen.
- 8) Penghematan dalam berbagai biaya operasional.

Selain beberapa keuntungan tersebut, bisnis *online* ini juga mempunyai beberapa kelemahan, yaitu:

- 1) Masih minimnya kepercayaan masyarakat pada bentuk transaksi *online*.
- 2) Masih minimnya pengetahuan tentang teknologi informasi, khususnya dalam pemanfaatan untuk bisnis sehingga menimbulkan banyak kekhawatiran.
- 3) Perlu kehati-hatian yang tinggi.
- 4) Adanya peluang penggunaan akses oleh pihak yang tidak berhak, khususnya yang bermaksud tidak baik.
- 5) Adanya gangguan teknis.

⁴¹ Purkon, *Bisnis Online Syariah*, h.21.

- 6) Memerlukan tingkat kepercayaan yang sangat tinggi dalam melakukan transaksi.
- 7) Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan (*server*).
- 8) Penyebaran reputasi di dunia maya dapat dilakukan dengan cepat, baik reputasi baik, maupun buruk.

2. Motivasi Berbisnis (Kewirausahaan)

a. Pengertian Motivasi Berbisnis

Fase pertama yang harus dilalui oleh seorang pebisnis adalah fase motivating, inilah saat ketika impian dan keinginan untuk berbisnis memuncak penuh gairah namun masih terbelenggu oleh kondisi diri sendiri dan orang lain. Inilah saatnya pebisnis “*think big*” membangun visi menjadi energi kinetik agar segera berani memulai membuka bisnis.⁴²

Kata motivasi berasal dari kata motif yang berarti dorongan, sebab atau alasan seorang melakukan sesuatu. Dengan demikian motivasi merupakan suatu kondisi yang mendorong atau menjadi sebab seseorang melakukan suatu perbuatan/kegiatan yang berlangsung secara sadar.⁴³

Pendapat lain mengatakan motivasi berasal dari bahasa latin “*Movere*” yang artinya menimbulkan pergerakan. Motif didefinisikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat.⁴⁴ Hamzah menjelaskan istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat. Motif tidak dapat diamati secara langsung, tetapi dapat diinterpretasikan dalam tingkah lakunya, berupa rangsangan dorongan atau pembangkit tenaga munculnya suatu tingkah laku tertentu.⁴⁵ Motivasi itu sendiri

⁴² Ayu Paramita, *Gara-Gara Facebook Ads*, (Bandung: Billionaire Sinergi Korpora, 2017), h.13.

⁴³ Hadari Nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Untuk Bisnis yang Kompetitif*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2003), h.351.

⁴⁴ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), h.220.

⁴⁵ Hamzah, *Teori Motivasi dan Pengukurannya Analisa di Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h.3.

memiliki arti yaitu dorongan yang timbul dalam diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan sesuatu tindakan dengan tujuan tertentu. Sedangkan dalam psikologi motivasi mempunyai arti yaitu usaha-usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok tertentu tergerak untuk melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya atau mendapatkan kepuasan dengan perbuatannya.⁴⁶

Motivasi didefinisikan oleh Fillmore H. Standford bahwa “*motivation is an energizing condition of organism that serves to direct that organism toward the goal of a certain class*” (motivasi sebagai tujuan suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu).⁴⁷ Sedangkan Oemar Hamalik mengutip pendapat Mc.Donald “*motivation is an energy change within the person characterized by affective arousal and anticipatory goal reaction*”. Motivasi adalah perubahan energi dalam diri (pribadi) seseorang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan.⁴⁸ Sementara itu, menurut Alex Sobur motivasi berarti membangkitkan motif, membangkitkan daya gerak atau menggerakkan seseorang atau diri sendiri untuk berbuat sesuatu dalam rangka mencapai suatu keputusan atau tujuan.⁴⁹

Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Selain itu menurut Siswanto mengartikan motivasi sebagai keadaan kejiwaan atau menggerakkan dan mengarah atau menyalurkan perilaku kearah pencapaian kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidak seimbangan.⁵⁰ Sedangkan motivasi berbisnis atau kewirausahaan adalah suatu keinginan yang mendorong kita untuk memutuskan untuk menjadi *entrepreneur*. Hendro

⁴⁶ Sondang Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1995), h.35.

⁴⁷ Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), h.93.

⁴⁸ Oemar Malik, *Proses Belajar Mengajar*, (Bandung: Bumi Aksara, 2008), h.159.

⁴⁹ Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003), h.268.

⁵⁰ Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 1998), h.252.

mengungkapkan bahwa sumber energi yang dibutuhkan dalam kegiatan bisnis atau kegiatan apapun adalah mempunyai semangat dan gairah untuk mengerjakannya. Kedua-duanya adalah satu dan menjadi sumber energi (motivasi) dalam berbisnis.⁵¹

Struktur teori motivasi yang menyeluruh dikembangkan oleh Abraham H. Maslow dibangun atas landasan hierarki kebutuhan, hierarki keterkaitan antara satu kebutuhan dengan kebutuhan yang lain. Maslow membagi hierarki kebutuhan dalam lima tingkat dasar kebutuhan. Tiap tingkat mendasari tingkat berikutnya yang lebih tinggi, dan dengan demikian seterusnya. Maslow mengungkapkan hal ini lewat argumennya “ini adalah apa yang kita maksudkan bahwa kebutuhan dasar manusia terorganisasi dalam sebuah hierarki potensi relatif”.⁵²

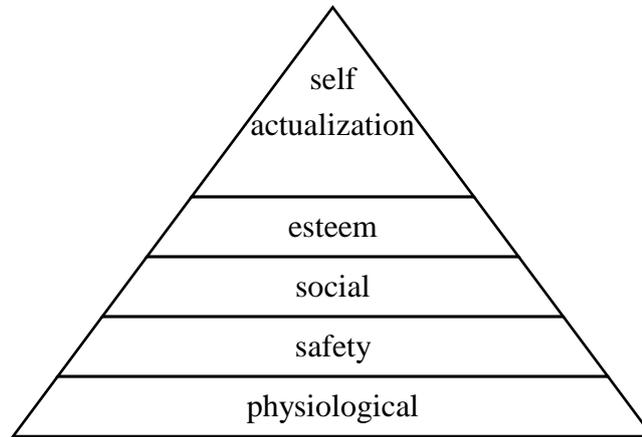
Bagi Maslow, seluruh hierarki kebutuhan adalah bagian dari sifat dasar manusia yang paling hakiki. Karena hierarki itu disusun berdasar “prinsip potensi relatif” (*the principle of relative potency*), maka kebutuhan pada tingkat yang lebih rendah mempunyai sifat yang lebih kuat dan mendesak daripada kebutuhan yang ada di atasnya. Oleh karena itu, sebelum kebutuhan yang lebih rendah terpuaskan maka kebutuhan yang lebih tinggi belum muncul atau dominan. Kuatnya dominasi kebutuhan yang lebih rendah tingkatnya menyebabkan susunan kebutuhan ini digambarkan sebagai sebuah piramida.⁵³

Berikut gambar sebuah piramida teori hierarki kebutuhan maslow yang menunjukkan bahwa kebutuhan yang paling rendah harus terpenuhi dulu sebelum memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi atau paling tinggi.

⁵¹ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. (Jakarta: Erlangga, 2011), h.174.

⁵² Hendro Setiawan, *Manusia Utuh: Sebuah Kajian Atas Pemikiran Abraham Maslow*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 2014), h.39.

⁵³ Setiawan, *Manusia Utuh*, h.43-44.



Gambar 2.1
Hierarchy of Needs

Secara umum Maslow menguraikan kelima tingkat ini sebagai berikut:⁵⁴

- 1) Kebutuhan fisik (*physiological needs*), kebutuhan ini bersifat biologis, seperti : kebutuhan akan oksigen, makanan, air dan sebagainya.
- 2) Kebutuhan rasa aman (*safety needs*), seperti kebutuhan akan: keamanan, stabilitas, ketergantungan, perlindungan, kebebasan dari rasa takut dan kekacauan, kebutuhan akan struktur, keteraturan, hukum, batasan, kuat dalam perlindungan dan seterusnya.
- 3) Kebutuhan akan kepemilikan dan cinta (*the belongingness and love needs*), manusia memiliki kecenderungan mendalam untuk dipimpin, berkumpul, menjadi bagian dari kelompok, dan untuk memiliki hubungan antar manusia.
- 4) Kebutuhan untuk dihargai (*esteem needs*), semua orang dalam masyarakat dalam kondisi normal “punya keinginan untuk menghormati atau menghargai dirinya sendiri, dan juga untuk dihormati orang lain”.
- 5) Kebutuhan untuk aktualisasi diri (*self actualization*), kebutuhan ini bertujuan untuk menggunakan kemampuan dan potensi, kebutuhan

⁵⁴ Setiawan, *Manusia Utuh*, h.39-43.

untuk berpendapat dengan menggunakan ide-ide memberi penilaian dan kritik terhadap sesuatu.

Adapun David McClelland mengemukakan adanya tiga macam kebutuhan, yaitu:⁵⁵

- 1) *Need for Achievement* (kebutuhan pencapaian), yaitu kebutuhan untuk berprestasi yang merupakan refleksi dari dorongan akan tanggung jawab untuk pemecahan masalah. Kebutuhan untuk berprestasi adalah kebutuhan untuk melakukan pekerjaan lebih baik dari sebelumnya, selalu berkeinginan mencapai prestasi yang lebih baik.
- 2) *Need for Affiliation* (kebutuhan hubungan), yaitu kebutuhan untuk berafiliasi yang merupakan dorongan untuk berinteraksi dengan orang lain, berada sama orang lain, tidak mau melakukan sesuatu yang merugikan orang lain.
- 3) *Need for Power* (kebutuhan kekuatan), yaitu kebutuhan untuk kekuasaan yang merupakan refleksi dari dorongan untuk mencapai otoritas untuk memiliki pengaruh terhadap orang lain.

Menurut Ganursa, terdapat dua motif dasar yang menggerakkan perilaku seseorang, yaitu motif biologis yang berhubungan dengan kebutuhan untuk mempertahankan hidup dan motif sosial yang berhubungan dengan kebutuhan sosial.⁵⁶ Menurut McDonald, terdapat tiga unsur yang berkaitan dengan motivasi yaitu:

- 1) Motif dimulai dari adanya perubahan energi dalam pribadi, misalnya adanya perubahan dalam sistem pencernaan dan menimbulkan motif lapar.
- 2) Motif ditandai dengan timbulnya perasaan (*effectifarousal*), misalnya karena seseorang tertarik dengan tema diskusi yang sedang diikuti, maka dia akan bertanya.

⁵⁵ Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, h.97-98.

⁵⁶ Handoko, *Manajemen edisi 2*, h.256.

- 3) Motif ditandai dengan reaksi-reaksi untuk mencapai tujuan.

Dari defenisi di atas, secara umum ada dua aspek motivasi yaitu aspek motivasi dikenal aspek aktif atau dinamis dan aspek pasif atau statis.⁵⁷

- 1) Aspek aktif, motivasi tampak sebagai suatu usaha positif dalam menggerakkan dan mengarahkan sumber daya manusia agar secara produktif berhasil mencapai tujuan yang diinginkan.
- 2) Aspek pasif, motivasi akan tampak sebagai perangsang untuk dapat mengarahkan dan menggerakkan potensi sumber daya manusia itu kearah tujuan yang diinginkan.

b. Fungsi Motivasi

Segala sesuatu pasti mempunyai tujuan. Begitu juga timbulnya dorongan, energi, tenaga untuk melakukan sesuatu pasti diiringi dengan tujuan yang ingin dicapai. Dengan kata lain, walaupun motivasi memberikan kekuatan yang besar terhadap tindakan yang dilakukan seseorang, motivasi juga memiliki fungsi. Diantara fungsi motivasi adalah:

- 1) Mendorong manusia untuk berbuat, yaitu sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi. Secara sederhana, motivasi memberikan energi yang kasat mata sehingga manusia tergerak untuk melakukan sesuatu.
- 2) Menentukan arah perbuatan, yaitu membimbing manusia pada tujuan yang ingin dicapai.
- 3) Menyelesaikan perbuatan, yaitu menentukan apakah perbuatan itu harus dilakukan atau tidak. Jika harus dilakukan maka motivasi akan menuntun diri manusia tersebut untuk merealisasikan hingga tercapai tujuan.⁵⁸

⁵⁷ Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi dan motivasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), h.96.

⁵⁸ Iis Siti Aisyah, *Pengaruh Motivasi Santri Terhadap Kemampuan Membaca Al-Qur'an*, (Jakarta: t.p, 2005), h.19.

c. Karakteristik Orang yang Mempunyai Motivasi Tinggi

David McClelland mengemukakan enam karakteristik orang yang mempunyai motif keberhasilan tinggi, yaitu:⁵⁹

- 1) Memiliki tingkat tanggung jawab yang tinggi.
- 2) Berani mengambil dan memikul resiko.
- 3) Memiliki tujuan yang realistik.
- 4) Memiliki rencana kerja yang menyeluruh dan berjuang untuk merealisasikan tujuannya.
- 5) Memanfaatkan umpan balik yang konkret dalam semua kegiatan yang dilakukan.
- 6) Mencari kesempatan untuk merealisasikan rencana yang sudah diprogram.

Edward Murray berpendapat bahwa karakteristik orang yang mempunyai motivasi keberhasilan tinggi adalah sebagai berikut:⁶⁰

- 1) Melakukan sesuatu dengan sebaik-baiknya.
- 2) Melakukan sesuatu untuk mencapai kesuksesan.
- 3) Menyelesaikan tugas-tugas yang memerlukan usaha & keterampilan.
- 4) Berkeinginan menjadi orang terkenal atau menguasai bidang tertentu.
- 5) Mengerjakan tugas yang sukar dengan hasil yang memuaskan.
- 6) Melakukan sesuatu yang lebih baik daripada orang lain.

3. Faktor-Faktor Motivasi Dalam Berbisnis

Salah satu faktor pendorong pertumbuhan Bisnis atau wirausaha terletak pada peranan universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pihak universitas atau perguruan tinggi bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha kepada para

⁵⁹ Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, h.103.

⁶⁰ Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, h.103.

lulusannya dan memberikan motivasi untuk berani memilih bisnis sebagai karir mereka.

Studi yang dilakukan Russel M. Knight di Kanada menyimpulkan bahwa Seorang wirausaha utamanya tidak dimotivasi oleh *financial incentive*, tetapi oleh keinginan untuk melepaskan diri dari lingkungan yang tidak sesuai, selain untuk menemukan arti baru bagi kehidupannya. Faktor motivasi tersebut yaitu:⁶¹

1. *The foreign refugee* yaitu peluang-peluang ekonomi di negara lain yang lebih menguntungkan sering kali mendorong orang untuk meninggalkan negaranya yang tidak stabil secara politis untuk berwirausaha di sana.
2. *The corporate refugee* yaitu pekerja-pekerja yang tidak puas dengan lingkungan perusahaannya merasa bahwa kepuasan kerjanya akan meningkat dengan memulai dan menjalankan bisnis sendiri.
3. *The parental (paternal) refugee*, maksudnya banyak individu yang memperoleh pendidikan dan pengalaman dari bisnis yang dibangun oleh keluarganya sejak ia masih anak-anak. Mereka biasanya kemudian akan berusaha untuk mencoba bisnis lain daripada yang selama ini dikerjakan oleh keluarga.
4. *The feminist refugee*, artinya para wanita yang merasa telah mendapatkan perlakuan diskriminatif dibandingkan kaum laki-laki, baik dalam sistem pendidikan, lingkungan perusahaan, maupun dalam masyarakat, akan berusaha membuktikan bahwa dirinya mampu dengan mendirikan perusahaan sendiri.
5. *The housewife refugee*, para ibu rumah tangga yang pada awalnya sibuk mengurus anak dan rumah tangganya akan mencoba membantu suaminya dalam hal keuangan karena kebutuhan anak-anak yang makin dewasa makin besar. Mereka biasanya akan mencoba bisnis kecil-kecilan dengan dibantu oleh anggota keluarga lainnya.

⁶¹ Rambat Lupiyoadi, *Entrepreneur: from Mindset to Strategy*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2007), h.21-22.

6. *The society refugee* adalah anggota masyarakat yang tidak setuju dengan kondisi lingkungannya biasanya akan mencoba menjalankan usaha yang tidak terikat dengan lingkungan yang ada. Terakhir, *The educational refugee* artinya banyak orang yang gagal dalam studinya atau mereka yang tidak cocok dengan sistem pendidikan yang ada, menjadi terpacu untuk berwirausaha.

Menurut Hendro ada beberapa faktor yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk memilih jalur *entrepreneurship* sebagai jalan hidupnya. Faktor-faktor itu adalah faktor individual atau personal, suasana kerja, tingkat pendidikan, *personality* (kepribadian), prestasi pendidikan, dorongan keluarga, lingkungan dan pergaulan, ingin lebih dihargai atau *self-esteem*, serta keterpaksaan dan keadaan.⁶²

Hal utama yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan wirausaha adalah karena adanya keinginan untuk berwirausaha. Adi Susanto mengemukakan, beberapa faktor motivasi yang dapat mendorong seseorang untuk menjadi wirausaha yaitu:

a. Keberhasilan Diri

Mone (1994) mendiskusikan dua ukuran tentang keberhasilan diri yang mendorong seseorang untuk berwirausaha. Ukuran pertama dianalogikan dengan harapan, dan ukuran kedua dianalogikan dengan hasil dari harapan tersebut. Keberhasilan diri sebagai seorang *entrepreneur* di sini kemungkinan dari mendapatkan kesempatan-kesempatan yang diinginkan dan keuntungan pekerjaan atas pekerjaan yang telah dilakukan.⁶³

Shapero dan Kruger (2000) menggunakan keberhasilan diri sebagai salah satu wakil dari motivasi untuk menjadi *entrepreneur* karena mempercayai bahwa orang-orang mungkin akan termotivasi

⁶² Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, h.61-63.

⁶³ Angki Adi Tama, *Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Entrepreneur*, (Skripsi pada Program Manajemen Reguler II Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010), h.45.

untuk menjadi *entrepreneur* apabila mereka percaya wirausaha memiliki kemungkinan lebih besar untuk berhasil daripada bekerja untuk orang lain untuk mendapatkan hasil yang berharga. Atkinson (2004) menyatakan bahwa salah satu faktor penting dan menjadi daya penggerak bagi seseorang untuk menjadi *entrepreneur* adalah keinginannya untuk memenuhi kebutuhannya untuk berhasil serta menjauhi kegagalan. Jika seseorang memiliki kebutuhan tinggi untuk berhasil, maka orang tersebut akan bekerja keras dan tekun belajar.

Karakteristik *entrepreneur* yang berhasil (Pearce II, 1989)⁶⁴:

1) Komitmen yang tinggi.

Tingkat komitmen para *entrepreneur* biasanya dapat terganggu oleh kesediaan mereka untuk merusak kondisi kemakmuran pribadi mereka, oleh kesediaan mereka untuk menginvestasi waktu, mentolerir standar kehidupan lebih rendah, dibandingkan dengan standar hidup yang sebenarnya dapat dinikmati mereka, dan bahkan pengorbanan waktu berkumpul dengan keluarga mereka.

2) Dorongan atau rangsangan kuat untuk mencapai prestasi.

Salah satu diantara motivator-motivator kuat, yang mendorong para *entrepreneur* adalah kebutuhan untuk meraih prestasi. Mereka secara tipikal dirangsang oleh kebutuhan untuk melampaui hasil-hasil yang diraih mereka pada masa lampau. Uang makin kurang berarti sebagai motivator, dan uang lebih banyak dijadikan alat untuk mengukur hingga dimana pencapaian prestasi mereka.

3) Orientasi kearah peluang-peluang serta tujuan-tujuan.

Para *entrepreneur* yang berhasil, cenderung memusatkan perhatian mereka kepada peluang-peluang, yang mewakili kebutuhan-kebutuhan yang belum terpenuhi atau problem-problem yang menuntut adanya pemecahan-pemecahan.

⁶⁴ Tama, *Analisis Faktor-Faktor*, h.46.

4) Fokus pengendalian internal.

Para *entrepreneur* yang berhasil, sangat yakin akan diri mereka sendiri. Riset yang dilakukan orang telah menunjukkan bahwa mereka beranggapan bahwa mereka sendiri yang mengendalikan nasib usaha mereka, dan bukan kekuatan-kekuatan luar yang mengendalikan dan menentukan hasil yang mereka raih. Para *entrepreneur* yang berhasil juga bersikap sangat realistis tentang kekuatan serta kelemahan mereka sendiri dan apa saja yang dapat dilakukan mereka dan apa yang tidak mungkin dilakukan mereka.

5) Toleransi terhadap ambiguitas.

Para *entrepreneur* yang baru memulai usaha baru mereka, menghadapi kebutuhan untuk mengimbangkan pengeluaran-pengeluaran untuk gaji dan upah karyawan mereka dengan hasil yang diraih. Pekerjaan-pekerjaan secara konstan berubah, para pelanggan silih berganti, dan kemunduran dan kejutan-kejutan merupakan hal yang tidak dapat dihindari.

6) Kemampuan untuk memecahkan masalah-masalah.

Para *entrepreneur* yang berhasil mencari problem-problem yang dapat mempengaruhi keberhasilan mereka, dan mereka berusaha untuk memecahkannya. Mereka tidak terintimidasi oleh situasi-situasi sulit. Mereka dapat bersikap desisif (berani mengambil keputusan) dan mereka dapat menunjukkan kesabaran apabila persepsi jangka panjang dianggap sebagai hal yang tepat.

7) Kemampuan untuk menghadapi kegagalan secara efektif.

Para *entrepreneur* tidak takut akan kegagalan, memang mereka sangat mendambakan keberhasilan, tetapi apabila harus, mereka menerima kegagalan dan memanfaatkannya sebagai suatu cara untuk belajar, bagaimana lebih baik manajemen pada masa mendatang.

Menurut Ranto keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali. Seberapa pun kecilnya ukuran suatu usaha jika dimulai dari nol dan bisa berjalan dengan baik maka nilai berusahnya jelas lebih berharga daripada sebuah organisasi besar yang dimulai dengan bergelimang fasilitas.⁶⁵

Menurut Baron (2004) keberhasilan usaha baru tergantung pada keadaan perekonomian nasional pada saat bisnis diluncurkan. Gurol dan Atsan (2006) Keberhasilan berwirausaha sebagai pendorong keinginan seseorang untuk menjadi *entrepreneur*, karena persepsi keberhasilan sebagai hasil menguntungkan atau berharap untuk berakhir melalui pencapaian tujuan dari usahanya. Artinya, jika seseorang mencapai tujuan usaha yang diinginkan melalui prestasi, ia akan dianggap berhasil. Indikator keberhasilan yang sesungguhnya bukanlah apa yang dicapai, tetapi apa yang dirasakan. Agar sukses atau berhasil, kita harus menjadi bahagia.⁶⁶

Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha para pengusaha baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Faktor internal lebih banyak berasal dari pengusaha itu sendiri diantaranya adalah: latar belakang pendidikan, usia, pengalaman, efikasi diri, motivasi dan masalah internal lainnya. Faktor eksternal dihadapkan kepada permasalahan di luar organisasi diantaranya: lingkungan, peluang, persaingan, sistem informasi global, dan masalah eksternal lainnya.⁶⁷

⁶⁵ Basuki Ranto, *Manajemen Usahawan*, (Jakarta: Bagian Publikasi Lembaga Management FEUI, 2007), h.20.

⁶⁶ Tama, *Analisis Faktor-Faktor*, h.48.

⁶⁷ Hutagalung, dkk., *Kewirausahaan*, (Medan, USU Press, 2008), h.8.

b. Toleransi Akan Resiko

Menurut Suryana seorang *entrepreneur* harus mampu mengambil resiko yang moderat, artinya resiko yang diambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Keberanian menghadapi resiko yang didukung komitmen yang kuat, akan mendorong seorang *entrepreneur* untuk terus berjuang mencari peluang sampai memperoleh hasil. Hasil-hasil itu harus nyata atau jelas, dan merupakan umpan balik bagi kelancaran kegiatannya.⁶⁸

Sebagai seorang wirausaha kita tidak boleh mengambil resiko yang tidak perlu dan harus dapat menguasai emosi dalam mengambil resiko jika keuntungannya diperkirakan sama atau bahkan lebih besar daripada resiko yang terkandung. Dalam beberapa hal, kita harus menggunakan intuisi dalam menilai tindakan apa saja yang mengandung resiko karena intuisi akan dapat turut menentukan sampai sejauh mana resikonya dan hasil apa saja yang mungkin diperoleh.

Kemauan dan kemampuan untuk mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Wirausaha yang tidak mau mengambil resiko akan sukar memulai atau berinisiatif. Menurut Angelita S. Bajaro, “seorang wirausaha yang berani menanggung resiko adalah orang yang selalu ingin jadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik”.⁶⁹

Pengambilan resiko berkaitan dengan kepercayaan diri sendiri. Artinya, semakin besar keyakinan seseorang pada kemampuan sendiri, maka semakin besar keyakinan orang tersebut akan kesanggupan mempengaruhi hasil dan keputusan, dan semakin besar pula kesediaan seseorang untuk mencoba apa yang menurut orang lain sebagai resiko. Oleh karena itu, pengambil resiko ditemukan pada orang-orang yang

⁶⁸ Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), h.14-15.

⁶⁹ Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis*, h.21.

inovatif dan kreatif yang merupakan bagian terpenting dari perilaku kewirausahaan.⁷⁰

Praag dan Cramer secara eksplisit mempertimbangkan peran resiko dalam pengambilan keputusan seseorang untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Rees dan Shahmenyatakan bahwa perbedaan pendapatan pada pekerja individu yang bebas (*entrepreneur*) adalah tiga kali lipat dari yang didapat oleh individu yang bekerja pada orang lain, dan menyimpulkan bahwa toleransi terhadap resiko merupakan sesuatu yang membujuk untuk melakukan pekerjaan mandiri (*entrepreneur*). Douglas dan Shepherd menggunakan resiko yang telah diantisipasi sebagai alat untuk memprediksi keinginan seseorang untuk menjadi *entrepreneur*, dinyatakan “semakin toleran seseorang dalam menyikapi suatu resiko, semakin besar insentif orang tersebut untuk menjadi *entrepreneur*.”⁷¹

Persepsi terhadap resiko berbeda-beda tergantung kepada kepercayaan seseorang, kelakuan penilaian dan perasaan dan juga termasuk faktor-faktor pendukungnya, antara lain latar belakang pendidikan, pengalaman praktis di lapangan, karakteristik individu, kejelasan informasi, dan pengaruh lingkungan sekitar.⁷² Terdapat perbedaan persepsi tentang resiko itu sendiri, meskipun tidak terlalu mencolok, antara lain:

- 1) Faktor-faktor yang mempunyai efek merugikan terhadap kesuksesan pelaksanaan proyek secara finansial maupun ketepatan waktu, dimana faktor waktu itu sendiri tidak selalu dapat diidentifikasi.
- 2) Sesuatu keadaan secara fisik, kontrak maupun finansial menjadi lebih sulit daripada yang telah disetujui dalam kontrak.
- 3) Kesempatan untuk membuat keuntungan diatas kontrak, dimana kepuasan klien, harga kontrak, dan waktu penyelesaian diutamakan.

⁷⁰ Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis*, h.22.

⁷¹ Jonathan Ade Putra Sitanggang, *Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Karyawan Berkeinginan Menjadi Wirausaha (Entrepreneur)*, (Skripsi pada Program Studi Ekstensi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2012), h.16.

⁷² Sitanggang, *Analisis Faktor-Faktor*, h.16.

- 4) Suatu kondisi dimana peristiwa-peristiwa yang tidak direncanakan terjadi.⁷³

c. Keinginan Merasakan Kebebasan Dalam Bekerja

Kebebasan untuk menjalankan usaha merupakan keuntungan lain bagi seorang *entrepreneur*. Hasil survey dalam bisnis berskala kecil tahun 1991 menunjukkan bahwa 38% dari orang-orang yang meninggalkan pekerjaannya di perusahaan lain karena mereka ingin menjadi bos atas perusahaan sendiri. Beberapa *entrepreneur* menggunakan kebebasannya untuk menyusun kehidupan dan perilaku kerja pribadinya secara fleksibel. Kenyataannya banyak seorang *entrepreneur* tidak mengutamakan fleksibilitas disatu sisi saja. Akan tetapi mereka menghargai kebebasan dalam karir kewirausahaan, seperti mengerjakan urusan mereka dengan cara sendiri, memungut laba sendiri dan mengatur jadwal sendiri.⁷⁴

Schermerhorn mengatakan terdapat ciri-ciri khas yang dikaitkan dengan seorang *entrepreneur* yaitu mampu menentukan nasibnya sendiri, pekerja keras dalam mencapai keberhasilan, selalu tergerak untuk bertindak secara pribadi dalam mewujudkan tujuan menantang, memiliki toleransi terhadap situasi yang tidak menentu, cerdas dan percaya diri dalam menggunakan waktu yang luang. Ciri-ciri khas yang dikaitkan dengan seorang *entrepreneur* yaitu mampu menentukan nasibnya sendiri, pekerja keras dalam mencapai keberhasilan, selalu tergerak untuk bertindak secara pribadi dalam mewujudkan tujuan menantang, memiliki toleransi terhadap situasi yang tidak menentu, cerdas dan percaya diri dalam menggunakan waktu yang luang.

Dalam suatu penelitian di Inggris menyatakan bahwa motivasi seseorang membuka bisnis adalah 50% ingin mempunyai kebebasan dengan berbisnis sendiri, hanya 18% menyatakan ingin memperoleh

⁷³ Sitanggang, *Analisis Faktor-Faktor*, h.17.

⁷⁴ Hendro dan Chandra WW, *Be a Smart and Good Entrepreneur*, (Jakarta: Erlangga, 2006),

uang dan 10% menyatakan jawaban membuka bisnis untuk kesenangan, hobi, tantangan atau kepuasan pribadi dan melakukan kreativitas. Sedangkan penelitian di Rusia 80% menyatakan mereka membuka bisnis karena ingin menjadi bos dan memperoleh otonomi serta kemerdekaan pribadi.⁷⁵

Menurut R. Pandojo (1982) beberapa alasan merasakan pekerjaan bebas dijadikan sebagai motivasi seseorang untuk menjadi *entrepreneur* yaitu:⁷⁶

1) Fleksibel waktu

Umumnya, bebas mengerjakan tugas kapan saja asal bisa diselesaikan sebelum batas waktu yang telah ditentukan. Jadi, seorang *entrepreneur* bisa libur semauanya dan bisa lebih dekat dengan keluarga dan juga tidak perlu pergi ke kantor yang mungkin harus melewati kemacetan yang membuat stress.

2) Tidak perlu mendapatkan tekanan dari atasan atau perusahaan

Seorang *entrepreneur* bekerja untuk dirinya sendiri, jadi tidak ada atasan yang akan memarahi atau menyuruh untuk melakukan sesuatu yang tidak disukai. Tidak ada peraturan perusahaan yang akan menyulitkan dalam bekerja.

3) Pendapatan yang lebih besar

Seorang *entrepreneur* akan mendapatkan pendapatan yang lebih besar daripada orang yang bekerja untuk suatu instansi atau perusahaan karena semua keuntungan dapat dinikmati sendiri. Seorang *entrepreneur* bisa mengatur sendiri besarnya pendapatan yang ingin diterima.

⁷⁵ Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h.40.

⁷⁶ Tama, *Analisis Faktor-Faktor*, h.52.

Rusma Hakim⁷⁷ mengemukakan sejumlah nilai positif bagi mereka yang menjalani wirausaha. Pertama, mereka tidak tergantung kepada ada atau tidaknya lowongan kerja, karena mereka sendirilah yang membuka lapangan kerja. Kedua, *entrepreneur* tidak diperintah oleh orang lain, ia bisa "bos" bagi orang lain atau menjadi "boss" bagi dirinya sendiri. Ketiga, *entrepreneur* memiliki peluang penghasilan yang tak terbatas. Keempat, *entrepreneur* mengatur diri sendiri jam kerja, liburan, besar penghasilan dan sebagainya. Kelima, mempunyai wawasan dan pergaulan yang luas. Keenam, bisa mengembangkan gagasan sepenuhnya, tanpa mendapat hambatan yang berarti dari pihak lain. Ketujuh, bisa langsung sibuk bekerja.

Menurut Robert.T.Kiyosaki (2008) dengan mempunyai usaha sendiri, seorang *entrepreneur* akan mempunyai jam kerja yang bebas, tidak terikat jam kantor, serta bebas dari pelanggaran disiplin kantor. Jika bisnis yang dijalankan sudah berjalan dengan baik tidak perlu setiap hari pergi ke kantor karena bisa didelegasikan kepada orang lain. Waktu bisa dibagi untuk kegiatan bisnis yang lain atau aktifitas lain. Meski seorang *entrepreneur* memerlukan disiplin yang tinggi tetapi dengan memiliki usaha sendiri, dapat mengatur waktu sesuai keinginan sendiri tanpa diatur oleh orang lain.

Motivasi seorang wirausaha muslim bersifat horizontal dan vertikal. Secara horizontal terlihat pada dorongannya untuk mengembangkan potensi diri dan Machendrawati dan Safei, Pengembangan Masyarakat, keinginannya senantiasa mencari manfaat sebanyak-banyaknya untuk orang lain. Sementara secara vertikal dimaksudkan untuk mengabdikan diri kepada Allah. Motivasi disini berfungsi sebagai pendorong, penentu arah dan penetapan skala prioritas.⁷⁸

⁷⁷ Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei, *Pengembangan Masyarakat Islam dari Ideologi, Strategi Sampai Tradisi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya 2001), h.49.

⁷⁸ Salim Segaf Al-Djufri, *Bagaimana Menciptakan dan Membangun Usaha yang Islami*, (Jakarta: Tim Media Communications, 2005), h.31.

4. Kriteria-Kriteria Busana Muslim

- a. Busana harus menyelubungi seluruh badan. Hal di atas dimaksudkan agar pakaian yang dipakai dapat menutupi seluruh badan kecuali telapak tangan dan wajah.⁷⁹ Hal ini Karena Islam lebih menitik beratkan busana sebagai penutup, bukan sebagai hiasan. Allah Swt berfirman:

... وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا... ﴿٣١﴾

“...dan janganlah menampakan perhiasannya (auratnya), kecuali yang (biasa) terlihat...” (QS. An-Nur: 31)

Bila menampakan perhiasan merupakan larangan, maka dalam hal ini menampakan letak-letaknya lebih dilarang, dan seandainya tidak dikenakan busana tentu tampaklah letak-letak perhiasan, berupa dada, kedua telapak kaki dan betis. Oleh karena itu seharusnya seorang wanita mengenakan celana yang menutupi kedua kakinya.

- b. Busana tidak ketat yang dapat membentuk tubuh pakaian yang ketat yang akan membentuk postur tubuh wanita ataupun sebagiannya. Wanita yang mengenakan pakaian ketat sehingga dapat membentuk potongan-potongan postur tubuhnya dan keluar pada perkumpulan kaum laki-laki, maka busana itu diawatirkan termasuk kategori diantara pakain-pakaian telanjang. Termasuk dalam pengertian pakaian telanjang adalah seorang wanita yang mengenakan pakaian yang ketat yang tampak jelas lekuk-lekuk dan bentuk asli bentuk tubuhnya. Tidak diragukan lagi bahwa busana tersebut termasuk dalam kategori pakaian telanjang yang tidak sesuai dengan ajaran Islam.
- c. Busana wanita tidak menyerupai busana laki-laki tidak diragukan lagi bahwa salah seorang diantara dua jenis menyerupai pada jenis lainnya adalah menyimpang dari fisik, serta sebagai bukti bahwa secara Islam tidak normal lagi. Penyerupaan adalah penyakit yang tidak bisa diobati

⁷⁹ Husein Shahab, *Jilbab Menurut Al-Qur'an dan As-Sunah*, (Bandung: Mizan, 2000), Cet.Kesepuluh h. 51.

yang tertransfer ke dalam budaya kita sebagai konsekuensi dari mengikuti gaya barat. Hal ini merupakan hal yang dilarang agama.

- d. Tidak menyerupai wanita kafir sekarang ini, banyak wanita muslimah yang merancang busananya dengan pola yang bertentangan dengan ketentuan syariat dan norma-norma di bidang busana. Berdasarkan realita yang muncul dewasa ini yang populer disebut dengan “mode” dimana ia mengalami perkembangan dan perubahan setiap hari dari yang buruk hingga yang lebih buruk. Bentuk-bentuk busana wanita dewasa ini sudah tidak sesuai lagi dengan ajaran Islam dan sama sekali tidak pernah dikenal dikalangan wanita muslimah. Hal ini terbukti dengan banyaknya pakaian-pakaian yang apabila dipakai wanita, maka aurat wanita si pemakai akan terlihat dengan jelas. Tujuan wanita dilarang menyerupai dengan orang-orang kafir, diantaranya adalah penyeruan dengan mereka dalam berbusana.⁸⁰
- e. Tidak menjadikan busana sebagai perhiasan pada dirinya maksud dari busana tersebut adalah pakain yang tampak. Seorang wanita muslimah dilarang memakai pakaian dari sejumlah pakaian, bilamana pakaian-pakaian itu merupakan pakaian tembus pandang sebagaimana dalam pengertian secara umum.
- f. Busana tidak tipis yang masih sesuai memperlihatkan bentuk aurat yang berada dibaliknya. Hal ini sesuai dengan tujuan berbusana yaitu menutup. Tujuan tersebut tidak akan tercapai kecuali dengan busana yang tebal. Karena busana yang tipis itu bukan merupakan busana menurut pandangan Islam.
- g. Busana tidak bercorak glamor dilarang bagi seorang wanita muslimah memilih berbagai corak pakaian yang hanya menuruti tuntutan kesenangannya dan sama sekali tidak ada relevansinya dengan prinsip-prinsip busana, tidak lain bertujuan untuk menghilangkan pandangan kaum laki-laki kepadanya.⁸¹

⁸⁰ Syaikh Abdullah Shahih al-Fauzan, *Kriteria Busana Muslimah*, (Jakarta: Khazana Shun, 1995), cet, ke-1, h. 15

⁸¹ Al-Fauzan, *Kriteria Busana Muslimah*, h. 21-25

- h. Tidak diberi wewangian atau parfum yang menimbulkan syahwat. Hal ini dilarang karena parfum kekhawatiran membangkitkan nafsu birahi. Para ulama bahkan mengikut yang semakna dengannya sebagai pakaian indah. Perhiasan yang tampak dan mencegah serta bercampur baur dengan laki-laki.⁸² Semakin dinamisnya budaya peradaban manusia, maka terciptalah busana yang beraneka ragam motif dan mode. Busana dikenakan manusia tidak begitu saja tercipta dan terpakai tanpa adanya pemikiran tentang fungsi dan tujuan dari berbusana tersebut.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu

No.	Keterangan	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
1	Judul	1. Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Mahasiswa Menjadi <i>Entrepreneur</i> . 2. Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi <i>Entrepreneur</i> . 3. Analisi Faktor yang Memotivasi Karyawan Berkeinginan Menjadi Wirausaha (<i>Entrepreneur</i>).	Analisis Faktor Keberhasilan Diri, Faktor Toleransi Akan Resiko, Faktor Kebebasan Dalam Bekerja Terhadap Motivasi Berbisnis <i>Online</i> Busana Muslim
2	Peneliti	1. Hamzah Fachrurozi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2014.	Muhamad Hamzah, Fakultas Syariah, Jurusan Ekonomi Syariah, Perguruan Tinggi Ilmu Alquran Jakarta, 2018.

⁸² Abu al-Ghifari, *Kudung Gaul. Berjilbablah Tapi Telanjang*, (Bandung: Mujahid, 2002), Cet.Kedua h. 62-63

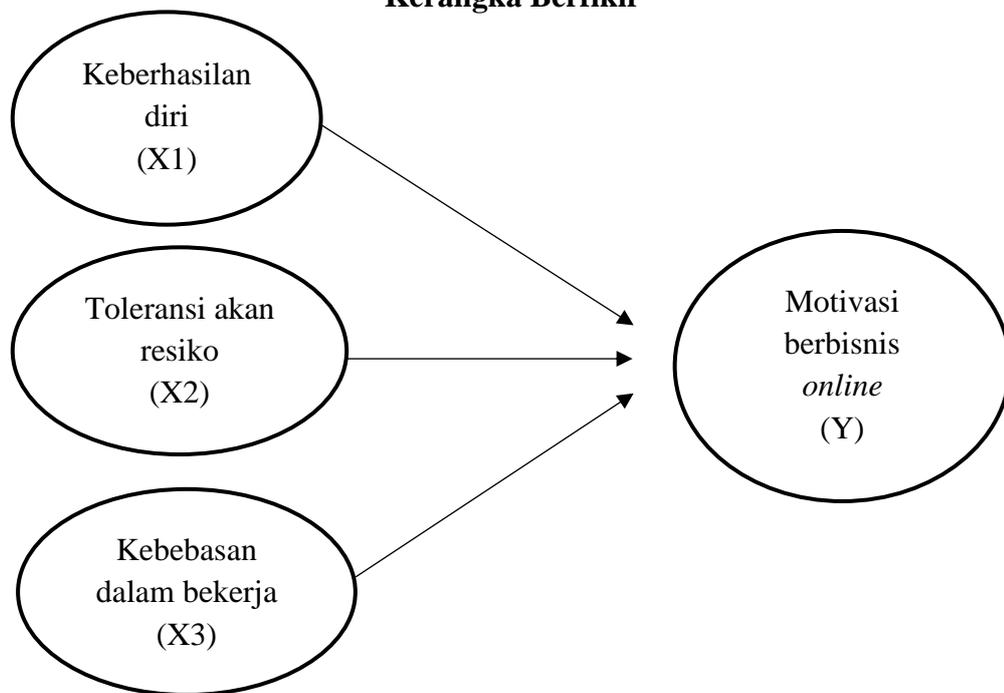
		<p>2. Angki Adi Tama, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Reguler II, Universitas Diponegoro Semarang, 2010.</p> <p>3. Jonathan Ade Putra Sitanggung, Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekstensi Manajemen, Universitas Indonesia, 2012.</p>	
3	Jenis Penelitian	<p>1. Skripsi - Kuantitatif Dengan Data Wawancara, Kuisisioner, dan Dokumentasi.</p> <p>2. Skripsi - Kuantitatif Dengan Data Kuisisioner dan Wawancara.</p> <p>3. Skripsi – Kuantitatif Dengan Data Kuisisioner dan Studi Pustaka/Literatur.</p>	Skripsi - Kuantitatif Dengan Data Kuisisioner dan Studi Pustaka/Literatur.
4	Lokasi Penelitian	<p>1. Fakultas Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.</p> <p>2. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.</p> <p>3. Karyawan Suatu PT yang Bedomisili/Bekerja di DKI Jakarta</p>	Fakultas Syariah, Fakultas Ushuluddin dan Fakultas Tarbiyah Institut Ilmu Alquran Jakarta.
5	Teknik Sampel	<p>1. <i>Accidental sampling.</i></p> <p>2. <i>Accidental sampling</i></p>	<i>Purposive Sampling</i> dan <i>Snowball Sampling.</i>

		3. <i>Quanta Sampling</i> dan <i>Snowball Sampling</i> .	
6	Variabel	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keberhasilan Diri, Toleransi Akan Resiko, Kebebasan Dalam Bekerja, dan Keinginan Menjadi <i>Entrepreneur</i>. 2. Keberhasilan Diri, Toleransi Akan Resiko, Kebebasan Dalam Bekerja, dan Keinginan Menjadi <i>Entrepreneur</i>. 3. Keinginan Bekerja Sendiri, Toleransi Akan Resiko, Keberhasilan Diri, Lingkungan Wirausaha, Keinginan Menjadi Wirausaha. 	Keberhasilan Diri, Toleransi Akan Resiko, Kebebasan Dalam Bekerja, dan Motivasi Berbisnis <i>Online</i> .
7	Alat Analisis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Regresi Linier Berganda. 2. Regresi Linier Berganda. 3. Regresi Linier Berganda. 	Regresi Linier Berganda.
8	Hasil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat Pengaruh 2. Terdapat Pengaruh 3. Terdapat Pengaruh 	Penelitian Akan/Sedang Dilakukan.

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan tinjauan dari landasan teori, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti yang disajikan dalam gambar:

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis Penelitian

Untuk memberikan arah bagi penelitian ini maka diajukan suatu hipotesis. Hipotesis adalah suatu pernyataan atau dugaan yang masih lemah kebenarannya dan perlu dibuktikan atau dugaan yang sifatnya sementara. Adapun hipotesis yang dapat diajukan dari kerangka pikiran teoritis tersebut adalah sebagai berikut:

- H 1 : Terdapat hubungan positif antara keberhasilan diri dengan motivasi berbisnis *online* busana muslim.
- H 2 : Terdapat hubungan positif antara toleransi akan resiko terhadap motivasi berbisnis *online* busana muslim.
- H 3 : Terdapat hubungan positif antara kebebasan dalam bekerja dengan motivasi berbisnis *online* busana muslim.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan April sampai Mei tahun 2018. Tempat penelitian ini dilakukan di Institut Ilmu Alquran Jakarta Jalan Ir. Juanda No 70, Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten, Indonesia.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan jenis penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian korelasional adalah suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data untuk menentukan apakah ada hubungan antara dua variabel atau lebih. Adanya hubungan dan tingkat variabel ini penting, karena dengan mengetahui tingkat hubungan yang ada, peneliti dapat mengembangkannya sesuai dengan tujuan penelitian.⁸³ Sedangkan pendekatan kuantitatif adalah suatu pendekatan dalam penelitian yang lebih ditekankan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif yang kokoh.⁸⁴

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸⁵ Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, benda atau objek, nilai dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi pedoman dan sumber penelitian. Dalam setiap penelitian, populasi yang dipilih erat hubungannya dengan

⁸³ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), h.64.

⁸⁴ Syamsir Salam dan Jaenal Aripin, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: UIN Jakarta Pers, 2006), h.36

⁸⁵ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: CV.Alfabeta, 2006), Cet.Ketujuh h.74.

masalah yang ingin dipelajari.⁸⁶ Dalam penelitian ini, populasi adalah Mahasiswi S1 semester 6 dan 8 di Institut Ilmu Alquran Jakarta.

2. Kerangka Sampel

Kerangka sampel adalah daftar yang berisikan setiap elemen populasi yang bisa diambil sebagai sampel.⁸⁷ Kerangka sampel pada penelitian adalah responden yang merupakan mahasiswi S1 semester 6 atau semester 8 Institut Ilmu Alquran yang pernah atau masih terlibat dalam bisnis *online* busana muslim sehingga diharapkan responden sudah mengetahui sistem bisnis *online* dengan produk busana muslim.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Warwick yang dikutip oleh A.Muri Yusuf mengemukakan bahwa sampel adalah sebagian dari suatu hal yang luas, yang khusus dipilih untuk mewakili keseluruhan. Adapun Leedy mengemukakan bahwa sampel dipilih dengan hati-hati sehingga dengan melalui cara demikian peneliti akan dapat melihat karakteristik total populasi.⁸⁸ Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Dengan demikian, sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi.⁸⁹

Teknik yang digunakan adalah dua macam *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling* untuk memperoleh sampel yang paling tepat sesuai kerangka sampel untuk memperoleh satuan sampel yang memiliki karakteristik atau kriteria yang dikehendaki dalam pengambilan sampel, lalu *snowball sampling* melalui responden yang didapat dari teknik sampling

⁸⁶ Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h.144.

⁸⁷ Suryani dan Hendrayani, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2015), h.192.

⁸⁸ Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h.150.

⁸⁹ Suryani dan Hendrayani, *Metode Riset Kuantitatif*, h.192.

sebelumnya untuk menyebarluaskan kuesioner dan mendapat data sebanyak-banyaknya namun masih berada dalam kerangka sampel.

Dengan dua macam teknik sampling ini, diharapkan data akan dapat terkumpul secepat, sebanyak dan seakurat mungkin dalam periode penelitian yang telah ditentukan tanpa menghasilkan terlalu banyak kuesioner terisi yang tidak dapat digunakan karena tidak masuk kriteria kerangka sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara, yaitu penelitian lapangan (*field research*) dan studi pustaka (*literature research*). Penelitian lapangan yang akan dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang relevan. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.⁹⁰ Secara umum kuesioner dibagi dua jenis, yakni kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka adalah dimana responden diberi kesempatan untuk menjawab pertanyaan dengan kalimat sendiri. Sedangkan kuesioner tertutup adalah dimana responden tinggal memilih alternatif-alternatif jawaban yang disediakan.⁹¹

Tujuan penggunaan kuesioner dalam penelitian yaitu:

1. Memperoleh informasi yang lebih relevan dengan tujuan penelitian.
2. Mengumpulkan informasi dengan reliabilitas dan validitas yang tinggi.⁹²

Studi pustaka digunakan sebagai proses umum untuk mendapatkan dasar-dasar teori maupun referensi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, dan untuk mendapatkan data tambahan apabila diperlukan kemudian. Studi pustaka yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian terdahulu yang merupakan teknik pengumpulan data dengan cara membaca dan mengamati,

⁹⁰ Suryani dan Hendrayani, *Metode Riset Kuantitatif*, h.173.

⁹¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, h.19.

⁹² Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, h.199.

mengolah laporan-laporan serta catatan yang menunjang penelitian ini yang diperoleh dari studi literatur yaitu berasal dari buku-buku bisnis, jurnal *online*, artikel-artikel, situs-situs *website* dan studi kepustakaan lainnya.

E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan abstraksi (fenomena-fenomena kehidupan nyata yang diamati) yang diukur dengan berbagai macam nilai untuk memberikan gambaran-gambaran yang lebih nyata mengenai fenomena-fenomena (Indriantoro dan Supomo,2002). Variabel penelitian ini terdiri dari dua macam variabel, yaitu variabel terikat (dependent variabel) atau variabel yang tergantung pada variabel lainnya, serta variabel bebas (independent variabel) atau variabel yang tidak tergantung pada variabel yang lainnya.

a. Variabel Bebas (independent variabel)

Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah *merasakan kebebasan dalam bekerja, toleransi akan resiko, dan keberhasilan diri menjadi seorang entrepreneur*. Adapun cara mengukur variabel bebas ini adalah dengan memberikan kuesioner kepada responden yang terdiri dari 5 butir pertanyaan dari masing-masing variabel.⁹³ Skor penilaian dengan menggunakan Skala Likert berkisar antara 1-5, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju. Angka 1 menunjukkan bahwa responden tidak mendukung terhadap pertanyaan yang diberikan. Sedangkan angka 5 menunjukkan bahwa responden mendukung terhadap pertanyaan yang diberikan.

b. Variabel Terikat (dependent variabel)

Variabel terikat merupakan variabel dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam hal ini variabel terikatnya adalah *motivasi berbisnis online*. Sedangkan cara mengukur variabel ini adalah dengan memberikan subjek pernyataan-pernyataan yang harus dijawab

⁹³ A. Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), h.55.

2. Definisi Operasional Variabel

Merupakan penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama/mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik (Indriantono dan Supomo, 2002).

Definisi operasional adalah melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel itu. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi :

a. Pengertian Motivasi Berbisnis *Online*

Motivasi menjadi *entrepreneur* adalah sesuatu yang melatarbelakangi atau mendorong seseorang melakukan aktivitas dan memberi energi yang mengarah pada pencapaian kebutuhan, memberi kepuasan ataupun mengurangi ketidakseimbangan dengan membuka suatu usaha atau bisnis (Zimmerer, 2002).

b. Pengertian keberhasilan Diri Dalam Berwirausaha

Keberhasilan dalam berwirausaha merupakan pencapaian suatu tujuan usaha yang telah ditentukan. Praag dan Camel (2001) menyatakan bahwa seorang yang berhasil menjadi *entrepreneur* apabila imbalan yang diharapkan melebihi gaji dari suatu pekerjaan. Karena imbalan yang diharapkan tergantung pada penafsiran kemampuan individual dan resiko yang diambil dari suatu tindakan, persepsi keberhasilan dari *entrepreneur* yang termasuk di dalamnya.

c. Pengertian Toleransi Akan Resiko

Resiko merupakan kemungkinan terjadinya suatu hal yang tidak kita inginkan pada waktu yang akan datang, sebagai akibat dari keputusan yang kita ambil. Toleransi akan resiko yaitu berkaitan dengan kemampuan, kreativitas dalam menyelesaikan besar kecilnya suatu resiko yang diambil untuk mendapatkan penghasilan yang diharapkan. Toleransi akan resiko berkaitan dengan kepercayaan pada diri sendiri.

Semakin besar seseorang pada kemampuan diri sendiri, semakin besar pula keyakinannya terhadap kesanggupannya mempengaruhi hasil dari keputusan-keputusannya dan semakin besar keyakinannya untuk mencoba apa yang dilihat orang lain beresiko (Imam Ghazali, 2007).

d. Pengertian Kebebasan Dalam Bekerja

Kebebasan dalam bekerja merupakan sebuah model kerja dimana seseorang melakukan pekerjaan untuk dirinya sendiri dan tidak berkomitmen untuk majikan pada jangka panjang tertentu. Berangkat kerja tanpa terikat pada aturan atau jam kerja formal, atau berbisnis jarang-jarang tetapi sekali mendapat untung, untungnya cukup untuk dinikmati berbulan-bulan atau cukup untuk sekian minggu kedepan (Raymond Kao & Russell Knight, 1987).

Tabel 3.1

Variabel Penelitian dan Indikator penelitian

Variabel	Indikator
Motivasi berbisnis <i>online</i> (Y)	Percaya diri
	Inovatif dan kreatif
	Memiliki jiwa kepemimpinan
	Efektif dan efisien
	Berorientasi pada masa depan
Keberhasilan diri (X1)	Semangat dalam bekerja
	Orientasi pada tujuan
	Optimis
	Tekun atau ulet
	Kompeten
Toleransi akan resiko (X2)	Kolektif
	Tanggungjawab
	Menyukai tantangan
	Sabar
	Kontrol diri
Kebebasan dalam bekerja (X3)	Tidak suka diatur
	Suka mengambil inisiatif
	Keras kepala
	Kebebasan pribadi
	Bersifat intuisi

Sumber: Tes kepribadian yang dilakukan oleh Adi Susanto, 2000.

F. Teknik Analisa Data

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan analisa statistik dengan dibantu oleh program *SPSS versi 20 for windows*, meliputi uji hipotesis dengan menggunakan regresi sederhana dan regresi berganda yang meliputi deskripsi data, uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Setelah seluruh data terkumpul, penulis melakukan pengolahan dan analisis data sesuai dengan penelitian kuantitatif pada umumnya yaitu tahap memeriksa (*editing*), proses pemberian identitas (*coding*), dan proses pembeberan (*tabulating*).⁹⁴ Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan kuesioner tertutup, dimana di dalam kuesioner ada lima alternatif jawaban yang tersedia dan menggunakan skala LIKERT. Nilai skor yang diberikan untuk setiap jawaban responden dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3.2

Pilihan dan Nilai Jawaban Untuk Setiap Item Pertanyaan

Nilai	Kategori
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Kurang Setuju (KS)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Uji Validitas

Uji validitas suatu instrumen yaitu seberapa jauh instrumen itu benar-benar mengukur apa (obyek) yang hendak diukur. Makin tinggi validitas suatu instrumen, maka makin baik instrumen itu untuk digunakan.⁹⁵ Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20 dengan kriteria sebagai berikut:

⁹⁴ Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), h.180.

⁹⁵ Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor*, h.180.

- a. Jika $r_{hitung} > r_{table}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{table}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3. Uji Realibilitas

Reliabilitas merupakan keandalan, kestabilan, dan konsistensi akan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama dan diberikan pada waktu yang berbeda. Koefisien reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pertanyaan yang diberikan oleh responden, selanjutnya dihitung reliabilitasnya menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*.

Dengan melihat batas nilai *Cronbach Alpha* 0,6 maka pertanyaan dalam kuesioner dianggap sudah reliable, konsisten dan relevan terhadap variabel atau faktor dalam penelitian. Dalam penelitian ini variabel-variabel yang akan diuji reliabilitasnya adalah kebebasan dalam bekerja, toleransi akan resiko, dan keberhasilan diri, motivasi berbisnis *online*. Dalam perhitungannya digunakan aplikasi SPSS versi 20.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan.⁹⁶ Berikut ini macam-macam Uji asumsi klasik:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah data-data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut:

⁹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), h.57.

1) Metode Grafik

Metode grafik yang handal untuk menguji normalitas data adalah dengan melihat normal probability plot, sehingga hampir semua aplikasi komputer statistic menyediakan fasilitas ini. Normal probability plot adalah membandingkan distribusi komulatif data yang sesungguhnya dengan distribusi komulatif dari distribusi normal (*hypotheical distribution*).

Proses uji normalitas data dilakukan dengan memperhatikan penyebaran data (titik) pada Norma *P-Plot of Regression Standardized* dari variabel terikat (Singgih Santoso, 2000) dimana :

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Metode Statistik

Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari *Kolmogorov Smirnov*. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikan lebih besar dari alpha 5% maka menunjukkan distribusi data normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi pada fungsi regresi adalah apabila variasi faktor pengganggu selalu sama pada data pengamatan yang satu dengan data pengamatan yang lain.⁹⁷ Jika ciri ini dipenuhi, berarti variasi faktor pengganggu pada kelompok data tersebut bersifat homoskedastis. Jika asumsi tersebut tidak dapat dipenuhi maka dapat dikatakan terjadi

⁹⁷ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h.106.

penyimpangan. Penyimpangan terhadap faktor pengganggu disebut heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual data yang ada. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Cara yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan uji *Glejser*. Uji ini dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika ini signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁹⁸ Adanya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan cara melihat grafik plot antar prediksi variabel dependen dengan residualnya.

c. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.⁹⁹ Pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*-nya. Apabila nilai matriks korelasi tidak ada yang lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan data yang akan dianalisis terlepas dari gejala multikolinearitas. Kemudian apabila nilai *VIF* berada dibawah 10 dan nilai *Tolerance* mendekati 1, maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinearitas (Singgih Santoso, 2000).

⁹⁸ Duwi Consultant, *Uji Heteroskedastisitas*, artikel diakses pada 23 April 2018 dari <http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji.Heteroskedastisitas.html>

⁹⁹ Konsultan Statistik, *Uji Asumsi Klasik*, artikel diakses pada 23 april 2018 dari <http://www.konsultanstatistik.com/2009/03/ujiasumsi-klasik.html>

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisa kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh kebebasan dalam bekerja, toleransi akan resiko dan keberhasilan diri terhadap motivasi mahasiswi berbisnis *online* busana muslim adalah dengan menggunakan analisis regresi. Regresi berguna dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel bebas, untuk diketahui pengaruhnya terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistic SPSS for windows untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahan dari data yang telah dikumpulkan, kemudian output hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai sebuah hasil dari penelitian.

Regresi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah motivasi mahasiswi berbisnis *online*, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah kebebasan dalam bekerja, toleransi akan resiko dan keberhasilan diri.

Model hubungan varibel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = b_1.X1 + b_2.X2 + b_3.X3 + e$$

Dimana:

Y : Motivasi berbisnis *online* busana muslim

b : Koefisien Regresi Variabel Bebas

X1 : kebebasan dalam bekerja

X2 : Toleransi akan resiko

X3 : Keberhasilan diri

e : Error

6. *Goodness of Fit Model Regresi*

Dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual secara statistik, setidaknya hal ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t.¹⁰⁰

a. Uji t (Pengujian Signifikansi Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y, apakah variabel X1, X2, X3 benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y.

Hipotesis nol (H0) yang hendak diuji adalah suatu parameter (β) sama dengan nol atau

$$H_0 : \beta = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (Ha) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol atau:

$$H_a : \beta \neq 0$$

Artinya variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel penjelas.

Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H0 diterima yang berarti tidak ada pengaruh antara masing-masing variabel X dengan Variabel Y. Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H0 ditolak yang berarti ada pengaruh antara masing-masing variabel X dengan Y.

¹⁰⁰ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, h.57.

b. Uji F (Pengujian Signifikansi Secara Simultan)

Dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen dilakukan dengan menggunakan uji F test yaitu dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F tabel.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau

$$H_0 : \beta = 0$$

Artinya apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. hipotesis alternatifnya (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol.

$$H_a : \beta \neq 0$$

Artinya semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Bila f hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh simultan. Bila F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti terdapat pengaruh simultan.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

G. Sistematika Kuesioner

Kuesioner yang dibuat pada penelitian ini dibagi menjadi beberapa tahapan, di mana tahapan tersebut dibuat untuk memudahkan responden dalam melakukan pengisian data yang dibutuhkan dalam penelitian. Kuesioner akan dibuat secara sistematis dan mencerminkan tujuan penelitian.

Pertanyaan dalam kuesioner pada penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari riset data sekunder. Pada kuesioner ini, peneliti akan memberikan pertanyaan yang terstruktur. Berikut merupakan sistematika yang akan digunakan dalam menyusun kuesioner:

1. *Introduction* (perkenalan)

Di bagian ini peneliti akan mengenalkan diri dan menyebut nama dan asal universitas. Selain itu peneliti akan memberitahukan judul dari penelitian serta tujuan diadakan penelitian ini.

2. *Screening Question*

Screening ini sebagai penyaring awal bagi responden yang memenuhi kriteria untuk mengisi kuesioner ini dan dapat melanjutkan pengisian kuesioner pada bagian-bagian berikutnya, yaitu mereka yang pernah atau masih menjalankan bisnis *online* di bidang busana muslim dan merupakan mahasiswi Institut Ilmu Alquran.

3. *Demographic Question*

Di bagian ini, peneliti akan memberikan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan data demografis responden, meliputi; usia, penghasilan, status serta tingkat semester dari responden.

4. *Research Question*

Di bagian ini, peneliti akan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan variabel-variabel penelitian. Item-item pada pertanyaan ini merupakan suatu bentuk pertanyaan yang menggunakan skala *likert* untuk mengetahui sikap responden terhadap pertanyaan-pertanyaan di kuesioner dari sudut pandang responden.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Obyek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat Pendirian Institut Ilmu Al-Quran

Institut Ilmu Al-Qur'an adalah sebuah Perguruan Tinggi Swasta yang terletak di Ciputat, Jakarta, lokasinya hampir berdekatan dengan UIN Syarif Hidayatullah. Atas gagasan Al-Maghfurlah Prof. K. H, Ibrahim Hosen, LML. Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta didirikan pada tanggal 12 Rabiul Awal 1397 H. Bertepatan dengan tanggal 1 April 1977 M oleh Yayasan Affan, diketuai H. Sulaiman Affan. Kemudian sejak tahun 1983 hingga sekarang IIQ diselenggarakan oleh Yayasan IIQ, diketuai Hj. Harwini Joesoef.

Pada mulanya IIQ membuka Program Magister khusus untuk wanita dengan dukungan penuh dari seluruh gubernur di seluruh Indonesia guna memenuhi seluruh tenaga khusus di berbagai provinsi dan dipersiapkan pula sebagai tenaga pengajar pada program Strata satu (S1). Setelah meluluskan dua angkatan IIQ membuka program S1 tahun 1982 dan membuka kembali Program S2 tahun 1998.

IIQ merupakan lembaga pendidikan tinggi yang menggabungkan sistem pendidikan pesantren dan perguruan tinggi dengan orientasi mencetak ulama wanita yang hafal Al-Qur'an, intelek, berwawasan luas dan ahli di bidang Ulumul Qur'an. Secara spesifik program S1 mendalami kajian dan pengembangan ilmu-ilmu Al-Qur'an serta bidang keilmuan yang sesuai dengan program studinya. Sementara Program Pascasarjana Magister Studi Agama Islam dimaksudkan untuk lebih mendalami dan mengembangkan Ulumul Qur'an dan Ulumul Hadis.

Keberadaan IIQ telah melahirkan qari'ah dan hafizah yang mampu tampil di arena Musabaqah Tilawatil Qur'am (MTQ) Nasional maupun International. Mahasiswa yang tidak memiliki bakat sebagai qariah

sekalipun tetap diharuskan mendalami ilmu *Nagham* (Seni Baca Al-Qur'an) sebagai ilmu.

Dua orientasi yaitu pengembangan seni tilawah disertai pemahaman akan kandungan Al-Qur'an dan Hadis dengan pendalaman ilmu-ilmu pendukungnya dikemas dalam satu paket

pendidikan bertujuan menghasilkan sarjana Al-Qur'an yang mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat.¹⁰¹

b. Visi, Misi dan Tujuan Institut Ilmu Alquran

Visi :

Menjadi pusat studi dan riset Al-Qur'an terbaik dan terdepan di dunia

Misi :

- 1) Menyelenggarakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang berkualitas, moderat, dan relevan dengan perkembangan IPTEK yang fokus pada kajian Al-Qur'an dan ilmu keislaman.
- 2) Menyelenggarakan pendidikan tinggi yang mengintegrasikan sistem pendidikan nasional dan pesantren, serta berdaya saing.
- 3) Menyelenggarakan penelitian, pengabdian, serta kerjasama di bidang Al-Qur'an dan ilmu keislaman dengan perguruan tinggi dan lembaga lain, dalam dan luar negeri.
- 4) Melaksanakan tata kelola Institut yang baik (good governance).

Tujuan :

- 1) Terwujudnya pendidikan tinggi yang berkualitas, moderat, dan relevan dengan perkembangan IPTEK yang fokus pada kajian Al-Qur'an dan ilmu keislaman.
- 2) Menyebarkan ilmu-ilmu keislaman, khususnya *ulumul Qur'an* berbasis jaringan kerja, baik secara langsung maupun melalui media *online* (*paperless*) menuju kembalinya kejayaan Islam.

¹⁰¹ Iiq.ac.id, *Sejarah Institut Ilmu Alqur'an*, artikel diakses pada 17 mei 2018 dari <https://iiq.ac.id/index.php?a=artikel&id=15&dm=16.html>

- 3) Menghasilkan lulusan yang berakhlak mulia dan memiliki kompetensi yang berdaya saing.
 - 4) Menghasilkan karya ilmiah di bidang Al-Qur'an dan ilmu keislaman serta terwujudnya kerjasama dengan perguruan tinggi dan lembaga lain, dalam dan luar negeri.
 - 5) Terwujudnya tata kelola Institut yang baik (*good governance*).¹⁰²
- c. Fakultas Program Strata Satu (S1) di Institut Ilmu Alquran
- 1) Fakultas Syari'ah; Program Studi Muamalah (TERAKREDITASI)
 - 2) Fakultas Ushuluddin; Program Studi Tafsir Hadis (TERAKREDITASI)
 - 3) Fakultas Tarbiyah; Program Studi Pendidikan Agama Islam (TERAKREDITASI) dan Ekstensi (TERAKREDITASI).

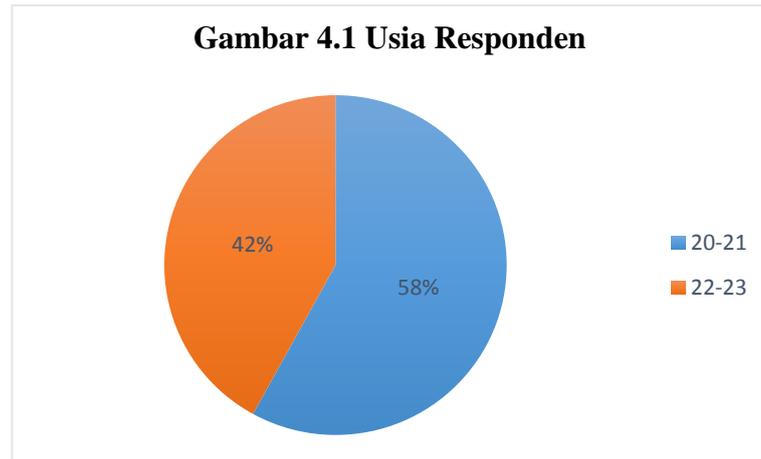
2. Karakteristik Responden

Penelitian ini mengambil sampel Mahasiswi S1 Institut Ilmu Alquran Jakarta Sebanyak 50 instrumen. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuisisioner. Dari kuisisioner yang telah diisi oleh responden didapat data identitas responden. Penyajian data mengenai identitas responden untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri dari pada responden.

a. Usia Responden

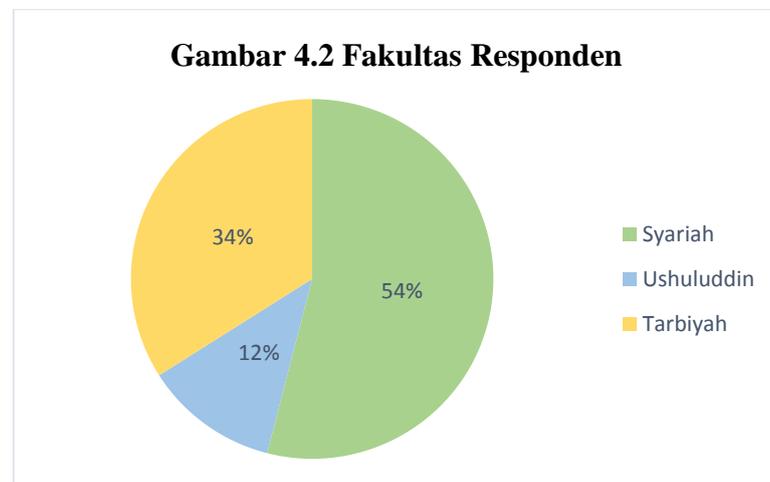
Rentang usia responden terbanyak adalah 20-21 tahun yakni sebanyak 29 orang dengan persentase sebesar 58% dari total sampel 50 orang. Kemudian diikuti oleh responden dengan rentang usia 22-23 tahun sebanyak 21 orang dengan persentase 42% dari total sampel penelitian yaitu 50 orang.

¹⁰² Iiq.ac.id, *Visi, Misi dan Tujuan Institut Ilmu Alqur'an*, artikel diakses pada 17 mei 2018 dari <https://iiq.ac.id/index.php?a=artikel&id=27&dm=16.html>



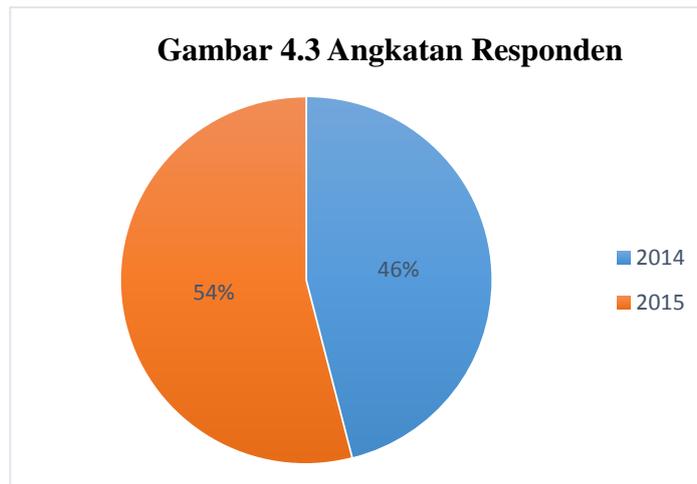
b. Fakultas Responden

Pada penelitian ini fakultas responden yang paling banyak adalah fakultas syariah sebanyak 27 orang dengan persentase sebesar 54% dari total sampel penelitian. Kemudian diikuti oleh fakultas tarbiyah sebanyak 17 orang dengan persentase sebesar 34% dari total sampel dan terakhir fakultas ushuluddin sebanyak 6 orang dengan persentase 12% dari total sampel sebanyak 50 orang.



c. Angkatan Responden

Jumlah Angkatan terbanyak adalah angkatan tahun 2015 atau semester 6 yaitu sebanyak 27 orang dengan persentase 54% dari total responden. Kemudian diikuti oleh angkatan 2015 atau semester 8 sebanyak 23 orang dengan persentase 46% dari total responden sebanyak 50 orang.



B. Analisis Data

1. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Penjelasan Responden Atas Faktor Keberhasilan Diri

Variabel keberhasilan diri dalam penelitian ini diukur melalui 5 indikator. Hasil tanggapan terhadap variabel keberhasilan diri dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Keberhasilan Diri (X1)

No	Indikator	SS		S		KS		TS		STS	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%
1	Saya mempunyai semangat bekerja yang tinggi	15	30.00	29	58.00	2	4.00	3	6.00	1	2.00
2	Saya melakukan sesuatu untuk mencapai suatu tujuan yang telah saya tetapkan	19	38.00	27	54.00	4	8.00	0	0.00	0	0.00
3	Saya termasuk orang yang optimis	15	30.00	25	50.00	7	14.00	3	6.00	0	0.00
4	Saya merupakan orang yang tekun dan ulet dalam bekerja	9	18.00	26	52.00	12	24.00	3	6.00	0	0.00
5	Saya sudah memiliki	2	4.00	25	50.00	19	38.00	3	6.00	1	2.00

kompetensi yang bagus untuk bersaing dengan orang lain dalam dunia kerja											
--------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju dengan nilai skor 4 (empat) dan sangat setuju dengan skor 5 (lima) terhadap indikator-indikator variabel keberhasilan diri. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat motivasi yang besar untuk faktor keberhasilan diri. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden dari peneliti yaitu mahasiswi Institut Ilmu Alquran sudah memiliki rasa percaya keberhasilan diri yang dapat mereka peroleh sehingga mereka berusaha memotivasinya lebih besar.

Selain itu, terdapat responden yang memilih jawaban kurang setuju dengan skor 3 (tiga), tidak setuju dengan skor 2 (dua) dan sangat tidak setuju dengan skor 1 (satu). Hal ini menunjukkan bahwa masih ada responden yang masih ragu dan belum yakin akan pencapaian keberhasilan dirinya.

b. Penjelasan Responden Atas Faktor Toleransi Resiko

Variabel Toleransi Resiko dalam penelitian ini diukur melalui 5 indikator. Hasil tanggapan terhadap variabel Toleransi Resiko dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Toleransi Resiko (X2)

No	Indikator	SS		S		KS		TS		STS	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%
1	Saya selalu berfikir panjang untuk menghadapi resiko yang akan saya ambil.	23	46.00	19	38.00	7	14.00	1	2.00	0	0.00

2	Saya termasuk orang yang memiliki rasa tanggungjawab yang besar dalam melaksanakan keputusan yang saya ambil	13	26.00	33	66.00	3	6.00	1	2.00	0	0.00
3	Saya termasuk orang yang suka terhadap tantangan	18	36.00	24	48.00	6	12.00	2	4.00	0	0.00
4	Saya tergolong orang yang sabar dalam mengatasi masalah	13	26.00	26	52.00	7	14.00	3	6.00	1	2.00
5	Saya orang yang suka mengambil kesempatan-kesempatan	10	20.00	21	42.00	15	30.00	2	4.00	2	4.00

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju dengan nilai skor 4 (empat) dan sangat setuju dengan skor 5 (lima) terhadap indikator-indikator variabel toleransi akan resiko. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki toleransi untuk setiap resiko yang diambil, seperti yang ditunjukkan dengan rasa tanggung jawab terhadap keputusan yang diambil, kesabaran, suka tantangan dan senang mengambil kesempatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden dari peneliti yaitu mahasiswi Institut Ilmu Alquran meyakini bahwa toleransi yang besar akan resiko dapat meningkatkan kemauan untuk mencoba hal-hal yang baru sebagai tantangan bagi diri sendiri untuk kesuksesan yang lebih besar.

Selain itu, terdapat responden yang memilih jawaban kurang setuju dengan skor 3 (tiga), tidak setuju dengan skor 2 (dua) dan sangat tidak setuju dengan skor 1 (satu). Hal ini menunjukkan bahwa responden masih merasakan resiko sebagai suatu hal yang harus dihindari.

c. Penjelasan Responden Atas Faktor Kebebasan dalam Bekerja

Variabel Kebebasan dalam bekerja pada penelitian ini diukur melalui 5 buah indikator. Hasil tanggapan terhadap variabel kebebasan dalam bekerja dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Kebebasan dalam Bekerja (X3)

No	Indikator	SS		S		KS		TS		STS	
		Frek	%								
1	Saya suka mem-berontak terhadap kekuasaan	7	14.00	11	22.00	16	32.00	10	20.00	6	12.00
2	Saya senang mengambil inisiatif	12	24.00	26	52.00	12	24.00	0	0.00	0	0.00
3	Saya kadang kala bersikap keras kepala	11	22.00	23	46.00	10	20.00	5	10.00	1	2.00
4	Kebebasan pribadi sangat penting bagi saya	19	38.00	23	46.00	6	12.00	1	2.00	1	2.00
5	Saya cenderung mengikuti bisikan nurani (bersifat intuisi)	6	12.00	27	54.00	13	26.00	2	4.00	2	4.00

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju dengan nilai skor 4 (empat) dan sangat setuju dengan skor 5 (lima) terhadap indikator-indikator variabel kebebasan dalam bekerja. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki keinginan untuk merasakan pekerjaan yang bebas, dan merasakan bahwa kebebasan pribadi sangat penting bagi responden.

Selain itu, terdapat cukup banyak responden yang memilih jawaban kurang setuju dengan skor 3 (tiga), tidak setuju dengan skor 2 (dua) dan sangat tidak setuju dengan skor 1 (satu). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden merasa nyaman dengan pekerjaan formal dengan peraturan-peraturan yang ada didalam suatu organisasi.

d. Penjelasan Responden Atas Variabel Motivasi Berbisnis *Online*

Variabel Motivasi Berbisnis *Online* pada penelitian ini diukur melalui 5 buah indikator. Hasil tanggapan terhadap variabel Motivasi Berbisnis *Online* bekerja dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Motivasi Berbisnis *Online* (Y)

No	Indikator	SS		S		KS		TS		STS	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%
1	Saya termasuk orang yang percaya diri dalam berbisnis <i>online</i>	10	20.00	26	52.00	13	26.00	1	2.00	0	0.00
2	Saya selalu berfikir inovatif dan kreatif dalam menjalankan bisnis <i>online</i>	11	22.00	23	46.00	15	30.00	1	2.00	0	0.00
3	Bisnis <i>online</i> melatih jiwa kepemimpinan saya	14	28.00	28	56.00	7	14.00	1	2.00	0	0.00
4	Bisnis <i>online</i> membuat saya lebih efektif dan efisien dalam berbisnis	15	30.00	30	60.00	5	10.00	0	0.00	0	0.00
5	Saya yakin bisnis <i>online</i> akan berkembang pesat di masa depan	26	52.00	22	44.00	2	4.00	0	0.00	0	0.00

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju dengan

nilai skor 4 (empat) dan sangat setuju dengan skor 5 (lima) terhadap indikator-indikator variabel motivasi berbisnis *online*. Hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan diri memiliki motivasi yang tinggi dalam berbisnis *online*. Dan untuk pertanyaan saya yakin bisnis *online* akan berkembang pesat di masa depan, sebagian besar responden menyatakan sangat setuju. Hal ini berarti bahwa faktor motivasi berbisnis *online* dapat menunjang untuk keberhasilan dimasa depan.

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat pengukur dapat mengungkapkan konsep gejala atau kejadian yang diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi terhadap penyebaran kuesioner yaitu sebanyak 50 responden dengan hasil disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Pengujian Validitas

Variabel / Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keberhasilan Diri			
- Indikator 1	0.812	0.2732	Valid
- Indikator 2	0.726	0.2732	Valid
- Indikator 3	0.728	0.2732	Valid
- Indikator 4	0.816	0.2732	Valid
- Indikator 5	0.742	0.2732	Valid
Toleransi akan resiko			
- Indikator 1	0.626	0.2732	Valid
- Indikator 2	0.686	0.2732	Valid
- Indikator 3	0.737	0.2732	Valid
- Indikator 4	0.774	0.2732	Valid
- Indikator 5	0.753	0.2732	Valid
Kebebasan dalam bekerja			
- Indikator 1	0.783	0.2732	Valid
- Indikator 2	0.578	0.2732	Valid
- Indikator 3	0.764	0.2732	Valid
- Indikator 4	0.743	0.2732	Valid
- Indikator 5	0.536	0.2732	Valid
Berbisnis Online			
- Indikator 1	0.733	0.2732	Valid

- Indikator 2	0.714	0.2732	Valid
- Indikator 3	0.744	0.2732	Valid
- Indikator 4	0.789	0.2732	Valid
- Indikator 5	0.686	0.2732	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi terkorreksi yang lebih besar dari $r_{table} = 0,2732$ (nilai r tabel untuk subyek uji sebanyak 50). Hal ini berarti bahwa semua indikator tersebut adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana keandalan suatu alat pengukur untuk dapat digunakan lagi untuk penelitian yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Pengujian reliabilitas selengkapannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel / Indikator	Alpha	Keterangan
Keberhasilan Diri	0.797	Reliabel
Toleransi akan Resiko	0.782	Reliabel
Kebebasan dalam Bekerja	0.771	Reliabel
Berbisnis <i>Online</i>	0.787	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah

Hasil pengujian reliabilitas konstruk variabel yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh nilai Alpha yang lebih besar dari 0,60. Hal ini berarti bahwa konstruk variabel-variabel tersebut adalah reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan model regresi linier. Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik maka model regresi tersebut masih memiliki bias. Jika suatu model masih terdapat adanya masalah asumsi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model ataupun

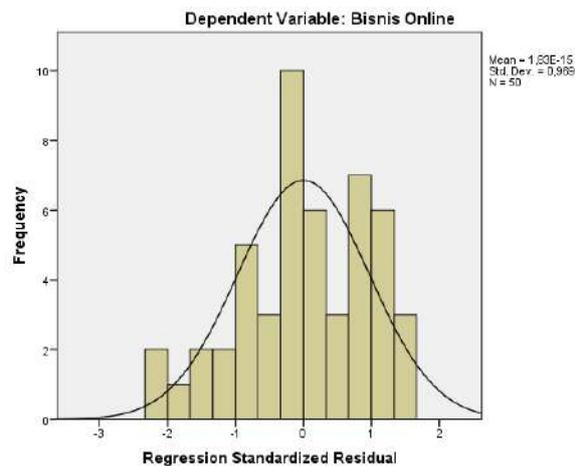
penyembuhan untuk menghilangkan masalah tersebut. Pengujian asumsi klasik akan dilakukan berikut ini:

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan terhadap masing-masing variabel secara individual maupun melalui multivariate dari nilai residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot yang diperkuat dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-P Plot terhadap residual error mode 1 regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal.

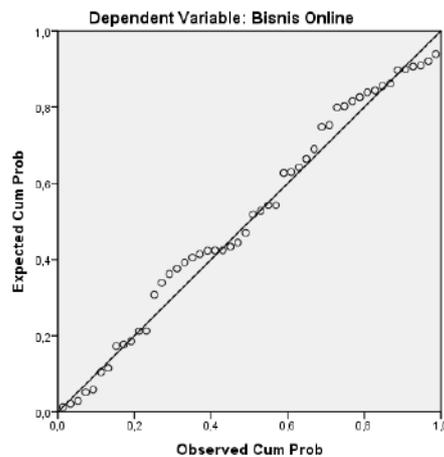
Gambar 4.4

Histogram



Gambar 4.5

Diagram Normalitas dengan Diagram P-P Plot



Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pada Gambar 4.4 dan 4.5 dapat diketahui bahwa tampilan histogram maupun grafik terlihat memenuhi asumsi uji normalitas. Histogram menunjukkan pola distribusi normal dan pada grafik normal plot, data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Pengujian normalitas distribusi data populasi dilakukan dengan menggunakan statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Alat uji ini biasa disebut dengan uji K-S yang tersedia dalam program SPSS.

Tabel 4.7
Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	2,11196599
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,055
	Negative	-,087
Kolmogorov-Smirnov Z		,614
Asymp. Sig. (2-tailed)		,845

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas, mengacu pada nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)*, maka harus dibandingkan dengan tingkat alpha yaitu sebesar 5 % atau 0.05. kriteria yang digunakan yaitu H0 diterima apabila nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* > dari tingkat alpha yang ditetapkan yaitu sebesar 5 %, karenanya dapat dinyatakan bahwa data dari populasi berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan nilai VIF. Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-

variabel bebas suatu model suatu model regresi. Nilai VIF dari variabel bebas pada model regresi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Keberhasilan Diri	0.484	2.064
Toleransi Akan Resiko	0.476	2.101
Kebebasan dalam Bekerja	0.864	1.157

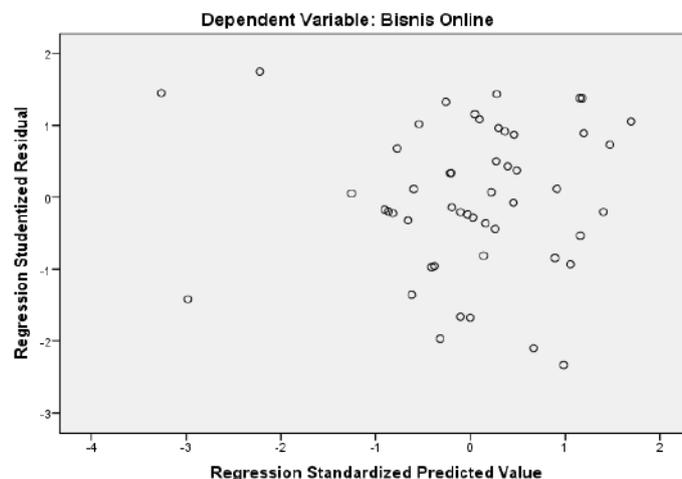
Sumber : Data Primer yang diolah

Hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan variabel independen yang memiliki nilai tolerance mendekati 1 dan lebih dari 0 yang berarti tidak ada kolerasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah variabel pengganggu mempunyai varian yang sama atau tidak.

Gambar 4.6
Scatterplot



Tabel 4.9
Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,173	1,465		1,484	,145
	Keberhasilan Diri	-,019	,087	-,045	-,215	,831
	Toleransi Atas Resiko	,023	,089	,055	,259	,797
	Kebebasan dalam Bekerja	-,031	,060	-,081	-,513	,611

a. Dependent Variable: RES2

Dari gambar 4.6 analisa scatterplot dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dan dilihat dari tabel 4.9 uji *glejser* dapat diketahui bahwa nilai signifikasi setiap variabel independent > 0,05, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 20. Hasil pengolahan data diringkas sebagai berikut:

Tabel 4.10
Model Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	10,729	2,516	
	Keberhasilan diri	,121	,150	,145
	Toleransi Atas Resiko	,342	,154	,403
	Kebebasan dalam Bekerja	,028	,104	,037

a. Dependent Variable: Bisnis Online

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,145 X_1 + 0,403 X_2 + 0,037 X_3$$

Diperoleh bahwa ketiga variabel tersebut memiliki koefisien regresi dengan arah positif. Hal ini berarti bahwa peningkatan keberhasilan diri, semakin toleran terhadap resiko dan semakin tinggi kebebasan dalam bekerja akan meningkatkan motivasi berbisnis *online* dalam diri mahasiswi.

5. Uji *Goodness of Fit*

Ketepatan suatu fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of Fit*-nya. Berikut ini uji *Goodness of Fit* yang dilakukan diantaranya adalah koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut ini Tabel koefisien determinasi yang dihasilkan dalam penelitian:

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,531 ^a	,282	,235	2,180

a. Predictors: (Constant), Kebebasan dalam Bekerja, Keberhasilan diri, Toleransi Atas Resiko

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,235. Hal ini berarti 23,5% variabel dependent yaitu motivasi berbisnis *online* dapat dijelaskan oleh variabel independennya yaitu keberhasilan diri, toleransi akan resiko dan kebebasan dalam bekerja. Sedangkan sisanya sebesar 76,5% motivasi berbisnis *online* dapat dijelaskan oleh faktor lain. Penulis menduga hal ini bisa berasal dari faktor-faktor lain yang berasal dari luar diri responden maupun dari faktor-faktor lingkungan.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85,760	3	28,587	6,017	,002 ^b
	Residual	218,560	46	4,751		
	Total	304,320	49			

a. Dependent Variable: Bisnis Online

b. Predictors: (Constant), Kebebasan dalam Bekerja, Keberhasilan diri, Toleransi Atas Resiko

Hasil pengujian berdasarkan uji ANOVA atau uji statistik F, model menunjukkan nilai F sebesar 6,017 dengan probabilitas sebesar 0,002. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,050. Hal ini berarti bahwa motivasi berbisnis *online* dapat dijelaskan oleh variabel keberhasilan diri, toleransi akan resiko dan kebebasan dalam bekerja.

c. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Tabel 4.13

Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,729	2,516		4,264	,000
	Keberhasilan diri	,121	,150	,145	,807	,424
	Toleransi Atas Resiko	,342	,154	,403	2,225	,031
	Kebebasan dalam Bekerja	,028	,104	,037	,274	,785

a. Dependent Variable: Bisnis Online

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan Tabel 12. dapat diketahui bahwa hanya variabel

Toleransi akan resiko yang memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang berpengaruh signifikan secara individu terhadap variabel dependen hanya variabel toleransi akan resiko.

C. Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan pengujian dengan SPSS diperoleh hasil pengujian pengaruh keberhasilan diri terhadap motivasi berbisnis *online* menunjukkan nilai t sebesar 0,807 dengan probabilitas sebesar 0,424. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,050. Hal ini berarti bahwa keberhasilan diri tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap motivasi mahasiswa dalam berbisnis *online*. Hal ini berarti bahwa Hipotesis 1 ditolak.

2. Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan pengujian dengan SPSS diperoleh hasil pengujian pengaruh toleransi akan resiko terhadap motivasi berbisnis *online* menunjukkan nilai t sebesar 2,225 dengan probabilitas sebesar 0,031. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,050. Hal ini berarti bahwa toleransi akan resiko memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap motivasi mahasiswa dalam berbisnis *online*. Hal ini berarti bahwa Hipotesis 2 diterima.

3. Pengujian Hipotesis 3

Berdasarkan pengujian dengan SPSS diperoleh hasil pengujian pengaruh kebebasan dalam bekerja terhadap motivasi berbisnis *online* menunjukkan nilai t sebesar 0,274 dengan probabilitas sebesar 0,785. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,050. Hal ini berarti bahwa kebebasan dalam bekerja tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap motivasi mahasiswa dalam berbisnis *online*. Hal ini berarti bahwa Hipotesis 3 ditolak.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data di atas, analisis faktor keberhasilan diri, faktor toleransi akan resiko, faktor kebebasan dalam bekerja terhadap motivasi berbisnis *online* busana muslim di Institut Ilmu Alquran, Ciputat , Jakarta adalah sebagai berikut:

1. Pada data keberhasilan diri, toleransi akan resiko, kebebasan dalam bekerja (variabel X) dan motivasi berbisnis *online* (variabel Y) diperoleh nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* pada kolom Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,845. Artinya nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal. Karena dasar pengambilan keputusannya jika nilai signifikansi > 0.05 maka data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi < 0.05 maka data tidak berdistribusi normal.
2. Model persamaan regresi linear berganda yang menggambarkan hubungan variabel X dengan Y dapat diketahui persamaan regresi linear berganda yang menggambarkan hubungan antara variabel X dengan Y adalah $Y = 0,145 X_1 + 0,403 X_2 + 0,037 X_3$. Artinya bahwa ketiga variabel X tersebut memiliki koefisien regresi dengan arah positif. Hal ini berarti peningkatan keberhasilan diri, semakin toleran terhadap resiko dan semakin tinggi kebebasan dalam bekerja akan meningkatkan motivasi berbisnis *online* dalam diri mahasiswa.
3. Pada penelitian ini telah diuji bahwa faktor-faktor yang dapat memotivasi mahasiswa dalam berbisnis *online* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dalam uji F, namun hanya faktor toleransi akan resiko yang berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dalam uji t.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penghitungan yang telah dilakukan dengan bantuan *software* SPSS disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Motivasi berbisnis *online* busana muslim dapat dijelaskan oleh faktor keberhasilan diri, faktor toleransi akan resiko dan faktor kebebasan dalam bekerja serta peningkatan keberhasilan diri, semakin toleran teradap resiko dan semakin tinggi kebebasan dalam bekerja akan meningkatkan motivasi berbisnis *online* dalam diri mahasiswi Institut Ilmu Alqur'an.
2. Faktor toleransi akan resiko adalah faktor yang paling dominan dalam motivasi berbisnis *online* busana muslim pada mahasiswi Institut Ilmu Alqur'an.

B. Saran

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, ada beberapa keterbatasan penelitian yang diharapkan dapat dilakukan untuk penelitian berikutnya, diantaranya adalah:

1. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap 50 mahasiswi Institut Ilmu Alqur'an Ciputat, Jakarta. Melihat banyaknya mahasiswi di Jakarta dan tingginya angka mahasiswi yang berbisnis *online* maka peneliti menyarankan untuk memperluas populasi dan memperbanyak jumlah sampel agar didapatkan hasil yang lebih maksimal dan juga representatif.
2. Dalam penelitian ini, peneliti hanya melakukan penelitian menggunakan tiga faktor yaitu, keberhasilan diri, toleransi akan resiko dan kebebasan dalam bekerja untuk mengetahui motivasi berbisnis *online* busana muslim. Peneliti menyarankan untuk menambah atau mengganti dengan faktor lain guna lebih mengetahui dan mendalami faktor yang memotivasi bisnis *online* busana muslim di kalangan mahasiswi.

3. Dalam penelitian ini, peneliti hanya melakukan penelitian terhadap mahasiswi semester 4 & semester 6 dengan mengecualikan semester 1 & semester 2. Oleh karena itu, peneliti menyarankan penelitian berikutnya untuk melibatkan mahasiswi semester 1 & semester 2 atau melakukan penelitian khusus terhadap mahasiswi semester 1 & semester 2.
4. Penelitian ini tidak mengeneralisasi hasil penelitian ini terhadap seluruh mahasiswi yang ada di Indonesia, dikarenakan penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Candra dan Hermawan, Dadang. *E-Business & E-Commerce*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2013)
- Al-Djufri, Salim Segaf. *Bagaimana Menciptakan dan Membangun Usaha yang Islami*. (Jakarta: Tim Media Communications. 2005)
- Ali, Hapzi dan Wangdra, Tonny. *Technopreneurship Dalam Perspektif Bisnis Online*. (Jambi: Baduose Media. 2010)
- Alma, Buchari. *Kewirausahaan*. (Bandung: Alfabeta. 2009)
- Busana Muslim Terbaru. *Model Pakaian Muslim Wanita Modern 2015*. artikel ini diakses pada 23 April 2018 dari <https://tipsbusanamuslimterbaru.blogspot.co.id/2015/03/model-pakaian-muslim-wanita-modern-2015.html>
- Daft, Richard L. *Era Baru Manajemen New Era Of Management*. terj. Tita Maria Kanita. (Jakarta: Salemba Empat. 2011)
- Deny, Septian. Jumlah E-Commerce di Indonesia Capai 262 Juta. artikel diakses pada 02 Agustus 2017 dari <http://bisnis.liputan6.com/read/2602680/bps-jumlah-e-commerce-di-indonesia-capai-262-juta.html>
- Duwi. *Uji Heteroskedastisitas*. artikel diakses pada 23 April 2018 dari <http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji.Heteroskedastisitas.html>
- Hamzah. *Teori Motivasi dan Pengukurannya Analisa di Bidang Pendidikan*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2008)
- Handayani, Muri. *Emak-Emak Jago Jualan*. (Bandung: Billionaire Sinergi Korpora. 2016)
- Harsini, Diyah Musri dan Luwis, Fenty Nadia. *Bisnis Busana Muslim*. (Jakarta: Penebar Plus. 2010)
- Hasibuan, Malayu S.P. *Organisasi dan motivasi*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2005)
- Hatta, Ahmad. *Tafsir Qur'an Per Kata: Dilengkapi Dengan Asbabun Nuzul & Terjemah*. (Jakarta: Maghfirah Pustaka. 2009)

- Hendro dan WW, Chandra. *Be a Smart and Good Entrepreneur*. (Jakarta: Erlangga. 2006)
- Hendro. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. (Jakarta: Erlangga. 2011)
- Hutagalung, dkk. *Kewirausahaan*. (Medan, USU Press, 2008)
- Inspira Research Center. *Master Medsos*. (Yogyakarta: Inspira Publishing. 2016)
- Isparmo. *Data Statistik Pengguna Internet Indonesia 2016*. artikel diakses pada 02 Agustus 2017 dari <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/.html>
- Konsultan Statistik. *Uji Asumsi Klasik*. artikel diakses pada 23 april 2018 dari <http://www.konsultanstatistik.com/2009/03/ujiasumsi-klasik.html>
- Laudon, Kenneth C. dan Laudon, Jane P. *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*. terj. Lukki Sugito, Merry Rindy Antika, Ratna Sarawati. (Jakarta: Salemba Empat. 2015)
- Lupiyoadi, Rambat. *Entrepreneur: from Mindset to Strategy*. (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 2007)
- M, Nisrina. *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Keuntungan*. (Yogyakarta: Kobis. 2015)
- Machendrawaty, Nanih dan Safei, Agus Ahmad. *Pengembangan Masyarakat Islam dari Ideologi, Strategi Sampai Tradisi*. (Bandung: Remaja Rosda Karya. 2001)
- Mangkunegara, Anwar Prabu. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2011)
- Nasution, Muhammad Irwan Padli. *Bisnis dan Investasi Syariah dalam Muhammad Yafiz*.Ed. (Medan: FEBI UIN-SU PRESS. 2015)
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma dkk. *Pengantar Teknologi Informasi Internet: Konsep dan Aplikasi*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2007)
- Paramita, Ayu. *Gara-Gara Facebook Ads*. (Bandung: Billionaire Sinergi Korpora. 2017)
- Prayoga, Dewa Eka. *Gara-Gara Facebook*. (Bandung: Billionaire Sinergi Korpora. 2016)

- Prihadi, Susetyo Dwi. *Peta Persaingan Situs E-commerce di Indonesia*. artikel diakses pada 02 Agustus 2017 dari <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170315104148-185-200219/peta-persaingan-situs-e-commerce-di-indonesia/.html>
- Purkon, Arip. *Bisnis Online Syariah*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2014)
- Puspito, Hermas. *10 Juta Per Bulan Dari Facebook*. (Jakarta: PT Ednovate Indonesia. 2017)
- Ranto, Basuki. *Manajemen Usahawan*. (Jakarta: Bagian Publikasi Lembaga Management FEUI. 2007)
- Setiawan, Hendro. *Manusia Utuh: Sebuah Kajian Atas Pemikiran Abraham Maslow*. (Yogyakarta: PT Kanisius, 2014),
- Sitanggang, Jonathan Ade Putra. *Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Karyawan Berkeinginan Menjadi Wirausaha (Entrepreneur)*. (Skripsi pada Program Studi Ekstensi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 2012)
- Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*. (Jakarta: PT Rineka Cipta. 2010)
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian cetakan ketujuh*. (Bandung: CV.Alfabeta. 2006)
- Suryani dan Hendrayani. *Metode Riset Kuantitatif*. (Jakarta: Kencana. 2015)
- Susanto, Adi. *Kewirausahaan*. (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2000)
- Tama, Angki Adi. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Entrepreneur*. (Skripsi pada Program Manajemen Reguler II Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. 2010)
- Wikipedia. *Busana muslim*. artikel diakses pada 10 april 2018 dari https://id.wikipedia.org/wiki/Busana_Muslim.html
- Wikipedia. *Perdagangan elektronik*. Artikel diakses pada 10 april 2018 dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Perdaganganelektronik.html>
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. (Jakarta: Prenada Media. 2014)

LAMPIRAN A

KUESIONER PENELITIAN

Responden Yth,

Saya Mahasiswa tingkat akhir Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Perguruan Tinggi Ilmu Alquran Jakarta yang sedang mengadakan penelitian Karya Akhir mengenai ANALISIS FAKTOR KEBERHASILAN DIRI, FAKTOR TOLERANSI AKAN RESIKO, FAKTOR KEBEBASAN DALAM BEKERJA TERHADAP MOTIVASI BERBISNIS *ONLINE* BUSANA MUSLIM.

Dengan ini Saya memohon kepada Anda untuk dapat berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner penelitian ini. Saya akan menjamin kerahasiaan identitas Anda, dengan demikian jawaban Anda bersifat rahasia.

Tidak ada jawaban benar atau salah, jadi mohon untuk diisi sesuai dengan kondisi diri Anda yang sesungguhnya. Jawaban yang Anda berikan akan dirahasiakan, dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Demikian saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas kesediaannya yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini, dan mohon maaf apabila ada pertanyaan yang tidak berkenan dihati.

-Muhamad Hamzah-

NIM:

14.02.0139

Screening Questions

1. Apakah saat ini Anda merupakan Mahasiswa aktif di Intitut Ilmu Al-Quran Semester 6/Semester 8 ?
 - a. Ya, (Lanjut ke pertanyaan berikutnya).
 - b. Tidak, (Berhenti sampai disini. Terimakasih).

2. Apakah Anda pernah/masih berbisnis secara *online* pada produk-produk busana muslim (*hijab, gamis, baju koko, sarung, peci, rok muslimah, dan lain sebagainya*) ?
- Ya, (Lanjut ke pertanyaan berikutnya).
 - Tidak, (Berhenti sampai disini. Terimakasih).

Main Questions

I. Identitas Responden

1. Nama : 4. Fakultas/Jurusan :
 2. Usia : 5. Produk Bisnis :
 3. Angkatan :

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Kuesioner berikut memuat sejumlah pernyataan. Silakan anda tunjukkan seberapa besar tingkat persetujuan/ketidaksetujuan anda terhadap pernyataan dengan memberi tanda silang (X) pada salah satu kotak yang sesuai dengan pilihan anda di bawah ini

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 KS : Kurang Setuju
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

A. Keberhasilan Diri (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mempunyai semangat bekerja yang tinggi					
2	Saya melakukan sesuatu untuk mencapai suatu tujuan yang telah saya tetapkan					
3	Saya termasuk orang yang optimis					
4	Saya merupakan orang yang tekun dan ulet dalam bekerja					
5	Saya sudah memiliki kompetensi yang bagus untuk bersaing dengan orang lain dalam dunia kerja					

B. Toleransi Akan Resiko (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya selalu berfikir panjang untuk menghadapi resiko yang akan saya ambil.					
2	Saya termasuk orang yang memiliki rasa tanggungjawab yang besar dalam melaksanakan keputusan yang saya ambil					
3	Saya termasuk orang yang suka terhadap tantangan					
4	Saya tergolong orang yang sabar dalam mengatasi masalah					
5	Saya orang yang suka mengambil kesempatan-kesempatan					

C. Kebebasan Dalam Bekerja

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya suka memberontak terhadap kekuasaan					
2	Saya senang mengambil inisiatif					
3	Saya kadang kala bersikap keras kepala					
4	Kebebasan pribadi sangat penting bagi saya					
5	Saya cenderung mengikuti bisikan nurani (bersifat intuisi)					

D. Motivasi Berbisnis *Online* (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya termasuk orang yang percaya diri dalam berbisnis <i>online</i>					
2	Saya selalu berfikir inovatif dan kreatif dalam menjalankan bisnis <i>online</i>					
3	Bisnis <i>online</i> melatih jiwa kepemimpinan saya					
4	Bisnis <i>online</i> membuat saya lebih efektif dan efisien dalam berbisnis					
5	Saya yakin bisnis <i>online</i> akan berkembang pesat di masa depan					

LAMPIRAN B

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

Data Responden Keberhasilan Diri (X1)

Responden	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	Keberhasilan Diri
R1	4	4	4	4	4	20
R2	5	5	4	4	4	22
R3	4	4	4	4	3	19
R4	4	5	5	4	4	22
R5	4	5	5	4	3	21
R6	4	4	5	4	4	21
R7	4	4	3	4	2	17
R8	5	5	5	5	5	25
R9	4	4	3	3	4	18
R10	4	4	4	5	4	21
R11	4	4	4	3	3	18
R12	4	4	5	4	3	20
R13	4	4	3	3	3	17
R14	4	4	4	4	3	19
R15	4	5	5	3	3	20
R16	4	4	4	3	3	18
R17	4	5	5	5	5	24
R18	4	4	4	4	4	20
R19	4	4	4	4	4	20
R20	5	4	4	5	3	21
R21	5	5	5	5	3	23
R22	5	4	5	5	4	23
R23	4	4	4	3	3	18
R24	4	4	4	4	3	19
R25	1	4	3	2	2	12
R26	4	5	4	4	4	21
R27	5	4	4	4	4	21
R28	4	5	4	4	4	21
R29	4	4	4	4	4	20
R30	5	5	5	3	4	22
R31	3	4	2	4	4	17
R32	5	5	5	5	4	24
R33	2	3	2	2	2	11
R34	4	4	5	3	4	20
R35	3	3	2	3	4	15
R36	4	3	4	3	3	17
R37	4	4	3	4	4	19
R38	5	5	5	4	4	23
R39	5	5	4	4	3	21
R40	5	5	4	4	4	22
R41	4	5	3	4	3	19
R42	5	5	4	4	4	22
R43	2	3	4	2	1	12
R44	5	4	5	4	4	22
R45	4	4	4	4	3	19
R46	2	5	4	4	3	18
R47	4	5	4	5	4	22
R48	4	4	4	3	3	18
R49	5	5	5	5	4	24
R50	5	4	3	3	3	18

Data Responden Toleransi Akan Resiko (X2)

Responden	TR1	TR2	TR3	TR4	TR5	Toleransi Akan Resiko
R1	5	5	4	4	4	22
R2	4	4	4	3	5	20
R3	5	5	5	4	5	24
R4	4	4	4	4	4	20
R5	5	4	4	5	3	21
R6	4	4	4	3	3	18
R7	4	4	4	3	3	18
R8	3	5	5	5	5	23
R9	5	4	3	4	3	19
R10	4	4	4	4	4	20
R11	4	4	4	3	3	18
R12	4	5	5	4	3	21
R13	4	3	3	4	4	18
R14	4	4	3	4	3	18
R15	5	4	5	2	3	19
R16	5	4	4	4	3	20
R17	4	4	5	5	5	23
R18	4	4	4	4	4	20
R19	5	5	5	5	4	24
R20	4	4	3	5	5	21
R21	5	5	5	5	5	25
R22	5	5	5	4	4	23
R23	5	4	4	4	3	20
R24	4	4	4	3	4	19
R25	4	4	2	3	2	15
R26	4	4	4	4	3	19
R27	5	5	5	4	5	24
R28	5	4	5	4	4	22
R29	5	4	4	4	4	21
R30	5	5	5	5	1	21
R31	5	4	4	4	3	20
R32	5	5	5	5	5	25
R33	2	2	3	2	2	11
R34	3	4	4	4	3	18
R35	3	4	2	1	1	11
R36	3	4	4	3	4	18
R37	4	4	5	4	4	21
R38	5	4	4	4	4	21
R39	5	4	5	5	5	24
R40	4	4	4	5	4	21
R41	3	5	4	5	4	21
R42	4	4	4	2	3	17
R43	3	3	5	4	3	18
R44	5	5	5	5	5	25
R45	5	4	4	4	4	21
R46	5	3	3	5	4	20
R47	3	4	5	4	4	20
R48	4	4	4	4	4	20
R49	5	5	5	4	4	23
R50	5	4	4	4	4	21

Data Responden Kebebasan Dalam Bekerja (X3)

Responden	KB1	KB2	KB3	KB4	KB5	Kebebasan dalam Bekerja
R1	4	4	4	3	4	19
R2	5	5	5	5	4	24
R3	3	4	3	4	4	18
R4	2	4	1	4	3	14
R5	3	5	4	5	4	21
R6	4	4	4	5	4	21
R7	3	4	4	4	4	19
R8	3	4	3	4	3	17
R9	1	3	3	3	3	13
R10	3	3	3	4	3	16
R11	3	4	2	4	4	17
R12	4	5	4	5	4	22
R13	2	3	4	3	3	15
R14	3	4	4	4	3	18
R15	5	4	5	5	4	23
R16	4	5	5	5	5	24
R17	3	5	5	5	5	23
R18	3	4	4	4	4	19
R19	4	3	3	5	3	18
R20	2	5	2	4	4	17
R21	1	5	4	2	4	16
R22	2	4	2	3	3	14
R23	1	3	4	3	3	14
R24	2	4	4	5	4	19
R25	1	3	2	4	1	11
R26	3	4	4	4	4	19
R27	3	5	5	5	5	23
R28	4	4	5	5	5	23
R29	4	5	4	4	4	21
R30	1	3	4	5	5	18
R31	5	3	5	5	3	21
R32	4	5	5	5	3	22
R33	1	4	2	4	4	15
R34	3	4	4	4	4	19
R35	2	3	3	1	2	11
R36	2	4	3	4	4	17
R37	4	4	4	4	4	20
R38	3	4	3	3	4	17
R39	2	3	4	4	4	17
R40	4	4	5	4	4	21
R41	3	3	4	5	4	19
R42	4	4	4	4	3	19
R43	5	5	3	5	2	20
R44	2	4	3	4	4	17
R45	3	3	4	4	3	17
R46	5	4	5	5	5	24
R47	5	4	4	5	4	22
R48	3	4	4	4	4	19
R49	5	5	5	5	1	21
R50	2	4	4	4	4	18

Data Responden *Motivasi Berbisnis Online* (Y)

Responden	MBO1	MBO2	MBO3	MBO4	MBO5	Motivasi Bisnis Online
R1	4	4	5	4	5	22
R2	4	4	4	4	4	20
R3	4	4	3	4	5	20
R4	4	4	5	5	5	23
R5	5	4	4	5	5	23
R6	4	3	3	4	4	18
R7	3	3	4	4	5	19
R8	5	4	4	4	4	21
R9	4	3	4	5	4	20
R10	3	3	3	4	4	17
R11	4	4	4	4	5	21
R12	4	4	5	5	5	23
R13	4	3	4	4	4	19
R14	3	4	4	4	4	19
R15	5	4	4	4	4	21
R16	3	3	5	5	4	20
R17	4	5	5	5	5	24
R18	4	4	4	4	4	20
R19	3	3	4	3	4	17
R20	4	5	5	5	5	24
R21	5	5	5	4	5	24
R22	5	5	3	4	5	22
R23	3	4	3	3	3	16
R24	3	3	4	4	4	18
R25	4	5	4	4	4	21
R26	4	4	4	4	4	20
R27	5	5	5	5	5	25
R28	3	4	3	3	4	17
R29	4	5	4	4	5	22
R30	4	3	5	5	5	22
R31	4	5	4	5	5	23
R32	5	5	5	5	5	25
R33	4	3	4	4	4	19
R34	5	5	4	4	4	22
R35	3	3	2	3	3	14
R36	4	3	4	4	4	19
R37	3	4	4	4	5	20
R38	4	4	5	5	5	23
R39	4	4	4	4	4	20
R40	4	4	4	4	5	21
R41	3	3	4	4	5	19
R42	2	3	4	4	4	17
R43	3	2	5	4	5	19
R44	4	4	4	5	5	22
R45	4	4	5	5	5	23
R46	3	3	3	3	5	17
R47	4	4	4	4	5	21
R48	5	4	4	4	4	21
R49	5	5	5	5	5	25
R50	4	4	4	4	4	20

LAMPIRAN C

OUTPUT OLAH DATA SPSS

VALIDITAS

Correlations

		KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	TOTAL
KD1	Pearson Correlation	1	,447**	,499**	,573**	,521**	,812**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50
KD2	Pearson Correlation	,447**	1	,495**	,527**	,427**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,002	,000
	N	50	50	50	50	50	50
KD3	Pearson Correlation	,499**	,495**	1	,440**	,323*	,728**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,022	,000
	N	50	50	50	50	50	50
KD4	Pearson Correlation	,573**	,527**	,440**	1	,579**	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50
KD5	Pearson Correlation	,521**	,427**	,323*	,579**	1	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,022	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	,812**	,726**	,728**	,816**	,742**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

Correlations

		TR1	TR2	TR3	TR4	TR5	TOTAL
TR1	Pearson Correlation	1	,411**	,288	,366**	,246	,626**
	Sig. (2-tailed)		,003	,042	,009	,085	,000
	N	50	50	50	50	50	50
TR2	Pearson Correlation	,411**	1	,530**	,379**	,319*	,686**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,007	,024	,000
	N	50	50	50	50	50	50
TR3	Pearson Correlation	,288	,530**	1	,409**	,460**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,042	,000		,003	,001	,000
	N	50	50	50	50	50	50
TR4	Pearson Correlation	,366**	,379**	,409**	1	,530**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,009	,007	,003		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50
TR5	Pearson Correlation	,246	,319*	,460**	,530**	1	,753**
	Sig. (2-tailed)	,085	,024	,001	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	,626**	,686**	,737**	,774**	,753**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

Correlations

		KB1	KB2	KB3	KB4	KB5	TOTAL
KB1	Pearson Correlation	1	,359*	,542**	,552**	,057	,783**
	Sig. (2-tailed)		,011	,000	,000	,697	,000
	N	50	50	50	50	50	50
KB2	Pearson Correlation	,359*	1	,238	,303*	,261	,578**
	Sig. (2-tailed)	,011		,096	,032	,067	,000
	N	50	50	50	50	50	50
KB3	Pearson Correlation	,542**	,238	1	,407**	,347*	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000	,096		,003	,014	,000
	N	50	50	50	50	50	50
KB4	Pearson Correlation	,552**	,303*	,407**	1	,282*	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000	,032	,003		,047	,000
	N	50	50	50	50	50	50
KB5	Pearson Correlation	,057	,261	,347*	,282*	1	,536**
	Sig. (2-tailed)	,697	,067	,014	,047		,000
	N	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	,783**	,578**	,764**	,743**	,536**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

Correlations

		MBO1	MBO2	MBO3	MBO4	MBO5	TOTAL
MBO1	Pearson Correlation	1	,625**	,294*	,412**	,258	,733**
	Sig. (2-tailed)		,000	,038	,003	,070	,000
	N	50	50	50	50	50	50
MBO2	Pearson Correlation	,625**	1	,246	,314*	,313*	,714**
	Sig. (2-tailed)	,000		,085	,027	,027	,000
	N	50	50	50	50	50	50
MBO3	Pearson Correlation	,294*	,246	1	,714**	,528**	,744**
	Sig. (2-tailed)	,038	,085		,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50
MBO4	Pearson Correlation	,412**	,314*	,714**	1	,534**	,789**
	Sig. (2-tailed)	,003	,027	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50
MBO5	Pearson Correlation	,258	,313*	,528**	,534**	1	,686**
	Sig. (2-tailed)	,070	,027	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	,733**	,714**	,744**	,789**	,686**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

RELIABILITAS**Keberhasilan Diri (X1)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,797	6

Toleransi Akan Resiko (X2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	6

Kebebasan Dalam Bekerja (X3)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	6

Motivasi Berbisnis *Online* (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	6

NORMALITAS

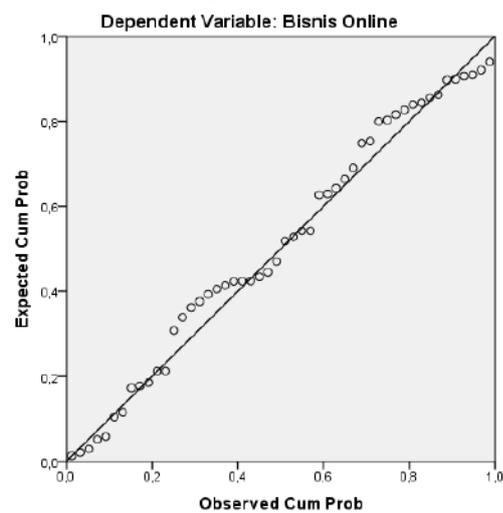
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,11196599
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,055
	Negative	-,087
Kolmogorov-Smirnov Z		,614
Asymp. Sig. (2-tailed)		,845

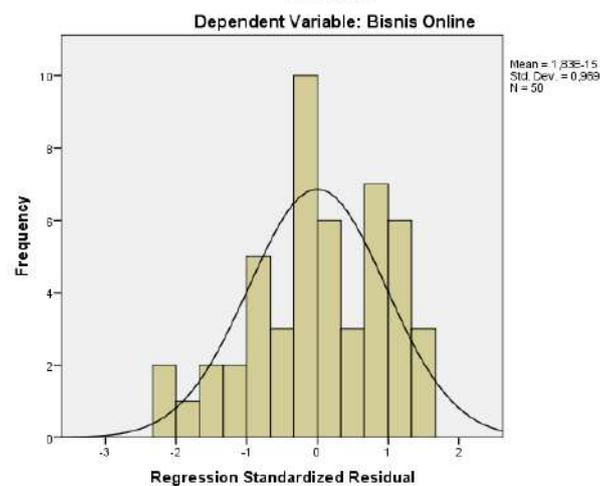
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram



MULTIKOLONIERITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,729	2,516		4,264	,000		
	TOTAL	,121	,150	,145	,807	,424	,484	2,064
	TOTAL	,342	,154	,403	2,225	,031	,476	2,101
	TOTAL	,028	,104	,037	,274	,785	,864	1,157

a. Dependent Variable: TOTAL

HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

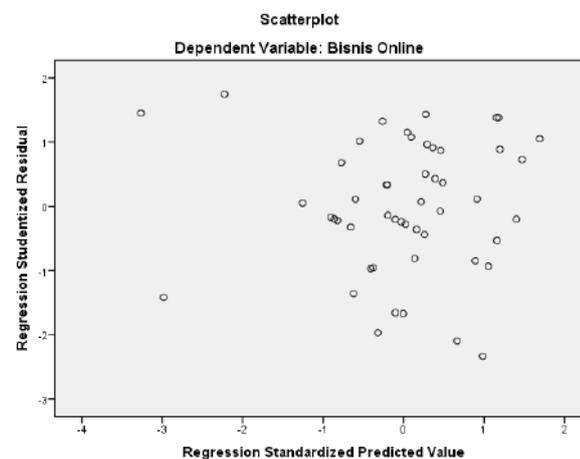
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,173	1,465		1,484	,145
	TOTAL	-,019	,087	-,045	-,215	,831
	TOTAL	,023	,089	,055	,259	,797
	TOTAL	-,031	,060	-,081	-,513	,611

a. Dependent Variable: RES2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,173	1,465		1,484	,145
	Keberhasilan Diri	-,019	,087	-,045	-,215	,831
	Toleransi Atas Resiko	,023	,089	,055	,259	,797
	Kebebasan dalam Bekerja	-,031	,060	-,081	-,513	,611

a. Dependent Variable: RES2



REGRESI LINIER BERGANDA, KOEFISIEN DETERMINASI, UJI T DAN UJI F

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,531 ^a	,282	,235	2,180

a. Predictors: (Constant), Kebebasan dalam Bekerja, Keberhasilan diri, Toleransi Atas Resiko

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,729	2,516		4,264	,000
	Keberhasilan diri	,121	,150	,145	,807	,424
	Toleransi Atas Resiko	,342	,154	,403	2,225	,031
	Kebebasan dalam Bekerja	,028	,104	,037	,274	,785

a. Dependent Variable: Bisnis Online

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85,760	3	28,587	6,017	,002 ^b
	Residual	218,560	46	4,751		
	Total	304,320	49			

a. Dependent Variable: Bisnis Online

b. Predictors: (Constant), Kebebasan dalam Bekerja, Keberhasilan diri, Toleransi Atas Resiko

TABEL FREQUENCE**KD1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	2,0	2,0	2,0
2	3	6,0	6,0	8,0
3	2	4,0	4,0	12,0
4	29	58,0	58,0	70,0
5	15	30,0	30,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

KD2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	4	8,0	8,0	8,0
4	27	54,0	54,0	62,0
5	19	38,0	38,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

KD3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	6,0	6,0	6,0
3	7	14,0	14,0	20,0
4	25	50,0	50,0	70,0
5	15	30,0	30,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

KD4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	6,0	6,0	6,0
3	12	24,0	24,0	30,0
4	26	52,0	52,0	82,0
5	9	18,0	18,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

KD5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	2,0	2,0	2,0
2	3	6,0	6,0	8,0
3	19	38,0	38,0	46,0
4	25	50,0	50,0	96,0
5	2	4,0	4,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

TR1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	2,0	2,0	2,0
3	7	14,0	14,0	16,0
4	19	38,0	38,0	54,0
5	23	46,0	46,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

TR2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	2,0	2,0	2,0
3	3	6,0	6,0	8,0
4	33	66,0	66,0	74,0
5	13	26,0	26,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

TR3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	4,0	4,0	4,0
3	6	12,0	12,0	16,0
4	24	48,0	48,0	64,0
5	18	36,0	36,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

TR4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	2,0	2,0	2,0
2	3	6,0	6,0	8,0
3	7	14,0	14,0	22,0
4	26	52,0	52,0	74,0
5	13	26,0	26,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

TR5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	4,0	4,0	4,0
2	2	4,0	4,0	8,0
3	15	30,0	30,0	38,0
4	21	42,0	42,0	80,0
5	10	20,0	20,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

KB1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	12,0	12,0	12,0
	2	10	20,0	20,0	32,0
	3	16	32,0	32,0	64,0
	4	11	22,0	22,0	86,0
	5	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

KB2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	24,0	24,0	24,0
	4	26	52,0	52,0	76,0
	5	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

KB3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,0	2,0	2,0
	2	5	10,0	10,0	12,0
	3	10	20,0	20,0	32,0
	4	23	46,0	46,0	78,0
	5	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

KB4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,0	2,0	2,0
	2	1	2,0	2,0	4,0
	3	6	12,0	12,0	16,0
	4	23	46,0	46,0	62,0
	5	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

KB5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	4,0	4,0	4,0
	2	2	4,0	4,0	8,0
	3	13	26,0	26,0	34,0
	4	27	54,0	54,0	88,0
	5	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

MBO1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2,0	2,0	2,0
	3	13	26,0	26,0	28,0
	4	26	52,0	52,0	80,0
	5	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

MBO2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2,0	2,0	2,0
	3	15	30,0	30,0	32,0
	4	23	46,0	46,0	78,0
	5	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

MBO3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2,0	2,0	2,0
	3	7	14,0	14,0	16,0
	4	28	56,0	56,0	72,0
	5	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

MBO4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	10,0	10,0	10,0
	4	30	60,0	60,0	70,0
	5	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

MBO5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	4,0	4,0	4,0
	4	22	44,0	44,0	48,0
	5	26	52,0	52,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	



LEMBAR BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhamad Hamzah
Nomor Pokok Mahasiswa : 14.02.0139
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor Keberhasilan Diri, Faktor Toleransi Akan Resiko, Faktor Kebebasan Dalam Bekerja Terhadap Motivasi Berbisnis *Online* Busana Muslim (Studi Kasus Mahasiswi S1 Semester 6 dan 8 Institut Ilmu Alquran Jakarta)

No	Bimbingan Ke-/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	08 Maret 2018	Penyerahan Surat Bimbingan, Proposal, Revisi Judul Skripsi	
2	14 Maret 2018	Penyerahan dan ACC Judul skripsi Baru	
3	01 April 2018	Revisi BAB I, BAB II dan BAB III	
4	29 April 2018	Diskusi BAB I, BAB II dan BAB III	
5	30 April 2018	Penyerahan dan ACC BAB I, BAB II dan BAB III	
6	23 Agustus 2018	Penyerahan dan Revisi BAB IV – BAB V.	
7	09 September 2018	ACC BAB IV – BAB V, Pengesahan Dosen Pembimbing	

Dosen Pembimbing I

Dr. Farizal MS, MM.



LEMBAR BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhamad Hamzah
Nomor Pokok Mahasiswa : 14.02.0139
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor Keberhasilan Diri, Faktor Toleransi Akan Resiko, Faktor Kebebasan Dalam Bekerja Terhadap Motivasi Berbisnis *Online* Busana Muslim (Studi Kasus Mahasiswa S1 Semester 6 dan 8 Institut Ilmu Alquran Jakarta)

No	Bimbingan Ke-/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	28 Maret 2018	Penyerahan Surat Bimbingan, Proposal, Revisi Judul Skripsi	
2	26 April 2018	Penyerahan dan ACC Judul skripsi Baru	
3	28 April 2018	Revisi BAB I, BAB II dan BAB III	
4	13 Mei 2018	Penyerahan dan ACC BAB I, BAB II dan BAB III	
5	26 Juni 2018	Diskusi BAB IV dan Pengolahan Data	
6	19 Agustus 2018	Penyerahan dan Revisi BAB IV – BAB V.	
7	29 Agustus 2018	ACC BAB IV – BAB V, Pengesahan Dosen Pembimbing	

Dosen Pembimbing II

Faried Ma'ruf, M.Sc.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

CURRICULUM VITAE (CV)

A. Data Diri

Nama : Muhamad Hamzah
Tempat Lahir : Jakarta
Tanggal Lahir : 26 Juni 1995
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat Asal : Jakarta



Nomor KTP : 3174102606950002
No Telp Rumah : -
Nomor HP : 08970605714
Alamat Kost : -

No Telp Kost : -
Facebook : Muhamad Hamzah
Twitter, Line, Ig : @mochzah
Blog : <http://mochzah.blogspot.co.id/>
Email : hamzah1735@gmail.com

B. Data Pendidikan

NIM : 14.02.0139
Tahun Masuk : 2014
Universitas : Institut Perguruan Tinggi Ilmu Alquran
Nama Fakultas : Syariah
Nama Jurusan : Ekonomi Syariah
Nama Prodi : Ekonomi Syariah

C. Riwayat Pendidikan

Jenjang	Institusi	GPA/NEM	Keterangan
SD	SDN 08 PAGI PETUKANGAN UTARA	23,04	LULUS
SMP	SMP BINA PUTRA BANGSA	30,15	LULUS
SMA	MAS ANNAJAH JAKARTA	44,20	LULUS
UMUM	PPTQ Harun Assyafii	-	LULUS
UMUM	FWN Business and Motivator School	-	LULUS

D. Data Orang Tua

Nama Ayah : Alm. Tasroni
Alamat Ayah :-
No Telp/HP Ayah :-
Pekerjaan Ayah :-

Nama Ibu : Entin Kartini
Alamat Ibu : Jl H Ilyas No 55 Rt 002 Rw 010 Petukangan Utara
Pesanggrahan Jakarta Selatan
No Telp/HP Ibu : 081281129844
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

E. Data Saudara/i Kandung

Nama Saudara	Status Saudara	Pekerjaan
Eulis Fitriani	Menikah	Guru
Mutiara Fildzah	Menikah	Guru
Muhammad Fathin	Belum Menikah	Mahasiswa

F. Riwayat Organisasi

No	Nama Organisasi	Tingkat Organisasi	Jabatan Terakhir	Masa Jabatan
1	Remaja Masjid Miftahunnur (REMIFTAH)	Pemuda-pemudi Sekitar Masjid	Anggota	2011-2015
2	Islamic Economic Student Assosiation (IESA)	Himpunan Mahasiswa	Ketua Divisi	2014-Sekarang
3	Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam (Fossei)	Regional Jabodetabek dan Nasional	Anggota	2015-Sekarang
4	Karangtaruna RT	Pemuda-pemudi Sekitar RT	Wakil Ketua	2016-2017
5	Karangtaruna RW	Pemuda-pemudi Sekitar RW		2016-Sekarang
6	Karangtaruna Kelurahan	Kelurahan	Anggota	2017-Sekarang

G. Riwayat Pelatihan

No	Nama Penyelenggara	Waktu Pelaksanaan	Bidang Pelatihan
1	FWN SCHOOL	2018	Neuro Linguistik Progamming
	Nilai Manfaat: Mampu memprogram pikiran manusia dengan pola bahasa		
2	FWN SCHOOL	2018	Train The Trainer & Outbound Facilitator
	Nilai Manfaat: Mampu mempersiapkan diri menjadi seorang Trainer dan Fasilitator outbound		
3	FWN SCHOOL	2017	Hypnotherapy
	Nilai Manfaat: Mampu menteraphy diri dan orang lain melalui alam bawah sadar		
4	FWN SCHOOL	2017	Public Speaking
	Nilai Manfaat: Mampu berbicara di depan publik secara efektif dan effesien sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audience		
5	RICH INNOVATION	2017	Graphology
	Nilai Manfaat: Mampu membaca karakter, Motivasi, Bakat dan sebagainya melalui tulisan tangan		
6	KREASI PRESENTASI	2017	Power Point
	Nilai Manfaat: Mampu membuat Amazing Slide Presentation		
7	BOGOR BERDAYA	2017	Bisnis
	Nilai Manfaat: Funnelling dan Online Viral Post		
8	IESA	2017	Video Editing (Adobe Premiere)
	Nilai Manfaat: Mampu mengedit Video menjadi sebuah Film/tontonan yang menarik		
9	SEGRETERIA ACADEMY	2017	Kesekretariatan
	Nilai Manfaat: Mengetahui tugas seorang sekretaris, membuat surat yang benar, menguasai MS-Word		
10	IESA	2016	Entrepreneurship and Business Planning
	Nilai Manfaat: Lebih memahami arti dari seorang entrepreneur dan merencanakan bisnis dengan baik dan effesien		
11	BURSA EFEK INDONESIA	2015	Sekolah Pasar Modal
	Nilai Manfaat: memahami dunia efek/saham dan peranannya dalam ekonomi Bangsa		
12	PPMK	2015	Desain Grafis
	Nilai Manfaat: Menambah pengetahuan dalam dunia desain grafis dan mampu mendesain dengan corel draw		
13	INDOPRENEURS	2015	Wirausaha dan Pemasaran
	Nilai Manfaat: Mampu melakukan pemasaran secara online dan offline dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan		
14	DIKLAT IESA	2014	Kepemimpinan dan Organisasi
	Nilai Manfaat: Menumbuhkan jiwa kepemimpinan dan sosial serta menambah ilmu keorganisasian		