

**MINAT WIRAUSAHA DALAM FASHION HALAL
MAHASISWA IAIN METRO LAMPUNG
(Studi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)**

TESIS

**Diajukan Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Magister
Dalam Bidang Ekonomi Syariah**

Program Studi: Ekonomi Syariah



Oleh:

**NUR ' AENI
NPM: 18004826**

**PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/2021**

**MINAT WIRAUSAHA DALAM FASHION HALAL
MAHASISWA IAIN METRO LAMPUNG
(Studi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)**

TESIS

**Diajukan Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Magister
Dalam Bidang Ekonomi Syariah**

Program Studi: Ekonomi Syariah

**NUR'AENI
NPM: 18004826**

**Pembimbing 1 : Dr. Mahrus As'ad, M.Ag
Pembimbing 2 : Putri Swastika, M.IF, P.hD**

**PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/2021 M**

ABSTRAK

Nur'aeni, Tahun 2021. Minat Wirausaha Dalam Fashion Halal Mahasiswa IAIN Metro Lampung (Studi JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM). Tesis Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Fenomena *fashion* halal terus berkembang menjadi bagian dari gaya hidup, semakin banyak pandangan umum yang menarik perhatian fenomena ini dan muncul trend gaya hidup sesuai dengan syariat Islam (*halal life style*) di masyarakat. Kehadiran *trend* fashion halal merupakan jawaban terhadap kebutuhan mahasiswa dalam berbusana yang menginginkan tampil tertutup tetapi tetap terlihat modis atau *fashionable*. *Fashionable* adalah trend berpakaian seseorang atau sekelompok orang yang secara tidak langsung mengkonstruksi dirinya dengan gaya berpakaian secara trendi karena selalu mengikuti *trend* masakini yang lagi viral. Wirausahaat ini tidak hanya dipandang sebagai bisnis semata yang menggambarkan kesan tradisional, monoton dan konvensional. Trend fashion halal saat ini menjadi lebih kreatif dan variatif. Inilah yang mendorong mahasiswa untuk mencoba berwirausaha dengan mamakaifashion halal untuk usahanya.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah, yaitu: Untuk mengetahui minat wirausaha dalam *fashionhalal* mahasiswa IAIN Metro Lampung pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Data penelitian ini dihimpun dari literatur-literatur dan hasil wawancara secara langsung dengan pihak yang terkait dengan masalah penelitian yaitu minat wirausaha mahasiswa dalam trend fashion halal.

Hasil dari penelitian ini adalah Minat wirausaha mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro masih cukup rendah hal ini karena mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro hanya memiliki minat berwirausaha tanpa dibarengi dengan praktik berwirausaha dan tidak memiliki keinginan untuk menjadi produktif namun hanya sebagai penikmat fashion halal atau hanya bersifat konsumtif.

ABSTRACT

Nur'aeni, 2021. Entrepreneurial Interest in Halal Fashion by IAIN Metro Lampung Students (Department Of Sharia Economy, Faculty Of Islamic Economics And Business). Thesis of the Postgraduate Program of the State Islamic Institute (IAIN) Metro.

The phenomenon of *fashion* halal continues to develop into a part of lifestyle, more and more common sights attract the attention of this phenomenon and there is a trend of lifestyle in accordance with Islamic law (*halal life style*) in society. The presence of *trends* halal fashion is an answer to the needs of students in clothing who want to appear closed but still look fashionable or *fashionable*. *Fashionable* is the trend of dressing a person or group of people who indirectly construct themselves with a trendy style of dress because they always follow the current *trend* which is viral. Entrepreneurship nowadays is not only seen as a business that depicts a traditional, monotonous and conventional impression. The current is becoming more creative and varied. This is what encourages students to try entrepreneurship by using *Halal Fashion* halal fashion for their business.

This study aims to answer the formulation of the problem, namely: To find out entrepreneurial interest in *fashion halal* of IAIN Metro Lampung students at the Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business. The research problem is the entrepreneurial interest of students in halal fashion trends.

The results of this study are the entrepreneurial interest of students of the Islamic Economics Department, Islamic Economics and Business Faculty, IAIN Metro, is still quite low. productive but only as connoisseurs of halal fashion or only consumptive.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) Email: ppsainmetro@yahoo.com
Website: www.ppsIAINmetru.ac.id


PERSETUJUAN AKHIR TESIS

Nama Mahasiswa : Nur'aeni
NIM : 18004826
Program Studi : Ekonomi Syari'ah (Esy)

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Dr. Mahrus As'ad, M.Ag</u> Pembimbing I/ Penguji Tesis	 (.....)	(16 Agustus 2021)
<u>Putri Swastika, Ph.D</u> Pembimbing II/ Penguji Tesis	 (.....)	(16 Agustus 2021)



Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ekonomi Syari'ah


Putri Swastika, Ph.D
NIP: 1986 103020 1801 2001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41307, Email : ppsiaimetro@yahoo.com Website : www.ppsIAINmetro.ac.id

PENGESAHAN

Tesis dengan judul **Minat Wirausaha Dalam Trend Fashion Halal Mahasiswa Iain Metro Lampung (Studi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)** yang ditulis oleh NUR'AENI dengan NPM 18004826, Program Studi: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam *Sidang Ujian Munaqosyah* Secara Online pada Program Pascasarjana IAIN Metro, Pada Hari/ Tanggal: Rabu, 04 Agustus 2021.

TIM PENGUJI

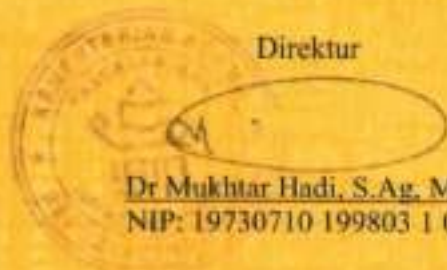
Dr Suhairi, S.Ag, M.H
Penguji Utama

Dr Mahrus As'ad, M.Ag
Pembimbing I/Penguji

Putri Swastika, Ph.D
Pembimbing II/Penguji

Sekretaris sidang
Indah Eftanastarini, M.Pd

Direktur



Dr Mukhtar Hadi, S.Ag, M.Si
NIP: 19730710 199803 1 003

PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur'aeni
NPM : 18004826
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Minat Wirausaha Dalam Fashion Halal Mahasiswa
IAIN Metro Lampung (Studi Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)

Menyatakan bahwa Tesis ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Metro, 04 Agustus 2021

Yang menyatakan



Nur'aeni

NPM. 18004826

MOTTO

إِلَهَانْتُمْ قُصُودِي وَرِضَاكُمْ طَلُوبِي

Ilahi anta maqshudi wa ridhoka mathlubi

“Wahai Tuhanku,Engkaulah tujuanku dan Ridhamu yang kucari”

(Hadharat maulana syekh ‘abd al-khaliq al-ghudjuwani: *buku the golden chain, thariqat naqsyabandiyyah nadzhimiyyah*, agustus 2014, mistikusufi.blogspot.com)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya tesis ini dapat terselasaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

Ibunda dan Ayahanda Tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Mama (Rosyidi), Mimi (Alm. Rami'ah), dan Ibu mertua (Tri Atmini) yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, ridho, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Mimi dan Mama bahagia, karena kusadar selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Ibu dan ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku serta selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik.

Suami dan Anak-anak

Sebagai tanda kasih, aku persembahkan karya kecil ini untuk Suami (Budi Hadi Yunanto) dan buah Hatiku (Mauqiyya Nuja, Lanahibat Udzma, Ahmad dzakwan Sutabariz). Terima kasih telah memberikan semangat, inspirasi dan energi positif dalam menyelesaikan Tesis ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik selalu Allah limpahkan kepada keluarga kecil kita, amin..

Teman dan Sahabat

Buat teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah 2018 yang selalu memberikan motivasi, dukungan yang selalu membuatku semangat untuk menyelesaikan Tesis ini. Uswatun Hasanah dan Darma Pranata yang membantu dan berjuang bersama di Injury Time Akhir Semester. Serta teman-teman di luar kampus yang telah memberikan banyak hal yang tak terlupakan kepadaku...terima lkasih kawan....

Dosen Pembimbing

Bapak Dr. Mahrus As'ad, M. Ag selaku pembimbing I, Ibu Putri Swastika, Ph. D selaku pembimbing II. Terima kasih banyak Bapak dan Ibu sudah membantu selama ini, sudah menasehati, sudah mengajari, dan mengarahkan saya sampai Tesis ini selesai.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penelitian Tesis pada Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro sebagai berikut:

1. Huruf arab dan latin

Huruf Arab	Huruf Latin
ا	Tidak dilambangkan
ب	B
ت	T
ث	Ś
ج	J
ح	H
خ	Kh
د	D
ذ	Ẓ
ر	R
ز	Z
س	S
ش	Sy
ص	Ş
ض	D

Huruf Arab	Huruf Latin
ط	Ṭ
ظ	Ẓ
ع	'
غ	G
ف	F
ق	Q
ك	K
ل	L
م	M
ن	N
و	W
ه	H
ء	'
ي	Y

2. Maddah atau vokal panjang¹

Harakat dan huruf	Huruf dan tanda
ا-ى	Ā
ي -	Ī
و -	Ū
ي ا	Ai
او	Au

¹ Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Pedoman Penulisan Tesis Edisi Revisi (Metro: Program Pasacasarjana 2018) h. 57

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT dimana hanya berkat hidayah dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan sebaik-baiknya dan insyaAllah tepat pada waktunya. Dalam upaya penyelesaian tesis ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj SitiNurjanah, M. Ag. PIA selaku Rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr. Mukhtar Hadi, M.SiSelaku Direktur Pascasarjana IAIN Metro
3. Bapak Dr. Mahrus As'ad, M.Ag Selaku Pembimbing I yang senantiasa sabar dalam mengalahkan peneliti saat bimbingan
4. Ibu Putri Swastika M.IF, P.hD selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Progam Pascasarjana IAIN Metro dan sebagai pembimbing II yang selalu memberikan dukungan untuk peneliti dalam menyelesaikan tesis
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan Pascasarjana IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas selama masa belajar peneliti dan selama peneliti menyelesaikan penelitian tesis.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih terdapat kekurangan baik dari segi penelitian maupun isinya, hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan peneliti semata. Oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan para pembaca umumnya.

Metro,04 Agustus 2021
Peneliti

Nur'aeni
NPM. 18004826

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Penelitian Relevan	6
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Minat Wirausaha.....	9
1. Pengertian Minat Wirausaha	9
2. Minat wirausaha dalam Islam	15
3. Karakteristik Wirausaha	23
4. Aspek-Aspek Minat Berwirausaha	31
5. Faktor Yang Mendorong Minat Berwirausaha	35
B. Trend Fashion.....	38
1. Pengertian Trend	38
2. Pengertian Fashion	42

3. Bentuk-bentuk Fashion	47
4. Kriteria Fashion Halal	49
5. Faktor yang Mempengaruhi Trend Fashion.....	54
6. Implikasi Trend Fashion.....	56
7. Konsep <i>Supply Chain Management</i> (SCM).....	57
8. Indikator Industri Halal.....	62
C. Mahasiswa dan Wirausaha.....	65
1. Pengertian Mahasiswa	65
2. Identitas dan karakter Mahasiswa	66
3. Wirausaha dan Mahasiswa.....	69
BAB III METODE PENELITIAN	73
A. Jenis Penelitian	73
B. Sifat Penelitian	73
C. Sumber Data Penelitian	74
D. Teknik Pengumpulan Data	75
E. Teknik Penjamin Keabsahan Data	77
F. Analisis Data	77
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	79
A. Temuan Umum	79
1. Sejarah Singkat berdirinya IAIN Metro Lampung	79
2. Visi dan Misi IAIN Metro	81
3. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.....	83
B. Minat Wirausaha dalam Fashion Halal MAhasiswa IAIN Metro Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	88
C. Pandangan Mahasiswa Terhadap Trend Fashion Halal	93
D. Analisis Minat Wirausaha Mahasiswa Dalam Trend Fashion Halal	95

BAB V PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem ekonomi syariah di Indonesia kini memasuki babak baru. Semakin menjamurnya industri perbankan syariah di Indonesia menandakan bahwa sistem ekonomi syariah tersebut mengalami kemajuan. Kemajuan tersebut diimbangi juga oleh sektor industri hal yang lain, seperti halal food industri, halal fashion, halal travel, *halal cosmetics and pharmaceuticals*, halal media dan *halal recreation*. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Adiwarmanto Karim, bahwa hal yang perlu dilakukan untuk mendongkrak pangsa pasar perbankan syariah adalah menciptakan ekosistem ekonomi dan keuangan syariah yang stabil dan berkelanjutan. Salah satunya adalah menggarap pasar lainnya di luar keuangan, seperti gaya hidup halal (*halal life style*) masyarakat.²

Dewasa ini telah terjadi perkembangan *halal life style* masyarakat Indonesia yang notabene penduduknya beragama Islam. Perkembangan *halal life style* dan trend yaitu perkembangan yang mengacu pada syariat Islam namun tetap mengikuti perkembangan zaman. Hal ini dapat terlihat dari fenomena yang terjadi di masyarakat, seperti berkembangnya fashion halal dari berbagai industri seperti

²Safyr Primadhyta, "Industri Halal Jadi Pelumas Perluasan Pasar Bank Syariah", CNN Indonesia, Dalam <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171109114632-78-254536/industri-halal-jadi-pelumas-perluasan-pasar-bank-syariah> (diakses pada 07 Januari 2020)

industri pakaian, jilbab, sepatu, tas, kaos kaki, topi yang berkembang setiap saat, serta perubahan keinginan masyarakat tentang kebutuhan yang mereka inginkan yaitu sehat, baik dan jelas kehalalannya.

Kehadiran *trend fashion* halal merupakan jawaban terhadap kebutuhan masyarakat dalam berbusana yang menginginkan tampil tertutup tetapi tetap terlihat modis atau *fashionable*.³ *Fashionable* adalah trend berpakaian seseorang atau sekelompok orang yang secara tidak langsung mengkonstruksi dirinya dengan gaya berpakaian secara *trendy* karena selalu mengikuti *trend* masakini yang lagi viral.

Pergeseran perilaku masyarakat atau konsumen tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan, tetapi berdasarkan motivasi untuk mendapatkan suatu sensasi, tantangan, kegembiraan, sosialisasi dan menghilangkan stres. Selain itu memberikan pengetahuan baru tentang perkembangan *trend fashion* halal dan trend baru serta untuk menemukan barang yang baik dan bernilai bagi dirinya.⁴ Perilaku ini membuat masyarakat melihat *trend fashion* menjadi bentuk bisnis baru karena wirausaha saat ini tidak hanya dipandang sebagai bisnis semata yang menggambarkan kesan tradisional, monoton dan konvensional. *Trend fashion* halal saat ini menjadi lebih kreatif dan variatif. Inilah yang mendorong mahasiswa

³Galuh Endang Pergiawati, "Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Berjilbab Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman", *Jurnal Psikoborneo*, Vol. 4, No. 3, (2018), h. 494.

⁴Lydia David, "Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran", *Jurnal E-Biomedik (EBM)*, Vol. 3, No. 1, (Januari-April 2018), h. 43

untuk mencoba berwirausaha dengan mamakaifashion halal untuk usahanya.

Trend fashion halal pun sudah diikuti oleh mahasiswa sehingga mahasiswa selalu mengikuti perkembangan *fashionhalal* agar tidak ketinggalan trend terbaru. Ada pun pengertian mahasiswa adalah komunitas yang diharapkan dapat menerapkan pendidikan yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa merupakan seorang individu yang sedang menjalani kurun waktu tertentu dalam dunia pendidikan, terjembatannya atau terkomunikasinya antara masa pendidikan teoritis dengan masa pendidikan yang mulai mencocokkan realitas sosial di luar lingkungan kampus. Dengan kaidah teoritis yang mereka pelajari dan disinilah bermula wawasan idealisme sebagai akibat hasil refleksinya antara pengetahuan sosial yang ada dengan kaidah nilai universal.⁵

Setiap mahasiswa mempunyai identitas sendiri baik itu karakter, sifat yang ada dalam diri sendiri ataupun identitas yang melekat dalam diri manusia berasal dari luar misalnya status sosialnya di mata manusia lain. Dengan demikian mahasiswa dengan pendidikan yang dimilikinya maka akan memperoleh ruang interaksi dan mobilitas yang luas tidak hanya di dalam kampus namun juga di luar kampusnya. Interaksi dan mobilitas yang dilakukan mahasiswa bisa sebagai bentuk pencarian identitas seorang mahasiswa. Seiring perkembangan zaman yang ditandai dengan merebaknya berbagai bentuk fashion dan halal life style.

⁵ Ishak. gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa unnes sebagai upaya peningkatan prestise dalam lingkungan kampus. diakses tanggal 11 juni 2021

Halal life style masyarakat terhadap kebutuhan menjadikan *fashion halal* menjadi semakin beragam, salah satu yang menggandrungi *trend fashion halal* tersebut adalah mahasiswa. Perilaku konsumtif mahasiswa bisa terlihat dari seberapa banyak mereka menggunakan uangnya untuk memenuhi hasrat berbelanja mereka dan seberapa banyak yang mereka gunakan untuk kebutuhan yang harus dipenuhi. Mahasiswa biasanya mudah terbujuk rayuan iklan dan mudah terpengaruh ajakan teman dalam membeli dan memilih produk *fashion*, dengan melihat keadaan itu beberapa mahasiswa melihat peluang bisnis diantara perilaku konsumtif mahasiswa lainnya. Sehingga adanya keberagaman *fashion halal* tersebut membuat minat wirausaha mahasiswa semakin meningkat hal ini dikarenakan dengan mudah ditemui mahasiswa yang mengenakan *fashion halal* dalam aktivitas mereka di kampus.

Pra survei yang dilakukan pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam di IAIN Metro tentang minat wirausaha mahasiswa dalam *fashion halal* relatif tinggi, mahasiswa yang diharapkan mempunyai kemampuan sebagai *agent of change* selain pada saat berbusana harus tetap memperhatikan norma kesopanan dan kaidah dari berbusana dan tidak hanya sekedar mengikuti *trend*, seyogyanya mahasiswa juga dapat melihat fenomena yang terjadi sebagai peluang untuk berwirausaha.

Gambaran seperti ini tercermin pada aktivitas mahasiswa di lingkungan kampus IAIN Metro Lampung khususnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Oleh karena itu, menjadi hal yang menarik untuk Penulis dengan judul *Minat Wirausaha dalam Fashion Halal Mahasiswa IAIN Metro Lampung (Studi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)*

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah pertanyaan penelitian tersebut, yaitu: *Bagaimana Minat Wirausaha dalam Fashion Halal Mahasiswa IAIN Metro Lampung pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam?*

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengumpulkan data, sedangkan tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui minat wirausaha dalam *fashion halal* mahasiswa IAIN Metro Lampung pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian dalam penulisan Tesis ini secara umum dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori sebagai berikut:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman atau referensi yang berguna dalam melakukan penelitian lebih lanjut

dan juga dapat menambah wawasan khasanah pustaka bagi yang berminat mendalami pengetahuan tentang fashion halal.

2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi industri halal domestik supaya sesuai dalam kategori halal sehingga bisaberdampak pada peningkatan ekonomi syariah.

E. Penelitian Relevan

Secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji dalam Tesis. Penelitian terdahulu yang relevan sama dengan tinjauan pustaka, telaah kepustakaan atau kajian pustaka istilah lain, pada dasarnya tidak ada penelitian yang sama atau baru selalu keterkaitan dengan yang sebelumnya.⁶

Berdasarkan pengertian tersebut, Peneliti mengutip beberapa penelitian yang terkait dengan persoalan yang diteliti sehingga terlihat dari sisi mana peneliti tersebut membuat suatu karya ilmiah. Disamping itu akan terlihat suatu perbedaan tujuan yang dicapai. Di bawah ini disajikan beberapa kutipan hasil penelitian yang telah lalu yang terkait diantaranya:

⁶Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro, *Pedoman Penulisan Tesis Edisi Revisi* (Metro: Program Psacasarjana 2016), h. 6

1. Siti Qoyyimah berjudul pengaruh efikasi diri dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswi jurusan pendidikan IPS angkatan 2012 UIN Malang.⁷

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efikasi diri dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha baik secara simultan maupun parsial. Digunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian diskriptif. Instrumen yang digunakan yaitu berupa angket. Pengujian instrumen ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini dapat disarankan agar mahasiswi mempunyai efikasi diri yang kuat dan dapat terus menambah pengetahuan tentang kewirausahaan sehingga dapat meningkatkan minat berwirausahanya. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan, terletak pada salah satu variabel yang mempengaruhi minat berwirausaha yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan variabel efikasi diri, sedangkan persamaannya dilakukan variabel pendidikan kewirausahaan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha

2. Inetz Anzilatul Fuaadah berjudul pengaruh kemandirian pribadi, motivasi, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat memulai

⁷Siti Qoyyimah, *Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Angkatan 2012 UIN Malang*, (TESIS. UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang)

usaha pada mahasiswi Fak Ekonomi dan Bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.⁸

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, dalam hal ini meliputi kemandirian pribadi, motivasi dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha, dimana dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa hasil pengujian secara serempak/simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel kemandirian pribadi, motivasi, dan pengetahuan kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memulai usaha ($F_{hitung} = 8,874 > F_{tabel} = 2,70$ pada $\alpha = 5\%$). Hasil pengujian secara parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel nilai koefisien regresi kemandirian pribadi (X1), motivasi (X2), pengetahuan kewirausahaan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap minat memulai usaha pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih ditekankan tentang fashion halal dalam minat wirausaha mahasiswi

⁸ Inatz Anzilatul Fuaadah, *Pengaruh Kemandirian Pribadi, Motivasi, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Memulai Usaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Sunan Kalijaga*, (Tesis. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017)

IAIN Metro dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif diskriptif. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa Tesis peneliti yang berjudul “Minat Wirausaha dalam *Fahion Halal* Mahasiswa IAIN Metro Lampung (Studi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)” sepengetahuan peneliti belum pernah diteliti sebelumnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Minat Wirausaha

1. Pengertian Minat Wirausaha

Minat diartikan sebagai kecenderungan subjek yang menetap, untuk tertarik pada bidang studi atau pokok bahasan tertentu dan merasa senang mempelajari materi itu. Minat ialah perasaan tertarik pada suatu topik yang sedang dibahas atau dipelajari untuk itu kerap digunakan istilah perhatian.⁹ Menurut Crow & Crow, mengatakan minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.¹⁰

Minat dapat diartikan pula sebagai kecenderungan untuk merasa tertarik atau terdorong untuk memperhatikan seseorang, sesuatu barang atau kegiatan dalam bidang-bidang tertentu. Minat merupakan salah satu hal ikut menentukan keberhasilan seseorang dalam segala bidang, baik studi, kerja dan kegiatan-kegiatanlain. Minat pada suatu bidang tertentu akan memunculkan perhatian terhadap bidang tertentu.¹¹

⁹ Ayuningtias, Hazirah Amalia Dan Sanny Ekawati. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, dalam Jurnal Ekonomi/Volume XX, No. 01, h 54

¹⁰ Nadhira Ulfa dan Maftukhatusolikhah, "Minat Wirausaha Kaum Santri Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya (Studi Pada Pondok Pesantren Ar-Riyadh Palembang)", dalam Jurnal I-Economics, Vol. 1.No. 1, 2015, h. 4.

¹¹ Ayuningtias, dkk, Faktor-Faktor..., h. 55

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat diambil pengertian bahwa minat adalah suatu keinginan dan dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu yang diinginkan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk mengembangkan diri atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, minat merupakan salah satu hal yang ikut menentukan keberhasilan seseorang dalam segala bidang, baik studi, kerja dan kegiatan lainnya.

Wirausaha merupakan seseorang yang melakukan tugas untuk mengorganisir, mengelola, dan menerima resiko-resiko bisnis serta orang yang menciptakan sebuah bisnis yang berhadapan dengan risiko dan ketidakpastian, bertujuan memperoleh profit dan mengalami pertumbuhan dengan caramengidentifikasi kesempatan dan memanfaatkan sumber daya yang diperlukan.¹²

Wirausaha dapat diartikan sebagai orang yang kreatif, dinamis, dan inovatif yang bersedia mengambil berbagai jenis resiko dan berani menghadapi semua tantangan yang tidak dapat diprediksi dan diramalkan lewat kreativitas dan kemauanya untuk mencapai sukses. Wirausaha dapat disebut pebisnis yang muncul dengan berbagai ancaman, pesaing yang agresif, sebaliknya pada pebisnis lain sesama entrepreneur mungkin sebagai mitra, seorang pelanggan atau seseorang yang menciptakan kekayaan bagi orang lain, serta dapat

¹²Rosmiati, dkk, "Sikap, Motivasi, Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa", dalam *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.17 No. 1, Maret 2015, h. 21

memberikan peluang yang lebih baik untuk memanfaatkan sumber daya yang ada, mengurangi pemborosan dan menghasilkan lapangan pekerjaan baru bagi orang lain. Selain itu kegiatan wirausaha juga memiliki beberapa fungsi pokok yang dapat memberikan manfaat bagi individu dan fungsi tambahan yang memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar.

Setiap wirausaha memiliki fungsi pokok dan tambahan sebagai berikut:¹³

a. Fungsi pokok wirausaha, yaitu:

1. Membuat keputusan-keputusan penting dan mengambil resiko tentang tujuan dan sasaran perusahaan
2. Memutuskan tujuan dan sasaran perusahaan
3. Menetapkan bidang usaha dan pasar yang akan dilayani
4. Menghitung skala usaha yang di inginkanya
5. Mencari dan menciptakan berbagai cara baru
6. Mencari terobosan baru dalam mendapatkan masukan atau input, serta mengolahnya menjadi barang dan atau jasa yang menarik
7. Memasarkan barang dan atau jasa untuk memuaskan pelanggan.

b. Fungsi tambahan wirausaha, yaitu:

¹³Saiman, Leonardus. 2015. Kewirausahaan, teori, praktik, dankasus-kasusedisi2. Jakarta :Salemba Empat,h 46-48

1. Mengenali lingkungan perusahaan dalam rangka mencari dan menciptakan peluang usaha
2. Mengendalikan lingkungan kearah yang menguntungkan bagi perusahaan
3. Menjaga lingkungan usaha agar tidak merugikan masyarakat maupun merusak lingkungan akibat limbah usaha.

Fungsi pokok dan fungsi tambahan berwirausaha adalah sikap dan sifat yang harus dimiliki oleh wirausahawan, hal ini karena seseorang yang berwirausaha harus memiliki keahlian, kemauan, kreatif, dinamis, dan inovatif yang memiliki kemampuan dalam mengorganisir dan mengelola sumber daya, seperti keuangan, bahan mentah, tenaga kerja, keterampilan, dan informasi dalam segala aktivitas untuk mendapatkan keuntungan.

Ada empat keuntungan yang diperoleh dari berwirausaha, yaitu:

- a. Harga diri: dengan membuka usaha atau berwirausaha harga diri seseorang akan meningkat. Seorang wirausahawan menjadi kelas tersendiri di masyarakat dan dianggap memiliki wibawa tertentu, seperti disegani dan dihormati
- b. Penghasilan: memiliki usaha sendiri jelas dapat memberikan penghasilan yang jauh lebih baik jika dibandingkan dengan menjadi pegawai, penghasilan seorang pegawai dapat dikalkulasikan untuk suatu periode

- c. **Ide dan motivasi:** para wirausaha selalu memiliki ide yang begitu banyak untuk menjalankan kegiatan usahanya. wirausahawan juga memiliki motivasi yang tinggi untuk maju
- d. **Masa depan:** masa depan pengusaha yang sukses relative jauh lebih baik dibandingkan pegawai. Seorang wirausahawan tidak pernah pensiun dan usahanya dapat diteruskan oleh generasi selanjutnya.¹⁴

Berdasarkan uraian diatas dapat diartikan bahwa minat berwirausaha merupakan keinginan, ketertarikan, serta kesediaan individu untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut dengan resiko yang akan terjadi, minat berwirausaha berasal dari dalam diri seseorang untuk menciptakan sebuah bidang usaha.

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. Minat berwirausaha muncul karena didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai wirausaha yang kemudian dilanjutkan pada suatu kegiatan untuk memperoleh pengalaman dimana akhirnya muncul keinginan untuk melakukan kegiatan tersebut.

¹⁴Kasmir. 2013. Kewirausahaan Edisi Revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, h 6-

Minat berwirausaha tidak begitu saja dimiliki oleh seseorang, melainkan dapat dipupuk dan dikembangkan. Adapun alasan-alasan seseorang berminat untuk berwirausaha adalah sebagai berikut:¹⁵

- a. Alasan keuangan, untuk mencari nafkah, kaya, pendapatan tambahan
- b. Alasan sosial, untuk memperoleh gengsi/status untuk dapat dikenal, dihormati dan bertemu orang banyak
- c. Alasan pelayanan, memberi pekerjaan pada masyarakat
- d. Alasan pemenuhan diri, untuk menjadi mandiri, dan lebih produktif untuk menggunakan kemampuan pribadi.

Indikator minat berwirausaha meliputi:

1. Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup
2. Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri
3. Sikap jujur dan tanggung jawab
4. Ketahanan fisik dan mental
5. Ketekunan dan keuletan dalam bekerja dan berusaha
6. Pemikiran yang kreatif dan konstruktif
7. Berorientasi ke masa depan
8. Berani mengambil resiko.¹⁶

¹⁵Ulfa, Nadhira dan Maftukhatusolikhah. 2015. Minat Wirausaha Kaum Santri Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya (Studi Pada Pondok Pesantren Ar-Riyadh Palembang). Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah, dalam Jurnal I-Economics Journal, Vol. 1. No. 1, h.5

¹⁶Siswadi, Yudi. 2013. Analisis Faktor Internal, Faktor Eksternal Dan Pembelajaran Kewirausahaan Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha. Sumatera: Universitas Muhammadiyah, dalam Jurnal Manajemen & Bisnis Vol 13 No. 01, h.5-6

Untuk memulai dalam berwirausaha diperlukan sejumlah modal (uang) dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, sedangkan modal keahlian adalah keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha. Pada dasarnya kebutuhan modal untuk berwirausaha terdiri dari 2 jenis, yaitu:

1. Modal investasi, digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang. Penggunaannya untuk membeli aktiva tetap seperti, tanah, bangunan/gedung, peralatan, serta inventaris lainnya
2. Modal kerja, digunakan untuk jangka pendek dan hanya beberapa kali pakai dalam satu proses produksi. Penggunaan modal kerja untuk membiayai operasional usaha, misalnya untuk membeli bahan baku, biaya pemeliharaan dan biaya lainnya.¹⁷

Berdasarkan pengertian tentang minat dan wirausaha di atas dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha merupakan keinginan atau kecenderungan hati dari dalam diri individu yang memiliki keberanian menciptakan ide-ide kreatif, dinamis, dan inovatif dan memiliki kemampuan untuk mengorganisir dan mengelola sumber daya yang ada dengan memperhatikan kebutuhan modal guna mengembangkan usaha yang diciptakannya demi mencapai tujuan yang diinginkan.

¹⁷Kasmir, kewirausahaan...,h. 90-92

2. Minat Wirausaha Menurut Islam

Dalam menjalankan bisnis, umat Islam dituntut melaksanakan sesuai dengan turan dan ketentuan. Aturan yang dimaksud adalah syariah, hal itu didasarkan pada satu kaidah ushul *“al-aslu fi al-af’al at-taqayyud bi hukmi asy-syar’i ”* (bahwa hukum asal suatu perbuatan adalah terikat dengan hukum syara: baik yang wajib, sunnah, mubah, makruh atau haram). Maka dalam melaksanakan suatu bisnis harus senantiasa mematuhi dan tetap berpegang teguh pada ketentuan syari’at.¹⁸

Syariah adalah mengatur yang diperbolehkan dan yang dilarang, landasan syariah adalah kebijaksanaan dan kebahagiaan manusia di dunia dan di akhirat. Tujuan syariah yang paling benar adalah memajukan kesejahteraan manusia yang terletak pada jaminan atas keyakinan, intelektual, harta dan masa depannya. Dalam menjalankan bisnis atau wirausaha yang dibimbing oleh kebenaran wahyu Allah (syariah Islam) maka aktifitas bisnis seperti membuat dan mendistribusikan produk (barang atau jasa), memasarkan produk, perencanaan (rekrutmen, latihan, penempatan, pembinaan), pengendalian dan evaluasi SDM, dan manajemen (mengelola) keuangan (mencari, penggunaan, transaksi dan pertanggung jawabannya).

¹⁸Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h.85-88

Kegiatan berwirausaha dikalangan masyarakat disebut sebagai profesi enterpreneur. Menurut penelitian para ahli, dikatakan bahwa seseorang mempunyai jiwa kewirausahaan apabila orang tersebut mempunyai suatu motif atau keinginan tertentu untuk memperoleh keberhasilan (*need for achievement*) yang diperhitungkan, direncanakan, dan dikerjakan secara teratur dan terorganisasi. Dalam jiwa seorang wirausaha, di dalam dirinya memiliki sikap pantang mundur dalam melakukan segala macam usaha, sampai akhirnya bisa dilakukan suatu evaluasi secara objektif. Bagi seorang muslim, implementasi dari motif atau keinginan itu sendiri dimaksudkan sebagai suatu proses ikhtiar dalam rangka ibadah dalam mencari keridhaan Allah SWT untuk mencapai keberuntungan, tidak saja dalam kehidupan duniawi tetapi juga untuk di akhirat kelak.¹⁹

Hal ini sesuai dengan Q.S An-Najm untuk mengingatkan manusia untuk berwirausaha.

فِي الْجَزَاءِ يُجْزَاهُ ثُمَّ ۞ يُرَىٰ سَوْفَ سَعْيِهِ ۞ وَأَنَّ ۞ سَعَىٰ مَا إِلَّا لِلْإِنْسَانِ لَيْسَ وَأَنَّ
يَا أُمَّاتَ هُوَ وَأَنَّهُ ۞ وَأَبْكِي ۞ أَضْحَكَ هُوَ وَأَنَّهُ ۞ الْمُنْتَهَىٰ رَبِّكَ إِلَىٰ وَأَنَّ ۞ الْأَوْ
وَاحٍ ۞

¹⁹Zainul Arifin, Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah, Jakarta: Alvabet, 2003, hlm. 99

Artinya: Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya. Dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya). Kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna. Dan bahwasanya kepada Tuhanmulah kesudahan (segala sesuatu) (Q.S An-najm: 39-42).²⁰

Yang dimaksud dengan bekerja adalah suatu usaha yang dilakukan seseorang, baik sendiri atau bersama orang lain, untuk memproduksi suatu komoditi atau memberikan jasa. Kerja atau amal seperti ini merupakan senjata pertama untuk memerangi kemiskinan. Ia juga merupakan faktor utama untuk memperoleh penghasilan dan unsur penting untuk memakmurkan bumi dengan manusia sebagai khalifah seizin Allah.²¹

Dalam wirausaha berbasis syariah, ajaran Islam harus menjadi landasan yang kukuh seperti dalam memantapkan hati nurani umat Islam bahwa apa yang dikerjakan secara moral dari segi keimanan adalah benar, dalam memotivasi kerja dan sumber inspirasi untuk melahirkan prakarsa dan kreatifitas dalam semua usaha untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat, menjadi kendali dalam

²⁰Depag RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Surabaya: Surya Cipta Aksara, 1993, hlm. 956

²¹Yusuf Qardhawi, Kiat Islam Mengentaskan Kemiskinan, Jakarta: Gema Insani Press. 1995, hlm. 51

membangun dan menjalankan bisnis dan menetapkan bisnis-bisnis yang ingin dicapai.²²

Menurut Qardhawi, sikap Islam terhadap harta adalah bagian dari sikapnya terhadap kehidupan dunia. Dalam memandang dunia, Islam selalu bersikap tengah-tengah dan seimbang. Islam tidak condong kepada paham yang menolak dunia secara mutlak, yang menganggap dunia adalah sumber kejahatan yang harus dilenyapkan. Islam juga tidak condong kepada paham yang menjadikan dunia sebagai tujuan akhir, sesembahan, dan pujaan.²³

Dengan syariat sebagai kendali dalam menjalankan roda bisnis paling tidak mempunyai beberapa tujuan atau target-target yang ingin dicapai dalam berwirausaha yang dapat ditetapkan untuk mencapai kesuksesan usaha adalah:

1. Target hasil (*Profit*), hal ini bisa berupa keuntungan materi atau non materi. Paling tidak dengan syariat sebagai landasan serta pijakan dalam menjalankan bisnis keuntungan yang diperoleh juga semakin banyak dan proses yang dijalankan sesuai dengan aturan perbisnisan.
2. Pertumbuhan (*Growth*) akan terus meningkat. Ini bermaksud agar bisnis yang dijalankan tidak sekedar untuk mengembalikan modal, mencapai keuntungan semata. Hal itu juga bertujuan agar

²²Ali Hasan, Manajemen Bisnis Syariah, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h.4-5

²³Yusuf Qardhawi, Norma dan Etika Ekonomi Islam, Terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, hlm. 72

ke depannya dapat mengembangkan bisnis Islami tersebut lebih maju dan berkembang.

3. **Keberlangsungan (*Sustainable*)**, menjalankan bisnis bukan berarti setelah mendapatkan berbagai keuntungan akan selesai. Lebih dari itu, menjalankan bisnis juga bertujuan untuk semakin meningkatkan kualitas bisnisnya agar bisnis yang kita kelola akan selalu eksis dalam dunianya. Selamamungkin kalau bisa usaha bisnis harus tetap bertahan.
4. **Keberkahan**, faktor yang sangat penting dalam bisnis syariah dan merupakan puncak dari dijalankannya suatu bisnis yaitu mendapat keberkahan dan keridhaan Allah SWT. Tanpa adanya hal itu maka keuntungan baik secara materi atau yang lain, peningkatan bisnis, eksistensi yang kian kuat tidak akan ada nilainya ketika tidak mendapatkan suatu keberkahan dan ridha Allah SWT. Seperti contohnya: banyak bisnis yang muncul sukses dalam waktu yang singkat seperti 1-2 tahun menghasilkan aset 7 sampai 10 miliar, tetapi ketika masuk tahun ketiga sudah tidak mampu lagi membayar gaji karyawan, bahkan juga banyak terjadi masalah internal dalam keluarganya dan lain sebagainya yang disebabkan karena dalam berwirausaha tidak mementingkan keberkahan usaha. Dan faktor keempat inilah yang harus

dipegang teguh oleh setiap muslim dalam mengarungi dunia bisnis.²⁴

Keempat hal diatas merupakan tuntunan syariat dalam menjalankan dan mengelola bisnis. Dan hal tersebut harus benar-benar menjadi prinsip setiap muslim agar tujuan dari diperintakkannya usaha tersebut dapat terwujud dengan maksimal. Bukan sebagai standar keberhasilan, melainkan sebagai salah satu upaya untuk menjalankan amar ma'ruf nahi munkar yang senantiasa harus kita lakukan dalam segala sendi kehidupan, lebih-lebih dalam dunia kerja dan bisnis.

Seorang wirausahawan harus memiliki karakter wirausaha syariah yang baik dan juga harus memperhatikan dan menjauhi usaha yang syubhat dan haram. Seorang wirausaha harus bisa membedakan mana usaha yang diperbolehkan oleh agama dan syariat Islam dan mana usaha yang tidak diperbolehkan oleh agama. Karena terkadang wirausaha muslim masih sering melanggar aturan main dalam berusaha hal ini tidak bisa dipungkiri masih banyak wirausaha muslim yang masih beranggapan bahwa sesekali berbuat curang, syubhat, atau bahkan beranggapan haram walaupun sedikit. Padahal sekecil apapun hal buruk yang dilakukan akan ada resiko bagi usahanya. Dan pengusaha muslim harus mengetahui batasan-batasan wilayah yang diperbolehkan dan batasan yang haram,

²⁴Ma'ruf Abdullah, Wirausaha Berbasis Syariah, Banjarmasin: Antasari Press, 2011, h.5-6

syubhatdan lain sebagainya serta menggunakan aturan perniagaan yang halal.

Hakikat dasar dari kewirausahaan adalah kreativitas dan inovasi. Kreativitas adalah berpikir untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang lainnya sehingga wirausaha bisa mengikuti fleksiblelias keadaan zaman. Kewirausahaan dapat dipelajari dan diajarkan sebagai suatu disiplin ilmu tersendiri karena jelas objek, konsep, teori, dan metode ilmiahnya.

Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, bahwa konsep berwirausaha harus berdasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam. Sebagaimana diketahui bahwa ekonomi, secara umum didefinisikan sebagai hal yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia.²⁵

Para ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka Syariah. Ilmu yang mempelajari perilaku seorang muslim dalam suatu masyarakat Islam yang dibingkai dengan syariah. Definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompetibel dan tidak universal. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam

²⁵ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011, h. 14

keputusan yang apriori (*apriory judgement*), benar atau salah tetap harus diterima.²⁶

Definisi yang lebih lengkap harus mengakomodasikan sejumlah prasyarat yaitu karakteristik dari pandangan hidup Islam. Syarat utama adalah memasukkan nilai-nilai syariah dalam ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang tentu saja tidak bebas dari nilai-nilai moral. Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dimasukkan dalam analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang dibingkai syariah.

1. Menurut Muhammad Abdul Manan *Islamic economics is a social science which studies the economics problems of a people imbued with the values of Islam.*²⁷ Jadi, menurut Manan ilmu ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.
2. M. Umer Chapra *Islamic economics was defined as that branch of knowledge which helps realize human well-being through an allocation and distribution of scarce resources that is in conformity with Islamic teaching without unduly curbing Individual freedom or creating continued macroeconomic and ecological imbalances.* Jadi, Menurut Chapra ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam

²⁶Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: LPPI, 2006, h. 6

²⁷Muhammad Abdul Mannan, *Islamic Economics, Theory and Practice*, India: Idarah Adabiyah, 1980, h. 3.

koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.²⁸

3. Menurut Syed Nawab Haider Naqvi, ilmu ekonomi Islam, singkatnya, merupakan kajian tentang perilaku ekonomi orang Islam representatif dalam masyarakat muslim.²⁹

Dari beberapa definisi ekonomi Islam di atas, maka konsep berwirausaha perspektif ekonomi Islam adalah konsep berwirausaha yang memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide, setiap pikiran dan langkah wirausahawan adalah merupakan ide untuk berkreasi dalam menemukan dan menciptakan bisnis-bisnis baru berdasarkan pada nilai-nilai atau kerangka Islam dan bersumber pada al-Qur'an dan hadis.

3. Karakteristik Wirausaha

Wirausaha yaitu seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan danmengkombinasikan sumberdaya seperti keuangan, material, tenaga kerja,keterampilan untuk menghasilkan produk, proses produksi, bisnis, danorganisasi usaha yang baru. Wirausaha adalah seseorang yang memilikikombinasi unsur-unsur internal yang

²⁸Mustafa Edwin Nasution dkk, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, Jakarta: kencana, 2006, h. 16

²⁹Syed Nawab Haider Naqvi, Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h. 28

meliputi motivasi, visi, komunikasi, optimis, dorongan, semangat, dan kemampuan memanfaatkan peluang usaha.

Banyak ahli menjabarkan karakteristik wirausaha dengan konsep yang berbeda-beda. Meredith mengemukakan karakteristik dan watak seorang wirausahawan antara lain sebagai berikut:

- a. Percaya diri dan optimis, memiliki watak kepercayaan diri yang kuat, ketergantungan terhadap orang lain, dan bersikap individual.
- b. Berorientasi pada tugas dan hasil, memiliki kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi pada keuntungan finansial, mempunyai motivasi yang kuat, energik, tekun, tabah, memiliki tekad untuk bekerja keras, dan inisiatifnya tinggi.
- c. Berani mengambil risiko dan menyukai tantangan, dan mampu mengambil risiko yang wajar.
- d. Memiliki jiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, dan terbuka terhadap saran dan kritik dari orang lain.
- e. Orisinalitas tinggi, memiliki watak inovatif, kreatif, dan fleksibel.
- f. Berorientasi, memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan.³⁰

Sukardi mengemukakan bahwa seorang wirausaha yang berhasil mempunyai karakteristik psikologik tertentu, antara lain:

- a. Supel dan fleksibel dalam bergaul, mampu menerima kritik dan mampu melakukan komunikasi secara efektif dengan orang lain
- b. Mampu memanfaatkan peluang usaha yang ada.
- c. Berani mengambil risiko yang telah diperhitungkan sebelumnya mengenai sesuatu yang akan dikerjakan serta menyenangkan tugas yang dikerjakan secara efektif bersama orang lain.
- d. Memiliki pandangan ke depan, cerdik, lincah, dan fleksibel terhadap berbagai macam situasi.
- e. Mampu menemukan sesuatu yang orisinal dari pemikiran sendiri mampu menciptakan hal-hal baru yang kreatif
- f. Percaya pada kemampuan untuk bekerja mandiri, optimis, dinamis serta mempunyai kemampuan untuk menjadi pemimpin.
- g. Mampu dan menguasai berbagai pengetahuan dan keterampilan dalam menyusun, menjalankan, dan mencapai

³⁰ Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Karya, 2009), h 24

tujuan usaha, manajemen umum dan bidang pengetahuan lain yang menyangkut dunia usaha.

- h. Memiliki motivasi yang kuat untuk menyelesaikan tugasnya dengan baik, mengutamakan prestasi, selalu memperhitungkan faktor pendorong dan penghambat, tekun, kerja keras, teguh dalam pendirian dan memiliki kedisiplinan yang tinggi.
- i. Perhatian pada lingkungan sosial untuk mencapai taraf hidup yang lebih baik bagi semua orang.³¹

Berdasarkan uraian di atas bahwa karakter wirausaha yaitu percaya diri dan optimis, memiliki watak kepercayaan diri yang kuat, tidak ketergantungan terhadap orang lain, berorientasi pada tugas, menyukai tantangan, dan mampu mengambil risiko yang wajar, memiliki jiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, orisinalitas tinggi, memiliki watak inovatif, kreatif, dan fleksibel, mudah dalam bergaul, mampu memanfaatkan peluang usaha yang ada, menguasai berbagai pengetahuan dan keterampilan dalam menyusun, menjalankan, dan mencapai tujuan untuk menyelesaikan tugasnya dengan baik.

Seorang wirausaha harus memiliki karakter wirausaha syariah yang baik, tapi menjadi seorang wirausaha juga harus memperhatikan dan menjauhi usaha yang syubhat dan haram. Seorang entrepreneur harus bisa membedakan mana usaha yang diperbolehkan oleh agama dan syariat Islam dan mana usaha yang tidak diperbolehkan oleh agama. Karena terkadang entrepreneur muslim masih sering melanggar aturan main dalam berusaha. Karena

³¹Nunuy Nur Afiah, *Peran Kewirausahaan dalam Memperkuat UKM Indonesia*, Bandung: Universitas Padjadjaran, 2002, h. 146

tidak bisa dipungkiri masih banyak wirausaha muslim yang masih beranggapan bahwa sesekali berbuat curang, syubhat, atau bahkan beranggapan haram walaupun sedikit. Padahal sekecil apapun hal buruk yang dilakukan akan ada resiko bagi usahanya. Dan pengusaha muslim harus mengetahui batasan-batasan wilayah yang diperbolehkan dan batasan yang haram, syubhat, dan lain sebagainya.

Seorang entrepreneur muslim selayaknya hanya dan tetap menggunakan hartanya serta perniagaannya pada hal-hal halal atau yang diperbolehkan syariat saja. Sudah seharusnya para entrepreneur muslim hanya berdagang barang-barang yang baik.

Allah swt berfirman QS. Al-A'raf:32

ءَامِنُوا لِلَّذِينَ هِيَ قُلُوبُ الرِّزْقِ مِنَ الطَّيِّبَاتِ لِعِبَادِهِ ۗ أَخْرَجَ الَّتِي اللَّهُ زَيَّنَّا حَرَّمَ مَنْ قُلُ
 ﴿٣٢﴾ يَعْمُونَ لِقَوْمٍ آلَايَاتٍ نُنْفِصِلُ كَذَلِكَ الْقِيَمَةَ يَوْمَ خَالِصَةَ الدُّنْيَا الْحَيَاةِ فِي

Artinya: Katakanlah: "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezki yang baik?" Katakanlah: "Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat." Demikianlah kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang Mengetahui. (Q.S Al-A'raf:32).³²

³²Depag RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya,.... h 321

Ada beberapa praktik bisnis yang sering terjadi di masyarakat dahulu dan saat ini telah menjadi perilaku bisnis yang lazim. Entrepreneur atau wirausaha muslim harus mengenal yang diperbolehkan dan yang tidak dalam agama sehingga tidak terjebak masuk ke dalamnya. Jika salah dalam mengambilnya, maka hilanglah keberkahan finansial yang diharapkan dalam berwirausaha. Praktik-praktik yang dilarang tersebut adalah sebagai berikut:

1. Riba adalah penambahan pada dua perkara yang diharamkan dalam syariat, adanya penambahan (tafadhul) antara keduanya dengan ganti/bayaran, dan adanya tempo dalam menerima sesuatu yang disyaratkan serah terima ditempat (*qardh*)
2. Penipuan (al-Gharar) Al-Gharar biasa terjadi dalam transaksi jual beli yang di dalamnya mengandung unsur ketidakjelasan, penipuan, atau perjudian
3. Melakukan penimbunan Penimbunan harta sangat dilarang dalam agama Islam. Tindakan itu akan menghilangkan fungsi harta itu sendiri. Perputaran harta yang diharapkan kemanfaatannya untuk orang banyak menjadi hilang. Bahkan di dalam alQur'an, Allah SWT telah mengancam orang-orang yang melakukan praktik ini
4. Praktik perantara/percaloan/mediasi yang merugikan. Islam melarang praktik sebagai perantara atau mediator yang

merugikan dengan maksud mendapatkan keuntungan yang besar, namun di lain pihak merugikan orang lain

5. Boros, berlebihan, dan bermegah-megahan Islam melarang umatnya untuk menghambur-hamburkan harta dan melarang keras tindakan mubazir
6. Mengurangi, takaran, timbangan, dan korupsi dalam praktik usaha atau bisnis, Islam melarang segala bentuk perilaku yang curang seperti mengurangi timbangan, takaran, ataupun melakukan korupsi/penyelewengan
7. Menawar barang yang sedang ditawarkan orang lain. Islam melarang seorang pengusaha muslim melakukan transaksi jual beli yang masih dalam proses transaksi dengan orang lain.³³

Karakteristik wirausaha yang sangat menonjol dan yang harus dimiliki oleh pebisnis atau wirausahawan adalah sebagai berikut:

1. Proaktif adalah suka mencari informasi yang ada berhubungan dengan usaha yang digeluti. Misalnya adalah ada pesaing baru yang memasarkan produk yang sejenis, jadi agar dapat membuat strategi untuk menghadapi persaingan maka ia perlu tahu lebih dahulu apa saja kelebihan dan kekurangan produk baru itu. Dengan bahan informasi yang ia dapatkan maka ia akan tahu bagaimana menyusun strategi untuk menghadapi persaingan pasar.

³³ Muhammad Syahril Yusuf, *Meraih Keajaiban Rezeki dengan Wirausaha*, Jakarta: Erlangga, 2013, h.35-38.

2. **Produktif salah satu kunci untuk sukses adalah selalu ingin mengeluarkan uang untuk hal-hal yang produktif. Tidak sembarang mengeluarkan uang, teliti, cermat, dan penuh dengan perhitungan dalam memutuskan pengeluaran. Dan mementingkan mengeluarkan uang untuk hal yang produktif dari pada yang bersifat konsumtif. Dengan cara demikian, tidak mustahil bagi seorang wirausaha jika sumber penghasilannya tidak hanya dari satu pintu, tetapi bisa dari berbagai pintu (multi income).**
3. **Pemberdaya seorang wirausaha adalah pemberdaya atau memberdayakan orang lain. Seorang wirausaha sejati biasanya sangat mengerti manajemen bagaimana menangani pekerjaan dengan membagi habis dan memberdayakan orang lain yang ada dalam pembinaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan demikian, disisi lain tujuan bisnis tercapai, disisi lain karyawannya juga mendapatkan pengalaman.**
4. **Tangan di atas. Sebagai entrepreneur yang berbasis syariah umumnya memiliki karakter tangan diatas (suka memberi). Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan memperbanyak sedekah.**
5. **Takwa Seorang muslim dalam berbisnis harus selalu mengingat Allah dalam aktifitas mereka. Memiliki kesadaran penuh untuk dapat responsif terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh Sang Maha Kuasa. Kesadaran akan Allah ini hendaklah menjadi sebuah kekuatan pemicu dalam segala tindakan. Semua**

kegiatan transaksi bisnis hendaklah ditujukan untuk hidup yang lebih mulia. Dalam hal bisnis, nilai-nilai religius hadir dikala melakukan transaksi bisnis, selalu mengingat kebesaran Allah dan menyadari bahwa apapun keberhasilan yang dimiliki merupakan ada kekuatan Allah yang membantunya. Dan dapat terbebas dari sifat-sifat kecurangan, kebohongan, kesombongan, kelicikan, dan penipuan.³⁴

6. Amanah adalah dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Dalam menjalankan roda bisnis, setiap pebisnis harus bertanggung jawab atas usaha dan pekerjaan atau jabatan yang telah dipilihnya. Tanggung jawab yang dimaksud adalah mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat. Nilai transaksi yang penting dalam bisnis adalah alamanah (kejujuran). Kejujuran merupakan puncak moralitas iman dari orang yang beriman, bahkan kejujuran merupakan karakteristik para nabi. Oleh karena itu, sifat terpenting yang diridhai Allah adalah kejujuran
7. Keadilan, salah satu prinsip dalam bisnis yang harus diterapkan adalah sikap adil. Implementasi sikap adil dalam bisnis merupakan hal yang berat. Yang dimaksud keadilan dalam wirausaha adalah kebijakan upah bagi karyawan. Tujuan utama pemberian upah adalah agar para pegawai mampu memenuhi segala kebutuhan pokok hidup mereka. Sehingga mereka tidak

³⁴Ibid, h 39-40

terdorong untuk melakukan tindakan yang tidak dibenarkan untuk sekedar memenuhi nafkah diri dan keluarganya (tidak korupsi).³⁵

4. Aspek-aspek Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk melakukan suatu tindakan atau pekerjaan. Minat berwirausaha merupakan kecenderungan jiwa dari beberapa faktor yaitu karakter kepribadian seseorang dan lingkungannya. Aspek minat berwirausaha dalam penelitian ini mengacu pada aspek-aspek minat yang telah dijelaskan sebelumnya.

Aspek-aspek minat berwirausaha disusun berdasarkan cenderung memberikan perhatian dengan wirausaha yaitu:

- a. Sikap umum terhadap aktivitas (*general attitude toward the activity*), yaitu perasaan suka tidak suka, setuju tidak setuju dengan aktivitas.
- b. Kesadaran spesifik untuk menyukai aktivitas (*specivic for or living the activity*), yaitu memutuskan untuk menyukai suatu aktivitas atau objek yang berkaitan dengan wirausaha.
- c. Merasa senang dengan aktivitas (*enjoyment of the activity*), yaitu individu merasa senang dengan segala hal yang berhubungan dengan aktivitas wirausaha yang diminatinya.
- d. Aktivitas tersebut mempunyai arti atau penting bagi individu.
- e. Adanya minat intrinsik dalam isi aktivitas, emosi yang menyenangkan yang berpusat pada aktivitas itu sendiri.
- f. Berpartisipasi dalam aktivitas, individu memilah atau berpartisipasi dalam aktivitas.³⁶

³⁵Ibid, h 41-43

³⁶Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, h.45

Sedangkan menurut sutrisno memaparkan beberapa aspek minat berwirausaha adalah sebagai berikut:

- a. Perasaan senang; seorang mahasiswa yang memiliki perasaan senang atau suka terhadap suatu kegiatan usaha, maka mahasiswa tersebut akan terus mempelajari usaha, tidak ada perasaan terpaksa. Oleh karena itu perasaan senang akan memotivasi mahasiswa untuk terus berwirausaha.
- b. Ketertarikan; berhubungan dengan daya gerak yang mendorong untuk cenderung merasa tertarik dalam berwirausaha bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan berwirausaha itu sendiri.
- c. Perhatian; merupakan konsentrasi atau aktivitas jiwa terhadap pengamatan, dan pengertian. Mahasiswa yang memiliki minat pada kegiatan usaha tertentu, dengan sendirinya akan memperhatikan usaha tersebut. Mulai proses produksi sampai proses distribusi hasil usaha tersebut.
- d. Keterlibatan; keterlibatan seseorang suatu objek yang mengakibatkan orang tersebut senang mengerjakan kegiatan usaha, mampu memahami, selalu aktif, dan tidak pernah diam mengikuti perkembangan, bila dapat langsung terlibat dari suatu kegiatan usaha dan mampu memahami semua prosesnya.³⁷

³⁷ Indo Senaang, *Pengaruh Dukungan Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Mi Berwirausaha Siswa SMK*, (Jurnal. Psikoborneo. Volume 5 Nomor 3 11-10-17-09-47-21. 2017: 541-555), h. 544

Dari uraian diatas bahwa minat berwirausaha dibentuk oleh beberapa aspek sikap umum yang ditandai suka atau tidak suka terhadap kegiatan wirausaha, memutuskan untuk menyukai aktivitas atau objek yang berkaitan dengan wirausaha, merasa senang dengan segala hal yang berhubungan dengan aktivitas wirausaha yang diminatinya.

Wirausaha menjadi suatu tolak ukur bagi kehidupan sehingga individu menaruh perhatian terhadap kegiatan wirausaha, emosi yang menyenangkan sehingga menjadikan aktivitas wirausaha sesuatu yang menarik, meneruskan aktivitas wirausaha karena wirausaha adalah aktivitas yang penting.³⁸

Selain itu, berwirausaha dapat membantu pemerintah dalam mengatasi pengangguran karena akan terciptanya lapangan pekerjaan baru yang dapat menampung calon tenaga kerja. Hal ini akan bermanfaat bagi masyarakat, terutama masyarakat tempat usaha didirikan. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu harapan pendapatan yang tinggi, dukungan dari lingkungan keluarga dan pendidikan kewirausahaan yang diterima. Indikator yang digunakan meliputi tidak ketergantungan pada orang lain, membantu lingkungan sosial dan perasaan senang menjadi wirausaha.

³⁸Suryana, *Kewirausahaan Pedoman*, h. 55

Pada proses pengelolaan usaha terdapat beberapa aspek yang menjadi katalisator seseorang menentukan karirnya sebagai seorangwirausaha, antara lain:

a. Aspek ekonomi

Membutuhkan modal cukup dan tepat sasaran, sudahdiperhitungkan sesuai kebutuhan dalam membentuk usaha baruatau menjalankan usaha yang sudah ada.

b. Aspek politik

Adanya kebebasan berusaha dan peraturan yang memudahkan mendapatkan perizinan untuk memulai usaha, termasuk diantaranyaudahnya menghubungi atau menemui orang-orang yang memiliki posisi di dalam pemerintahan.

c. Aspek teknis

Yaitu adanya waktu dan tempat tertentu yang memiliki ruangkosong yang dapat dimanfaatkan sebagai kantor atau tempat usaha.

d. Semangat yang tinggi

Tidak mudah menyerah merupakan modal awal untuk memulaisuatu usaha, demikian juga semangat kelompok yang senangberusaha dapat memotivasi seseorang menjadi wirausaha.³⁹

³⁹Nunuy Nur Afiah, *Peran Kewirausahaan dalam h. 150*

Minat berwirausaha dipengaruhi oleh adanya *soft skills* yang tinggi karena menjadi seorang wirausaha dibutuhkan berbagai keterampilan dan karakter pribadi yang kuat. Berwirausaha akan membuat seseorang tidak ketergantungan pada orang lain karena menjadi wirausaha memiliki kebebasan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Kebebasan tersebut dapat berupa bebas menentukan bisnis yang diinginkan, bebas mengatur jadwal operasional, dan tentunya bebas menentukan besarnya laba yang diinginkan. Kebebasan tersebutlah yang akan membuat seseorang tertarik atau berminat menjadi wirausaha.

5. Faktor yang Mendorong Minat Berwirausaha

Bewirausaha ditentukan oleh motif prestasi, optimisme, sikap nilai, dan keberhasilan. Perilaku berwirausaha dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi hak kepemilikan, kemampuan atau kompetensi dan insentif, sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan.⁴⁰

Kemampuan afektif mencakup sikap, nilai, aspirasi, perasaan, dan emosi yang semuanya sangat bergantung pada kondisi lingkungan yang ada maka dimensi kemampuan afektif dan kemampuan kognitif merupakan bagian dari pendekatan kemampuan kewirausahaan. Jadi kemampuan berwirausaha

⁴⁰Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis*, h. 56

merupakan fungsi dari perilaku kewirausahaan dalam mengkombinasikan kreativitas, inovasi, kerja keras, keberanian menghadapi resiko untuk memperoleh peluang.

Faktor yang mendorong minat berwirausaha menurut Bygrave dibagi menjadi 3 (tiga), yaitu:

- a. **Faktor Personal**, menyangkut aspek kepribadian diantaranya:
 - 1) Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan seseorang.
 - 2) Adanya pemutusan hubungan kerja, tidak ada pekerjaan lain.
 - 3) Dorongan karena faktor usia
 - 4) Keberanian menanggung resiko.
 - 5) Komitmen/minat tinggi pada bisnis.⁴¹
- b. **Faktor *Environment***, menyangkut hubungan dengan lingkungan fisik:
 - 1) Adanya persaingan dalam dunia kehidupan.
 - 2) Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan seperti modal, tabungan, warisan, bangunan, dan lokasi strategis.
 - 3) Mengikuti latihan kursus bisnis atau incubator bisnis.
 - 4) Kebijakan pemerintah, adanya kemudahan lokasi.
 - 5) Fasilitas kredit dan bimbingan usaha.
- c. **Faktor *Sociological***, menyangkut hubungan dengan keluarga.
 - 1) Adanya hubungan-hubungan atau relasi dengan orang lain.
 - 2) Adanya tim yang dapat diajak kerja sama dalam berusaha.
 - 3) Adanya dorongan dari orangtua untuk membuka usaha.

⁴¹Buchori Alma, *Kewirausahaan*, h. 7

4) Adanya bantuan keluarga dalam berbagai kemudahan.⁴²

Faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang yang pertama, faktor intrinsik atau faktor dalam diri sendiri, faktor ini merupakan faktor alami yang dimiliki oleh seseorang. Timbul dari dalam diri tanpa pengaruh dari luar. Faktor intrinsik yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha antara lain karena motif berprestasi, harga diri, dan perasaan senang. Pengetahuan yang didapatkan selama dibangku, maupun praktik lapangan dapat dijadikan modal dalam memulai berwirausaha.

Menurut Nurhotim, faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu:

- a. Faktor Intrinsik. Faktor intrinsik adalah faktor-faktor yang timbul karena pengaruh rangsangan dari dalam diri individu itu sendiri. Faktor-faktor intrinsik sebagai pendorong minat berwirausaha antara lain karena adanya kebutuhan akan pendapatan, motif, harga diri.
- b. Faktor Ekstrinsik. Faktor ekstrinsik adalah faktor-faktor yang mempengaruhi individu karena pengaruh rangsangan dari luar. Faktor-faktor ekstrinsik yang mempengaruhi minat berwirausaha antara lain lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan pendidikan.⁴³

⁴²*Ibid*, h. 8-9

⁴³ Nurhotim Lukman Hidayatullah, "Minat Berwirausaha Program Studi SIPendidikan Teknik Elektro Jurusan Elektro Fakultas Teknik UNS, Skripsi. UNDIP. 2012.h 25

Kedua, faktor ekstrinsik adalah faktor yang timbul karena rangsangan atau dorongan dari luar diri individu atau lingkungan. Faktor ekstrinsik yang mempengaruhi minat berwirausaha antara lain: lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan peluang. Didalam lingkungan keluarga orangtua adalah pihak yang bertanggung jawab penuh dalam proses ini. Didalam keluarga terjadi proses pendidikan yang pertama dan utama. Dari faktor keluarga ini anak harus diajarkan untuk memotivasi diri bekerja keras, diberi kesempatan untuk bertanggung jawab kepada masyarakat. Dengan memiliki usaha sendiri seseorang dapat menentukan nasibnya sendiri dan tidak bergantung terhadap orang lain. Mengangkat perekonomian keluarga menjadi lebih baik sehingga timbul suatu minat untuk melakukan sesuatu.

Ada beberapa alasan mengapa seseorang berminat berwirausaha, yaitu alasan keuangan, alasan sosial, alasan pelayanan, alasan pemenuhan diri. Beberapa peluang yang dapat diambil dari kewirausahaan meliputi:

- a. Peluang untuk memperoleh kontrol atas kemampuan diri.
- b. Peluang untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki
- c. Peluang untuk memperoleh manfaat secara finansial.
- d. Peluang untuk berkontribusi kepada masyarakat dan untuk menghargai usaha-usaha seseorang.⁴⁴

⁴⁴Suryana, *Kewirausahaan...*, h. 36

Menurut Zimmer, menjadi wirausaha akan memiliki kebebasan dalam menentukan nasibnya sendiri dan berpeluang untuk berperan dalam berwirausaha dapat mengembangkan diri sesuai dengan minat dan kemampuannya, sehingga membuat dirinya berarti bagi masyarakat. Menjadi wirausaha juga dapat berperan dalam masyarakat, karena dengan berwirausaha dapat menyediakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar. Wirausaha merupakan proses menciptakan suatu usaha yang kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan peluang yang ada guna meningkatkan taraf hidup dan berguna bagi masyarakat. Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan terhadap kegiatan berwirausaha yang menciptakan suatu usaha yang bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan sekitar.

B. Trend Fashion

1. Pengertian *Trend*

Kata tren atau dalam bahasa Inggris *trends* merupakan kata yang sudah tidak asing ditelinga. Selain mendengar mungkin diantara pernah bahkan sering mengucapkan kata trend (*Trends*).⁴⁵ Penjelasan lain bahwa kata *trend* sering dengar dalam dunia fashion, Selain dalam dunia fashion, Kata trend juga sering kita dengar atau kita ucapkan dalam kehidupan sehari-hari. *Trend* atau fashion adalah gayaberpakaian yang populer dalam suatu budaya.

⁴⁵ Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), h. 10

Menurut kamus besar bahasa Indonesia *trend* atau trend merupakan bentuk nomina yang bermakna ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (tata pakaian, potongan rambut, corak hiasan serta penggunaan jilbab dan sebagainya).⁴⁶

Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan bahwa tren adalah *Trend* atau trend atau fashion adalah gaya berpakaian yang populer dalam suatu budaya merupakan bentuk nomina yang bermakna ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu dengan gaya berpakaian yang populer dalam suatu budaya.

Trend adalah arah atau urutan kejadian yang mempunyai momentum. Trend juga dapat diprediksi dan terjadi dalam durasi yang lebih panjang, terjadi dalam berbagai bidang pemasaran, kegiatan konsumen, konsisten terhadap berbagai indikator dan terjadi pada masa yang sama.⁴⁷ Kata trend sering kita dengar dalam dunia fashion, selain dalam dunia fashion, kata trend juga sering kita dengar atau kita ucapkan dalam kehidupan sehari-hari. Trend atau fashion adalah gaya berpakaian yang populer dalam suatu budaya.⁴⁸

Trend akan berubah dari masa ke masa. Apabila trend baru muncul, maka trend yang sebelumnya dianggap kuno dan lambat laun akan ditinggalkan. Trend dapat berulang kembali setelah beberapa tahun. Trend baru bertitik tolak pada trend sebelumnya

⁴⁶<https://www.scribd.com/doc/141645215/Pengertian-Eksistensi-Dan-Trend>. Diakses pada tanggal 6 September 2018 pukul 10.47 Wita.

⁴⁷Titik Wijayanti, "Marketing dan Busana". (Jakarta: Alex Media Kompotindo, 2017) h.50

⁴⁸BW, "Manajemen pemasaran". (Jakarta: Zainzam, 2015) h.27

dan tampil kembali dengan variasi baru. Pada penampilan trend biasanya terlihat lebih dari satu garis mode, karena trend diciptakan oleh sejumlah perancang. Hasil dari berbagai hasil rancangan itu diperoleh garis dan warna yang banyak ditampilkan atau dominan. Garis serta warna itulah yang menentukan modetrend terbaru. Garis mode ditentukan terutama oleh bentuk dan panjang rok serta lengan dan detail yang menonjol, trend tidak mementingkan fungsi busana, trend bertujuan untuk keindahan dan bersifat komersil.

Sebagai ciri utama trend yaitu dengan adanya perkembangan, sebab suatu trend akan dapat dikatakan trend apabila trend tersebut sedang mengalami perhatian masyarakat sebagai sesuatu yang sedang disenanginya dan dipergunakannya. Apabila laju perkembangan dari suatu trend itu sudah mencapai puncaknya dan telah menjadi tradisi dalam masa yang tidak ada batasanya, trend busana itu sudah tidak dapat lagi dikatakan suatu trend.

Trend adalah sesuatu yang selalu mengalami perubahan setiap tahunnya, trend selalu mempunyai tempo terhadap kepopulerannya, terlebih lagi trend terhadap busana, busana merupakan salah satu kebutuhan pokok yang dapat dikategorikan dalam hal yang mengalami perubahan cepat.

Trend memiliki sifat-sifat yang selalu melekat padanya, yaitu seperti disebutkan di bawah ini:

1. Mempunyai pengaruh penampilan yang kuat, sehingga masyarakat tertarik kepada trend-trend baru yang ditampilkan, karena trend yang ditampilkan disesuaikan dengan selera masyarakat, tingkatan sosial ekonomi masyarakat, tingkat umur, lingkungan/kondisi masyarakat
2. Trend mempunyai sifat komersial, berarti dapat menguntungkan atau merugikan.
3. Trend bukan sesuatu penemuan baru atau selalu baru, akan tetapi dengan dasar-dasar yang telah ada muncul kembali dengan gaya yang baru.
4. Trend ada hubungannya dengan produksi tekstil, perlengkapan busana milenris dan aksesoris.⁴⁹

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas dapat diartikan bahwa trend adalah suatu aliran dalam dunia trend yang mengalami perubahan penampilan berbusana setiap setahun sekali. Perkembangan trend busana di Indonesia melaju dengan sangat cepat. Perkembangan yang semakin menonjol itu dapat kita pahami yaitu karena perkembangan: produksi dan pemasaran tekstil, mesin-mesin dan alat-alat pembuat busana, kuantitas dan kualitas para disainer trend busana, media massa, kemampuan daya beli dari masyarakat, serta meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam bidang busana.

⁴⁹Titik Wijayanti, "Marketing dan Busana,...h 67-69

2. Pengertian *Fashion*

Fashion adalah istilah umum untuk gaya populer atau praktik, khususnya dalam pakaian, sepatu, atau aksesoris. Trend adalah sebagai referensi dalam tampilan dan berdandan seseorang. Gaya yang berlaku dalam perilaku juga. Istilah yang lebih teknis adalah kostum, telah menjadi begitu terkait di mata publik dengan "trend" dan istilah yang lebih umum "kostum" telah populer digunakan sebagian besar telah diturunkan ke indera khusus seperti pakaian mewah atau menyamar pakai, sedangkan istilah "trend" berarti pakaian pada umumnya. Untuk melihat lintas-budaya yang luas dalam pakaian dan tempatnya di masyarakat.⁵⁰

Perbedaan antara fashion dan gaya, jika gaya menyangkut pengertian seseorang tentang kepribadian dirinya dan kemudian menggunakan busana yang cocok sesuai selera. Sedangkan fashion adalah perkembangan trend yang terus berubah mengikuti masa. Seorang yang mengikuti trend fashion belum tentu mampu mengaplikasikan trend tersebut ke dirinya, sehingga gayanya dapat menjadi kurang cocok. Namun orang yang mengerti gaya dirinya sendiri, dipastikan mampu menyesuaikan fashion sesuai kebutuhan dan kenyamanan dirinya.

Fashion adalah dalam satu pengertian, tahapan akhir bentuk komoditas "Dengan percepatan dan perkembangan pesan,

⁵⁰Nadia. Fashion bagian terpenting dari Kehidupan Sehari-hari . Di ambil dari <http://Elvierameldawati.Blogspot.Com>. Di akses tanggal 13 Juni 2020

informasi, tanda dan trend, maka fashion sebagai lingkaran total dan dunia komoditas linier akan selesai”.⁵¹

Sedangkan menurut istilah bahwa *fashion* kerap digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana dalam masyarakat khususnya pada masa kontemporer barat akhir-akhir ini.⁵² beberapa trend fashion yang tidak sesuai dengan *halal life style* yang digemari kalangan muda saat ini, seperti gambar 1 Fashion Tahun 2021.

Gambar 1
Fashion tahun 2021⁵³



Gambar 2 Fashion Tahun 2021⁵⁴



⁵¹ Baudrillard dalam Ritzer Teori Sosial Posttrendn. (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2006), h. 160

⁵² Polhemus & Procter, *Fashion and Anti-Fashion*, dalam Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), h. 13.

⁵³ <https://www.ellecanada.com/fashion/trends/a-spring-2021-fashion-trend-to-watch-out-for-all-puffed-up>, diakses tanggal 04 agustus 2020

⁵⁴ <https://en-stock4.top/products.aspx?cname=2021+winter+outfit&cid=4> diakses tanggal 05 Agustus 2020

Gambar nomor 1 dan 2 adalah trend fashion tahun 2021 dengan gaya terbuka bisa disebut bahwa gambar di atas adalah fashion non halal yang digandrungi oleh kalangan muda baik muslim mau pun non muslim, baik dikalangan kampus maupun diluar kampus (kampus umum).

Gambar 3 Fashion Tahun 2021.⁵⁵



Gambar nomor 3 adalah contoh fashion tahun 2021 kalangan muda dilingkungan kampus perguruan tinggi untuk muslimah,

⁵⁵ <https://blogunik.com/trend-hijab-2021-yang-bisa-kamu-coba-untuk-tampil-stylish-dan-kekinian/> diakses tanggal 05 Agustus 2020

berbeda dengan gambar sebelumnya yang terbuka tanpa aksesoris hijab. Oleh sebab itu fashion halal tetap dapat mengikuti keadaan zaman tanpa mengurangi nilai-nilai kesopanan dan kode etik berpakaian, jadi mahasiswa muslim di perguruan tinggi Islam tetap dapat mengikuti fashion yang berubah-ubah.

Fashion sudah menjadi bagian penting dari gaya, trend, dan penampilan keseharian. Menurut Soekanto, *fashion* memiliki arti suatu trend yang hidupnya tidak lama, yang mungkin menyangkut gaya bahasa, perilaku, hobby terhadap trend pakaian tertentu.⁵⁶

Fashion merupakan sebetuk perubahan yang dicirikan oleh rentang waktu yang singkat. Sehingga *fashion (trend)* merupakan kekuatan dalam kebangkitan individualitas dengan mengizinkan seseorang untuk mengekspresikan diri dalam berpenampilan.⁵⁷

Perbedaan antara *fashion* dan gaya. Jika gaya menyangkut pengertian seseorang tentang kepribadian dirinya dan kemudian menggunakan busana yang cocok sesuai selera. Sedangkan *fashion* adalah perkembangan trend yang terus berubah mengikuti masa. Seorang mengikuti *fashion* belum tentu mampu mengaplikasikan tren tersebut ke dirinya, sehingga gayanya dapat menjadi kurang cocok.

⁵⁶Soerjono Sukanto, *Kamus Sosiologi*, (Jakarta: Raja Graffindo, 2004), h. 186

⁵⁷Lipovetsky, *The Empire of Fashion: Dressing Trendrn Democracy* dalam George Ritzer & Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Trendrn*, Cet-6, (Jakarta: Kencana Media, 2010), h.65

Namun orang yang mengerti gaya dirinya, mampu menyesuaikan *fashion* sesuai kebutuhan dan kenyamanan dirinya.⁵⁸

Fashion merupakan isu penting yang mencirikan pengalaman hidup sosial. Oleh karena itu, *fashion* memiliki beberapa fungsi. Pertama, sebagai sarana komunikasi, *fashion* bisa menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat non-verbal. *Fashion* bisa merefleksikan, meneguhkan, mengekspresikan suasana hati seseorang. *Fashion* memiliki suatu fungsi kesopanan (*trendsty function*) dan daya tarik. Sebagai fenomena budaya, *fashion* sesungguhnya bisa berucap banyak tentang identitas pemakainya. *Fashion* juga dapat digunakan untuk menunjukkan nilai sosial dan status, karena orang membuat kesimpulan tentang siapa anda, kelompok sosial, melalui medium *fashion*.⁵⁹

Kedua, *fashion* memiliki fungsi sebagai penolong yang memastikan bahwa masyarakat mengadaptasikan kehidupan trend, *fashion* juga mencerminkan aktivitas masyarakat yang dinamis. Kebutuhan individu dan masyarakat dipertemukan melalui *fashion*. Setiap individu mendapatkan seturut yang dikehendaki saat bersamaan, masyarakat memperoleh keuntungan yang bersifat ekonomis dari *fashion* tersebut.⁶⁰ Hal yang dimaksud ialah bahwa masyarakat akan mendapatkan rangkaian kebutuhan yang

⁵⁸ Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), h. 15

⁵⁹ Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan* .h. 100

⁶⁰ Haryanto Soedjatmiko, *Saya Berbelanja, Maka Saya Ada Ketika Konsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), h. 63

diinginkan tanpa merubah *fashion* mode terkini sehingga akan merasa mendapatkan keinginan yang dikehendaki secara individu dan secara umum masyarakat mendapatkan nilai ekonomis karena hal tersebut dapat dijadikan media untuk berwirausaha.

Fashion di dalam *Oxford English Dictionary* (OED) mempunyai beberapa arti yaitu tindakan atau proses membuat, potongan atau bentuk tertentu, bentuk, tata acara atau cara bertindak dan berpakaian mengikuti konvensi. Dikelompokkan menjadi dua arti utama, yaitu kata kerja dan kata benda, meski sulit untuk dipastikan, kedua arti itu muncul menjadi baku dalam Bahasa Inggris pada pertengahan abad ketujuh belas.

Sebagai kata benda, *fashion* berarti sesuatu seperti bentuk dan jenis atau buatan atau bentuk tertentu. Sebagai kata kerja, *fashion* dipandang sebagai sinonim dengan kata cara atau perilaku yang ada di dalam ungkapan bahasa Prancis "*facon de parler*" (cara bicara).⁶¹

Berdasarkan uraian di atas *fashion* yang cenderung dipilih, diterima, digemari dan digunakan sehingga akan sering dilihat dan didengar oleh mayoritas masyarakat yang bisa memberi kenyamanan dan membuat lebih baik pada suatu waktu tertentu. Jika diperhatikan dari definisi *fashion* diatas, sekilas akan terlihat pengertian yang hampir sama dengan trendnamun jika diperhatikan secara seksama akan terlihat perbedaan yang sangat jelas. Dimana

⁶¹Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan*, h.12

trend mengarah pada objek yang lebih umum atau luas, Sedangkan *fashion* mengarah pada objek yang khusus, Yaitu *fashion* dan cara seseorang bagaimana mendeskripsikan apa yang ada di dalam dirinya atau siapa dirinya seperti cara berpakaian seorang artis, ia akan menampilkan sisi *glamour* dengan cara pakaiannya yang akan memperlihatkan siapa dirinya agar orang-orang tahu bahwa dia adalah seorang artis terkenal.

3. Bentuk-bentuk Fashion

Seseorang yang berhubungan dengan bidang *fashion* harus mengetahui apa yang disebut dengan *fashion life cycle* (siklus hidup *fashion*) agar dapat membantu dalam pemasarannya. Fashion mulai menjadi modus keberadaan manusia trend dengan istilah bahasa” kamu bergaya maka kamu ada. Kalau kamu tidak bergaya, siap-siaplah untuk dianggap tidak ada diremehkan, diabaikan, atau mungkin dilecehkan”. Bentuk dari *fashion life cycle* adalah sebagai berikut:

- a. *Fashion Leadership*, siklus ini adalah pada saat *fashion* itu dibentuk. Pada siklus ini sebuah *fashion* akan mulai diciptakan.
- b. *Increasing Social Visibility*, siklus ini adalah pada saat *fashion* sudah diciptakan dan mulai diperkenalkan. Siklus ini hanya menjangkau orang-orang yang memiliki status ekonomi yang lebih tinggi (kelompok *Fashion Leaders*).

- c. *Conformity Within and Across Social Group*, pada siklus ini *fashion* mulai menjangkau seluruh kelas sosial yang ada.
- d. *Social Saturation*, siklus ini adalah masa kejayaan dari *fashion*. Yang semua orang sudah mengikuti *trendfashion* yang sudah dibentuk.
- e. *Decline and Obsolence*, pada saat siklus ini *trend fashion* sedikit mulai sedikit akan mulai menurun popularitasnya kemudian hilang dan akan digantikan oleh *fashion* yang baru.⁶²

Menurut penjelasan umum *Fashion* dapat dikategorikan berdasarkan dikelompok mana mereka terlihat yaitu:

- a. *Fashion Leaders*, kelompok ini adalah konsumen yang elit dan mereka yang paling pertama mengadaptasi perubahan *fashion*. Kelompok ini mengacu pada gaya dan desain *high fashion*. *High fashion* adalah gayadan desain yang biasanya dibuat, diperkenalkan dan dijual dalam jumlah yang terbatas dan relatif mahal.
- b. *Public Fashion*, kelompok ini adalah konsumen masyarakat umum. Kelompok ini mengacu pada gaya dan desain *mass fashion* atau *volume fashion*. Desain dan gaya ini adalah barang yang

⁶² Quahesha, *Lima Siklus Hidup Fashion*, <http://quanesha.com/5-siklus-hidupfashion/>, diakses Pada tanggal 1 Maret 2018

dibuat, diperkenalkan dan dijual dalam jumlah banyak dengan harga yang murah sampai sedang.⁶³

Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan bahwa bentuk-bentuk fashion dalam siklus ini adalah pada saat *fashion* itu dibentuk, siklus ini adalah pada saat *fashion* sudah diciptakan dan mulai diperkenalkan, siklus ini *fashion* mulai menjangkau seluruh kelas sosial yang ada, siklus ini adalah masa kejayaan dari *fashion*, siklus ini *trend fashion* sedikit mulai sedikit akan mulai menurun popularitasnya kemudian hilang. Semua kelas sosial akan mencari-cari dan membeli barang-barang yang yang menjadi *trend fashion* pada saat itu. Dan pada siklus ini juga akan bermunculan barang-barang yang mirip atau menyerupai barang aslinya yang awalnya hanya tersedia untuk kelompok kalangan kelas sosial atas saja.

4. Kriteria Fashion Halal

Busana muslim adalah pakaian atau busana yang dipakai semua umat Islam baik itu laki-laki (muslim) maupun perempuan (muslimah) dalam aktifitas keseharian. Busana muslim bertujuan untuk menutup aurat penggunaanya yang tidak boleh (haram) dilihat oleh orang lain yang bukan mahramnya, artinya lawan jenis yang haram dinikahi sementara atau selamanya. Dengan demikian busana muslim bukan hanya pakaian yang dipakai untuk keperluan kegiatan

⁶³Dian Savitrie, *Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion (Sebuah Studi Kualitatif Pada Mahasiswa FE UI Dan Pengunjung Butik N.y.l.a)*, Universitas Indonesia, Skripsi, 2017, 15-16

dan acara keagamaan saja seperti sholat, hari raya, hajatan dan sebagainya, namun busana wajib yang harus dikenakan oleh setiap umat Islam dalam setiap aktivitasnya.

Di Indonesia yang mayoritas beragama Islam, perkembangan trend busana muslim sangat pesat termasuk mengembangkan busana gamis dan busana daerah yang disesuaikan dengan busana muslim syar'i yaitu syarat-syarat yang wajib dipenuhi. Terlebih untuk busana muslimah karena biasanya beda trend untuk aurat yang harus ditutup, dibandingkan dengan kaum pria yang biasanya sudah tertutup oleh pakaian yang dikenakannya. Sering kali kita mendengar istilah busana muslim syar'i yang pengertiannya sama dengan busana muslim namun ada beberapa syarat yang wajib dipenuhi serta mematuhi aturan dan adab berpakaian menurut tinjauan agama Islam.

Pertama, hal-hal yang berhubungan dengan potongan baju. Maka jahitlah pakaian wanita harus sesuai dengan apa yang harus digariskan Islam dalam masalah ini kemudian juga dalam pemakaiannya pada tubuh, seperti: ⁶⁴

1. Hendaknya baju mencakup seluruh tubuh.
2. Hendaknya baju tidak ketat yang menggambarkan lekuk-lekuk tubuh.
3. Tidak menyerupai pakaian pria

⁶⁴Syaikh 'Abdulloh bin Sholih Al-Fauzan, "Perhiasan Wanita Muslimah". (Solo: Darul Muslim, 2017) h.30

4. Tidak menyerupai busana kaum wanita kafir

Kedua, hal-hal yang berhubungan dengan busana. Islam lebih banyak memperhatikan busana perempuan dibandingkan dengan busana laki-laki. Sehingga Islam menerapkan syarat-syarat pola potongan busana dan tata cara memakai, juga memberlakukan syarat-syarat trend busana yang bisa dipilih kaum perempuan, di antaranya adalah:⁶⁵

- 1. Hendaknya pakaian tidak sekaligus menjadi perhiasan secara sendirinya, maksudnya perempuan dilarang mengenakan suatu baju bila mana baju tersebut berpotensi menarik perhatian kaum laki-laki padanya.**
- 2. Hendaknya baju tidak transparan yang menggambarkan segala apa yang berada di dalamnya.**
- 3. Bukan baju syuhroh (Popularitas).**

Kebanyakan ulama salaf berpendapat menurut arti kedua. Misalnya, Ibnu Abbas berkata dalam menafsirkan apa yang tampak itu ialah celak dan cincin, berarti boleh dilihat pula kedua tempatnya, yaitu muka dan kedua telapak tangan. Demikianlah apa yang ditegaskan oleh Said bin Jubair, 'Atha', Auza'i, dan lain-lain. Sedangkan menurut Aisyah, Qatadah, dan lain-lain menisbatkan dua gelang termasuk perhiasan yang boleh dilihat. Dengan demikian

⁶⁵Ibid, h 50

sebagian lengan ada yang dikecualikan. Tetapi, tentang batasnya dari pergelangan sampai siku masih diperselisihkan.

Disamping satu kelonggaran ini, ada juga yang mempersempit, misalnya Abdullah bin Mas'ud dan Nakha'i. keduanya menafsirkan perhiasan yang biasa tampak, yaitu selendang dan pakaian yang biasa tampak, yang tidak mungkin disembunyikan. Tetapi, pendapat yang kami anggap lebih kuat (*rajih*) yaitu dibatasinya pengertian apa yang tampak itu pada wajah dan dua tapak tangan serta perhiasan yang biasa tampak dengan tidak ada maksud kesombongan dan berlebihan seperti celak dimata dan cincin pada tangan. Begitulah seperti yang ditegaskan oleh sekelompok sahabat dan tabi'in.⁶⁶

Dikecualikan ataupun tidak hal itu sama saja, yang cepat diterima akal apa yang dimaksud istimewa (pengecualian) adalah suatu rukhsah (keringanan) dan untuk menguntungkan kepada perempuan dalam menampakan sesuatu yang mungkin disembunyikan dan ma'qul sekali (bisa diterima akal) kalau itu adalah muka dan dua tapak tangan. Adanya kelonggaran pada muka dan dua tapak tangan adalah karena menutupi kedua anggota tersebut termasuk suatu hal yang cukup memberatkan perempuan. Lebih-lebih kalau mereka perlu bepergian atau keluar yang sangat penting, misalnya dia orang yang tidak mampu. Dia perlu usaha untuk mencari nafkah buat anak-anaknya atau dia harus membantu

⁶⁶Lihat Tafsir at-Thabrani, al-Qurthubi, az-Zamakhshyari dan ar-Razi.

suaminya. Mengharuskan perempuan supaya memakai cadar dan menutup kedua tangannya adalah termasuk menyakitkan dan menyusahkan perempuan. Imam Qurthubi berkata, “Kalau menurut lazimnya muka dan dua tapak tangan itu ditampakkan, baik menurut adat maupun dalam ibadah seperti waktu shalat dan haji, maka layak kiranya kalau pengecualian itu kembalinya pada kedua anggota tersebut”.

Dalil yang kuat untuk menafsirkan ini ialah hadist riwayat Abu Daud dari jalan Aisyah, r.a. bahwa Asma' binti Abu Bakar pernah masuk rumah Nabi SAW. Dengan pakaian tipis, kemudian Nabi memalingkan mukanya sambil bersabda: “Hai Asma sesungguhnya perempuan apabila sudah baligh maka tidak patut ditampakkan badannya kecuali ini dan ini sambil beliau menunjukkan muka dan dua tapak tangannya.” Kemudian ada pula firman Allah yang menyatakan, “Katakanlah kepada orang-orang mukmin laki-laki supaya menundukkan pandangan” itu memberikan isyarat bahwa muka perempuan itu tidak ditutup. Seandainya seluruh tubuh perempuan tertutup termasuk mukanya, niscaya tidak ada perintah menundukkan sebagian pandangan sebab disitu tidak ada yang perlu dilihat sehingga memerlukan menundukkan pandangan. Namun kiranya, sesempurna mungkin seorang muslim harus bersungguh-sungguh untuk menyembunyikan perhiasannya. Pengertian khumur (kerudung) adalah sebuah alat

yang dapat dipakai untuk menutup kepala, sedangkan apa yang disebut juyub kata jama' (bentuk plural) dari kata jaibun adalah belahan dada yang terbuka, tidak tertutup oleh pakaian baju. Jadi sangat jelas bahwa dalam berbusana, Islam tidak menganjurkan perempuan memakai pakaian yang membentuk dan tipis, sehingga nampak kulitnya kecuali muka dan kedua tapak tangannya. Termasuk diantaranya ialah pakaian yang mempertajam bagian-bagian tubuh, khususnya bagian tubuh yang membawa fitnah. Karena seperti uraian terdahulu bahwa semua bagian tubuh yang tidak boleh ditampakan adalah aurat. Oleh karena itu, mereka harus menutupinya dan haram dibuka.

Sedangkan relevansi trend busana muslimah tersebut dengan nilai-nilai pendidikan Islam bagi perempuan muslimah adalah⁶⁷:

- a. Nilai keimanan, dalam hal ini ialah menutup aurat merupakan salah satu saran untuk lebih taat kepada Allah SWT.
- b. Nilai kesehatan, meliputi: melindungi diri dari sinar matahari dan gigitan binatang, serta selalu menjaga kebersihan tempat tinggal dan lingkungan.
- c. Nilai ibadah, dalam hal ini yaitu sebagai media dakwah dan mempererat tali silaturahmi.
- d. Nilai Pendidikan Seks, meliputi: menjaga hawa nafsu dan menjaga pergaulan

⁶⁷Yusuf Qardhawi, "Halal dan Haram Dalam Islam edisi revisi." (Surabaya : Bina Ilmu, 2016).h.211

5. Faktor yang Mempengaruhi Trend Fashion

Setiap tahunnya bahkan setiap bulan trend fashion selalu berubah-ubah, hal ini disebabkan karena kebanyakan orang tidak ingin memakai baju/pakaian yang trend sama setiap tahunnya. Perubahan trend fashion mulai baju yang dipakai sehari-hari sampai busana muslim pun kini telah mengalami perkembangan fashion yang cukup pesat. Berbagai trend yang unik dan glamour banyak terlihat dipakai oleh kalangan artis dan publik figur yang selalu ingin menjadi trend senter. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan dalam dunia fashion yakni⁶⁸:

- a. Media massa, baik cetak maupun elektronik selalu menyajikan informasi termasuk informasi seputar dunia fashion. Melalui kedua media ini, trend fashion seakan disosialisasikan kepada masyarakat dan itulah trend fashion yang harus diikuti.
- b. Dunia entertainment, tentu saja menjadi faktor yang sangat besar dalam penyebar luasan trend fashion di tengah masyarakat. Para selebritas yang selalu muncul diberbagai media dan menjadi idola selalu berganti trend busana mengikuti trend fashion. Hal ini bisa menjadi penyebab masyarakat untuk mengikutinya. Sudah menjadi hukum alam jika sang idola mengikuti trend fashion tertentu bahkan bisa

⁶⁸ Perkembangan Trend Fashion di Indonesia (On-Line), tersedia di : <https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-trend-fashion-di-indonesia?page=all>. Oleh Anisa Mega, di akses pada tanggal 23 Januari 2021

menjadi trendsenter dan pasti akan diikuti oleh penggemar mereka. Masyarakat sudah tentu melihat trend fashion yang ditampilkan dalam setiap acara di televisi.

- c. Internet, tanpa kita sadari internet juga menjadi faktor penentu penyebaran trend fashion. Misalnya seperti website-website tertentu yang selalu menyajikan tips-tips dan trend fashion terkini. Tentu saja informasi mengenai trend fashion terbaru akan cepat menyebar luas dimasyarakat. Penyedia busana secara online pun ikut memberikan peran dengan menyediakan berbagai busana yang mengikuti trend fashion sehingga mau tidak mau masyarakat akan mengikuti trend fashion yang ada.
- d. Dunia bisnis, juga merupakan faktor berkembangnya trend fashion di Indonesia. Mengingat dari banyaknya permintaan di pasar terkait dengan trend fashion yang sedang berkembang. Demi mendapatkan keuntungan, para penjual berlomba memanfaatkan trend fashion untuk menarik para pembeli. Dengan menambahkan imajinasi mereka dalam merancang busana, trend fashion akan dengan mudah berkembang luas. Ibarat bola salju, langkah ini lantas diikuti oleh penjual busana yang lainnya.
- e. Dunia musik, juga menjadi faktor berkembangnya trend fashion. Saat ini dunia musik kita sedang mengalami wabah boyband dan girlband. *Boyband* dan *girlband* ini mengikuti trend

fashion yang berkiblat pada Korea dan Jepang. Sehingga mau tidak mau para penggemarnya juga mengikuti trend fashion idola mereka.

6. Implikasi Trend Fashion

Akibat maraknya trend fashion dikalangan masyarakat, ini berdampak pula pada perkembangan industri fashion secara nasional bahkan internasional. Ada dampak positif dan negatif dari perkembangan trend fashion sekarang ini, dampak positifnya adalah akan terdapat gaya-gaya terbaru yang muncul yang membuat para desainer fashion semakin kreatif dan inovatif tentunya akan semakin menumbuhkan persaingan di dunia bisnis fashion. Bagi pengguna atau pemakai akan menjadi lebih unik untuk menciptakan seorang pribadi yang unik dan berbeda dari yang lainnya sehingga terlihat menarik, membangkitkan ke era yang lebih trendy dan membuat si pemakainya tampak lebih percaya diri yang tentu saja sesuai dengan kepribadian masing-masing. Ini adalah masalah pemahaman setiap orang, bagaimana trend dapat mempengaruhi seseorang dalam cara yang positif.⁶⁹ Terdapat pula dampak negatif dari industri fashion itu sendiri salah satunya Indonesia bahkan dunia akan menghadapi berbagai

⁶⁹ Yuliana Malik, "Karya Ilmiah Remaja" (On-Line) di akses yulianan.blogspot.com/2014/02/karya-ilmiah-remaja-trend-trend-pada-html. Pada 03 Februari 2021

masalah kerusakan ekologi mikro-sistem dan sumber air yang disebabkan oleh limbah pewarna yang tidak terproses dengan baik.

7. Konsep SCM

Istilah *Supply Chain Management* menjadi jargon yang umum dijumpai diberbagai media baik majalah manajemen, buletin, koran, buku ataupun dalam diskusi-diskusi. Namun tidak jarang kedua term diatas di persepsikan secara salah. Banyak yang mengkonotasikan *supply chain* sebagai suatu software. Bahkan ada yang mempersepsikan bahwa *supply chain* hanya dimiliki oleh perusahaan manufaktur saja. Sebagai disiplin, *supply chain management* memang merupakan suatu disiplin ilmu yang relative baru.⁷⁰

Saat ini *supply chain management* merupakan suatu topik yang hangat dan menarik untuk didiskusikan bahkan mengundang daya tarik yang luar biasa baik dari kalangan akademisi maupun praktisi. *Supply chain* dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aktifitas dalam *supply chain* ada beberapa pemain utama perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama, yaitu:⁷¹

1. *Supplies*
2. *Manufactures*
3. *Distribution*

⁷⁰Sariyun Naja Anwar “Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management) Konsep dan Hakikat”, Jurnal Dinamika Informatika, Vol. 3, No. 2 (2011), 1.

⁷¹Ibid,h 2

4. *Retail Outlet*

5. *Customers.*

a. *Chain 1: Supplier*

Jaringan bermula dari sini, yang merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, dimana rantai penyaluran baru akan mulai. Bahan pertama ini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, barang dagangan, suku cadang dan lain-lain.⁷²

b. *Chain 1 – 2 – 3:Supplier-Manufactures-Distribution*

Barang yang sudah dihasilkan oleh manufactures sudah mulai harus disalurkan kepada pelanggan. Walaupun sudah tersedia banyak cara untuk menyalurkan barang kepada pelanggan, yang umum adalah melalui distributor dan ini biasanya ditempuh oleh sebagian besar *supply chain*.⁷³

c. *Chain 1 – 2 – 3 – 4:Supplier-Manufactures-Distribution-Retail Outlet*

Pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri atau dapat juga menyewa dari pihak lain. Gudang ini digunakan untuk menyimpan barang sebelum disalurkan lagi ke pihak pengecer. Disini ada kesempatan untuk memperoleh

⁷²Ibid

⁷³Ibid

penghematan dalam bentuk jumlah inventoris dan biaya gudang dengan cara melakukan desain kembali pola pengiriman barang baik dari gudang manufaktur maupun ke toko pengecer.⁷⁴

d. *Chain 1 – 2 – 3 – 4 – 5: Supplier-Manufactures-Distribution-Retail Outlet Costumer.*

Para pengecer atau retailer menawarkan barang langsung kepada para pelanggan atau pembeli atau pengguna barang langsung. Yang termasuk retail outlet adalah toko kelontong, supermarket, warung-warung, dan lain-lain.⁷⁵

Ada 3 macam hal yang harus dikelola dalam *supply chain* yaitu:

1. Pertama, aliran barang dari hulu ke hilir contohnya bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik, setelah produksi selesai dikirim ke distributor, pengecer, kemudian ke pemakai akhir.⁷⁶ Rantai Suplai Hulu (*Upstream supply chain*) meliputi aktivitas dari suatu perusahaan manufaktur dengan para penyalurannya (yang mana dapat manufaktur, *assembler/distribution center* atau kedua-duanya) dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur *second-trier*). Hubungan para penyalur dapat diperluas kepada beberapa strata, semua jalan dari asal material (contohnya bijih tambang, pertumbuhan tanaman). Di dalam *upstream supply chain*, aktivitas yang utama adalah pengadaan. Manajemen Rantai Suplai Internal (*Internal supply*

⁷⁴Ibid

⁷⁵Ibid

⁷⁶Ibid

chain management) adalah bagian dari *internal supply chain* meliputi semua proses pemasukan barang ke gudang yang digunakan dalam mentransformasikan masukan dari para penyalur ke dalam keluaran organisasi itu. Hal ini meluas dari waktu masuk ke dalam organisasi. Di dalam rantai suplai internal, perhatian yang utama adalah manajemen produksi, pabrikasi, dan pengendalian persediaan. Selanjutnya adalah segmen Rantai Suplai Hilir (*Downstream supply chain segment*), *downstream* (arah muara) *supply chain* meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir. Di dalam *downstream supply chain*, perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan, transportasi, dan *aftersales-service*.⁷⁷

2. Kedua, aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu⁷⁸
3. Ketiga adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya.⁷⁹

Supply Chain Management merupakan manajemen aliran barang dan jasa dan mencakup semua proses yang mengubah bahan mentah menjadi produk jadi atau langsung pakai. Jadi proses *Supply Chain Management* melibatkan perampingan aktif dari kegiatan sisi penawaran bisnis dalam memaksimalkan nilai

⁷⁷Agus Widyarto, "Peran Supply Chain Management Dalam Sistem Produksi Dan Operasi Perusahaan", BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 16, No. 2 (Desember, 2012), 93

⁷⁸Sariyun Naja Anwar, "Manajemen Rantai Pasokan...", 2.

⁷⁹Ibid

pelanggan dan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam persaingan pasar. SCM merupakan upaya pemasok untuk mengembangkan dan menerapkan rantai pasokan yang se-efisien dan se-ekonomis mungkin. Rantai pasokan mencakup segala hal, mulai dari produksi dan pengembangan produk hingga sistem informasi yang diperlukan guna mengarahkan usaha dalam perusahaan.

Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan) sebagai suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian yang efisien dari *supplier, manufacturer, distributor, retailer, dan customer*. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat, dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai suatu biaya dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai *service level* yang diinginkan.

Kolerasi antara SCM dengan trend fashion adalah sebagai pendorong perancang busana yang membuat dan menghasilkan pakaian tetap dalam koredor kehati-hatian dalam berbisnis *fashion* apakah digunakan dalam arti bisnis yang berhubungan dengan pakaian modis atau pakaian sebagai industri kreatif yang diciptakan dan diproduksi oleh perancang busana mengikuti trend mode dengan mengetahui *market* yang akan dilalui. Hal ini karena karya perancang busana memiliki kontribusi besar untuk industri garmen, karena saat ini para pengusaha garmen akan perlu menggunakan keahlian para desainer untuk selalu *up to date* agar tidak ketinggalan dengan trend fashion yang lagi booming.

8. Indikator Fashion Halal

Dari hasil analisis penelitian yang dilakukan pada beberapa sumber dan pembahasan di atas maka industri halal harus:⁸⁰

- a. Memastikan bahan baku yang di pakai adalah bahan baku halal
- b. Dalam proses produksi tidak boleh tercampur barang-barang yang haram.
- c. Setelah proses produksi selesai, jika ada masa penyimpanan produk tersebut harus disimpan di dalam tempat yang terpisah dengan barang-barang yang haram/najis.
- d. Distribusi produksi harus berdasarkan prinsip kemaslahatan dan keadilan. Perspektif ekonomi Islam distribusi memiliki makna yang luas, yaitu mencakup pengaturan kepemilikan, unsur-unsur produksi dan sumber-sumber kekayaan. Oleh karena itu, distribusi merupakan permasalahan utama dalam Ekonomi Islam, karena distribusi memiliki hubungan erat dengan tingkat kesejahteraan suatu masyarakat.

Adapun kesejahteraan dalam Ekonomi Islam diukur berdasarkan prinsip pemenuhan kebutuhan setiap individu masyarakat, bukan atas dasar penawaran dan permintaan, pertumbuhan Ekonomi, cadangan devisa, nilai mata uang ataupun indeks harga-harga di pasar non-riil, sebagaimana dialami dalam sistem Ekonomi Kapitalisme. Hal ini juga dipengaruhi oleh

⁸⁰M. Dliyaul Muflihini, M.E, *Indikator Halal Dalam Industri Halal Fashion*, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Sidayu Gresik E-mail:dliya@steikassi.ac.id , Volume 01, Nomor 01, Mei 2019, SAUJANA

pandangan para ekonom kapitalis tentang masalah utama dalam ekonomi, yaitu produksi.⁸¹

Islam memandang bahwa “pemahaman materi merupakan segalanya bagi kehidupan” adalah merupakan pemahaman yang keliru, sebab manusia selain memiliki dimensi material juga memiliki dimensi non-material (spiritual). Dalam ekonomi Islam, kedua dimensi tersebut (material dan spiritual) termasuk didalamnya, sebagaimana tercermin dari nilai dasar (value based) yang terangkum dalam empat aksioma yaitu kesatuan/Tauhid (unity), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will) dan tanggung jawab (responsibility).⁸²

e. Adapun indikator yang mengatur Industri halal fashion , antara lain:

No	Indikator Industri Halal Fashion	Halal Control
1	Halal Supplier	a. Melakukan verifikasi status kehalalannya melalui pengiriman dan kemasan b. Koordinasi dengan auditor halal internal
2	Halal warehouse (gudang)	1. Melakukan verifikasi status kehalalannya melalui pengiriman dan kemasan 2. Penempatan produk halal, melabeli produk

⁸¹Kunarjo, Glosarium Ekonomi, Keuangan dan Pembangunan (Jakarta: Universitas Indonesia Perss, 2003), h. 81

⁸²Syed Nawab Haider Naqvi, Menggagas Ilmu Ekonomi Islam (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 37

		<p>yang cacat atau rusak dan produk yang baik</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Penempatan produk harus terpisah dengan produk yang tidak halal 4. Koordinasi dengan auditor halal internal
3	Halal Manufactur (proses produksi halal)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan produksi sesuai SOP kehalalan produk 2. Memantau proses produksi agar bebas dari bahan najis 3. Menjalankan kegiatan produksi sesuai formulasi yang disusun auditor halal dan diketahui oleh MUI 4. Melakukan koordinasi dengan Auditor halal dalam proses produksi halal
4	Halal <i>Distribution</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengakutan produk untuk dikirim tidak boleh tercampur antara produk halal dan tidak halal pada truk pembawa muatan. 2. Pengiriman produk harus dilabeli sebagai 'Produk Halal' atau 'Halal Supply Chain 3. Koordinasi dengan auditor halal internal
5	Pengiriman kepada pedagang besar atau retail	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kontainer pendingin, truk pembawa muatan atau transportasi pengangkut harus mengikuti standar kebersihan yang higienis 2. Pengisian produk kedalam kontainer atau truk tidak boleh tercampur dengan produk tidak halal dalam proses tersebut 3. Labeli dengan 'Produk Halal atau Halal Supply

		Chain 4. Koordinasi dengan auditor halal internal
--	--	--

f. Indikator industri halal fashion yang wajib dipenuhi oleh industri halal fashion adalah:

1. Supplier halal
2. Halal Manufacture (Proses Produksi Halal)
3. Halal Warehouse (Penyimpanan Produk Halal)
4. Halal Distribution (Pengiriman Atau Distribusi Produk/Bahan Halal)
5. Halal Transportation.⁸³

C. Mahasiswa dan Wirausaha

1. Pengertian Mahasiswa

Pengertian mahasiswa adalah komunitas yang diharapkan dapat menerapkan pendidikanyang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa merupakan seorang individu yang sedangmenjalani kurun waktu tertentu dalam dunia pendidikan, terjembataninya atau terkomunikasikannyaantara masa pendidikan teoritis dengan masa pendidikan yang mulai mencocokkan realitas sosial di luar lingkungan kampus dengan kaidah-kaidah teoritis yang mereka pelajari dan disinilahbermula wawasan idealisme sebagai akibat hasil refleksinya

⁸³M. Dliyaul Muflihini, M.E, Volume 01, Nomor 01, Mei 2019, SAUJANA

antara pengetahuan sosial yang adadengan kaidah nilai universal yang mereka pelajari atau yakini.⁸⁴

2. Identitas dan Karakter Mahasiswa

Mahasiswa adalah sekumpulan manusia intelektual yang akan bermetamorfosa menjadi penerus tombak estafet pembangunan disetiap negara, dengan intelegensinya diharapkan bisa mendobrak pilar-pilar kehampaan suatu negara dalam mencari kesempurnaan kehidupan berbangsa dan bernegara, serta secara moril akan dituntut tanggung jawab akademisnya dalam menghasilkan buah karya yang berguna bagi kehidupan lingkungan. Berkaitan dengan etika yang perlu dibangun mahasiswa, dewasa ini sedang marak tema tentang *character building* dalam dunia pendidikan, yakni suatu pembentukan karakter dan watak seseorang agar menjadi lebih baik, lebih sopan dalam tataran etika maupun estetika maupun perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Berikut etika baik yang sudah seharusnya diterapkan mahasiswa dalam lingkungan kampus seperti berpakaian rapi dan sopan, melakukan peraturan yang berlaku, memberi contoh yang baik dalam berperilaku, saling menghormati, berperilaku dan bertutur kata yang sopan.⁸⁵

Tiap mahasiswa mempunyai identitas sendiri baik itu karekter, sifat yang ada dalam dirisendiri ataupun identitas yang melekat

⁸⁴ Ishak.gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa unnes sebagai upaya peningkatan prestise dalam lingkungan kampus., diakses tanggal 14 mei 2021

⁸⁵ Muhammad Fachri, "Etika Mahasiswa" (On-line), tersedia di <http://muhammadfachri.blogs.uny.ac.id/2015/09/18/etika-dalam-lingkungan-mahasiswa/> (18 September 2015), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah

dalam diri manusia berasal dari luar misalnya status sosialnya dimata manusia lain. Perilaku individu dapat dipelajari dengan identitas yang muncul baik itu sifat, sikap, kata-kata (pernyataan) atau perbuatan yang dilakukan mahasiswa.

Seiring perkembangan jaman yang ditandai dengan merebaknya berbagai bentuk trend fashion, mahasiswa yang diharapkan mempunyai kemampuan sebagai *agent of change* tersebut telah banyak berkurang.⁸⁶

Kehidupan dikampung asalnya tentu berbeda dengan kehidupan disekitar kampus yang mayoritas telah terpenuhi oleh fasilitas-fasilitas gaya hidup hedonis dan modern. Maka mahasiswa yang sudah terlena dengan berbagai fasilitas tersebut akan menjadi individu yang tidak mampu memilih hal-hal yang bermanfaat bagi dirinya sehingga senantiasa membeli banyak barang baru untuk mengikuti tren perkembangan zaman. Sebaliknya mahasiswa yang tidak terpengaruh akan tetap konsisten pada tujuannya menjadi seorang mahasiswa yang sebenarnya yaitu menuntut ilmu dalam perkuliahan atau berorientasi pada akademisnya.

Dengan demikian mahasiswa dengan pendidikan yang dimilikinya maka akan memperoleh ruang interaksi dan mobilitas yang luas tidak hanya didalam kampus namun juga diluar

⁸⁶Dian Savitrie, *Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion*, h. 17

kampusnya. Interaksi dan mobilitas yang dilakukan mahasiswa bisa sebagai bentuk pencarian identitas seorang mahasiswa.

Mahasiswa merupakan suatu kelompok pemuda yang kelak akan berhasil memperoleh pendidikan yang memadai, luas jaringan informasi serta merasa intim dengan persoalan-persoalan yang dihadapi oleh masyarakat. Alfian mengemukakan ada tiga hal atau sifat yang mewarnai persepsi, sikap dan tingkah laku mahasiswa maupun kelompok pemuda sebagai orang-orang muda yang berhasil menjadi pejuang nasionalis dan cendekiawan bangsa yang bermutu dan berintegritas tinggi yaitu:

1. Keberanian mereka untuk memahami diri dan bangsanya secara jujur dan kritis;
2. Keterbukaan terhadap pembaharuan dan perubahan;
3. Rasa kesetiakawanan atau solidaritas yang dalam terhadap sesama bangsanya.⁸⁷

Kampus atau perguruan tinggi diharapkan dapat menjadi sarana membentuk karakter mahasiswa seperti mampu menjelma sebagai generasi penerus dalam memelopori kemajuan bangsa dan dapat memecahkan segala konflik atau ketimpangan-ketimpangan yang terjadi dalam masyarakat.

Kampus dianggap sebagai tempat belajar yang cukup kompeten karena mahasiswa dapat menggantungkan impian, cita-cita,

⁸⁷Ibid, h. 85

dan masa depan. Ruang kuliah sebagai pusat ilmu dimanamahasiswa tak sekedar datang untuk kuliah, ujian, dan kumpul tetapi kampus juga menjadi tempat pengembangan bakat dan penanaman nilai-nilai luhur, sehingga dari ruang kuliah dan berbagaikegiatan kampus itu diharapkan akan lahir mahasiswa yang kreatif, kritis dan bertanggungjawab.

3. Mahasiswa dan Wirausaha

Secara sederhana arti wirausahawan adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengabil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti

Wirausaha dapat ditelaah dari berbagai latar belakang individu yang dapat membentuk struktur kewirausahaan. Beberapa jenis wirausaha dapat dijelaskan dalam bagian berikut ini:

1. Wirausaha Muda adalah sebuah generasi yang enerjik, penuh semangat, menyukai tantangan, berhasrat untuk mengekspresikan dirinya dan sering kali memiliki banyak ide-ide kreatif yang dapat direalisasikan menjadi sebuah bentuk usaha
2. Wirausaha perempuan adalah kaum perempuan yang memulai usaha sendiri didasari oleh berbagai hambatan seperti batasan peluang menjadi pimpinan tertinggi dalam perusahaan,

ketidakadilan dalam struktur penggajian, hingga subyektifitas dalam pendelegasian tugas dan wewenang dalam perkerjaan

3. Wirausaha Imigran adalah kaum pendatang yang memasuki suatu daerah biasanya sulit untuk memperoleh perkerjaan formal.
4. Wirausaha paruh waktu adalah seseorang yang mengisi waktu luang atau part-time diantara perkerjaannya untuk mengelola usaha sebagai keinginan pribadi untuk memperoleh penghasilan tambahan.
5. Wirausaha rumahan adalah kegiatan yang dijalankan dalam rumah tangga.
6. Wirausaha keluarga adalah usaha keluarga yang dimiliki oleh keluarga wirausaha, dimana kepemilikan dan pengelolanya dimiliki oleh anggota keluarga.
7. Wirausaha sosial adalah mereka yang memiliki jiwa sosial dan menggunakan keahliannya untuk memulai sebuah usaha sebagai solusi pemecah masalah-masalah sosial yang ada di lingkungannya.⁸⁸

Keuntungan dan Kelemahan menjadi wirausaha adalah:

1. Keuntungan menjadi wirausaha
 - a. Terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri.

⁸⁸ Virginia Maria Kahayani, Studi Tentang Motivasi Anak Muda Untuk Berwirausaha Di Kecamatan Samarinda Kota, eJournal Administrasi Bisnis, 2017, 5 (1): 53-66 ISSN 2355-5408, ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id © Copyright 2017, eJournal Administrasi Bisnis, Volume 5, Nomor 1, 2017: 53-66

- b. Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan kemampuan seorang secara penuh.
- c. Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal.
- d. Terbuka peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha konkrit.

2. Kelemahan menjadi wirausaha

- a. Berkerja keras dan waktu / jam yang panjang
- b. Kualitas kehidupannya masih rendah sampai usahanya berhasil.
- c. Tanggung jawab yang sangat besar dan keputusan yang harus dibuat.

Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang lainnya (Create new and different) melalui cara berpikir yang kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup. Pada hakekatnya, wirausaha adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif.⁸⁹ Kewirausahaan atau entrepreneurship merupakan sebuah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal

⁸⁹Dedy Takdir, Mahmudin, dan Sudirman Zaid, Kewirausahaan (Yogyakarta: Wijana Mahadi Karya, 2015), h 26

dan resiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi.

Pendidikan kewirausahaan dimasukkan ke dalam kurikulum perkuliahan yang membahas mengenai ilmu-ilmu tentang kewirausahaan yang sifatnya teoritis. Pendidikan kewirausahaan adalah ilmu, seni maupun perilaku, sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemampuan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif.⁹⁰

Jadi, mata kuliah kewirausahaan adalah satuan pelajaran yang diterapkan dalam perguruan tinggi yang tujuannya untuk memberikan pengetahuan tentang kewirausahaan. Pelaksanaan pembelajarannya melalui teori dan praktik sekaligus. Teori diberikan sebagai pengetahuan sebelum mahasiswa terjun ke lapangan dan praktik diberikan agar mahasiswa dapat menggali lebih dalam lagi pengalaman berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan diberikan kepada mahasiswa bertujuan agar mereka memiliki pengetahuan kewirausahaan, sehingga ketika mahasiswa telah lulus dari perguruan tinggi mereka memiliki bekal untuk membuka usaha atau bisnis.

⁹⁰ Ahmad Tri Atmaja, Margunani, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Aktivitas Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang," 777

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan di suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi dan objek penelitian.⁹¹ Penelitian lapangan (*field research*) dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif.⁹²

Uraian di atas dapat dijelaskan bahwa penelitian lapangan merupakan penelitian yang ditujukan langsung ke lokasi penelitian yang akan diteliti jenis penelitian yang digunakan adalah studi multisitus. Studi multisitus merupakan salah satu bentuk jenis penelitian kualitatif yang memang dapat digunakan terutama untuk mengembangkan teori yang diangkat tentang minat wirausaha dalam fahion halal mahasiswa IAIN Metro Lampung pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

B. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha mengungkap keadaan yang terjadi di lapangan secara alamiah. penelitian deskriptif merupakan gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta antar fenomena

⁹¹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Tesis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 96.

⁹² Moleong, Lexy *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h 26

yang sedang diteliti.⁹³ Peneliti deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena dapat berupa bentuk, aktifitas, karakteristik, perubahan hubungan, perbedaan antara fenomena yang satu dengan yang lainnya.⁹⁴

Berdasarkan definisi di atas yang dimaksud dengan penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian untuk membahas gambar yang lebih jelas mengenai situasi sosial dengan menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis tentang minat wirausaha dalam fashion halal mahasiswa IAIN Metro Lampung pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian ini digunakan oleh peneliti untuk melengkapi data di dalam penelitian. Sumber data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder.⁹⁵

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan tempat diperolehnya data primer. Data primer penelitian ini diperoleh dengan penelitian langsung ke narasumber melalui wawancara dengan memberikan

⁹³Muhammad Nazir, *Metode penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 54.

⁹⁴Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian* (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2006), h 72

⁹⁵Suyanto, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif dan Pendekatan Sosial* (Yogyakarta: Kencana Perdana Media Grup, 2007), h. 55.

pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Yang dijadikan sumber data primer adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester enam (VI) dan delapan (VIII) dengan jumlah mahasiswa 408 mahasiswa, peneliti mengambil sample 10% dari jumlah mahasiswa yaitu 40 mahasiswa, mahasiswa memberikan informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian tentang minat wirausaha dalam fashion halal mahasiswa IAIN Metro Lampung pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti dari subyek penelitiannya. Data sekunder, biasanya berwujud data dokumentasi atau laporan yang tersedia.⁹⁶

Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang penulis dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sehingga sumber data primer menjadi lebih lengkap. Data tersebut diperoleh dari dokumen, buku-buku referensi, jurnal, makalah, penelitian terdahulu, atau tulisan dari para sarjana yang membahas tentang minat wirausaha dan *halal fashion*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah

⁹⁶Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pusaka Pelajar, 2001), h. 91

mendapatkan data. Pengumpulan data adalah usaha sadar untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis dengan prosedur yang telah ditetapkan. Untuk memperoleh data di lapangan, diperlukan berbagai teknik pengumpulan data yaitu melalui:

1. Interview (Wawancara Langsung)

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi secara langsung antara peneliti dengan responden.⁹⁷ Wawancara dilakukan terhadap responden dan semua pihak yang terkait dengan masalah yang sedang diteliti, untuk mengungkap fakta yang terjadi di lapangan dengan mengadakan tanya jawab secara langsung. Wawancara yang digunakan adalah wawancara sistemik, yaitu wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu pewawancara mempersiapkan pedoman (*guide*) tertulis tentang apa yang akan ditanyakan kepada responden. Pedoman wawancara tersebut digunakan oleh pewawancara sebagai alur yang harus diikuti, mulai dari awal sampai akhir wawancara.⁹⁸ Wawancara dilakukan langsung kepada sampel penelitian yaitu 10% dari seluruh populasi yang diteliti hal ini sudah mewakili sampel penelitian yang penulis teliti, adapun 10% sample yang diteliti adalah 17 mahasiswa semester enam (VI) dan 23 mahasiswa semester delapan (VIII).

2. Dokumentasi

⁹⁷W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Grasindo, 2002), 119.

⁹⁸ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2009), 127

Studi dokumentasi merupakan kegiatan yang mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang terdapat dalam dokumen-dokumen.⁹⁹ Penelitian ini dilakukan dengan cara membaca, mendalami, menelaah, berbagai literatur yang bersumber dari buku-buku teks, jurnal, internet, serta penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Hal ini menjadi sangat penting mengingat penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sehingga kajian literatur yang mendalam sangat dibutuhkan.

E. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data merupakan salah satu bagian yang sangat penting, untuk menjaga kredibilitas hasil penelitian yang peneliti lakukan, peneliti melakukan aktivitas validasi dengan cara triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data.¹⁰⁰

Berdasarkan uraian di atas yang dimaksud triangulasi teknik keabsahan data dalam penelitian ini yakni menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data dengan teknik wawancara kepada mahasiswa IAIN Metro Jurusan Ekonomi Syariah dan dokumentasi untuk mencari data-data atau catatan tertulis yang berkenaan dengan minat wirausaha dalam fahion halal mahasiswa IAIN

⁹⁹*Ibid*, h, 206

¹⁰⁰Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, h. 67

Metro Lampung pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam guna mendapatkan data ataupun informasi yang maksimal.

F. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari sehingga mudah dipahami.¹⁰¹

Teknik yang digunakan untuk menganalisis data yang sudah terkumpul adalah dengan metode deskriptif analitis dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif analitis adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.¹⁰²

Dalam penelitian ini peneliti mengungkap fakta-fakta permasalahan didukung dengan data empiris atau data yang diperoleh dari pengamatan peneliti, selanjutnya peneliti memerlukan data dari beberapa narasumber dan kajian pustaka, data yang berhasil dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan metode deskriptif analitis, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-

¹⁰¹Sugiyono., *Metode Penelitian*, h.335

¹⁰²Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), h.30.

kata tertulis, sehingga akan menghasilkan kesimpulan berupa konstruk indikator-indikator *halalfashion*.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum

1. Sejarah Singkat Berdirinya IAIN Metro

Sejarah awal berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro tidak terlepas dari sejarah berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Radin Intan Bandar Lampung. Bermula dari usaha tokoh masyarakat dan tokoh agama yang tergabung dalam Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung (YKIL) berdiri tahun 1961 di Tanjung Karang, diketuai oleh Raden Muhammad Sayid. Musyawarah tersebut telah mengambil keputusan antara lain mendirikan 2 (dua) Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah yang berkedudukan di Tanjung Karang dibawah satuan dan asuhan YKIL.¹⁰³

Setelah melalui perjuangan yang gigih dan proses yang panjang dari YKIL maka pada tanggal 13 Oktober 1964 dikeluarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI No. 86/1964 yang isinya merubah status Fakultas Tarbiyah YKIL tersebut menjadi negeri, namun tidak berdiri sendiri melainkan sebagai cabang Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang. Sehingga pada tahun 1967 atas permintaan masyarakat Metro Lampung Tengah kepada YKIL agar dibuka Fakultas untuk di wilayah Metro, maka dibukalah

¹⁰³Profil IAIN Metro di metrouniv.ac.id di akses pada 10 November 2020

Fakultas Syariah dan Fakultas Tarbiyah. Selanjutnya dengan persetujuan Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang di Tanjung Karang. Fakultas Tarbiyah yang baru di Metro tersebut dijadikan kelas jauh oleh Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang di Tanjung Karang.¹⁰⁴

Pada tahun 1996 terjadi perubahan terkait kebijakan penataan kelembagaan di tingkat Perguruan Tinggi Agama melalui Surat Edaran Dirjen Bimas Islam Nomor: E.III.0T.00/AZ/1804/1996, tanggal 23 Agustus 1996 tentang Penataan Kelembagaan Fakultas-Fakultas IAIN di luar induk menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). Kebijakan ini dimaksudkan sebagai upaya revitalisasi kelembagaan pendidikan tinggi di lingkungan Departemen Agama Republik Indonesia (Kementerian Agama) agar terbentuk otonomi akademik yang lebih mandiri.¹⁰⁵

Tindak lanjut dari Surat Edaran Dirjen Bimas Islam tersebut pada tanggal 23-25 April 1997 di Jakarta, diadakan Rapat Kerja para Rektor dan Dekan Fakultas di luar induk. Dalam Rapat Kerja tersebut diserahkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor: 11 Tahun 1997 tertanggal 21 Maret 1997 tentang Perubahan dan Pengesahan Fakultas di luar induk menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN).¹⁰⁶

¹⁰⁴*Ibid*

¹⁰⁵*Ibid*

¹⁰⁶*Ibid.*

Berdasarkan Keputusan inilah maka di Indonesia berdiri Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) sebanyak 33 yang salah satunya adalah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro yang merupakan perguruan Tinggi Negeri di wilayah Metro Lampung Tengah.¹⁰⁷

Kemudian tahun 2016 adalah tahun peralihan STAIN menjadi IAIN. Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016, Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro.¹⁰⁸ Terkait dengan perubahan tersebut, maka semua kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban dari masing-masing STAIN dialihkan menjadi kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban IAIN masing-masing. Demikian pula, semua mahasiswa yang ada di perguruan tinggi STAIN tersebut menjadi mahasiswa IAIN.¹⁰⁹

Perubahan status STAIN menjadi IAIN juga akan mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru di perguruan tinggi yang akan lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik.

2. Visi dan Misi IAIN Metro

¹⁰⁷*Ibid*

¹⁰⁸*Ibid.*

¹⁰⁹*Ibid*

a. Visi IAIN Metro

Menjadi Perguruan Tinggi Agama Islam yang Inovatif dalam sinergi *socio-ecotechno-preneurship* berlandaskan nilai-nilai ke Islaman dan ke Indonesiaan.

b. Misi IAIN Metro

- 1) Mengimplementasikan nilai-nilai keislaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
- 2) Membangun budaya akademik yang produktif dan inovatif dalam pengelolaan sumberdaya melalui kajian keilmuan, trend pembelajaran, dan penelitian.
- 3) Menumbuhkan *socio-eco-techno-preneurship* sivitas akademika dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
- 4) Melaksanakan sistem tatakelola manajemen kelembagaan yang professional dan berkeadaban yang berbasis teknologi informasi.¹¹⁰

3. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro**a. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) IAIN Metro**

- 1) Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) IAIN Metro. Menjadi Fakultas yang unggul di tingkat Nasional pada bidang Ekonomi dan Bisnis berlandaskan nilai-nilai ke Islaman dan

¹¹⁰Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada febi.metrouniv.ac.id diakses pada 16 Juli 2020

Ke Indonesian dalam Sinergi *socio-eco-techno-preneurship* pada tahun 2024.¹¹¹

Adapun deskripsi unsur-unsur yang terdapat dalam visi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam adalah sebagai berikut:

- a) Unggul adalah memiliki kompetensi dibidang Ekonomi dan Bisnis Islam dan memiliki jiwa kecendekiawanan yang inovatif dan kreatif.
 - b) *Socio-ecotechno-preneurship* yaitu memiliki kepekaan dibidang sosial masyarakat, kompeten dalam teknologi ramah lingkungan dan berjiwa entrepreneur.
 - c) Nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan pada tahun 2024 yakni memiliki semangat Islam yang berjiwa nasionalisme.¹¹²
- 2) Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) IAIN Metro
- a) Melaksanakan kegiatan pendidikan dan pengajaran keilmuan Ekonomi dan Bisnis Islam dalam sinergi *socio-ecotechno-preneurship* berlandaskan nilai-nilai ke-Islaman dan ke-Indonesiaan.
 - b) Melaksanakan Penelitian Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam sinergi *socio-ecotechno-preneurship* berlandaskan inovasi dan kreatifitas.

¹¹¹*Ibid.*

¹¹²*Ibid.*

- c) Melaksanakan pangabdian masyarakat dalam sinergi *socio-ecotechno-preneurship* berbasis media digital dan ekonomi kreatif yang unggul dan mencapai kepuasan stakeholder.¹¹³

¹¹³*Ibid.*

b. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) IAIN Metro

- 1) Menghasilkan sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam yang mampu berdaya saing di tingkat nasional dalam sinergi *socio-ecotechno-preneurship* berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan.
- 2) Menghasilkan penelitian dalam bidang keilmuan Ekonomi dan Bisnis Islam di tingkat nasional dalam sinergi *socio-ecotechno-preneurship* dalam produk jurnal scopus, jurnal terakreditasi nasional, Hak Kekayaan Intelektual, Buku, dan Buku Ajar Penelitian.
- 3) Menghasilkan pengabdian masyarakat di tingkat nasional dalam sinergi *socio-ecotechno-preneurship* dalam produk lembaga keuangan syariah, Manajemen Haji dan Umroh, Akuntanasi Syariah, yang mencakup persoalan UMKM, media digital, sub sektor ekonomi kreatif, dan *community development*.¹¹⁴

c. Gambaran umum Jurusan Ekonomi Syariah

Legalitas Program Studi Ekonomi Syariah (ESy) dibuktikan dengan adanya Surat Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam Nomor: DJ.I/385/2008 Tentang Perpanjangan Izin Penyelenggaraan Program Studi pada Perguruan Tinggi

¹¹⁴*Ibid.*

Agama Islam dan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor: 001/BAN-PT/Ak-XII/SI/III/2009 Tentang Status, Peringkat, dan Hasil Akreditasi Program Sarjana di Perguruan Tinggi dengan nilai 332 (B). Program Studi Ekonomi Islam (ESy) IAIN Metro yang berkedudukan di JL. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro 34111 Lampung Indonesia Telp. (0725) 41507. Fax (0725) 47296. Website: www.iain.metrouniv.ac.id, E-mail: iain@metrouniv.ac.id.¹¹⁵

Visi dan Misi Program Studi Ekonomi Syariah (ESy) mengacu pada visi dan misi IAIN Metro. Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESy) ini merupakan hasil analisis kritis dan kuat atas peluang dan tantangan lingkungan, begitu juga kekuatan dan kelemahan yang dimiliki IAIN Metro dalam merespon berbagai perubahan ke arah globalisasi yang terjadi di dalam masyarakat Lampung khususnya di wilayah Kota Metro.

Sejak awal pembukaan Program Studi Ekonomi Syariah (ESy) telah melakukan beberapa kali penyusunan Visi dan Misi dengan melakukan revisi pada bagian-bagian tertentu yang dipandang perlu upaya penyesuaian dengan perkembangan regulasi ekonomi dan perbankan syariah di Indonesia dan pola dinamisasi pertumbuhan dan geliat ekonomi di Indonesia, khususnya untuk disesuaikan di masyarakat Lampung.

¹¹⁵Dokumen, IAIN Metro

Disamping alasan di atas, terdapat peninjauan dan revisi terhadap Visi dan Misi Program Studi Ekonomi Syariah (ESy), hal ini juga dilakukan atas masukan dan saran dan civitas akademika dan forum alumni perguruan tinggi serta praktisi yang terlibat dalam kegiatan akademik di dalam kampus maupun di luar kampus. Karena pertimbangan ini, maka revisi dan peninjauan Visi dan Misi Program Studi Ekonomi Syariah (ESy) selalu melibatkan pihak-pihak terkait dan yang berkepentingan selain civitas akademika seperti yang telah disebutkan di atas.

Berikut uraian Visi dan Misi jurusan Ekonomi Syariah (ESy) di IAIN Metro:

1) Visi Jurusan Ekonomi Syariah (ESy) IAIN Metro

Menjadi pusat kajian, penelitian dan pelatihan di bidang ilmu-ilmu Ekonomi Islam di regional SUMBAGSEL tahun 2020.¹¹⁶

2) Misi Jurusan Ekonomi Syariah (ESy) IAIN Metro

- a) Menyelenggarakan pendidikan tinggi yang berorientasi pada profesionalisme kerja dan pengembangan akademis.
- b) Menyiapkan praktisi profesional muslim di bidang Ekonomi Syariah.
- c) Menjadi sentra laboratorium penelitian keilmuan Ekonomi Syariah.

¹¹⁶*Ibid.*,

Jurusan Ekonomi Syariah (ESy) IAIN Metro memiliki Misi terdepan dalam melahirkan Sarjana Ekonomi Islam yang profesional dan berbasis Islami. Adapun kompetensi lulusan jurusan Ekonomi Syariah (ESy) IAIN Metro adalah sebagai berikut:

- a) Tenaga Profesional Lembaga Perbankan Syariah, Bank Umum Syariah BPRS.**
- b) Tenaga Profesional Lembaga-Lembaga Keuangan Syariah non Bank seperti, Pegadaian (Rahn), Asuransi Syariah dan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT).**
- c) Tenaga Profesional Pengelola Zakat (Amil Zakat)**
- d) Tenaga Profesional Pengelolaan Wakaf (Nadzir)**
- e) Tenaga Administrasi pada Kantor Kementerian Agama**
- f) Menjadi Wirausahawan yang handal berbasis Syariah.¹¹⁷**

B. Minat Wirausaha Dalam Fashion Halal Mahasiswa IAIN Metro Lampung Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Berdasarkan dari hasil wawancara 40 sampel mahasiswa yang dilakukan kepada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Program Studi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro semester VI dan VIII yang diantaranya 13 mahasiswa dan 27 mahasiswi tentang

¹¹⁷*Ibid.*,

persepsi pemahaman dan minat mahasiswa berwirausaha dalam fashion halal digambarkan pada diagram seperti di bawah ini:

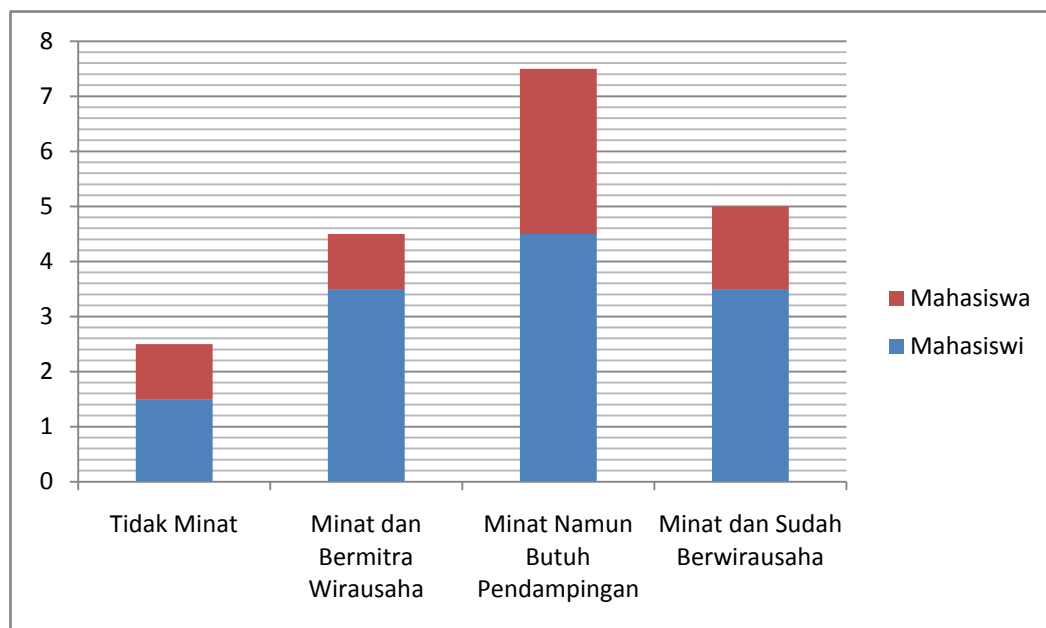


Diagram 1 (Hasil Interview dengan Informan Penelitian yakni Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Program Studi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro semester VI dan VIII).¹¹⁸

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam merupakan mahasiswa yang mengikuti trend fashion yang sedang hits berikut keterangan pada diagram di atas adalah:

NO	Jumlah Informan	Identitas Informan	Keterangan
1	3 (Mi), 2 (Ma) = 5 informan	DR, MS, NL : (Mi) dan NA, IK : (Ma)	Tidak berminat untuk berwirausaha dan memilih hanya sebagai konsumtif <i>life syle</i> saja dikarenakan mahasiswa tidak ingin rugi karena demografi market share letaknya dekat dengan kampus dan

¹¹⁸Hasil wawancara dengan mahasiswa FEBI IAIN Metro, tanggal 16 Mei 2021 s.d 10 Juni 2021 (wawancara dilakukan dengan mahasiswa semester IV dan VI)

			pusat perbelanjaan fashion halal dan merasa tidak memiliki bakat berwirausaha karena memang mereka berkuliah tidak ingin menjadi wirausaha melainkan memilih bekerja diberbagai instansi baik instansi swasta maupun negeri.
2	5 (Mi), 2 (Ma) = 7 informan	CC, DL, SR, AN, NI : (Mi) dan WN, AB : (Ma)	Berminat berwirausaha namun terkendala modal usaha dan menjadi <i>dropshiper</i> dan menawarkan barang daganganya di Kampung halamannya.
3	14 (Mi), 5 (Ma) = 19 informan	AI, DD, WI, AQ, IF, NA, YA, II, KH, FT, BS, LK, DW, PU : (Mi) dan SL, MH, SU, IW, MUH : (Ma)	Berminat berwirausaha namun mahasiswa masih belum tau market share untuk fashion halal karena pemahaman mahasiswa tentang fashion halal hanya diminati oleh niche market atau target pasar dan konsumen yang lebih spesifik.
4	5 (Mi), 4 (Ma) = 9 informan	CT, US, NU, MC, KU : (Mi) dan AH, DP, ABD, EL, AW : (Ma)	Berminat berwirausaha dan sudah melakukannya dengan memanfaatkan media sosial yang mahasiswa miliki sebagai reseller

Keterangan

Mi : Mahasiswi

Ma : Mahasiswa

Data hasil wawancara di atas dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam memiliki minat dan motivasi dalam berwirausaha fashion halal, hanya saja mereka membutuhkan stimulus yang progresif agar mahasiswa dapat merealisasikan minat berwirausahanya. Stimulus progresif merupakan dorongan atau rangsangan kepada mahasiswa untuk bergerak maju, berkembang secara bertahap ke arah positif serta adanya dukungan dari pihak lain kepada mahasiswa untuk memacu gagasan baru yang lebih inovatif sehingga dapat menemukan minat bakat mahasiswa yang akan membawa perubahan sosial ekonomi menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Faktor internal dan eksternal bagi mahasiswa memberikan pemicu yang cukup signifikan agar mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam bisa kreatif dan menjadi entrepreneur agar bisa sesuai dengan visi misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. Adapun faktor internal pemicu mahasiswa untuk mengembangkan minat wirausaha yaitu bakat dari diri sendiri yang tertanam sejak lahir tanpa adanya pengaruh dari luar. Tindakan, emosi dan perasaan yang dilakukan dengan kuat dan relatif tidak terkendali yang mempengaruhi perilaku seseorang untuk terus melakukannya, secara tidak langsung dapat diartikan bahwa faktor

internal pemicu mahasiswa untuk mengembangkan minat wirausaha adalah diri sendiri tanpa adanya pihak lain yang mempengaruhinya. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha adalah pihak lain yang dapat memberikan dukungan secara bertahap dan pembelajaran seperti pelatihan untuk membuka *mindset* mahasiswa agar dapat mendongkrak keinginan mahasiswa agar berinovasi secara kreatif membentuk potensi diri yang lebih baik.

Hasil interview yang dilakukan kepada mahasiswa semester VI dan VIII Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Metro ada beberapa faktor penghambat bagi mahasiswa untuk berwirausaha *fashion* halalyaitu:

1. Mahasiswa merasa kurang memiliki mental untuk berjualan (malu) dan merasa tidak memiliki bakat berwirausaha : (DR, MS, NL : (Mi) dan NA, IK : (Ma).
2. Mahasiswa merasa memiliki mental untuk berjualan namun terkendala pada modal untuk menjalankan usaha mereka : (CC, DL, SR, AN, NI : (Mi) dan WN, AB : (Ma)
3. Sebagai dropshiper kadang terkendala dengan barang yang sudah ditawarkan (*upload*) ternyata sudah habis (*soldout*) sehingga mereka tidak memiliki barang sesuai permintaan : (CC, DL, SR, AN, NI : (Mi) dan WN, AB : (Ma)

4. Mahasiswa memiliki keinginan berwirausaha namun mengaku bingung akan memulai berwirausaha bagaimana dan merasa kebingungan dengan *market share* yang akan dituju sebagai konsumen mereka : (AI, DD, WI, AQ, IF, NA, YA, II, KH, FT, BS, LK, DW, PU : (Mi) dan SL, MH, SU, IW, MUH : (Ma).
5. Mahasiswa berfikir bahwa orang tua dan keluarga mereka mencukupi kebutuhan mereka sehingga mahasiswa memilih menjadi konsumen dari pada harus berwirausaha dengan kata lain mahasiswa memilih pola hidup konsumtif dari pada produktif : (DR, MS, NL : (Mi) dan NA, IK : (Ma).

Selain faktor penghambat di atas ada faktor lain yang dapat dijadikan peluang oleh mahasiswa untuk tetap berwirausaha yaitu faktor stimulus progresif bagi mahasiswa. Faktor pendukung yang dimaksud adalah faktor pendukung secara stimulus progresif yaitu faktor eksternal seperti pihak kampus, keluarga, teman dan lingkungan. Dimana dari faktor eksternal tersebut dapat merangsang dan mendorong *mindset* mahasiswa untuk lebih terbuka dan lebih fleksibel dalam memposisikan diri sebagai pribadi yang produktif.

C. Pandangan Mahasiswa Terhadap Fashion Halal

Pandangan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam terhadap trend fashion halal adalah berpakaian atau berbusana yang sesuai dengan kode etik berpakaian di kampus, bukan tentang bahan dan proses penjualan yang

digunakan. Berdasarkan wawancara dengan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam fashion halal adalah berpakaian sopan sesuai dengan kode etik berpakaian pada umumnya.¹¹⁹ Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam lainnya berpendapat bahwa fashion halal adalah berpakaian sopan sesuai lingkungan kampus IAIN Metro dan tetap mengikuti *trand style* terkini.¹²⁰ Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam lainnya memaknai *fashion halal* yaitu berpakaian sesuai syariat Islam dan didapatkan dari uang dan cara yang halal.¹²¹

Ketiga pandangan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam tersebut memaknai fashion halal berbedabeda sesuai dengan pemahaman mahasiswa itu sendiri, jadi artinya fashion halal dikalangan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam sendiri belum bisa dikategorikan sesuai dengan indikator fashion halal yang sudah ditetapkan diberbagai referensi tentang fashion halal.

Hasil wawancara dan dokumentasi Penelitian ini peneliti memiliki pandangan tentang standar indikator halal dalam trend fashion halal, yaitu:

¹¹⁹ Hasil wawancara mahasiswa IAIN Metro Esy FEBI, tanggal 03 juni 2021 (Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah semester IV) AI, DD, WI, AQ, IF, NA, YA, II, KH, FT, BS, LK, DW, PU SL, MH, SU, IW, MUH

¹²⁰ Hasil wawancara mahasiswa IAIN Metro Esy FEBI, tanggal 05 juni 2021 (Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah semester VI) : CC, DL, SR, AN, NI WN, AB

¹²¹ Hasil wawancara Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah semester IV FEBI IAIN Metro, tanggal 10 juni 2021 (Mahasiswa VI & IV) : DR, MS, NL NA, IK

1. Proses produksi dan penyimpanan bahan baku untuk fashion halal adalah bahan yang halal dari mulai produksi dan penyimpanannya serta menghindari monopoli pasar.
2. Pengiriman dan distribusi logistik berstatus halal sesuai dengan syariat agar terhindar dari kecurangan dalam logistik atau pendistribusian barang
3. Proses pemasaran fashion halal harus sesuai dengan syariat agar terhindar dari unsur penipuan.

Standar indikator halal di atas dapat digunakan pada trend fashion saat ini yaitu para produsen, distributor dan konsumen harus lebih teliti dan memahami bahan, kegunaan atau manfaat,serta bagaimana pemasarannya pada fashion halal tersebut apakah sudah sesuai dengan syariat Islam atau hanya mengikuti trend mode tanpa menghiraukan unsur unsur yang merusak kehalalan dari produk trend fashion tersebut.

D. Analisis Minat Wirausaha Mahasiswa Dalam Fashion Halal

Berdasarkan hasil dari wawancara diatas dapat dianalisa bahwa lingkungan, ekspektasi keuntungan, penggunaan media sosial, motivasi internal dan eksternal serta pembelajaran *soft skill* kewirausahaan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha sebagai enterprenuer.

Secara simultan pengetahuan dan peluang berwirausaha mempengaruhi minat mahasiswa untuk mengembangkan diri menjadi enterprenuer hanya saja terkendala pada *market share* yaitu lingkungan yang kurang mendukung untuk mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro menjajakan barang dagangan mereka terutama dilingkungan kampus IAIN Metro, minat mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro untuk berwirausaha merupakan peluang positif untuk mahasiswa agar memiliki sikap berdaya saing di lapangan setelah lulus dari Kampus IAIN Metro.

Pemahaman mahasiswa terkait fashion halal masih tergolong rendah hal ini diketahui bahwa hasil wawancara mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro memaknai fashion halal hanya sebatas berpakaian sopan sesuai dengan kode etik lingkungan dan syariat agama, namun tidak memahami indikator fashion halal itu sendiri.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian mengenai Minat Wirausaha Dalam Fashion Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis IAIN Metro dapat disimpulkan bahwa:

1. Minat wirausaha dalam fashion halal mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro dominan tinggi namun ada beberapa mahasiswa yang butuh edukasi terkait wirausaha hal ini karena mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro hanya memiliki minat berwirausaha tanpa dibarengi dengan praktik berwirausaha untuk memahami soft skill berwirausaha namun hanya sebagai penikmat fashion halal atau bersifat konsumtif.
2. Minat mahasiswa untuk berwirausaha dibidang fashion halal dipengaruhi oleh motivasi internal dan eksternal sehingga mahasiswa yang memiliki mental enterprenuer masih membutuhkan dorongan dan dampingan.

B. Saran

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti memberikan saran: *Pertama* bagi Kampus IAIN Metro agar memberikan izin untuk mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro (Kampus II) untuk dapat mengembangkan minat dan bakat

wirausaha mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro salah satunya dengan memberikan izin berdagang di lingkungan kampus. Sebagai bentuk dari implementasi visi dan misi jurusan Ekonomi Syariah yaitu menjadikan enterprenuer atau wirausahawan serta menjadi langkah positif untuk kampus untuk membentuk karakter Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro yang produktif dan berdaya saing. *Kedua* bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro agar dapat mempergunakan peluang yang disediakan Kampus IAIN Metro (Kampus II) agar bersinergi dengan harapan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yaitu *sosio-ecotecno-prenuership*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Tesis*(Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Agus Widyarto, “Peran Supply Chain Manhement Dalam Sistem Produksi Dan Operasi Perusahaan”, *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 16, No. 2 (Desembaer, 2012)
- Ahmad Tri Atmaja, Margunani, “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Aktivitas Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang”.
- Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Ayuningtias, Hazirah Amalia Dan Sanny Ekawati. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, dalam *Jurnal Ekonomi/Volume XX*, No. 01
- Baudrillard dalam Ritzer *Teori Sosial Posttrendrn.* (Yogyakarta: Kreasi Wacana,2006)
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana. 2009)
- BW, “Manajemen pemasaran”. (Jakarta: Zainzam, 2015)
- Dedy Takdir, Mahmudin, dan Sudirman Zaid, *Kewirausahaan* (Yogyakarta: Wijana Mahadi Karya, 2015)
- Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surabaya: Surya Cipta Aksara, 1993
- Dian Savitrie, *Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion (Sebuah Studi Kualitatif Pada Mahasiswa FE UI Dan Pengunjung Butik N.y.l.a)*, Universitas Indonesia, Skripsi, 2017, 15-16
- Galuh Endang Pergiawati, “Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Berjilbab Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman”, *Jurnal Psikoborneo*, Vol. 4, No. 3, (2018)
- Haryanto Soedjatmiko, *Saya Berbelanja, Maka Saya Ada Ketika Konsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2008)

<https://blogunik.com/trend-hijab-2021-yang-bisa-kamu-coba-untuk-tampil-stylish-dan-kekinian/> diakses tanggal 05 Agustus 2020

<https://en-stock4.top/products.aspx?cname=2021+winter+outfit&cid=4> diakses tanggal 05 Agustus 2020

<https://www.ellecanada.com/fashion/trends/a-spring-2021-fashion-trend-to-watch-out-for-all-puffed-up>, diakses tanggal 04 Agustus 2020

<https://www.scribd.com/doc/141645215/Pengertian-Eksistensi-Dan-Trend>, Diakses padatangal 6 September 2020

Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: LPPI, 2006

Inatz Anzilatul Fuaadah, *Pengaruh Kemandirian Pribadi, Motivasi, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Memulai Usaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Sunan Kalijaga*, (Tesis. UIN Sunan Kalijaa Yogyakarta, 2017)

Indo Senaang, *Pengaruh Dukungan Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Mi Berwirausaha Siswa SMK*, (Jurnal. Psikoborneo. Volume 5 Nomor 3 11-10-17-09-47-21. 2017: 541-555)

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, *Pedoman Penulisan Tesis Edisi Revisi (Metro: Program Pasacasarjana 2018)*

Ishak, *gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa unnes sebagai upaya peningkatan prestise dalam lingkungan kampus*. diakses tanggal 11 juni 2021

Ishak, *gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa unnes sebagai upaya peningkatan prestise dalam lingkungan kampus.*, diakses tanggal 14 mei 2021

Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009

Kasmir. 2013. *Kewirausahaan Edisi Revisi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, h 6

Kunarjo, *Glosarium Ekonomi, Kuangan dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Indonesia Perss, 2003)

Lipovetsky, *The Empire of Fashion: Dressing Trendrn Democracy* dalam George Ritzer & Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Trendrn*, Cet-6, (Jakarta: Kencana Media, 2010)

Lydia David, "Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas

Kedokteran”, *Jurnal E-Biomedik (EBM)*, Vol. 3, No. 1, (Januari-April 2018)

M. Dliyaul Muflihah, M.E, *Indikator Halal Dalam Industri Halal Fashion, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Sidayu Gresik E-mail:dliya@steikassi.ac.id , Volume 01, Nomor 01, Mei 2019, SAUJANA*

Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011

Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011)

Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011)

Moleong, Lexy *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011)

Muhammad Nazir, *Metode penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009)

Muhammad Abdul Mannan, *Islamic Economics, Theory and Practice*, India: Idarah Adabiyah, 1980

Muhammad Fachri, “Etika Mahasiswa” (On-line), tersedia di <http://muhammadfachri.blogs.uny.ac.id/2015/09/18/etika-dalam-lingkungan-mahasiswa/> (18 September 2015), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah

Muhammad Syahrial Yusuf, *Meraih Keajaiban Rezeki dengan Wirausaha*, Jakarta: Erlangga, 2013

Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: kencana, 2006

Nadhira Ulfa dan Maftukhatusolikah, “Minat Wirausaha Kaum Santri Dan FaktorFaktor Yang Mempengaruhinya (Studi Pada Pondok Pesantren Ar-Riyadh Palembang)”, dalam *Jurnal I-Economics*, Vol. 1.No. 1, 2015

Nadia. Fashion bagian terpenting dari Kehidupan Sehari-hari . Di ambil dari <http://Elvierameldawati.Blogspot.Com>. Di akses tanggal 13 Juni 2020

- Nunuy Nur Afiah, *Peran Kewirausahaan dalam Memperkuat UKM Indonesia*, Bandung: Universitas Padjadjaran, 2002
- Nurchotim Lukman Hidayatullah, *“Minat Berwirausaha Program Studi SIPendidikan Teknik Elektro Jurusan Elektro Fakultas Teknik UNS, Skripsi. UNDIP. 2012*
- Perkembangan Trend Fashion di Indonesia (On-Line), tersedia di: <https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-trend-fashion-di-indonesia?page=all>. Oleh Anisa Mega, di akses pada tanggal 23 Januari 2021
- Polhemus & Procter, *Fashion and Anti-Fashion*, dalam Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011)
- Profil IAIN Metro di metrouniv.ac.id di akses pada 10 November 2020
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011
- Quahesha, *Lima Siklus Hidup Fashion*, <http://quahesha.com/5-siklus-hidup-fashion/>, diakses pada tanggal 1 Maret 2021
- Rosmiati, dkk, “Sikap, Motivasi, Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa”, dalam *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.17 No. 1, Maret 2015
- Safyr Primadhyta, “Industri Halal Jadi Pelumas Perluasan Pasar Bank Syariah”, CNN Indonesia, Dalam <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171109114632-78-254536/industri-halal-jadipelumas-perluasan-pasar-bank-syariah> (diakses pada 07 Januari 2020)
- Saiman, Leonardus. 2015. *Kewirausahaan, teori, praktik, dan kasus-kasusedisi2*. Jakarta: Salemba Empat
- Sariyun Naja Anwar “Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management) Konsep dan Hakikat”, *Jurnal Dinamika Informatika*, Vol. 3, No. 2 (2011)
- Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro, *Pedoman Penulisan Tesis Edisi Revisi* (Metro: Program Psacasarjana 2016)
- Siswadi, Yudi. 2013. *Analisis Faktor Internal, Faktor Eksternal Dan Pembelajaran Kewirausahaan Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha*. Sumatera: Universitas Muhammadiyah, dalam *Jurnal Manajemen & Bisnis* Vol 13 No. 01

- Siti Qoyyimah, *Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Angkatan 2012 UIN Malang*, (TESIS. UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang)
- Soerjono Sukanto, *Kamus Sosiologi*, (Jakarta: Raja Graffindo, 2004)
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1995)
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian* (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2006)
- Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Karya, 2009)
- Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*
- Suyanto, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif dan Pendekatan Sosial* (Yogyakarta: Kencana Perdana Media Grup, 2007)
- Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pusaka Pelajar, 2001)
- Syaikh ‘Abdulloh bin Sholih Al-Fauzan, “Perhiasan Wanita Muslimah”. (Solo: Darul Muslim, 2017)
- Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Titik Wijayanti, “Marketing dan Busana”. (Jakarta: Alex Media Kompotindo, 2017)
- Ulfa, Nadhira dan Maftukhatusolikhah. 2015. *Minat Wirausaha Kaum Santri Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya (Studi Pada Pondok Pesantren Ar-Riyadh Palembang)*. Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah, dalam *Jurnal I-Economics Journal*, Vol. 1. No. 1 , h.5
- Virginia Maria Kahayani, *Studi Tentang Motivasi Anak Muda Untuk Berwirausaha Di Kecamatan Samarinda Kota*, eJournal Administrasi Bisnis, 2017, 5 (1): 53-66 ISSN 2355-5408, ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id © Copyright 2017, eJournal Administrasi Bisnis, Volume 5, Nomor 1, 2017
- W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Grasindo, 2002)
- Wawancara dengan mahasiswa Esy Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Yuliana Malik,"Karya Ilmiah Remaja" (On-Line) di akses yhulianan.blogspot.com/2014/02/karya-ilmiah-remaja-trend-trend-pada-html. Pada 03 Februari 2021

Yusuf Qardhawi, "Halal dan Haram Dalam Islam edisi revisi." (Surabaya: Bina Ilmu, 2016)

Yusuf Qardhawi, Kiat Islam Mengentaskan Kemiskinan, Jakarta: Gema Insani Press. 1995

Yusuf Qardhawi, Norma dan Etika Ekonomi Islam, Terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Jakarta: Gema Insani Press, 1997

Zainul Arifin, Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah, Jakarta: Alvabet, 2003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPS)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: pps.metrouniv.ac.id;
email: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 472/In.28/PPs/PP.00.9/04/2021

Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro menugaskan kepada Sdr.:

Nama : Nuraeni
NIM : 18004826
Semester : VI (Enam)

- Untuk :
1. Mengadakan observasi prasurey / survey di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tesis mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **Minat Wirausaha dalam Trend Fashion Halal Mahasiswa IAIN Metro Lampung (Studi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)**
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal **5 Mei 2021** sampai dengan selesai

Kepada pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terimakasih.

Dikeluarkan di Metro
Pada Tanggal **5 Mei 2021**

Direktur,

Dr. Mukhtar Hadi. S.Ag, M.Si
NIP. 19730710 199803 1 003





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507. Fax. (0725) Email: ppsiaimetro@yahoo.com
Website: www.ppsIAINmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

Nama : Nuraeni Prodi : Ekonomi Syariah
M : 18004826 Smester / TA : V/ 2018-2019

Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	I		
03 Senin, 3/5/21		<p>- Riba. seperti diwarakan</p> <p>- Riba. De tenia. Ade Depresile</p>	

Pembimbing I

Dr. Mahrus As'ad, M.Ag

NIP. 197112311992021001

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah

Putri Swastika, M.IF, Ph.D

NIP. 198612302019021001



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507. Fax. (0725) Email: ppsiainmetro@yahoo.com
Website: www.ppsIAINmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

na
M

: Nuraeni
: 18004826

Prodi : Ekonomi Syariah
Smester / TA : VI/ 2018-2019

Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tanga
	II		
5/5/2021	✓	APD perbaiki kembali dan catatan Lanjut Bab IV, ambil data.	

Pembimbing II

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507. Fax. (0725) Email: ppsiainmetro@yahoo.com
Website: www.ppsiainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

Nama : Nuraeni Prodi : Ekonomi Syariah
NIM : 18004826 Smester / TA : V/ 2018-2019

Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tand Tang
	II		
Senin 19 April 2020	✓	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki outline sesuai panduan - Outline & tambah materi tentang Fashion halal. 	?

Pembimbing II

Dr. Putri Swastika, M.IE

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah

Putri Swastika, M.IE, Ph.D.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507. Fax. (0725) Email: ppsiainmetro@yahoo.com
Website: www.ppsIAINmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

Nama : Nuraeni
NPM : 18004826

Prodi : Ekonomi Syariah
Smester / TA : V/ 2018-2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tand Tanga
		II		
	Senin 26 April		<ul style="list-style-type: none"> - Ace outline - Perbaiki pertanyaannya wawancara. 	

Pembimbing II

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

Jl Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, Email : ppsiaimetro@yahoo.com Website : www.ppsIAINmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

Nama : Nur'aeni
NPM : 18004826

Prodi : Ekonomi Syariah
Semester / TA : VI/2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		II		
1	24 Juni 2021	√	<ol style="list-style-type: none">1. Bab I, II, III, IV dan Daftar Pustaka Perbaiki skema penulisan sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah2. Bab II penempatan pada gambar sesuaikan agar tidak acak-acakan3. Jelaskan hubungan SCM dengan trend fashion halal4. Jelaskan kalimat pada bab II terkait "individu mendapatkan seturut yang dikendaki"5. Bab IV perbaiki pada penulisan jangan ada singkatan untuk nama lembaga atau yang lainnya6. Jelaskan maksud stimulus progresif, faktor internal dan faktor eksternal pemicu minat wirausaha mahasiswa7. Jelaskan faktor penghambat mahasiswa tidak ingin menjadi enterprenuer dan indikator halal dalam trend fashion	

Pembimbing II

Putri Swastika, P.hD

**Ketua Prodi
Ekonomi Syariah**

Putri Swastika, P.hD



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metrouniv.ac.id; e-mail: ppsiaimetro@metrouniv.ac

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

Nama : NUR AENI
NPM : 18004826

Prodi : Esy
Semester/Tahun : VI/2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	29/06/ 2021	✓	1. Bab IV di poin hasil wawancara direvisi sesuai dgn catatan di dalam.	

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Putri Swastika, M.IF, P.hD

Pembimbing II

Putri Swastika, M.IF, P.hD



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metrouniv.ac.id; e-mail: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

Nama : NUR AENI
 NPM : 18004826

Prodi : Esy
 Semester/Tahun : VI/2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	28/06/21	✓	ACC pembimbing I	

Ketua Program Studi
 Ekonomi Syariah

Putri Swastika, M.IF, P.hD

Pembimbing II

Putri Swastika, M.IF, P.hD



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507. Fax. (0725) Email: ppsiaimetro@yahoo.com
Website: www.ppsIAINmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

Nama
M

: Nuraeni
: 18004826

Prodi : Ekonomi Syariah
Smester / TA : V/ 2018-2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tang Tang
		I		
	Senin, 28-06-2019		Bimbingan Bab 4-5 Perbaikan. - Perbaiki teknik penulisan - Uraian/kata yg baku untuk penulisan.	

Pembimbing I

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (072) 29941507. Fax. (0725) Email: ppsiaimetro@yahoo.com
Website: www.ppsIAINmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

Nama : Nuraeni
M : 18004826

Prodi : Ekonomi Syariah
Smester / TA : VI/ 2018-2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		I		
	Selasa 29-06-21		ACC untuk di ungujikan.	

Pembimbing I

Dr. Mahrus As'ad, M.Ag

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah

Putri Swastika, M.IF, Ph.D











**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung, INDONESIA 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: pps.metrouniv.ac.id;
email: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor. /In.28/PPs/PP.009/06/2021


Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro Program Studi Ekonomi Syariah menerangkan bahwa:

Nama : **Nuraeni**
NPM : **18004826**
Judul : **Minat wirausaha dalam trend fashion halal mahasiswa IAIN metro Lampung (studi jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam)**

telah melakukan uji plagiasi tesis melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan 15%.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak-pihak yang bersangkutan harap maklum.

Metro, 30 Juni 2021
Kaprosdi Ekonomi Syariah


Putri Swastika, M.IF., Ph.D.
NIP. 198610302018012001

Mahasiswa Validasi Keuangan (Per Jurusan)

Program Studi	Ekonomi Syariah (ESy)
Status Validasi	Sudah Validasi Keuangan
Semester	Genap
Tahun Akademik	2020/2021

No	NPM	Nama Mahasiswa	Prodi	JK	Semester	Jenis Seme
1	1702040002	AINUN FITRIA	ESy	P	8	genap
2	1702040003	ANA MUFLIHA	ESy	P	8	genap
3	1702040004	ANISA MIFTAHUL JANAH	ESy	P	8	genap
4	1702040005	Anisa Nur Oktaviani	ESy	P	8	genap
5	1702040006	ARA TRESSIA TACHZIR	ESy	P	8	genap
6	1702040008	Asih Kurniasih	ESy	P	8	genap
7	1702040009	AULIA NUR MAHMUDAH	ESy	P	8	genap
8	1702040010	CAHYANI DESI KURNIA	ESy	P	8	genap
9	1702040011	CLAUDYA CHINDY YUWINARTI	ESy	P	8	genap
10	1702040012	DEA JUPITA SARI	ESy	P	8	genap
11	1702040013	Desinta Risma Rinda	ESy	P	8	genap
12	1702040014	Desy Larassati	ESy	P	8	genap
13	1702040015	DEVI EKA PUTRI	ESy	P	8	genap
14	1702040016	Dian Rahayu	ESy	L	8	genap
15	1702040018	Dona Wulandari	ESy	P	8	genap
16	1702040019	Dwi Wahyu Kurniawan	ESy	L	8	genap
17	1702040020	ELDA WATI	ESy	P	8	genap
18	1702040021	ELVINA DWI WAHYUNI	ESy	P	8	genap
19	1702040022	ELYANA WAHYU SAPUTRI	ESy	P	8	genap
20	1702040023	ERRA RAYHAN	ESy	P	8	genap
21	1702040026	Hanik Nur Afifah	ESy	P	8	genap
22	1702040027	HANIN NISA ROSDANINA	ESy	P	8	genap
23	1702040028	Hanita Sari	ESy	P	8	genap
24	1702040029	Hayatun Nufus Fauziah	ESy	P	8	genap
25	1702040030	HAYINUN MUTMAINAH	ESy	P	8	genap
26	1702040031	IKA MELIANA	ESy	P	8	genap
27	1702040032	ILFAN HAFIDDIN	ESy	L	8	genap
28	1702040033	Indah Putri Ariyanti	ESy	P	8	genap
29	1702040034	INDAYANI PUTRI LASAI	ESy	P	8	genap
30	1702040035	INE SURYANI	ESy	P	8	genap
31	1702040037	Iva Malika Frimudya Alfatonah	ESy	P	8	genap
32	1702040038	Jihan Ayu Lorentsky	ESy	P	8	genap
33	1702040039	JULAIHA	ESy	P	8	genap
34	1702040040	KHOIRUL AMIN	ESy	L	8	genap
35	1702040043	KUNI ISNAINI	ESy	P	8	genap
36	1702040044	Laila Wulandari	ESy	P	8	genap
37	1702040045	LARAS NOPITA SARI	ESy	P	8	genap
38	1702040047	Lisa Feliyani	ESy	P	8	genap
39	1702040048	Lisa Triani	ESy	P	8	genap
40	1702040050	MA'RIFATUS SA'DIAH	ESy	P	8	genap
41	1702040051	MARTINA ISNAWATI	ESy	P	8	genap

	45	1702040055	Mila Nur Auliya	ESy	P	8	genap
	46	1702040056	MONICCA MAHAPUTRI PANGGADEVI	ESy	P	8	genap
	47	1702040057	MUHAMAD RIDWAN NAWAWI	ESy	L	8	genap
	48	1702040058	Muhammad Teguh Habibullah	ESy	L	8	genap
	49	1702040060	Naim Alhadad Imroni	ESy	L	8	genap
	50	1702040062	NIA PRATIWI	ESy	P	8	genap
	51	1702040063	Novia Shanti Melany	ESy	P	8	genap
	52	1702040064	Novia Shinta Melysa	ESy	P	8	genap
	53	1702040065	NOVITA WIDAYANTI	ESy	P	8	genap
	54	1702040068	NURFAUZI LATIF	ESy	L	8	genap
	55	1702040069	NURLAILA	ESy	P	8	genap
	56	1702040070	Nurliana Larasati	ESy	P	8	genap
	57	1702040071	PENDI SAPUTRA	ESy	L	8	genap
	58	1702040072	Puji Ayu Mia	ESy	P	8	genap
	59	1702040073	PUJI WULANDARI	ESy	P	8	genap
	60	1702040077	QURROTA AYUNI	ESy	P	8	genap
	61	1702040079	RAYNANDA YULISTIAN	ESy	L	8	genap
	62	1702040080	Redi Mujaffar	ESy	L	8	genap
	63	1702040081	Retno Ayu Anggreani	ESy	P	8	genap
	64	1702040082	Ririn Puji Astuti	ESy	P	8	genap
	65	1702040083	Riskon Wasi'an	ESy	L	8	genap
	66	1702040086	SHINTA NUR KHASANAH	ESy	P	8	genap
	67	1702040087	Sinta Nurvitasari	ESy	P	8	genap
	68	1702040088	Siska Yuliani	ESy	P	8	genap
	69	1702040089	SITI AYU NUR KIRANI	ESy	P	8	genap
	70	1702040092	SRI MAR'ATUN AMANAH	ESy	P	8	genap
	71	1702040093	SUBETA SARI	ESy	P	8	genap
	72	1702040094	Syntia Fitriana	ESy	P	8	genap
	73	1702040095	TRI EKA WAHYUNI	ESy	P	8	genap
	74	1702040096	UCI HAMIDAH	ESy	P	8	genap
	75	1702040097	VINDI NUR MELINDA	ESy	P	8	genap
	76	1702040098	VIOLETA SAFITRI	ESy	P	8	genap
	77	1702040100	WIWIK MUJIATI	ESy	P	8	genap
	78	1702040101	Yeni Purwati	ESy	P	8	genap
	79	1702040103	ZSA-ZSA NADYASARI	ESy	P	8	genap
	80	1702040104	ZULY NUR JAKA RAHARJA	ESy	L	8	genap
	81	1704040105	ALFATH MAULANA FADILAH	ESy	L	8	genap
	82	1704040106	ALWI YAHYA	ESy	L	8	genap
	83	1704040107	ANDRI AGUSTIAN	ESy	L	8	genap
	84	1704040110	ANNISA NURBANI PASA	ESy	P	8	genap
	85	1704040111	ANNUUR KHADIJAH	ESy	P	8	genap
	86	1704040112	ARIEF PRATAMA ATMAJAYA	ESy	L	8	genap
	87	1704040113	ARIF ADI CHANDRA	ESy	L	8	genap
	88	1704040114	ARIF FIRDAUS	ESy	L	8	genap
	89	1704040115	ASA DIYAH	ESy	P	8	genap
	90	1704040116	CAHYOCO ASKHABUN JADDI	ESy	L	8	genap
	91	1704040117	CINDY MELIVIANY	ESy	P	8	genap
	92	1704040118	DANY ANGGORO	ESy	L	8	genap
	93	1704040119	DEWI ANTIKA SAFISTRI	ESy	P	8	genap

99	1704040126	ELA NUR'AINI ADININGSIH	ESy	P	8	genap
100	1704040127	ENJOY YOGATAMA	ESy	L	8	genap
101	1704040128	ERNAWATI	ESy	P	8	genap
102	1704040129	FAJAR NOVIANSYAH	ESy	L	8	genap
103	1704040130	FARIDA APRILIA	ESy	P	8	genap
104	1704040131	HASAN ARFANI	ESy	L	8	genap
105	1704040132	IMAM KURNIAWAN	ESy	L	8	genap
106	1704040133	INDAH RAHMALIA	ESy	P	8	genap
107	1704040134	IRFAN RIFA'I	ESy	L	8	genap
108	1704040135	LINTANG MEGA ANGGITA	ESy	P	8	genap
109	1704040136	M.SAIFUL ANWAR	ESy	L	8	genap
110	1704040137	MAULANA HUSEN. S	ESy	L	8	genap
111	1704040141	MUHTAR SHODIQIN	ESy	L	8	genap
112	1704040142	MUTHIA RATNA SARI	ESy	P	8	genap
113	1704040143	NADIA SALSABILA	ESy	P	8	genap
114	1704040144	NADIYA SALMA	ESy	P	8	genap
115	1704040145	NINA AYUK TIYANI	ESy	P	8	genap
116	1704040146	NUFRIZAL MAULANA AZIZ	ESy	L	8	genap
117	1704040147	NUR HASANAH	ESy	P	8	genap
118	1704040148	PRAMUDIA SISWANTO	ESy	L	8	genap
119	1704040150	RANDI PRATAMA PUTRA	ESy	L	8	genap
120	1704040151	RANITA DEWI	ESy	P	8	genap
121	1704040152	REKA FATMASARI	ESy	P	8	genap
122	1704040154	REZAGITA DWIYANTI	ESy	P	8	genap
123	1704040156	ROHMADI	ESy	L	8	genap
124	1704040157	SANDY PRATAMA	ESy	L	8	genap
125	1704040158	SARIUL HALIZAH	ESy	P	8	genap
126	1704040159	SETIAWAN JAYA SAPUTRA	ESy	L	8	genap
127	1704040160	SHANIA DWI RIZKI	ESy	P	8	genap
128	1704040161	SITI AFIFATUN N	ESy	P	8	genap
129	1704040163	SITI IRMA YULIANA SARI	ESy	P	8	genap
130	1704040164	SITI WULANDARI	ESy	P	8	genap
131	1704040167	TIKA NUR QIFAYA	ESy	P	8	genap
132	1704040169	TUTUT TRI WULANDARI	ESy	P	8	genap
133	1704040170	YUDHA IRAWAN	ESy	L	8	genap
134	1704040171	YUNI YULIANTI	ESy	P	8	genap
135	1704040172	EVA MEI DAMAYANTI	ESy	P	8	genap
136	1704040173	AGUS SETIAWAN	ESy	L	8	genap
137	1704040174	AISYAH AYU PRATIWI	ESy	P	8	genap
138	1704040175	ALI MASHUDA	ESy	L	8	genap
139	1704040177	ANA TOYYIBAH PUTRI	ESy	P	8	genap
140	1704040178	ANNISA LISDA AMALIA	ESy	P	8	genap
141	1704040179	ANNISA NURMAIDAH	ESy	P	8	genap
142	1704040180	BELLA ISTUNING IRFANIA	ESy	P	8	genap
143	1704040182	DELIA ALVIANI	ESy	P	8	genap
144	1704040183	DEVI SEPTA VIANI	ESy	P	8	genap
145	1704040184	DIYAH SUKMAWATI	ESy	P	8	genap
146	1704040186	EKA PLUSPITA DEWI	ESy	P	8	genap

149	1704040189	EVA USWATUN HASANAH	ESy	P	8	genap
150	1704040190	EVA YUNITA	ESy	P	8	genap
151	1704040191	GYTA RISKI OKTAVIA	ESy	P	8	genap
152	1704040192	HAKIM MUHIBUDIN	ESy	L	8	genap
153	1704040193	IBNU DZAKI	ESy	L	8	genap
154	1704040194	IDA NURAINI	ESy	P	8	genap
155	1704040196	IMROATUS SHOLEHAH	ESy	P	8	genap
156	1704040197	IQBAL NASRULLOH	ESy	L	8	genap
157	1704040198	KHAIDAR AHMAD ALBIRRUNI	ESy	L	8	genap
158	1704040199	KHOIRUL ANWAR	ESy	L	8	genap
159	1704040201	LATIFAH SETIAWATI	ESy	P	8	genap
160	1704040204	MAR`ATUS SHOLEHA	ESy	P	8	genap
161	1704040205	MIFTAHUL AMANIL AZIR	ESy	L	8	genap
162	1704040206	MUHAMMAD AZIZ	ESy	L	8	genap
163	1704040207	MUHAMMAD IMAM KHOIRI	ESy	L	8	genap
164	1704040210	NADIA RINA UTARI	ESy	P	8	genap
165	1704040211	NOVITA YEDA CAHYANTI	ESy	P	8	genap
166	1704040212	NUR DIANA AGUSTIN	ESy	P	8	genap
167	1704040213	NURUL HIDAYAT	ESy	L	8	genap
168	1704040214	REFI YULI YANTI	ESy	P	8	genap
169	1704040215	RENO MEILITA HIDAYAH	ESy	P	8	genap
170	1704040216	RIKI KRISDIANTO	ESy	L	8	genap
171	1704040217	RIZA MULYASARI	ESy	P	8	genap
172	1704040218	SINTAWATI	ESy	P	8	genap
173	1704040219	SITI MAHFUDZOH	ESy	P	8	genap
174	1704040220	SITI NURBAYTI	ESy	P	8	genap
175	1704040221	SRI PURWANI	ESy	P	8	genap
176	1704040222	SYUKRIYATI AINIRROHMAH	ESy	P	8	genap
177	1704040223	THOMAS MARGONO	ESy	L	8	genap
178	1704040224	YOGA FRANJAYA	ESy	L	8	genap
179	1704040225	HAFIDZ RIFALDI	ESy	L	8	genap
180	1804040002	AGIL SETIAWULANDARI	ESy	P	6	genap
181	1804040003	AGITA YULIANA	ESy	P	6	genap
182	1804040004	AGUSTIN PUSPITA NINGRUM	ESy	P	6	genap
183	1804040006	AHMAD HARYONO	ESy	L	6	genap
184	1804040007	AHMAD KHOIRI	ESy	L	6	genap
185	1804040009	ALIPIA NIRMALA SARI	ESy	P	6	genap
186	1804040010	AMALIA ILMI KHOIR	ESy	P	6	genap
187	1804040011	AMELYA NUR AFIFAH	ESy	P	6	genap
188	1804040013	ANDI SISWANTO	ESy	L	6	genap
189	1804040014	ANGGI FATMAWATI	ESy	P	6	genap
190	1804040015	ANGGI WARDANI PRAMISWARI	ESy	P	6	genap
191	1804040016	ANGGUN PERMATA HATI	ESy	P	6	genap
192	1804040017	ATIK NURAKHIMAH	ESy	P	6	genap
193	1804040019	BELLA MAY SANTIKA	ESy	P	6	genap
194	1804040020	BETA MUSTIKA WATI	ESy	P	6	genap
195	1804040021	DELA APRILIA	ESy	P	6	genap
196	1804040024	DIAH AYU SAFITRI	ESy	P	6	genap
197	1804040026	DINDA MELIYANA	ESy	P	6	genap

		201	1804040036	FADILLA WULANDARY	ESy	P	6	genap
		202	1804040037	FARAH ANNISA	ESy	P	6	genap
		203	1804040039	FARIN WAHYU EKA SAPUTRI	ESy	P	6	genap
		204	1804040041	FITRA VIVIANI	ESy	P	6	genap
		205	1804040042	FITRIANI	ESy	P	6	genap
		206	1804040043	GAUTAMA DWI CRISTANTO	ESy	L	6	genap
		207	1804040044	GITA FARERA	ESy	P	6	genap
		208	1804040045	HAMZAIN	ESy	L	6	genap
		209	1804040046	HUSNUL KHOTIMAH	ESy	P	6	genap
		210	1804040047	IHSAN BISRI MUSTOFA	ESy	L	6	genap
		211	1804040048	IHWAN SANUSI	ESy	L	6	genap
		212	1804040049	ILHAM FARHAN HIDAYATULLOH	ESy	L	6	genap
		213	1804040050	INTAN FEBRI RAHAYU	ESy	P	6	genap
		214	1804040051	IRA SAFITRI	ESy	P	6	genap
		215	1804040053	ISNA SOLEHAWATI	ESy	P	6	genap
		216	1804040054	JULYA VERANYCA	ESy	P	6	genap
		217	1804040055	KAREN NOVA RIA	ESy	P	6	genap
		218	1804040057	KUSNANDI SETIAWAN	ESy	L	6	genap
		219	1804040058	LAILI ROFIAH	ESy	P	6	genap
		220	1804040059	LILIS SUHARNI	ESy	P	6	genap
		221	1804040061	MAWAR LESTARI	ESy	P	6	genap
		222	1804040063	MEGA FITRI	ESy	P	6	genap
		223	1804040064	MEIZTA WANTI	ESy	P	6	genap
		224	1804040065	MELIYASARI	ESy	P	6	genap
		225	1804040066	MIFTAKHUL KHOIRIYAH	ESy	P	6	genap
		226	1804040067	MUHAMMAD THOYIB AR RASYID	ESy	L	6	genap
		227	1804040069	NAS'ATUL KHOIRIYAH	ESy	P	6	genap
		228	1804040071	NIA YUSTIKA WATI	ESy	P	6	genap
		229	1804040072	NILA ALFIATUN NIKMAH	ESy	P	6	genap
		230	1804040073	NUR HAJJAH	ESy	P	6	genap
		231	1804040074	NURHIKMAH KUMALA SARI	ESy	P	6	genap
		232	1804040075	NURMALASARI	ESy	P	6	genap
		233	1804040078	OKTAVIA HANES FANIA	ESy	P	6	genap
		234	1804040080	PUTRI DILA WATI	ESy	P	6	genap
		235	1804040083	RISALATUL MU'AWANAH	ESy	P	6	genap
		236	1804040084	RISKY NUR ANNISA	ESy	P	6	genap
		237	1804040085	RITA SETIAWATI	ESy	P	6	genap
		238	1804040087	SABITATI	ESy	P	6	genap
		239	1804040090	SELI AMELIA	ESy	P	6	genap
		240	1804040091	SELY NURJAYANTI	ESy	P	6	genap
		241	1804040093	SILVIA GITA UNTORO	ESy	P	6	genap
		242	1804040095	SITI ALFIAH	ESy	P	6	genap
		243	1804040096	SONIA PUJAYANTI	ESy	P	6	genap
		244	1804040097	SUSANTO ADI SAPUTRA	ESy	L	6	genap
		245	1804040098	UMI AYU LUTFIAH AR	ESy	P	6	genap
		246	1804040099	UMI FADILLA	ESy	P	6	genap
		247	1804040101	VIVIANA KHAIRUN NISA	ESy	P	6	genap
		248	1804040102	WIDA AZZAH CAHYANI	ESy	P	6	genap
		249	1804040103	WILL MITA SAFITRI	ESy	P	6	genap

253	1804040108	YOLANDA MILANIA	ESy	P	6	genap
254	1804040109	ZULIA RATNA SARI	ESy	P	6	genap
255	1804041001	ADELIA MAULIA ANGGRAENI	ESy	P	6	genap
256	1804041003	ADITYA KUSUMA WARDANI	ESy	P	6	genap
257	1804041004	AGUNG CAHYONO	ESy	L	6	genap
258	1804041005	AHMAD NURALIM	ESy	L	6	genap
259	1804041006	AHMAD SETYO NUGROHO	ESy	L	6	genap
260	1804041007	AISYAH FITRI WAHYUNI	ESy	P	6	genap
261	1804041008	AKBAR MADANI MUTAWAQIL	ESy	L	6	genap
262	1804041009	ALFANDA NURANDA HIDAYAT	ESy	L	6	genap
263	1804041010	ALFIRA SEFTIANI	ESy	P	6	genap
264	1804041011	ALI RAHMAN	ESy	L	6	genap
265	1804041012	ALIVIA SAVITRI	ESy	P	6	genap
266	1804041013	ALLIN TRISNAWATI	ESy	P	6	genap
267	1804041014	AMBARA NINIT DWISARI	ESy	P	6	genap
268	1804041015	AMIN SUJIWO	ESy	L	6	genap
269	1804041016	AMIR SYARIFUDIN	ESy	L	6	genap
270	1804041017	AMRI SELAWATI	ESy	P	6	genap
271	1804041018	ANAS SAFITRI	ESy	P	6	genap
272	1804041019	ANDIKO SHOBIRIN	ESy	L	6	genap
273	1804041020	ANDRI FREMA WIJAYA	ESy	L	6	genap
274	1804041021	ANGGI NUR PRATAMA	ESy	L	6	genap
275	1804041022	ANGGUN FERTIKA	ESy	P	6	genap
276	1804041024	ANIDA AMRIANI	ESy	P	6	genap
277	1804041025	ANJAS KURNIAWAN	ESy	L	6	genap
278	1804041026	ANNISA AZIZAH	ESy	P	6	genap
279	1804041027	APRIANTI PUSPITA SARI	ESy	P	6	genap
280	1804041028	ARGILANG RAHMAWAN	ESy	L	6	genap
281	1804041029	ARNI ANGGRAINI	ESy	P	6	genap
282	1804041030	AULIA NINDIA PUTRI	ESy	P	6	genap
283	1804041031	AYU IRMA YANI	ESy	P	6	genap
284	1804041032	BADRIYAH	ESy	P	6	genap
285	1804041034	CINDY PUSFITA DESPRIANTI	ESy	P	6	genap
286	1804041035	DARIZAH SALMA ZAHIROH	ESy	P	6	genap
287	1804041036	DELIA PARAMITA	ESy	P	6	genap
288	1804041037	DESNAWATI	ESy	P	6	genap
289	1804041039	DEWA NDARU FAMI UTADA	ESy	L	6	genap
290	1804041041	DEWI WIDYASTUTI	ESy	P	6	genap
291	1804041042	DIAN ADITYA TAMARA	ESy	L	6	genap
292	1804041043	DIAN ANDI PRASETYO	ESy	L	6	genap
293	1804041045	DICKY TRI SAPUTRA	ESy	L	6	genap
294	1804041046	DIDI KURNIAWAN	ESy	L	6	genap
295	1804041047	DIMAS DWI ARYANTO	ESy	L	6	genap
296	1804041048	DIMAS SUPRAYOGI	ESy	L	6	genap
297	1804041049	DINDA AGUSTIN	ESy	P	6	genap
298	1804041050	DINDA PERMATASARI	ESy	P	6	genap
299	1804041052	EEMY NURBAETY	ESy	P	6	genap
300	1804041053	EKA PERTIWI	ESy	P	6	genap
301	1804041054	ELI JULIA SARI	ESy	P	6	genap

		305	1804041060	ERWIN SUGIARTO	ESy	L	6	genap
		306	1804041061	EVI YULIANA	ESy	P	6	genap
		307	1804041062	FABIO VIERI HANI	ESy	L	6	genap
		308	1804041064	FAIJAH TIKAH MAULANI	ESy	P	6	genap
		309	1804041066	FARHAN MAULANA AZKA	ESy	L	6	genap
		310	1804041067	FIKI HAIFUL	ESy	L	6	genap
		311	1804041068	FIRMAN SYAH	ESy	L	6	genap
		312	1804041069	FISKA APRILIANA	ESy	P	6	genap
		313	1804041070	GISKA PRADANA	ESy	L	6	genap
		314	1804041072	HADI MEGAH DERMAWAN	ESy	L	6	genap
		315	1804041073	HAFID ZAINUL MAHDI	ESy	L	6	genap
		316	1804041075	HARIS MASYUBI	ESy	L	6	genap
		317	1804041076	HENING DIAH AYU SAFRIDA	ESy	P	6	genap
		318	1804041077	IBNU FATQUROHMAN	ESy	L	6	genap
		319	1804041078	ihwan nurohim	ESy	L	6	genap
		320	1804041080	INDAH TRI WAHYUNI	ESy	P	6	genap
		321	1804041081	INTAN PUTRI PERTIWI	ESy	P	6	genap
		322	1804041082	IRA APRILIA	ESy	P	6	genap
		323	1804041083	IRFAN ROBI SATRIA	ESy	L	6	genap
		324	1804041086	JUWANDA PRASETYA	ESy	L	6	genap
		325	1804041088	KIKI ARIS SAPUTRA	ESy	L	6	genap
		326	1804041089	KIKI RAHMAWATI	ESy	P	6	genap
		327	1804041090	KURNIA SAPUTRI	ESy	P	6	genap
		328	1804041091	KURNIYA SANI	ESy	P	6	genap
		329	1804041092	LAILA NURYANI	ESy	P	6	genap
		330	1804041093	LAILATUL ROHMAH	ESy	P	6	genap
		331	1804041094	LISNA ERIKA WATI	ESy	P	6	genap
		332	1804041095	LIZZA UMI AZZAH	ESy	P	6	genap
		333	1804041096	LUFTY AFIANI	ESy	P	6	genap
		334	1804041097	M. IMRON BAJURI	ESy	L	6	genap
		335	1804041098	MEDIA SEKAR SARI	ESy	P	6	genap
		336	1804041099	MEGA ROSALIA	ESy	P	6	genap
		337	1804041100	MELDA ARISKA	ESy	P	6	genap
		338	1804041101	MELLYN HILDA TRIADI	ESy	P	6	genap
		339	1804041102	MIA OKTAVIA	ESy	P	6	genap
		340	1804041103	MIFTA SALLY NURULIA	ESy	P	6	genap
		341	1804041104	MUHAMMAD ARIF MARZUKI	ESy	L	6	genap
		342	1804041106	MUHAMMAD KURNIAWAN	ESy	L	6	genap
		343	1804041107	MUHAMMAD RIDWAN	ESy	L	6	genap
		344	1804041108	MUHAMMAD RIZQI MUZAKKI	ESy	L	6	genap
		345	1804041109	NADIA NURCAHYANI	ESy	P	6	genap
		346	1804041110	NADYA NURAINI	ESy	P	6	genap
		347	1804041111	NAFA OFI SELVIA	ESy	P	6	genap
		348	1804041114	NIDIYA MARANTA	ESy	P	6	genap
		349	1804041115	NILA PUSPITA SARI	ESy	P	6	genap
		350	1804041116	NITA AYU APRILIAN	ESy	P	6	genap
		351	1804041117	NOVITA ANGGRAINI	ESy	P	6	genap
		352	1804041118	Novita Ayu Amalikhah	ESy	P	6	genap
		353	1804041119	NUR HAMIMAH	ESy	P	6	genap

357	1804041123	OKTAVIANA MAYANG SARI	ESy	P	6	genap
358	1804041124	ONI SINAM BELLA	ESy	P	6	genap
359	1804041125	PITA HERAWATI	ESy	P	6	genap
360	1804041126	PITRI FIRANTIKA	ESy	P	6	genap
361	1804041129	PUTRI WULANDARI	ESy	P	6	genap
362	1804041131	RAFID NURROHMAN	ESy	L	6	genap
363	1804041132	RAHAYU NUR INSANI	ESy	P	6	genap
364	1804041133	RAIDAH RUMAISHA	ESy	P	6	genap
365	1804041134	RAMA ASTRIAN MAULANA	ESy	L	6	genap
366	1804041135	RAMADHANI SUDRAJAT	ESy	L	6	genap
367	1804041136	RATIH ARUM NINGTIAS	ESy	P	6	genap
368	1804041137	RAYHAN AL FARIDZ EL SULTANI	ESy	L	6	genap
369	1804041139	RENI JAYANTI	ESy	P	6	genap
370	1804041140	RIAS RIVALDO	ESy	L	6	genap
371	1804041141	RIFKI ADITIA	ESy	L	6	genap
372	1804041143	RISKY MULIA AFADJRI	ESy	L	6	genap
373	1804041144	RIZA FEBRIANI	ESy	P	6	genap
374	1804041145	RIZKA MIFTAHUL JANAH	ESy	P	6	genap
375	1804041146	RIZKI AHMAD DARMAWAN	ESy	L	6	genap
376	1804041147	ROFI ALFARIS SAPUTRA	ESy	L	6	genap
377	1804041148	SALSABILA RIZKIA PUTRI	ESy	P	6	genap
378	1804041149	SHINDY IRA ERMAWATI	ESy	P	6	genap
379	1804041150	SINTA MASITHOH	ESy	P	6	genap
380	1804041151	SITI DAHRIA	ESy	P	6	genap
381	1804041152	SITI FAJARIYANI	ESy	P	6	genap
382	1804041153	SITI KHOTIMAH	ESy	P	6	genap
383	1804041154	SITI KURNIAWATI	ESy	P	6	genap
384	1804041157	SITI ULYANI	ESy	P	6	genap
385	1804041158	SUCI MUTIA	ESy	P	6	genap
386	1804041159	SULASMINI	ESy	P	6	genap
387	1804041160	SYARIF HIDAYATULLOH	ESy	L	6	genap
388	1804041163	TIKA NOVITASARI	ESy	P	6	genap
389	1804041164	TRI AGUSTINA	ESy	P	6	genap
390	1804041165	USWATUN KHASANAH	ESy	P	6	genap
391	1804041166	VIA KHUSNAINI SA'DIAH	ESy	P	6	genap
392	1804041167	VIKI OKTAVIANI	ESy	P	6	genap
393	1804041168	YANA ERMASARI	ESy	P	6	genap
394	1804041169	YANTI MARYANI	ESy	P	6	genap
395	1804041170	YENATA VIOLITASARI	ESy	P	6	genap
396	1804041171	YOGA TRITANTO	ESy	L	6	genap
397	1804041172	YOGA WIDIYANTO	ESy	L	6	genap
398	1804041173	YUDHA KURNIAWAN	ESy	L	6	genap
399	1804041174	YULIA WIJAYANTI	ESy	P	6	genap
400	1804041175	YUNI LESTARI	ESy	P	6	genap
401	1804041176	YUYUN WARA SHINTA	ESy	P	6	genap
402	1804042001	ALFAD RIZKI GUSTAMA	ESy	L	6	genap
403	1804042002	DIANA KARTIKA SARI	ESy	P	6	genap
404	1804042003	ERIA NOVITASARI	ESy	P	6	genap
405	1804042006	GHOFTA SHAFI MUMTAZ	ESy	P	6	genap
406	1804042007	ESy	P	6	genap

PEDOMAN WAWANCARA

MINAT WIRAUSAHA DALAM TREND FASHION HALAL MAHASISWA IAIN METRO LAMPUNG

(Studi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Syariah)

1. DATA DEMOGRAFI

- a. Semester dan usia mahasiswa Jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam?
- b. Domisili mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
- c. Latar belakang pendidikan SMA/SMK mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
- d. Profesi atau pekerjaan orang tua mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
- e. Penghasilan orang tua mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?

2. Data

- a. Bagaimanakah proses belajar mata kuliah kewirausahaan di fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
- b. Apakah mahasiswa mengetahui trend fashion mahasiswa di Jurusan Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
- c. Trend fashion apa saja yang banyak diminati mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
- d. Apakah mahasiswa mengikuti trend fashion halal yang sedang hits atau viral?
- e. Bagaimanakah mahasiswa memaknai kata halal dalam fashion halal?
- f. Apakah mahasiswa berminat berwirausaha fashion halal?

Jika ya:

- Faktor apa yang mendorong mahasiswa mempunyai minat berwirausaha dalam fashion halal?

- g. Seperti apakah minat wirausaha fashion halal pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
- h. Apakah model wirausaha yang dijalankan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam fashion halal?