

**ANALISIS PENGARUH NILAI NILAI SYARIAH TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA
GENERASI Z PADA MAHASISWA FAKULTAS BISNIS SYARIAH UNIVERSITAS INDO GLOBAL
MANDIRI**

¹Muhammad Rizki Mubaqie, ²Melia Frastuti, ³Muharir

^{1,2,3}Universitas Indo Global Mandiri

Email: ¹rizkimubaqie07@gmail.com, ²melia.frastuti@uigm.ac.id, ³muharir@uigm.ac.id

INFO ARTIEKL

Kata Kunci:

*Nilai Berwirausaha
Syariah, Minat
Berwirausaha,
Generasi Z..*

Cara Sitasi:

Penulis,
Muhammad Rizki
Mubaqie. "Analisis
Pengaruh Nilai Nilai
Syariah terhadap
Minat
Berwirausaha
Generasi Z pada
Mahasiswa Fakultas
Bisnis Syariah
Universitas Indo
Global Mandiri."
Currency (Jurnal
Ekonomi dan
Perbankan Syariah)
[Volume 05, Nomor
01](#) Oktober 2026

ABSTRAK

Penelitian ini ingin mengetahui dampak nilai-nilai berwirausaha berdasarkan syariah serta minat untuk berwirausaha terhadap Generasi Z di kalangan mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian yang bersifat asosiatif kausal. Sampel penelitian terdiri dari 60 orang responden yang dipilih dengan menggunakan metode pengambilan sampel acak sederhana. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner yang menggunakan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Sebelum menguji hipotesis, data terlebih dahulu dicek dengan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, nilai berwirausaha syariah tidak memengaruhi secara signifikan Generasi Z, namun minat berwirausaha berdampak positif dan signifikan terhadap Generasi Z. Secara bersamaan, nilai berwirausaha syariah dan minat berwirausaha mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Generasi Z. Nilai R kuadrat (R^2) sebesar 0,633 berarti 63,3% dari perbedaan Generasi Z bisa dijelaskan oleh dua variabel independen yang digunakan, sedangkan 36,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat untuk berwirausaha adalah faktor utama yang membentuk karakter kewirausahaan pada mahasiswa Generasi Z. Oleh karena itu, perguruan tinggi harus memperkuat pembelajaran kewirausahaan yang berbasis praktik dan menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan syariah agar mahasiswa lebih siap menghadapi dunia usaha.

This study aims to determine the impact of Sharia-based entrepreneurial values and entrepreneurial interest on Generation Z students at the Faculty of Sharia Business, Indo Global Mandiri University. The study employs a quantitative approach with a causal-associative research design. The sample

consists of 60 respondents selected using simple random sampling. Data were collected via questionnaires using a Likert scale and subsequently analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics software. Prior to hypothesis testing, the data underwent validity, reliability, and classical assumption tests. The results indicate that, individually, Sharia entrepreneurial values do not significantly influence Generation Z; however, entrepreneurial interest has a positive and significant impact. Collectively, Sharia entrepreneurial values and entrepreneurial interest exert a positive and significant influence on Generation Z. The R-squared (R^2) value of 0.633 indicates that 63.3% of the variation in Generation Z is explained by the two independent variables, while 36.7% is attributed to factors outside this research model. The findings suggest that entrepreneurial interest is the primary factor shaping the entrepreneurial character of Generation Z students. Therefore, higher education institutions should strengthen practice-based entrepreneurship education and internalize Sharia entrepreneurial values to better prepare students for the business world.

Pendahuluan

Transformasi ekonomi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya dalam bidang kewirausahaan. Perkembangan teknologi informasi, digitalisasi bisnis, dan pertumbuhan ekonomi kreatif membuka peluang bagi masyarakat untuk membangun usaha secara mandiri dengan memanfaatkan berbagai platform digital. Dalam kondisi tersebut, kewirausahaan tidak hanya menjadi alternatif dalam memperoleh pekerjaan, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, meningkatkan daya saing, dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, pengembangan minat berwirausaha, khususnya di kalangan generasi muda, menjadi salah satu aspek penting dalam menghadapi dinamika perekonomian modern (Lewa & Situmorang, 2024).

Generasi Z merupakan kelompok generasi yang memiliki potensi besar dalam pengembangan kewirausahaan karena tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital. Kedekatan generasi ini dengan internet, media sosial, dan berbagai platform perdagangan elektronik memberikan peluang untuk mengembangkan ide bisnis, memperluas jangkauan pemasaran, serta membangun usaha dengan memanfaatkan teknologi. Meskipun demikian, kemampuan menggunakan teknologi digital tidak secara otomatis mendorong seseorang untuk menjadi wirausaha. Minat berwirausaha juga dapat dipengaruhi oleh motivasi, kepercayaan terhadap kemampuan diri, lingkungan sosial, pendidikan kewirausahaan, serta nilai-nilai yang menjadi pedoman dalam mengambil keputusan. Dengan demikian, diperlukan kajian yang tidak hanya menekankan aspek teknologi dan ekonomi, tetapi juga memperhatikan faktor nilai dan etika yang mendasari keputusan seseorang untuk berwirausaha (Joban & Nurhidayati, 2023).

Dalam perspektif ekonomi syariah, kewirausahaan tidak semata-mata berorientasi pada pencapaian keuntungan material, tetapi juga harus memperhatikan ketentuan syariat Islam,

etika bisnis, dan kemaslahatan masyarakat. Nilai-nilai syariah, seperti *shiddiq* (kejujuran), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (komunikatif), dan *fathanah* (kecerdasan), dapat menjadi landasan moral dalam menjalankan kegiatan usaha. Nilai-nilai tersebut juga berkaitan dengan prinsip keadilan, tanggung jawab, transparansi, serta larangan melakukan praktik bisnis yang mengandung unsur riba, gharar, dan maysir sesuai dengan ketentuan syariah. Penerapan prinsip-prinsip tersebut diharapkan dapat membentuk wirausaha yang tidak hanya kompeten dan inovatif, tetapi juga memiliki integritas serta kepedulian terhadap keberlanjutan usaha dan kesejahteraan masyarakat (Shafaira, 2024).

Nilai-nilai syariah memiliki relevansi penting bagi mahasiswa yang mempelajari ekonomi dan bisnis Islam. Pendidikan tinggi tidak hanya berperan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan, tetapi juga dalam membentuk sikap, karakter, dan orientasi etis calon wirausaha (Ramin, 2024). Pemahaman terhadap nilai-nilai syariah dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan jenis usaha, menetapkan strategi pemasaran, mengelola keuangan, membangun hubungan dengan konsumen, dan mengambil keputusan bisnis. Dalam konteks ini, internalisasi nilai-nilai syariah berpotensi berkaitan dengan minat mahasiswa untuk menjalankan usaha yang sesuai dengan prinsip Islam. Namun, hubungan tersebut tetap perlu dibuktikan secara empiris karena pemahaman terhadap nilai-nilai syariah belum tentu diikuti oleh keinginan dan kesiapan untuk memulai usaha.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha, antara lain pendidikan kewirausahaan, motivasi, kepercayaan diri, sikap terhadap kewirausahaan, dukungan lingkungan sosial, dan pemanfaatan teknologi digital (Joban & Nurhidayati, 2023; Lewa & Situmorang, 2024). Sementara itu, pembahasan mengenai nilai-nilai syariah dalam kegiatan bisnis lebih banyak menekankan aspek etika, integritas, dan perilaku usaha yang sesuai dengan ajaran Islam (Shafaira, 2024). Berdasarkan arah pembahasan tersebut, penelitian ini memfokuskan perhatian pada hubungan antara nilai-nilai syariah dan minat berwirausaha dalam konteks mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah. Kesenjangan penelitian yang hendak dikaji adalah sejauh mana nilai-nilai syariah berpengaruh terhadap minat berwirausaha Generasi Z pada lingkungan pendidikan tinggi yang secara khusus mempelajari bisnis syariah. Klaim mengenai kebaruan ini perlu diperkuat melalui penelusuran sistematis terhadap penelitian terdahulu yang relevan.

Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri (UIGM) merupakan konteks yang relevan untuk mengkaji persoalan tersebut karena mahasiswa memperoleh pembelajaran yang berkaitan dengan bisnis, kewirausahaan, dan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Lingkungan akademik tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya menjalankan usaha berdasarkan nilai kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan profesionalisme. Akan tetapi, pengetahuan dan pembelajaran yang diperoleh di perguruan tinggi tidak serta-merta menjamin munculnya minat berwirausaha. Mahasiswa dapat memahami pentingnya nilai-nilai syariah, tetapi masih menghadapi berbagai pertimbangan ketika memutuskan untuk memulai usaha, seperti keterbatasan modal, kekhawatiran terhadap risiko bisnis, kurangnya pengalaman, dan ketidakpastian pasar. Oleh sebab itu, hubungan antara pemahaman nilai-nilai syariah dan minat berwirausaha mahasiswa perlu diteliti berdasarkan data empiris.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai-nilai syariah terhadap minat berwirausaha Generasi Z pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri. Nilai-nilai syariah dalam penelitian ini diposisikan sebagai

variabel independen, sedangkan minat berwirausaha merupakan variabel dependen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian kewirausahaan syariah, khususnya mengenai keterkaitan antara nilai etika Islam dan orientasi kewirausahaan generasi muda. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perguruan tinggi dalam merancang pembelajaran dan program pengembangan kewirausahaan yang tidak hanya menekankan keterampilan bisnis, tetapi juga memperkuat internalisasi nilai-nilai syariah.

Kajian pustaka dan pengembangan hipotesis

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah keinginan seseorang untuk menjalani usaha sebagai pekerjaan utama di masa depan. Minat itu menunjukkan bahwa seseorang ingin, memperhatikan, dan siap untuk memulai serta mengembangkan usaha sendiri (Vivi Julyana Siregar, 2023).

Menurut (Auliya, 2024), minat seseorang untuk menjadi wirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor internal meliputi motivasi, rasa percaya diri, dan keinginan untuk mencapai prestasi. Sementara itu, faktor eksternal yang memengaruhi adalah tingkat pendidikan, lingkungan keluarga, serta pengalaman dalam berwirausaha. Semakin seseorang tertarik dengan usaha, semakin besar kemungkinan dia bisa mewujudkan keinginannya menjadi seorang wirausaha (Zulkifli, 2021).

Di kalangan Generasi Z, semangat untuk berwirausaha semakin tumbuh karena semakin mudah mengakses teknologi digital dan media sosial, serta adanya banyak peluang usaha yang berbasis ekonomi kreatif dan tidak terlalu sulit dijalankan (A'azzul Muna Nala Rizqiya, 2025).

Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok orang yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012 dan berkembang di tengah kemajuan teknologi digital yang semakin pesat. Karakteristik utama generasi ini adalah kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi, kreativitas yang tinggi, kemampuan dalam melakukan beberapa tugas sekaligus, serta keinginan untuk bekerja di tempat yang memberikan fleksibilitas dan kesempatan untuk berkembang (Novi Mubyarto, 2025).

Dalam bidang wirausaha, Generasi Z punya kesempatan besar untuk jadi pengusaha karena kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi informasi sebagai alat promosi, komunikasi, dan pengembangan produk yang inovatif. Namun, keberhasilan mereka dalam berwirausaha tidak hanya bergantung pada kemampuan teknologi, tetapi juga pada nilai-nilai kewirausahaan dan minat yang mereka miliki (Yunus, 2020).

Hubungan Nilai Berwirausaha Syariah dengan Generasi Z

Nilai berwirausaha syariah berfungsi sebagai dasar moral yang membantu membentuk sikap dan karakter kewirausahaan Generasi Z. Mahasiswa yang memiliki sifat jujur, bertanggung jawab, amanah, dan profesional diharapkan dapat menjalankan usaha sesuai dengan prinsip syariah sekaligus membantu usaha tetap berkelanjutan. Oleh karena itu, memahami dan menerapkan nilai-nilai wirausaha syariah di dalam diri diprediksi akan membantu membentuk sikap dan karakter kewirausahaan pada Generasi Z (Icha Nadhirotul Hamidah M, 2024).

Hubungan Minat Berwirausaha dengan Generasi Z

Minat berwirausaha adalah faktor psikologis yang mendorong seseorang untuk memulai sebuah usaha. Mahasiswa yang memiliki semangat berwirausaha tinggi biasanya lebih giat

mencari peluang bisnis, meningkatkan kemampuan diri, dan lebih berani mengambil risiko dalam berbisnis. Maka semakin tinggi tingkat keinginan mahasiswa untuk berwirausaha, semakin besar kemungkinan karakter kewirausahaan muncul pada Generasi Z (Irma Yunita, 2025).

Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang kewirausahaan sudah dilakukan banyak, menggunakan berbagai faktor yang memengaruhi ketertarikan dan tindakan seseorang dalam berwirausaha. (Kurniawati, 2023) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan memberikan pengaruh positif terhadap pengembangan sikap dan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Pembelajaran dengan cara langsung memberikan pengalaman nyata yang bisa membuat seseorang lebih berani mengambil risiko dan lebih percaya diri ketika ingin memulai bisnis.

Penelitian yang dilakukan oleh (Aulia Sahira, 2025) menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai kewirausahaan syariah, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan profesionalisme, berdampak pada keberhasilan usaha dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Nilai-nilai tersebut menjadi dasar penting dalam membangun usaha yang berkelanjutan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Selanjutnya, penelitian (Zulianti, 2022) menunjukkan bahwa lingkungan sosial dan pendidikan kewirausahaan memiliki peran penting dalam membentuk karakter kewirausahaan para mahasiswa. Lingkungan yang baik bisa membuat seseorang lebih termotivasi dan percaya diri untuk memilih menjadi wirausaha sebagai jalannya dalam karier.

Sementara itu, penelitian (Nasution, 2021) menunjukkan bahwa pengalaman berwirausaha memberikan dampak besar terhadap peningkatan kemampuan, kreativitas, dan keberanian mahasiswa dalam mengelola usaha mereka. Pengalaman itu membantu memahami nilai-nilai kewirausahaan secara dalam, sehingga lebih mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Meskipun ada banyak penelitian yang membahas pendidikan kewirausahaan, nilai kewirausahaan, dan minat berwirausaha, penelitian yang secara khusus meneliti dampak nilai kewirausahaan syariah dan minat berwirausaha terhadap karakteristik Generasi Z di kalangan mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri masih sangat sedikit. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan bisa memberikan bukti nyata dalam memajukan pembahasan tentang kewirausahaan syariah bagi kalangan generasi muda.

Kerangka Pemikiran

Perkembangan ekonomi digital memberikan banyak kesempatan bagi Gen Z untuk menjadi pengusaha. Namun, sukses dalam berwirausaha tidak hanya bergantung pada kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga ditentukan oleh sifat dan nilai-nilai yang dimiliki seseorang (Sulistyowati, 2024).

Nilai berwirausaha syariah berfungsi sebagai dasar moral yang membentuk cara berbisnis dengan berpedoman pada prinsip jujur, bertanggung jawab, adil, serta profesional. Di sisi lain, minat berwirausaha merupakan faktor psikologis yang mendorong seseorang untuk memilih berbisnis sebagai jalur karier mereka.

Mahasiswa yang memiliki nilai berwirausaha syariah yang baik dan minat berwirausaha yang tinggi kemungkinan besar memiliki karakter kewirausahaan yang lebih kuat, yang merupakan bagian dari Generasi Z. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut kemungkinan besar memengaruhi cara Generasi Z membentuk karakter mereka dalam menghadapi tantangan di dunia usaha.

Hipotesis

Berdasarkan teori yang digunakan, penelitian sebelumnya, dan pemikiran yang menjadi dasar, hipotesis penelitian dapat dirumuskan seperti berikut.

H1: Nilai-nilai berwirausaha syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Generasi Z di kalangan mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah UIGM.

H2: Minat untuk berwirausaha memiliki pengaruh yang baik dan nyata terhadap Generasi Z di antara mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah UIGM.

H3: Nilai berwirausaha syariah dan minat berwirausaha secara bersamaan memberikan pengaruh positif dan nyata terhadap Generasi Z di kalangan mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah UIGM.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai berwirausaha syariah dan minat berwirausaha terhadap Generasi Z yang terdapat pada mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah UIGM. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini karena bertujuan untuk menguji keterkaitan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik (Sugiyono, 2016).

Populasi penelitian mencakup semua mahasiswa di Fakultas Bisnis Syariah UIGM yang termasuk dalam kelompok Generasi Z. Penentuan sampel dilakukan dengan metode pengambilan sampel acak sederhana, sehingga setiap anggota dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden dalam penelitian. Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin, jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 60 orang responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Generasi Z yang terdaftar dan aktif di Fakultas Bisnis Syariah UIGM. Jumlah keseluruhan populasi adalah 330 mahasiswa, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri

Program Studi	Jumlah Mahasiswa
----------------------	-------------------------

Ekonomi Syariah	<i>131 orang</i>
Perbankan Syariah / Digital	<i>84 orang</i>
Hukum Ekonomi Syariah	<i>43 orang</i>
Manajemen Bisnis Syariah	<i>72 orang</i>
Total	<i>330 orang</i>

Sumber: Data mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri, diolah peneliti.

Data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden menggunakan skala Likert yang terdiri dari lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Selain itu, data sekunder didapat dengan cara melihat jurnal, buku, dokumen, serta sumber referensi lain yang berkaitan dengan topik penelitian tersebut (Jailani & Jeka, 2023).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah nilai berwirausaha syariah (X_1) dan minat berwirausaha (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Generasi Z (Y). Nilai berwirausaha syariah diukur berdasarkan indikator seperti jujur, bertanggung jawab, kreatif dan inovatif, berani mengambil risiko, mandiri, proaktif, termotivasi untuk berwirausaha, serta memiliki pandangan ke depan yang mengikuti prinsip syariah. Minat berwirausaha diukur berdasarkan beberapa indikator, seperti ketertarikan terhadap pekerjaan usaha, keinginan untuk menjadi wirausaha, persiapan untuk memulai usaha, usaha mempelajari hal-hal terkait wirausaha, serta komitmen dalam mengembangkan usaha yang sudah dimulai. Variabel

Generasi Z diukur berdasarkan karakteristik mahasiswa dalam memanfaatkan kesempatan usaha, kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi, kreativitas, inovasi, serta sikap siap menghadapi dunia usaha.

Instrumen penelitian terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan yang digunakan telah memenuhi kelayakan sebagai instrumen dalam pengumpulan data. Setelah itu, dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas sebagai tahapan yang perlu dipenuhi sebelum analisis regresi linear berganda dilakukan.

Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selanjutnya dilakukan uji parsial (uji *t*) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual, uji simultan (uji *F*) untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama, serta analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model penelitian dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Seluruh pengujian statistik menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Hasil Penelitian

Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa model penelitian berhasil menjelaskan hubungan antara nilai berwirausaha (X_1), minat berwirausaha (X_2), dan Generasi Z (Y). Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 3,365 + 0,258X_1 + 0,645X_2$$

Koefisien regresi menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki hubungan positif dengan variabel dependen. Namun, berdasarkan koefisien regresi, pengaruh minat berwirausaha (X_2) lebih besar dibandingkan pengaruh nilai berwirausaha (X_1).

Hasil uji parsial (uji *t*) menunjukkan bahwa variabel nilai berwirausaha (X_1) memiliki tingkat signifikansi 0,152, yang berarti tidak memengaruhi secara signifikan Generasi Z. Sebaliknya, variabel minat berwirausaha (X_2) memiliki nilai signifikansi 0,001, sehingga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Generasi Z.

Hasil uji bersama (uji *F*) menunjukkan nilai *F* hitung sebesar 49,082 dan tingkat signifikansi 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sikap berwirausaha dan minat untuk berwirausaha secara bersamaan mempengaruhi Generasi Z secara signifikan, sehingga model regresi cocok digunakan dalam penelitian ini.

Selanjutnya, hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,633. Artinya, 63,3% dari perbedaan generasi Z dapat dijelaskan oleh variabel nilai berwirausaha dan minat berwirausaha, sedangkan 36,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Karakteristik Responden

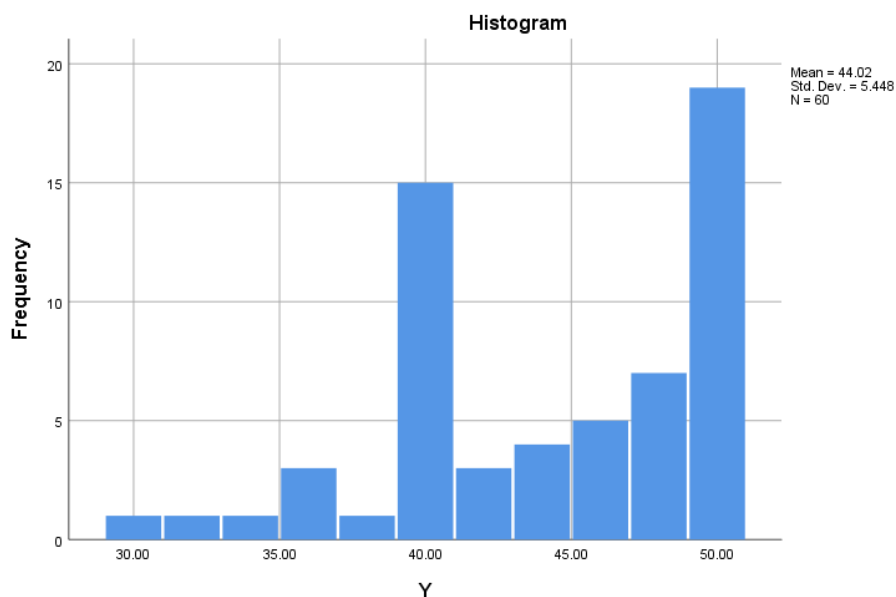
Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ekonomi Bisnis Syariah	20	33.3	33.3	33.3
	Hukum Bisnis Syariah	16	26.7	26.7	60.0
	Manajemen Bisnis Syariah	8	13.3	13.3	73.3
	Perbankan Digital	16	26.7	26.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

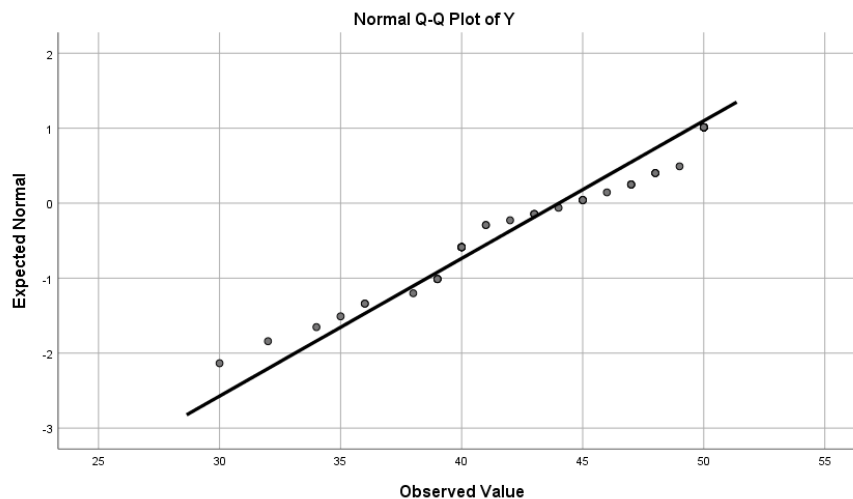
Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS.

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa dari 60 responden yang menjadi sampel penelitian, sebagian besar berada pada semester 4 dengan jumlah 21 orang atau 35,0%. Selanjutnya, responden semester 8 berjumlah 19 orang atau 31,7%, semester 6 sebanyak 11 orang atau 18,3%, dan semester 2 sebanyak 9 orang atau 15,0%. Data tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh mahasiswa semester 4 dan semester 8.

Sedangkan dari uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan analisis normalitas untuk empat variabel data: X1, X2, dan Y, masing-masing dengan 60 data. Rata-rata dan standar deviasi untuk X1 adalah 44.60 dan 4.98, sedangkan untuk X2 adalah 45.18 dan 4.91 dan untuk Y rata-ratanya 44.02 dengan standar deviasi 4.48



Berdasarkan histogram variabel Y, terlihat bahwa data memiliki pola distribusi yang mendekati kurva normal. Sebagian besar data terkonsentrasi di sekitar nilai rata-rata dan tidak menunjukkan penyimpangan yang ekstrem. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data variabel Y berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan dalam analisis regresi. normal sehingga memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan dalam analisis regresi.



Berdasarkan grafik Normal Q-Q Plot variabel Y, titik-titik data tampak menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis tersebut. Kondisi ini mengindikasikan bahwa data memiliki distribusi yang mendekati normal.. Dengan demikian, data variabel Y dapat dinyatakan menunjukkan bahwa data telah berdistribusi normal, sehingga dapat digunakan secara tepat dalam analisis regresi.

Pembahasan

Pengaruh Nilai Berwirausaha terhadap Generasi Z

Penelitian menunjukkan bahwa sikap berwirausaha tidak berdampak nyata terhadap generasi Z. Temuan ini menunjukkan nilai signifikansi 0,152, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama tidak dapat diterima.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa terhadap nilai-nilai kewirausahaan masih belum cukup untuk membentuk sikap dan karakter kewirausahaan Generasi Z. Meskipun para mahasiswa sudah belajar tentang prinsip-prinsip kewirausahaan, belum tentu pemahaman mereka diubah menjadi tindakan nyata dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa hanya memahami nilai-nilai kewirausahaan saja belum cukup untuk mendorong mahasiswa menjadi orang yang memiliki semangat dan karakter kewirausahaan yang kuat.

Generasi Z adalah generasi yang tumbuh di tengah lingkungan digital, memiliki sifat mudah beradaptasi, cepat menerima informasi, serta lebih suka mengutamakan pengalaman langsung. Oleh karena itu, proses memahami nilai kewirausahaan perlu dilakukan dengan cara yang lebih praktis, seperti melalui kegiatan berbisnis, mengincubasi usaha, dan pengalaman langsung dalam berwirausaha. Temuan ini sesuai dengan penelitian Kurniawati (2023) yang mengungkapkan bahwa pembentukan sikap kewirausahaan seseorang tidak hanya ditentukan oleh pemahaman tentang teori, tetapi juga oleh pengalaman belajar yang berupa praktik nyata.

Pengaruh Minat Berwirausaha terhadap Generasi Z

Penelitian ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap Generasi Z, dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Hal itu menunjukkan bahwa semakin banyak minat mahasiswa terhadap wirausaha, semakin kuat pula kemauan mereka untuk mengembangkan sikap dan karakter seorang wirausaha.

Minat berwirausaha adalah faktor psikologis yang bisa mendorong mahasiswa untuk mencari peluang usaha, meningkatkan kreativitas, dan membangun kemampuan dalam

menghadapi tantangan-tantangan di dunia bisnis. Mahasiswa yang sangat tertarik biasanya lebih yakin dalam membuat keputusan, lebih berani menghadapi tantangan, dan lebih termotivasi untuk terus belajar dan memperbaiki usahanya (Maulida Qadisyah, 2024).

Temuan ini memperkuat gagasan bahwa minat seseorang merupakan faktor utama dalam menentukan pilihan profesi yang mereka ambil. Dalam dunia berwirausaha, rasa ingin mencoba adalah langkah pertama yang membuat seseorang memiliki kemauan dan kemudian berani mengambil tindakan untuk memulai usaha. Oleh karena itu, meningkatkan semangat berwirausaha dengan cara memberikan pendidikan kewirausahaan, pelatihan, serta bimbingan dalam berusaha menjadi cara yang penting untuk membentuk generasi muda yang lebih produktif.

Pengaruh nilai berwirausaha dan minat berwirausaha terhadap generasi Z

Uji yang dilakukan secara bersamaan menunjukkan bahwa nilai berwirausaha dan minat untuk berwirausaha secara bersama memengaruhi secara signifikan generasi Z. Hal ini terbukti dari nilai F hitung yang mencapai 49,082 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Selain itu, nilai koefisien determinasi sebesar 63,3% menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar perbedaan karakteristik Generasi Z, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti lingkungan keluarga, pembelajaran kewirausahaan, pengalaman berbisnis, kemampuan digital, keyakinan diri, serta dukungan sosial.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pembentukan karakter kewirausahaan di kalangan Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh satu hal saja, tetapi berasal dari adanya keterlibatan antara faktor-faktor kognitif, afektif, dan lingkungan. Meskipun nilai berwirausaha secara parsial belum terasa pengaruhnya yang besar, tetapi keberadaannya tetap memberikan manfaat ketika digabungkan dengan ketertarikan seseorang pada berwirausaha. Oleh karena itu, pengembangan pendidikan kewirausahaan harus dilakukan secara menyeluruh dengan memperkuat nilai-nilai syariah, meningkatkan semangat motivasi, serta memberikan pengalaman nyata dalam berwirausaha agar mahasiswa lebih siap menghadapi dunia usaha (Ridho Dwi Putra, 2025).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa nilai berwirausaha tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Generasi Z di lingkungan mahasiswa Fakultas Bisnis UGM. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa mengenai nilai-nilai kewirausahaan belum menjadi faktor utama yang memengaruhi pembentukan karakter atau jiwa kewirausahaan mereka.

Sebaliknya, minat untuk berwirausaha memiliki pengaruh yang baik dan penting terhadap Generasi Z. Semakin banyak mahasiswa yang tertarik berwirausaha, semakin tinggi kemungkinan mereka mengembangkan kreativitas, rasa mandiri, dan kemampuan dalam memanfaatkan kesempatan bisnis.

Nilai berwirausaha dan minat berwirausaha secara bersamaan berdampak nyata terhadap Generasi Z. Kemampuan model dalam menjelaskan perubahan pada variabel terikat mencapai 63,3%, sedangkan 36,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kesukaan untuk berwirausaha lebih berpengaruh dibandingkan tingkat nilai berwirausaha dalam membentuk sikap kewirausahaan mahasiswa Generasi Z.

Saran

Fakultas Bisnis Syariah UIGM diharapkan dapat meningkatkan kualitas pendidikan kewirausahaan dengan menerapkan metode pembelajaran yang lebih berbasis praktik, seperti program inkubasi bisnis, coaching bisnis, lomba kewirausahaan, serta kerja sama dengan pengusaha. Selain itu, nilai-nilai kewirausahaan syariah harus diterapkan secara nyata agar para mahasiswa tidak hanya memahami secara teori, tetapi juga menerapkannya dalam berbagai kegiatan bisnis mereka.

Mahasiswa diharapkan terus meningkatkan semangat dan kemampuan dalam berwirausaha dengan mengikuti pelatihan, seminar, bimbingan usaha, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai alat untuk mengembangkan bisnis mereka. Mahasiswa juga harus menerapkan nilai-nilai syariah, seperti jujur, bertanggung jawab, bisa dipercaya, dan profesional, sebagai dasar dalam melakukan kegiatan usaha agar bisa membuat bisnis yang kompetitif dan bisa berkelanjutan.

Untuk peneliti berikutnya, dianjurkan untuk melanjutkan penelitian dengan menambahkan variabel-variabel lain yang kemungkinan mempengaruhi karakter kewirausahaan Generasi Z, seperti pendidikan kewirausahaan, literasi digital, efikasi diri, lingkungan keluarga, dukungan sosial, motivasi berwirausaha, serta penggunaan media digital. Penelitian berikutnya juga bisa diperluas ke perguruan tinggi lain atau menggunakan pendekatan kombinasi (*mixed methods*) agar pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan karakter kewirausahaan pada generasi muda menjadi lebih menyeluruh.

Dengan meningkatnya minat berwirausaha yang didukung oleh penerapan nilai-nilai kewirausahaan syariah secara terus-menerus, diharapkan muncul generasi muda yang kreatif, mandiri, berintegritas, serta sanggup menciptakan usaha yang memberikan manfaat ekonomi dan sosial sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Daftar Pustaka

- A'azzul Muna Nala Rizqiya, N. K. (2025). Entrepreneurial Interest: Social Media Dan Self-Efficacy Pada Gen Z. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 5(3), 614–620.
- Apriani, E., Permana, I., & Asmoro, F. B. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Sosial Media, Teknologi Informasi, Dan Minat Berwirausaha Terhadap Entrepreneurship. *Jurnal Lentera Bisnis*.
- Aulia Sahira. (2025). Kebijakan Dan Strategi Peningkatan Minat Generasi Z Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Hukum Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(3), 2018–2026.
- Auliya, N. (2024). Pengaruh Kemandirian Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan*, 8(1), 48–62.
- Icha Nadhirotul Hamidah M. (2024). Mindset Kewirausahaan Pada Mahasiswa Institut Agama Islam (IAI) Ibrahimy Genteng Kabupaten Banyuwangi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Dan Masyarakat*, 1(1), 1–13.
- Irma Yunita. (2025). Hubungan Antara Tingkat Kreativitas Dan Minat Berwirausaha Pada Generasi Muda. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi Bisnis JMEB*, 2(1), 2023–2026.
- Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.

- Joban, Z., & Nurhidayati, N. (2023). Berwirausaha Di Kalangan Generasi Milenial: Mindset Berwirausaha, Pendidikan Berwirausaha, Sikap Berwirausaha, Self Efficacy, Niat Berwirausaha. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen*. <https://Ejournal.Unzah.Ac.Id/Index.Php/Arribhu/Article/View/1460>
- Kurniawati, A. L. (2023). Pengaruh Program Wirausaha Merdeka Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Peserta Edublonkon Universitas Negeri Yogyakarta. *Journal Spektrum Analisis Kebijakan Pendidikan*, 14(2), 41–53.
- Lewa, M. H., & Situmorang, T. P. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Milenial Berwirausaha (Studi Pada Generasi Z Di Kecamatan Kota. *Governance: Jurnal Ilmiah*. <http://Governance.Lkispol.Or.Id/Index.Php/Description/Article/View/200>
- Maulida Qadisyah. (2024). Pengaruh Pengetahuan , Sikap Dan Motivasi Terhadap Minat Islamic Entrepreneurship Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara. . *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(2), 512–525.
- Nasution, P. L. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Padangsidimpuan Dalam Berwirausaha*.
- Novi Mubyarto, R. J. (2025). engaruh Modal Usaha Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(2), 168–183.
- Ramin, Moh. (2024). DAMPAK PERUBAHAN DEMOGRAFIS TAHUN 2024 TERHADAP DINAMIKA EKONOMI GLOBAL. *CURRENCY: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 389–404. <https://doi.org/10.32806/ccy.v3i1.330>
- Ridho Dwi Putra. (2025). Design Penelitian Kuantitatif: Pengertian Dan Macam-Macam Jenisnya Quantitative Research Design : Definition And Types. *Edu Society: Jurnalputra, Ridho Dwi Murtadho, Muhammad Ali Isnaini, Muhammad Afgani, Muhammad Win Islam, Universitas Raden, Negeri Palembang, Fatah Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 191–199.
- Shafaira, S. N. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Karang Taruna Kelurahan Mangunharjo). *Jurnal Manajemen*, 11(3), 16–24.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Sugiyono (Ed.); 19th Ed.)*.
- Sulistyowati. (2024). Analisis Jiwa Kewirausahaan Melalui Program Mahasiswa Wirausaha Tahun 2023 : Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STAI Nurul Islam Mojokerto. *Journal Of Sharia Economics Banking And Accounting*, 1(1), 30–42.
- Vivi Julyana Siregar. (2023). Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(30), 822–839.
- Yunus, R. (2020). *Kewirausahaan Dan Keunggulan Lokal Di Era Generasi Z*.
- Zulianti, D. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Mental Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Manajemen Untuk Berwirausaha. *Equivalent: Jurnal Ilmiah Sosial Teknik*, 4(1), 1–7.
- Zulkifli. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking And Finance*, 4(1), 1–