



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGHALANG MINAT BERBISNIS

ISLAMI PADA GENERASI MUDA

(Studi Kasus Di Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor)

Dwi Suprianto

Universitas Ibn Khaldun Bogor

(Naskah diterima: 1 September 2020, disetujui: 28 Oktober 2020)

Abstract

This study aims to determine the factors that hinder the younger generation's interest in doing Islamic business in terms of internal and external factors. The method used in this research is descriptive qualitative research method. The data collection method uses observation and interviews. The technique used by researchers in selecting samples is by using purposive sampling technique. The population in this study were the younger generation in Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran, Cibinong District, Bogor Regency. The research sample consisted of 3 young generation informants. The results of research on 3 young generations in Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Cibinong Subdistrict Bogor Regency show that the factors that hinder interest in doing Islamic business: (1) Internal factors, including the attitude factor that the younger generation is not confident due to lack of knowledge about Islamic business. Includes motivational factors that the younger generation does not have the motivation to build Islamic businesses because they do not have sufficient capital. (2) External factors, including household (parents) factors that the younger generation does not get support and motivation from their parents. Includes community factors that no one from friends invites to build an Islamic business. Includes the educational factor that the younger generation during their education are not taught and motivated to build an Islamic business and there are no facilities and infrastructure that are prepared to build an Islamic business.

Keywords : Business Interests, Islamic Business, Young Generation

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor penghalang minat berbisnis islami pada generasi muda ditinjau dari faktor internal dan faktor eksternal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun metode pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara. Teknik yang digunakan peneliti dalam memilih sampel yaitu dengan menggunakan teknik purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor. Sampel penelitian berjumlah 3 orang informan generasi muda. Hasil penelitian terhadap 3 generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menjadi penghalang minat berbisnis islami : (1) Faktor internal, meliputi faktor sikap bahwa generasi muda tidak percaya diri karena kurangnya

pengetahuan tentang bisnis islami. Meliputi faktor motivasi bahwa generasi muda tidak memiliki motivasi untuk membangun bisnis islami karena tidak memiliki modal yang cukup. (2) Faktor eksternal, meliputi faktor rumah tangga (orang tua) bahwa generasi muda tidak mendapatkan dukungan dan motivasi dari orang tuanya. Meliputi faktor masyarakat bahwa dari teman bergaul tidak ada yang mengajak untuk membangun bisnis islami. Meliputi faktor pendidikan bahwa generasi muda selama menempuh pendidikan tidak diajarkan dan dimotivasi untuk membangun sebuah bisnis islami serta tidak ada sarana dan prasarana yang dipersiapkan untuk membangun sebuah bisnis islami.

Kata Kunci : Minat Bisnis, Bisnis Islami, Generasi Muda

I. PENDAHULUAN

Masalah pengangguran dan kemiskinan merupakan masalah yang dihadapi oleh bangsa Indonesia dan juga negara lainnya. Selama beberapa dekade angka pengangguran dan kemiskinan telah mengalami kenaikan. Jumlah angkatan kerja pada Februari 2020 sebanyak 137,91 juta orang, naik 1,73 juta orang dibanding Februari 2019. Berbeda dengan naiknya jumlah angkatan kerja, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) turun sebesar 0,15 persen poin. Dalam setahun terakhir, pengangguran bertambah 60 ribu orang, berbeda dengan TPT yang turun menjadi 4,99 persen pada Februari 2020 (Badan Pusat Statistik : 2020). Persentase penduduk miskin pada Maret 2020 sebesar 9,78 persen, meningkat 0,56 persen poin terhadap September 2019 dan meningkat 0,37 persen poin terhadap Maret 2019. Jumlah penduduk miskin pada Maret 2020 sebesar 26,42 juta orang, meningkat 1,63 juta orang terhadap

September 2019 dan meningkat 1,28 juta orang terhadap Maret 2019 (Badan Pusat Statistik : 2020). Krisis moneter juga telah ikut menyumbangkan angka pengangguran dan kemiskinan. Di indonesia angka pengangguran dan kemiskinan terbanyak justru diciptakan oleh kelompok terdidik. Penyerapan tenaga kerja hingga Februari 2020 masih di dominasi oleh penduduk bekerja berpendidikan rendah (SD ke bawah) sebanyak 50,96 juta orang (38,89 persen). Sementara itu persentase penduduk bekerja yang berpendidikan tinggi (Diploma dan Universitas) hanya sebesar 13,02 persen. Dibandingkan Februari 2019, proporsi penduduk bekerja meningkat pada hampir seluruh jenjang pendidikan. Kenaikan tertinggi terdapat pada jenjang pendidikan SMK yaitu sebesar 0,51 persen poin. Penurunan persentase penduduk bekerja terlihat pada jenjang pendidikan SD ke bawah dan Diploma I/II/III, yaitu masing-masing sebesar 1,62 persen poin dan 0,03 persen poin (Badan Pusat Statistik :

2020). Salah satu faktor yang paling dominan untuk mengatasi hal tersebut diatas yaitu melalui berwirausaha khususnya generasi muda yang terdidik untuk mampu menjadi wirausaha yang mandiri.

Bagaimana dengan generasi muda kita terutama kelompok yang berstatus sarjana, sebenarnya kelompok ini merupakan kelompok yang sangat potensial jika mempunyai jiwa wirausaha karena memiliki wawasan dan ilmu yang cukup dibandingkan kelompok yang hanya lulusan SMA ke bawah. Namun dibalik itu, faktanya justru berbanding terbalik. Sesuai data BPS Susenas, para sarjana lebih condong menjadi buruh, karyawan swasta atau menggebu-gebu menjadi Pegawai Negeri atau BUMN meskipun telah membutuhkan mengorbankan yang cukup besar baik materi maupun tenaga dengan penuh perjuangan dan pengabdian bertahun-tahun untuk bisa menjadi Pegawai Negeri (qurnain, 2015).

Penduduk yang bekerja pada kegiatan formal dan informal secara sederhana dapat diidentifikasi berdasarkan status pekerjaan. Pekerja formal mencakup status berusaha dengan dibantu buruh tetap dan buruh/ karyawan/ pegawai, sedangkan sisanya termasuk pekerja informal (berusaha sendiri, berusaha dibantu buruh tidak tetap/buruh tidak dibayar,

pekerja bebas, dan pekerja keluarga/tak dibayar).

Pada Februari 2020, terdapat sejumlah 56,99 juta orang (43,50 persen) bekerja pada kegiatan formal dan sebanyak 74,04 juta orang (56,50 persen) bekerja pada kegiatan informal. Penduduk yang bekerja pada kegiatan formal, mayoritas adalah mereka yang berstatus buruh/ karyawan/pegawai yaitu sebanyak 52,20 juta orang. Sementara pekerja informal paling banyak pada mereka yang berstatus berusaha sendiri (24,58 juta orang) dan berusaha dibantu buruh tidak tetap/buruh tidak dibayar (21,51 juta orang). Terjadi peningkatan persentase pekerja formal (0 ,77 persen poin) jika dibandingkan Februari 2019 (Badan Pusat Statistik : 2020).

Generasi muda kita enggan menjadi Wirausaha terutama yang hidup di kota atau pedesaan karena ada banyak jawaban yang diberikan, diantaranya, tidak mau resiko, tidak berani untuk memulai membuka usaha, image masyarakat sudah terlanjur menjadi Pegawai Negeri merupakan pekerjaan yang prestise dimata masyarakat, enggan berjuang dalam merintis usaha dari bawah, dan alasan tidak punya modal untuk berwirausaha padahal kalau digunakan untuk menjadi Pegawai

Negeri berusaha secara maksimal (qurnain, 2015).

Bisnis merupakan suatu istilah untuk menjelaskan segala aktivitas berbagai institusi dari yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Adapun sektor-sektor ekonomi bisnis tersebut meliputi sektor pertanian, sektor industri, jasa, dan perdagangan.

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pemanfaatan harta (ada aturan halal dan haram) (norwadi, 2015).

Kewirausahaan Islam (*islamicpreneurship*) bermakna segala bentuk aktivitas dalam mendirikan, memimpin, mengelola, mengambil resiko, dan menjadi pemilik usaha yang sesuai dengan ajaran Islam. Sehingga *islamicpreneurship* merupakan upaya menduk-

rong hadirnya praktik bisnis yang menebar nilai-nilai Islam segala bentuk aktivitas bisnis, hal tersebut disebabkan keberadaan manusia sebagai khalifah dimuka bumi dan diciptakan oleh Allah untuk selalu beribadah kepada-Nya. Maka, membawa konteks ibadah kepada aktivitas bisnis atau bermu'amalah harus dilakukan dengan cara yang sesuai dengan ajaran Islam, sebab prinsip utama dalam *islamicpreneurship* adalah Al-Qur'an dan As Sunnah. *Islamicpreneurship* memandang keberadaan sumber daya merupakan hal yang sangat fundamental, bentuk sumber daya tersebut dapat berupa *soft skill*, *hard skill*, dan *Islamic value* yang menjadi pondasi dasar dalam setiap aktivitas pelaku bisnis. Maka, keberadaan *soft skill* dan *hard skill* yang baik diimbangi dengan penguasaan, pemahaman, dan kesadaran mengenai *Islamic value* yang termanifestasi dalam bentuk etika bisnis (Makhrus & Cahyani, 2017).

Muslim merupakan mayoritas penduduk di 49 negara di seluruh dunia. Negara dengan jumlah terbesar (sekitar 209 juta) adalah Indonesia, dimana 87,2% penduduk mengidentifikasi diri mereka sebagai muslim. India memiliki populasi muslim terbesar kedua di dunia dalam jumlah mentah (sekitar 176 juta), meskipun umat Islam hanya mencakup 14,4%

dari total populasi India. Namun, kawasan Timur Tengah-Afrika Utara memiliki konsentrasi Muslim tertinggi di kawasan manapun di dunia: 93% dari sekitar 341 juta penduduknya adalah muslim, dibandingkan dengan 30% di sub-Sahara Afrika dan 24% di Asia-Pasifik. Dari data tersebut kita dapat melihat bahwa pasar muslim dunia sangat besar dan akan semakin besar. Hal ini tentu saja membawa angin segar kepada pelaku bisnis di industri syariah. Artinya akan ada banyak peluang dari pangsa pasar Muslim dunia (mansyuroh, 2018).

II. KAJIAN TEORI

Secara umum, istilah bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Secara historis, kata bisnis berasal dari bahasa Inggris, yaitu "business", dari kata dasar "busy" yang artinya "sibuk". Sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis adalah usaha dagang, usaha komersial. Bisnis sendiri memiliki dua pengertian yang berbeda, yakni: pertama, bisnis adalah sebuah kegiatan, dan kedua,

bisnis adalah sebuah perusahaan. Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk memperoleh laba atau menjual barang dan jasa guna mendapat keuntungan dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Ebert mengartikan bisnis sebagai sebuah organisasi yang mengelola barang dan jasa untuk mendapatkan laba. Dalam Islam, bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pelayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).

Wirausaha Muslim sebagai pelaku bisnis harus bekerja sesuai profesionalitas dan tetap menjalankan perintah Allah. Karena bisnis berbasis syari'ah adalah kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang dengan berlandaskan syariat agama Islam, dimana setiap cara memperoleh dan menggunakan harta yang mereka dapatkan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan haram). Dalam bisnis Islam seseorang harus selalu mengingat dan menyerahkan semua hasil usaha yang telah dilakukan kepada Allah. Dengan berserah diri kepada Allah dan menganggap kerja sebagai ibadah seseorang akan selalu ikhlas dalam

bekerja inilah yang dimaksud dengan tawḥīd ulūhiyyah (Huda, 2016).

Menurut Suryana 2001 di dalam Rose Rahmidani 2014 faktor-faktor yang mempengaruhi kewirausahaan dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor dari dalam individu itu sendiri sedangkan faktor eksternal merupakan hasil interaksi individu dengan lingkungannya.

Kategori umur menurut depkes RI (2009) :

1. Masa balita : 0-5 tahun
2. Masa kanak-kanak : 5-11 tahun
3. Masa remaja awal : 12-16 tahun
4. Masa remaja akhir : 17-25 tahun
5. Masa dewasa awal : 26-35 tahun
6. Masa dewasa akhir : 36-45 tahun
7. Masa lansia awal : 46-55 tahun
8. Masa lansia akhir : 56-65 tahun
9. Masa manula : 65- sampai atas

Merujuk pada UU No. 40/2009 tentang Kepemudaan, generasi muda didefinisikan sebagai “Warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun (Kahayani, 2017).

III. METODE PENELITIAN

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Istilah “deskriptif” berasal dari istilah bahasa Inggris *to describe* yang berarti memaparkan atau menggambarkan suatu hal, misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan, dan lain-lain. Dengan demikian yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Dalam kegiatan penelitian ini peneliti hanya memotret apa yang terjadi pada diri objek atau wilayah yang diteliti, kemudian memaparkan apa yang terjadi dalam bentuk laporan penelitian secara lugas, seperti apa adanya (Arikunto, 2013).

Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara menyeluruh terhadap suatu objek. Peneliti menjadi instrumen utama dalam suatu penelitian kualitatif. Kemudian, hasil penelitian dijelaskan dalam bentuk kata-kata yang diperoleh melalui data valid. Sebab, penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Dan, datanya tidak dapat diselesaikan dengan perhitungan statistik (Jaya, 2020).

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel informan penelitian adalah generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor. Teknik yang digunakan peneliti dalam memilih sampel yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Maka dalam penelitian ini terdapat beberapa karakteristik atau kriteria yang diajukan oleh peneliti untuk menentukan subjek penelitian yaitu :

1. Generasi muda yang ada di wilayah Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor.
2. Berusia 18 – 30 tahun.

Maka dapat disimpulkan bahwa jumlah subjek dalam penelitian ini ialah sebanyak 3 informan generasi muda di wilayah Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor yang terdiri dari 2 laki-laki dan 1 perempuan.

Adapun sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini ada dua macam yaitu, data primer dan data sekunder.

1. Data Primer, merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, ke-

lompok fokus, panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber secara langsung memberikan data pada pengumpulan data.

2. Data sekunder, merupakan data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah. Misalnya, data ini bisa berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data (Jaya, 2020).

Untuk memperoleh data yang valid maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Adapun teknik-teknik tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati objek yang akan diteliti, menganalisis, serta mencatat hasil temuan di tempat penelitian (Jaya, 2020).

a. Observasi Terus terang atau Tersamar

Dalam hal ini, peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melaku-

kan penelitian. Jadi mereka yang diteliti me-
ngetahui sejak awal sampai akhir tentang
aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat pe-
neliti juga tidak terus terang atau tersamar da-
lam observasi, hal ini untuk menghindari kalau
suatu data yang dicari merupakan data
yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau
dilakukan dengan terus terang, maka peneliti
tidak akan diijinkan untuk melakukan obser-
vasi (Sugiyono, 2019).

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada sumber data (informan).

a. Wawancara terstruktur (*structured interview*)

Wawancara terstruktur (*structured interview*) merupakan wawancara yang dilakukan secara terencana berdasarkan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelum wawancara tersebut berlangsung. Selain memanfaatkan daftar pertanyaan, peneliti dapat menggunakan alat bantu seperti tape recorder, kamera, dan alat lainnya yang dapat membantu peneliti selama wawancara berlangsung (Jaya, 2020).

IV. HASIL PENELITIAN

Berikut ini peneliti mengemukakan hasil penelitian “*Analisis Faktor-Faktor Penghalang Minat Berbisnis Islami Pada Generasi Muda*”. Sebagaimana telah di terangkan dalam teknik analisis data dalam penelitian yang menggunakan analisis deskriptif kualitatif atau menggunakan pemaparan data. Maka peneliti melakukan penelitian dengan sistem wawan-
cara terbuka langsung terhadap 3 orang gene-
rasi muda yang ada di Rukun Warga (RW) 05
Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong
Kabupaten Bogor.

Minat dapat didefinisikan sebagai sesua-
tu yang membangkitkan perhatian pada suatu hal. Minat mengindikasikan apa yang diingin-
kan atau dilakukan orang atau apa yang mere-
ka senangi. Seseorang yang berminat pada
suatu hal, maka segala tindakan atau apa yang
dilakukan akan mengarahkannya pada minat-
nya tersebut. Menurut Shaleh (2004) bahwa
minat adalah suatu kecenderungan untuk
memberikan perhatian dan bertindak terhadap
orang, aktivitas atau situasi yang menjadi
objek dari minat tersebut yang disertai dengan
perasaan senang dari dalam hati (Dora, 2019).

Minat berwirausaha menurut Subandono
(2007) adalah kecenderungan hati dalam diri
subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha

yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut. Suryawan (2006) mendefinisikan minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami (Hendrawan & Sirine, 2017).

Menurut Suryana 2001 di dalam Rose Rahmidani 2014 faktor-faktor yang mempengaruhi kewirausahaan dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor dari dalam individu itu sendiri sedangkan faktor eksternal merupakan hasil interaksi individu dengan lingkungannya.

Sedangkan dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 3 orang generasi muda, temuan menunjukkan bahwa minat berbisnis islami pada generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor sebagian besar masuk pada kategori rendah karena dipengaruhi beberapa faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor-Faktor Internal Yang Menjadi Penghalang Minat Berbisnis Islami Pada Generasi Muda

a. Faktor Sikap

Generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor tidak percaya diri untuk membangun sebuah bisnis islami karena kurang memahami tentang bisnis islami serta ragu dengan kemampuan dirinya sendiri di dalam dunia bisnis.

Lauster (dalam Fasikhah, 1994), menyatakan bahwa kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau perasaan yakin atas kemampuan diri sendiri sehingga orang yang bersangkutan tidak terlalu cemas dalam tindakan-tindakannya, dapat merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang disukainya dan bertanggung jawab atas perbuatannya, hangat dan sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, dapat menerima dan menghargai orang lain, memiliki dorongan untuk berprestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangannya.

Menurut Hakim (2002:170) cara-cara untuk dapat meningkatkan rasa percaya diri adalah sebagai berikut: (1) Membangkitkan kemauan yang keras, kemauan merupakan dasar untuk membangun kepribadian yang kuat termasuk rasa percaya diri. Dengan kemau-

an yang keras yang difokuskan pada tujuan hidup sehingga tidak mudah menyerah dalam menghadapi masalah. (2) Biasakan untuk memberanikan diri, Kebiasaan memberanikan diri dan berusaha rileks, ketegangan akan berkurang dan hilang dalam situasi tertentu seperti tampil didepan kelas atau berbicara di depan masyarakat dalam acara tertentu (Yusuf & Hamzah, 2016).

b. Faktor Motivasi

Generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor tidak memiliki motivasi untuk membangun sebuah bisnis islami karena tidak memiliki modal yang cukup untuk membangun sebuah bisnis islami.

Rusdiana (2004) Motivasi dapat dipahami sebagai keadaan dalam diri individu yang menyebabkan mereka berperilaku dengan cara yang menjamin tercapainya suatu tujuan. Saraswati (2005) juga berpendapat bahwa motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi *young entrepreneur* (Hendrawan & Sirine, 2017).

Dalam penelitian Virginia Maria Kahayani yang berjudul “Studi Tentang Motivasi Anak Muda Untuk Berwirausaha Di Kecamatan Samarinda Kota” Modal usaha menjadi

salah satu faktor penghambat motivasi anak muda untuk berwirausaha (Kahayani, 2017).

2. Faktor-Faktor Eksternal Yang Menjadi Penghalang Minat Berbisnis Islami Pada Generasi Muda**a. Faktor Rumah Tangga (Orang Tua)**

Generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor tidak mendapatkan dukungan dan motivasi dari orang tuanya untuk membangun sebuah bisnis islami, serta keluarganya pun tidak ada yang memiliki bisnis islami.

Menurut Wibowo 2011 dalam Alif Nur Rahmadi dan Budi Heryanto 2016, berkaitan dengan lingkungan keluarga, maka peran keluarga sangat penting dalam menumbuhkan minat anak. Orang tua merupakan pendidik pertama dan sebagai tumpuan dalam bimbingan kasih sayang yang utama. Maka orang tua lah yang banyak memberikan pengaruh dan warna kepribadian terhadap seorang anak. Dengan demikian mengingat pentingnya pendidikan di lingkungan keluarga, maka pengaruh di lingkungan keluarga terhadap anak dapat mempengaruhi apa yang diminati oleh anak.

b. Faktor Masyarakat

Dari faktor masyarakat dalam sub indikator teman bergaul, generasi muda di Rukun

Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor tidak ada teman bergaul yang mengajak untuk membangun sebuah bisnis islami, dan hanya mengajak untuk melamar pekerjaan saja.

Lingkungan eksternal juga dapat mempengaruhi minat seseorang menjadi wirausaha. Lingkungan eksternal yaitu lingkungan yang berasal dari luar seperti teman, tetangga, lingkungan desa, ataupun lingkungan sekitar. Lingkungan sangat berpengaruh karena manusia selama hidup tidak dapat lepas dari yang namanya lingkungan. Lingkungan selalu mengitari manusia dan terdapat hubungan timbal balik antara manusia dengan lingkungannya (Rustini, Pratama, & Wiswanatha Mada, 2019).

Lingkungan masyarakat merupakan lingkungan di luar lingkungan keluarga yaitu di kawasan tempat tinggalnya maupun dikawasan lain. Misalnya: seseorang yang tinggal didaerah yang terdapat usaha jasa elektronik atau sering bergaul dengan pengusaha elektronik yang berhasil akan menimbulkan minat berwirausaha bidang elektronik (Ruswati, 2018).

c. Faktor Pendidikan

Generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong

Kabupaten Bogor selama menempuh pendidikan tidak diajarkan dan dimotivasi untuk membangun sebuah bisnis islami serta tidak ada sarana dan prasarana yang dipersiapkan untuk membangun sebuah bisnis islami.

Menurut Joko Sutrisno (2003) dalam Muladi Wibowo (2011) pendidikan yang berwawasan kewirausahaan, adalah pendidikan yang menerapkan prinsip-prinsip dan metodologi ke arah pembentukan kecakapan hidup (*life skill*) pada peserta didiknya melalui kurikulum yang terintegrasi yang dikembangkan disekolah.

Hall (1996) menyatakan bahwa dalam jangka pendek pembelajaran akan merubah sikap dan kinerja seseorang, sedangkan dalam jangka panjang mampu menumbuhkan identitas dan daya adaptabilitas seseorang yang sangat penting bagi keberhasilannya. Pendidikan dan latihan, mentoring dan belajar dari pengalaman merupakan faktor pembentuk pembelajaran kewirausahaan yang signifikan (Siswadi, 2013).

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, menunjukkan bahwa minat berbisnis islami pada generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor

sebagian besar masuk pada kategori rendah. Hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara dengan generasi muda di lingkungan Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor bahwa mereka lebih memilih melamar pekerjaan dibandingkan untuk membangun sebuah bisnis islami karena dengan alasan tidak memiliki modal jika untuk membangun sebuah bisnis islami. Rendahnya minat berbisnis islami pada generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor tersebut disebabkan oleh adanya faktor yang menjadi penghalang minat berbisnis islami. Adapun hasil penelitian dan pembahasan mengenai faktor-faktor yang menjadi penghalang minat berbisnis islami pada generasi muda dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-Faktor Internal Yang Menjadi Penghalang Minat Berbisnis Islami Pada Generasi Muda

a. Faktor Sikap

Generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor tidak percaya diri untuk membangun sebuah bisnis islami karena kurang memahami tentang bisnis islami serta

ragu dengan kemampuan dirinya sendiri di dalam dunia bisnis.

b. Faktor Motivasi

Generasi Muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor tidak memiliki motivasi untuk membangun sebuah bisnis islami karena tidak memiliki modal yang cukup untuk membangun sebuah bisnis islami.

2. Faktor-Faktor Eksternal Yang Menjadi Penghalang Minat Berbisnis Islami Pada Generasi Muda

a. Faktor Rumah Tangga (Orang Tua)

Generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor tidak mendapatkan dukungan dan motivasi dari orang tuanya untuk membangun sebuah bisnis islami, serta keluarganya pun tidak ada yang memiliki bisnis islami.

b. Faktor masyarakat

Dari faktor masyarakat dalam sub indikator teman bergaul, generasi muda di Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor tidak ada teman bergaul yang mengajak untuk membangun sebuah bisnis islami, dan hanya mengajak untuk melamar pekerjaan saja.

c. Faktor Pendidikan

Generasi muda di Rukun Warga (RW)

05 Kelurahan Pabuaran Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor selama menempuh pendidikan tidak diajarkan dan dimotivasi untuk membangun sebuah bisnis islami serta tidak ada sarana dan prasarana yang dipersiapkan untuk membangun sebuah bisnis islami.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. 2020. *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2020.* Diakses dari <https://www.bps.go.id> pada tanggal 9 September 2020.

Badan Pusat Statistik. 2020. *Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2020.* Diakses dari <https://www.bps.go.id> pada tanggal 9 September 2020.

Qurnain, Nuzulul. 2015. *Problematika Menciptakan Wirausaha Muda.* Jurnal Iqtishadia. 2 (1).

Norvadewi. 2015. *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif).* Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam AL-TIJARY. 01 (01).

Makhrus dan Putri Dwi Cahyani. 2017. *Konsep Islamicpreneurship Dalam Upaya Mendorong Praktik Bisnis Islami.* Jurnal Islamadina. 18 (1).

Mansyuroh, Firqah Annajiyah. 2018. *Peluang Dan Tantangan Bisnis Hotel Syariah*

Pada Masyarakat Kosmopolitan. At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi. 9 (2).

Dora, Yenny Maya. 2019. *Minat, Jiwa Kewirausahaan Dan Pengetahuan Untuk Kesiapan Berwirausaha.* Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis. 3 (1).

Hendrawan, Josia Sanchaya dan Hani Sirine. 2017. *Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan).* AJIE - Asian Jurnal of Innovation and Entrepreneurship. 02 (03).

Rahmidani, Rose. 2014. *Analisis Faktor Penghambat Berwirausaha Pada Pengrajin Sulaman Wanita Di Jorong Lundang Kanagarian Panampuang Kabupaten Agam.* Jurnal Kajian Manajemen Bisnis. 3 (1).

Kahayani, Virginia Maria. 2017. *Studi Tentang Motivasi Anak Muda Untuk Berwirausaha Di Kecamatan Samarinda Kota.* eJournal Administrasi Bisnis. 5 (1).

Rahmadi, Alif Nur dan Budi Heryanto. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri.* Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri. 1 (2).

Rustini, Ni Made et al. 2019. *Pengaruh Motivasi, Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Seka Taruna di Kota*

YAYASAN AKRAB PEKANBARU

Jurnal AKRAB JUARA

Volume 5 Nomor 4 Edisi November 2020 (102-115)

- Denpasar. Jurnal Wacana Ekonomi. 18 (2).
- Ruswati, Ine. 2018. *Faktor Eksternal Dan Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Yayasan Pendidikan Islam Darussalam Cerme Gresik.* Jurnal Riset Entrepreneurship. 1 (2).
- Siswadi, Yudi. 2013. *Analisis Faktor Internal, Faktor Eksternal Dan Pembelajaran Kewirausahaan Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha.* Jurnal Manajemen & Bisnis. 13 (01).
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Jaya, I Made Laut Mertha. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif.* Yogyakarta: Quadrant.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Huda, Choirul. 2016. Model Pengelolaan Bisnis Syari'ah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang. Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan. 24 (1).
- Rahmidani, Rose. 2014. Analisis Faktor Penghambat Berwirausaha Pada Pengrajin Sulaman Wanita Di Jorong Lundang Kanagarian Panampuang Kabupaten Agam. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis. 3 (1).
- Kahayani, Virginia Maria. 2017. Studi Tentang Motivasi Anak Muda Untuk Berwirausaha Di Kecamatan Samarinda Kota. eJournal Administrasi Bisnis. 5 (1).