

Vira

by Wica Turnitin

Submission date: 14-Sep-2024 11:39PM (UTC-0400)

Submission ID: 2454174034

File name: 2553_-_EBISMEN_-_Vira.docx (178.97K)

Word count: 4183

Character count: 31341

24
Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, E-Commerce, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri**Vira Erna Firmanda^{1*}, Hestin Sri Widiawati², Andy Kurniawan³**
1,2,3 Universitas Nusantara PGRI Kediri

25

Alamat: Tambakberas Jl. Garuda No.9, Tambak Rejo, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang

*Korespondensi penulis: viraernafirmanda31@gmail.com

Abstrak. An interest in entrepreneurship often comes to a person just like that. However, this interest can be influenced by several factors, both external and internal factors. The aim of this research is to determine the influence of entrepreneurial knowledge, entrepreneurial motivation, e-commerce, and family environment on students' interest in entrepreneurship. The research method used is quantitative with a comparative causal nature. The research population used in this research were students of the Nusantara University PGRI Kediri Accounting study program class 2018-2023 using the sampling method, namely using the Slovin formula. The sample size in this study was 122 respondents and was collected through a questionnaire. Data obtained was collected through questionnaires and includes primary and secondary data. Validity test, reliability test, classical assumption test, coefficient of determination test, and hypothesis test are used in data analysis. The results of this study show that entrepreneurial knowledge (X1) has a significant effect on interest in entrepreneurship, entrepreneurial motivation (X2) has a significant effect on interest in entrepreneurship, e-commerce (X3) has no effect on interest in entrepreneurship, and family environment (X4) has a significant effect on interest in entrepreneurship. Based on the results of the analysis and conclusions, the suggestions that the author can convey are as follows: for future researchers, this can be used as a guide to determine the influence of interest in entrepreneurship and try to use other variables besides the variables used in this research, especially variables that are similar to e-commerce variables.

Keywords: Interest, knowledge, e-commerce motivation, environment

Abstrak. Minat berwirausaha seringkali datang dalam diri seseorang begitu saja. Meski demikian minat ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor eksternal maupun faktor internal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, e-commerce, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan sifat kausal komparatif. Populasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2018-2023 dengan metode pengambilan sampel yaitu menggunakan rumus slovin. Banyaknya sampel pada penelitian ini berjumlah 122 responden dan dikumpulkan melalui kuisioner. Data yang didapat Data dikumpulkan melalui kuesioner dan mencakup data primer dan sekunder. Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis digunakan dalam analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, motivasi berwirausaha (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, e-commerce (X3) tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha dan lingkungan keluarga (X4) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, maka saran yang dapat penulis sampaikan yaitu sebagai berikut : bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan pedoman untuk mengetahui pengaruh minat berwirausaha dan mencoba menggunakan variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini khususnya variabel yang sejenis dengan variabel e-commerce.

Kata kunci: Minat, pengetahuan, motivasi e-commerce, lingkungan

1

Received August, 2024; Revised September, 2024; Accepted September, 2024

* Vira Erna Firmanda, viraernafirmanda31@gmail.com

1. LATAR BELAKANG

¹⁵ Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia yang menempati peringkat ke 4 setelah negara Cina, India, dan Amerika Serikat. Menurut data terkini ¹³ Badan Pusat Statistik (BPS), 2023), jumlah penduduk di Indonesia mencapai 278,69 juta jiwa pada pertengahan di tahun 2023. Nilai tersebut meningkat sebesar 1,05% jika ²¹ dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun lalu. Pada pertengahan tahun 2022, jumlah penduduk di Indonesia berjumlah 275,77 juta jiwa. Jumlah penduduk dari tahun ke tahun yang tidak seimbang dengan ⁷ menipisnya lapangan kerja mengakibatkan sebagian orang tidak memiliki pekerjaan dan penghasilan tetap sehingga menyebabkan jumlah pengangguran semakin meningkat.

Situasi pengangguran yang dihadapi ²³ Indonesia saat ini disebabkan oleh ketimpangan jumlah penduduk dengan terbatasnya kesempatan kerja, sehingga ⁷ menyebabkan sebagian masyarakat kekurangan pekerjaan dan pendapatan stabil. Seiring dengan berjalannya waktu, jumlah pengangguran semakin meningkat akibat bertambahnya jumlah sarjana dan sarjana setiap tahunnya serta melemahnya penyerapan tenaga kerja di beberapa industri yang pada akhirnya menimbulkan pengangguran.

Jumlah pengangguran berdasarkan data BPS ⁵ (Badan Pusat Statistik, 2023) menunjukkan tingkat pengangguran terbuka (TPT) tertinggi berasal dari pendidikan menengah, yakni SMA dan kejuruan, sebesar 8,41% dari total TPT Februari 2023. Data tersebut mengindikasikan adanya penawaran tenaga kerja yang tidak terserap terutama pada lulusan pendidikan tingkat menengah. Sementara dari TPT penduduk yang tidak pernah ⁵ sekolah yang relative lebih rendah, hanya sebesar 1,64%, kemudian ⁵ untuk TPT dari tingkat pendidikan tinggi mencapai 5,59%. Selanjutnya TPT dari tingkat sekolah dasar sebesar 3,85%.

⁶ Upaya yang dapat mengurangi angka pengangguran antara lain dengan menciptakan lapangan kerja. Penciptaan lapangan kerja harus diiringi dengan motivasi kewirausahaan, salah satu tingkat pendidikan yang dapat merealisasikan ⁴ adalah pendidikan pada perguruan tinggi (Aisyah et al., 2023). Adanya kewirausahaan di suatu negara dapat meningkatkan perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya, ⁴ karena dapat membantu masyarakat keluar dari kemiskinan yang disebabkan oleh kurangnya kesempatan kerja. Selain itu ⁴ rendahnya minat dan motivasi

masyarakat Indonesia terhadap berwirausaha menjadi perhatian utama diberbagai kalangan, mulai dari pemerintah, pendidikan, industri dan masyarakat. Oleh karena itu, harus berusaha keras untuk menumbuhkan sikap dan mentalitas dalam berwirausaha melalui pemahaman dan pengetahuan untuk mengubah pola pikir generasi muda setelah lulus perguruan tinggi, tidak hanya mencari lapangan pekerjaan tetapi juga menciptakan bisnis yang berdampak untuk menciptakan lapangan pekerjaan.

Perguruan tinggi adalah lembaga yang diharapkan dapat menghasilkan lulusan yang berkontribusi positif dalam lapangan kerja terutama di Indonesia. Lulusan tadi dituntut sanggup mengaktualisasikan dan mengimplementasikan keilmuan yg sudah mereka bisa dan kuasai dalam bidang kerja mereka masing-masing (Marliyah et al., 2022). Penelusuran terhadap penelitian minat kewirausahaan sebelumnya mengungkapkan kesenjangan penelitian, termasuk perbedaan temuan antar peneliti, yang di jelaskan di bawah ini.

Sebelumnya telah dikemukakan bahwa ada beberapa faktor yang dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa, di antaranya pengetahuan tentang kewirausahaan, motivasi berwirausaha, lingkungan keluarga. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat berwirausaha yaitu Pengetahuan kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha. Minat dan pengetahuan mahasiswa mengenai kewirausahaan diharapkan dapat membentuk kecenderungan masa depan mereka untuk membuka usaha baru (Novita Dwi Indriyani, 2020). penelitian yang dilakukan oleh Herlambang Mahmudzah Jaya dan Harti (2021), bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Jaya & Harti, 2021). Serta didukung oleh Khoirun nisa dan Indri Murniawaty (2020), dalam penelitian menjelaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Nisa & Murniawaty, 2020).

Motivasi juga menjadi faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha karena mendorong munculnya ide-ide kreatif untuk menciptakan sesuatu yang berpotensi menghasilkan keuntungan dengan menjual barang atau jasa. Kemampuan kewirausahaan dapat dilatih untuk membantu mengurangi pengangguran di Indonesia. Karena memiliki jiwa wirausaha, masyarakat memiliki potensi dan motivasi yang besar untuk maju. Pengusaha juga bisa mengatasi kemiskinan tanpa menunggu bantuan dari

pihak lainnya. Motivasi diartikan sebagai keinginan atau keinginan untuk melakukan sesuatu. Secara umum motivasi dapat dianggap sebagai kekuatan yang mendorong seseorang untuk mau dan mau menerapkan seluruh keterampilannya ke dalam tindakan pengetahuan, ketrampilan dan keahlian untuk mencapai tujuan yang diharapkan (Madiistriyatno & Ibrahim, 2020). Penelitian yang dilakukan Harie & Andayanti (2020), menegaskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Artinya ketika motivasi berwirausaha meningkat maka minat mahasiswa untuk berwirausaha juga akan meningkat.

E-commerce merupakan inovasi dalam dunia startup, pengembangan model ini mengandalkan jaringan atau internet (Hanung Eka Atmaja, 2021). Hal ini merupakan salah satu faktor yang menyebabkan bertambahnya minat berwirausaha mahasiswa karena dengan *e-commerce* memudahkan untuk memulai berwirausaha serta memperluas jangkauan penjual ke banyak daerah yang tersebar di Indonesia. Perkembangan saat ini bisa membuat penjual dan pembeli tidak perlu bertatap muka untuk bertransaksi. Pembeli dapat melakukan pembelian atau menggunakan jasa kontraktor melalui aplikasi yang tersedia di Internet dapat diakses melalui perangkat berbasis Android dan sejenisnya. Hal ini memudahkan konsumen untuk membeli kebutuhan atau keinginannya di mana saja. Aplikasi yang dapat memudahkan konsumen adalah yang di sebut dengan perdagangan elektronik (*e-commerce*).

Faktor lain yang mempengaruhi minat memulai usaha adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga merupakan lingkungan belajar pertama dan terpenting yang di terima anak, karena disanalah anak memperoleh pendidikan dan bimbingan pertama setelah dilahirkan. Dan dianggap sebagai lingkungan utama karena sebagian besar kehidupan seorang anak berlangsung didalam keluarga. Orang tua yang berwirausaha dibidang tertentu dapat memantik semangat anaknya untuk menjadi wirausaha di bidang yang sama. Orang tua yang memberikan ilmu dan pengenalan kewirausahaan kepada anaknya sejak dini akan menciptakan motivasi yang besar bagi anaknya untuk mengikuti jejak orang tuanya menjadi wirausaha (Arisanti & Nafitasari, 2020). Penelitian yang di lakukan Oktarina et al (2019), memberikan hasil bahwa lingkungan keluarga mempunyai pengaruh positif terhadap kepentingan bisnis mahasiswa pendidikan ekonomi pembangunan STKIP Indonesia. Artinya ketika

lingkungan keluarga mempengaruhi atau mendukung berwirausaha maka minat berwirausaha akan meningkat. Ini bertolak belakang dengan penelitian Widianingrum (2020), yang secara jelas menunjukkan bahwa lingkungan keluarga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha.

Mengembangkan minat berwirausaha bisa dimulai kapan saja, bahkan saat masih kuliah. Mahasiswa diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja bagi dirinya melalui kegiatan kewirausahaan, karena dibangku kuliah tersebut terdapat mahasiswa yang dilatih berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan dilaksanakan agar siswa memiliki pola pikir wirausaha sehingga siswa tidak terlalu memikirkan cita-citanya setelah lulus dan tidak sibuk bersaing dalam mendapatkan pekerjaan. Minat berwirausaha adalah keinginan, minat, dan keyakinan yang dirasakan secara sadar untuk melakukan tindakan kewirausahaan yang kreatif dan inovatif dalam menghadapi tantangan hidup tanpa rasa takut akan risiko dimasa depan. Semakin seseorang tertarik untuk berwirausaha maka usahanya akan semakin maksimal. Istilah manfaat usaha menjadi penting karena merupakan pemicu awal dimulainya suatu usaha. Dengan kata lain, memulai sebuah bisnis adalah tentang keinginan yang kuat untuk melakukannya (Wahyudi et al., 2021).

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut M. A. Mustofa (2019), minat merupakan kesadaran seseorang yang dapat menimbulkan adanya keinginan suatu hal dari pada hal lainnya dengan aktif melakukan kegiatan yang menjadi objek kesukaannya. Menurut Maizs (2021), pengetahuan kewirausahaan merupakan ilmu seni maupun perilaku sifat, ciri dan watak seseorang yang mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif. Menurut Hasibuan (2017), motivasi merupakan suatu hal yang mendorong seseorang berbuat sesuatu, motivasi suatu individu dapat timbul dari dalam diri individu (motivasi intrinsik) dan dapat timbul dari luar individu. Menurut Nila (2022), *E-Commerce* merupakan lingkungan digital yang memungkinkan transaksi komersial terjadi di antara banyak organisasi dan individu. *E-Commerce* menjadi jembatan transaksi pembelian dan penjualan informasi, produk dan layanan melalui jaringan komputer atau dengan memanfaatkan teknologi internet seperti e-mail atau internet untuk bertukar informasi antara perusahaan inti sendiri dengan *stakeholders* eksternal. Menurut Tarmiyati (2019),

lingkungan keluarga merupakan tempat yang sangat berpengaruh dalam perkembangan anak. Lingkungan sosial yang lebih banyak mempengaruhi kegiatan belajar ialah orang tua dan keluarga siswa itu sendiri. Sifat-sifat orang tua, praktik pengelolaan keluarga, ketegangan keluarga, dan demografi keluarga (letak rumah), semuanya dapat memberi dampak baik maupun buruk terhadap kegiatan belajar dan hasil yang dicapai oleh siswa.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan sifat penelitian kausal komparatif. Menurut Sugiyono (2013), kausal komparatif adalah adanya hubungan sebab akibat di antara variabel independen dan variabel dependen. Dari pendekatan tersebut selanjutnya di lakukan analisis data pada variabel independen yaitu Pengetahuan, Motivasi, *E-Commerce*, dan Lingkungan keluarga terhadap variabel dependen yaitu Minat Berwirausaha. Sejalan dengan hal tersebut dilakukan analisis regresi linier berganda dikarenakan karakteristik pada model penelitian menggunakan lebih dari satu variabel independen, sehingga metode regresi berganda digunakan dalam penelitian ini.

Populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tersendiri di tentukan oleh peneliti dan kemudian dapat di ambil kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri. Berdasarkan data yang diperoleh dari Prodi Akuntansi, diketahui jumlah mahasiswa dari Angkatan 2018 – 2023 yang aktif dan terdaftar sebanyak 460 Mahasiswa.

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi penelitian yang benar-benar dapat mewakili dikarenakan jika populasi penelitian dalam jumlah yang besar maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena akan menghambat tenaga dan waktu (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampelnya. Menurut (Sugiyono, 2013), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara acak dengan menggunakan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan pada penelitian ini antara lain:

1. Mahasiswa prodi akuntansi yang aktif angkatan 2018-2023
2. Mahasiswa prodi akuntansi yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan.

Berdasarkan kriteria tersebut didapati jumlah populasi dalam penelitian sebanyak 174 mahasiswa. Kemudian, dilakukan penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 122 responden dan dikumpulkan melalui kuesioner. Data yang didapat Data dikumpulkan melalui kuesioner dan mencakup data primer dan sekunder. Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis digunakan dalam analisis data.

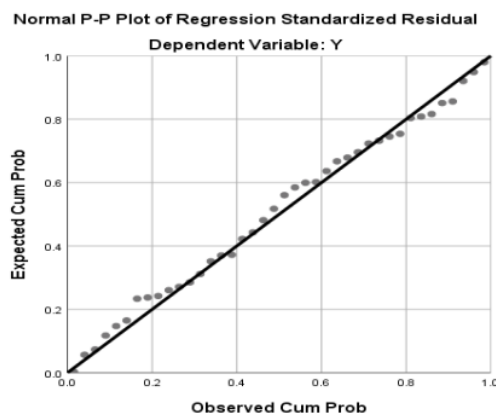
1 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat uji yang harus dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Menurut Ghozali (2021) terdapat empat jenis uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

a. Uji normalitas



Gambar 1.1 Hasil Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021), apabila titik titik menyebar sepanjang garis diagonal maka data dalam penelitian berdistribusi normal. Berdasarkan gambar tersebut terlihat bahwa titik-titik menyebar di sepanjang garis diagonal bidang sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji multikolinieritas

43
Tabel 1. 1 Hasil Uji Multikolinieritas

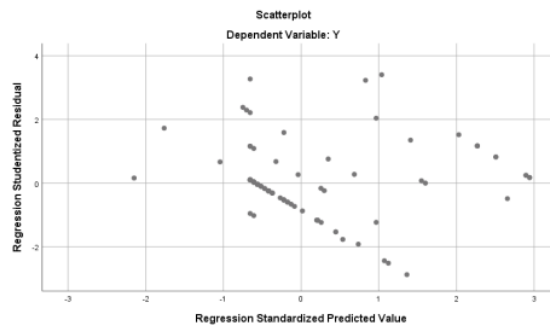
Model		Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.147	1.237		.119	.905		
	X1	.457	.075	.420	6.119	.000	.473	2.116
	X2	.178	.074	.169	2.387	.019	.444	2.253
	X3	.044	.046	.051	.966	.336	.801	1.248
	X4	.394	.077	.354	5.141	.000	.472	2.119

33 a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah , 2024

Berdasarkan table diatas terlihat bahwa nilai tolerance variabel pengetahuan wirausaha sebanyak 0,473 dengan nilai VIF 2,116, nilai tolerance variabel motivasi wirausaha 0,444 dengan nilai VIF 2,253, nilai tolerance variabel e-commerce 0,801 dengan nilai tolerance 1,248, dan terakhir nilai tolerance variabel lingkungan keluarga sebanyak 0,472 dengan nilai VIF 2,119 artinya variabel bebas dalam penelitian ini tidak saling berhubungan.

c. Uji heteroskedastisitas



Gambar 1. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu artinya tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

35
2. Analisis regresi linier berganda

Tabel 1. 2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Standardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.147	1.237		.119	.905		
	X1	.457	.075	.420	6.119	.000	.473	2.116
	X2	.178	.074	.169	2.387	.019	.444	2.253
	X3	.044	.046	.051	.966	.336	.801	1.248
	X4	.394	.077	.354	5.141	.000	.472	2.119

3
a. Dependent Variable: Y
Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan data diatas dapat diketahui persamaan regresi pada penelitian ini :

$$Y = 0,147 + 0,4457X1 + 0,178X2 + 0,044X3 + 0,394X4 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

- Konstanta (a) pada penelitian ini variabel pengetahuan wirausaha, motivasi wirausaha, e-commerce, dan lingkungan keluarga tidak mengalami perubahan maka nilai dari variabel minat berwirausaha adalah sebesar 0,147
- Koefisien regresi pada variabel pengetahuan wirausaha adalah sebesar 0,4557 artinya apabila terdapat penurunan variabel pengetahuan wirausaha sebesar 1 satuan akan menurunkan nilai variabel minat berwirausaha sebesar 0,4557
- Koefisien regresi pada variabel motivasi wirausaha adalah sebesar 0,178 artinya apabila terdapat penurunan variabel motivasi wirausaha sebesar 1 satuan akan menurunkan nilai variabel minat berwirausaha sebesar 0,178

- d) Koefisien regresi pada variabel e-commerce adalah sebesar 0,044 artinya apabila terdapat penurunan variabel e-commerce sebesar 1 satuan akan menurunkan nilai variabel minat berwirausaha sebesar 0,044
- e) Koefisien regresi pada variabel lingkungan keluarga adalah sebesar 0,394 artinya apabila terdapat penurunan variabel lingkungan keluarga sebesar 1 satuan akan menurunkan nilai variabel minat berwirausaha sebesar 0,394

31
3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 1. 3 Hasil Uji t

Model		Standardized Coefficients		Coefficients ^a		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.147	1.237		.119	.905		
	X1	.457	.075	.420	6.119	.000	.473	2.116
	X2	.178	.074	.169	2.387	.019	.444	2.253
	X3	.044	.046	.051	.966	.336	.801	1.248
	X4	.394	.077	.354	5.141	.000	.472	2.119

3 a. Dependent Variable: Y

a. Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa :

- a) Nilai signifikansi variabel pengetahuan wirausaha sebesar 0,00 dimana nilai ini lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05 sehingga variabel pengetahuan wirausaha secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha
- b) Nilai signifikansi variabel motivasi berwirausaha sebesar 0,019 dimana angka ini lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05 sehingga variabel motivasi berwirausaha secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha
- c) Nilai signifikansi variabel e-commerce sebesar 0,336 dimana angka ini lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 sehingga variabel e-commerce secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

- d) Nilai signifikansi variabel lingkungan keluarga memiliki nilai signifikansi 0,00 dimana angka ini lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05 sehingga variabel lingkungan keluarga secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

29
b. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 1. 4 Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247.725	4	61.931	82.760	.000 ^b
	Residual	87.554	117	.748		
3	Total	335.279	121			

a. Dependent Variable: Y
Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa nilai signifikansi uji F menunjukkan angka 0,00. Angka ini lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan wirausaha, motivasi wirausaha, *e-commerce*, dan lingkungan keluarga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

c. Uji determinasi

Tabel 1. 5 Hasil Uji Determinasi

17
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.860 ^a	.739	.730	.86506	2.055

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2
b. Dependent Variable: Y
Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai R square penelitian sebesar 0,739. Artinya, sebanyak 0,739 variasi minat berwirausaha pada penelitian ini dipengaruhi oleh variabel pengetahuan wirausaha, motivasi wirausaha, *e-commerce*, dan lingkungan keluarga. Sedangkan sisanya sebanyak 0,261 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh pengetahuan wirausaha terhadap minat berwirausaha

Pengetahuan merupakan salah satu tujuan utama masyarakat menempuh Pendidikan. Memperoleh pengetahuan artinya manusia mendapat berbagai informasi baru yang bermanfaat bagi kehidupannya. Seiring berkembangnya zaman, pengetahuan berwirausaha menjadi topik yang menarik untuk diajarkan di sekolah-sekolah, tak terkecuali perguruan tinggi. Dengan adanya matakuliah kewirausahaan hamper disemua perguruan tinggi dan jenjang Pendidikan dibawahnya menjadi salah satu penanda bahwa pengetahuan kewirausahaan penting untuk diajarkan kepada generasi penerus.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan didapatkan hasil nilai uji t untuk variabel pengetahuan wirausaha sebesar 0,00. Angka ini lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan wirausaha secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil analisis ini menerima pernyataan hipotesis yang pertama yakni pengetahuan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

2. Pengaruh motivasi wirausaha terhadap minat berwirausaha

Motivasi pada dasarnya menjadi penggerak setiap manusia melakukan segala sesuatu. Tanpa adanya motivasi seringkali kegiatan yang dilakukan berakhir sia-sia. Sama halnya dengan minat berwirausaha Dimana, minat ini didasari oleh satu hal yang disebut dengan motivasi berwirausaha. Perlu diketahui bahwa berwirausaha bukan merupakan sesuatu yang mudah. Akan ada banyak tantangan dan hambatan yang akan dilalui oleh seorang wirausahawan. Oleh karena itu, diperlukan adanya motivasi yang kuat untuk dapat melakukannya.

Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel motivasi wirausaha sebesar 0,019. Nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi wirausaha secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini menerima hipotesis kedua yang menyatakan bahwa motivasi wirausaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

3. Pengaruh e-commerce terhadap minat berwirausaha

Kemudahan teknologi nyatanya membawa dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam bidang ekonomi. Perkembangan teknologi mendorong munculnya berbagai platform *e-commerce* yang tidak hanya menyederhanakan suatu sistem di dalam pasar tetapi juga menjangkau seluruh wilayah tidak hanya di dalam negeri tetapi juga di luar negeri. Adanya *e-commerce* semakin mempermudah masyarakat untuk memulai bisnis yang baru karena *e-commerce* menawarkan kemudahan dan juga kemurahan baik bagi penjual maupun pembeli.

Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi variabel *e-commerce* sebesar 336, angka ini tentu lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *e-commerce* secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat wirausaha sekaligus menolak hipotesis yang ketiga.

4. Pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha

Keluarga merupakan support sistem pertama yang berpengaruh besar terhadap Keputusan dan Tindakan yang diambil seorang anak. Dalam hal membangkitkan minat berwirausaha, keluarga memiliki peran yang sama besarnya Dimana dukungan yang diberikan akan sangat berpengaruh terhadap mental mahasiswa dalam hal ini sebagai anak dalam keluarga untuk mampu menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang mungkin terjadi ketika terjun menjadi wirausahawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel lingkungan keluarga sebesar 0,00. Angka ini lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lingkungan keluarga secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hasil penelitian ini menerima hipotesis keempat yang diajukan yaitu lingkungan keluarga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, didapati hasil bahwa Pengetahuan wirausaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi UNP Kediri hal ini dibuktikan dengan hasil uji t, berdasarkan nilai signifikansi sebesar $(0,00 < 0,05)$ artinya variabel pengetahuan berwirausaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Motivasi wirausaha secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi UNP Kediri hal ini dibuktikan dengan hasil uji t, berdasarkan nilai signifikansi (0,019<0,05) artinya variabel motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha. E-commerce secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi UNP Kediri hal ini dibuktikan dengan hasil uji t berdasarkan nilai signifikansi (0,336>0,05) artinya variabel e-commerce tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Lingkungan keluarga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi UNP Kediri yang dibuktikan dengan hasil uji t, berdasarkan nilai signifikansi (0,00<0,05) artinya variabel lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Pengetahuan wirausaha, motivasi wirausaha, e-commerce, dan lingkungan keluarga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi UNP Kediri hal ini dibuktikan dengan hasil uji F, berdasarkan nilai signifikansi (0,00<0,05) artinya variabel pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, e-commerce, dan lingkungan keluarga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat peneliti berikan yaitu bagi peneliti yang ingin mengambil topik serupa alangkah lebih baik mencoba menggunakan variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini khususnya variabel yang sejenis dengan variabel e-commerce seperti penggunaan sosial media atau pengaruh iklan di media sosial. Dengan demikian dapat diketahui pengaruh media digital pada minat berwirausaha secara komprehensif. Dan bagi calon wirausaha berdasarkan penelitian ini diketahui banyak sekali faktor yang mendorong minat wirausaha seseorang, salah satunya faktor eksternal berupa lingkungan keluarga. Hal ini juga berlaku pada lingkungan pertemanan sehingga lebih baik memilih untuk berada di lingkungan sejenis untuk mendukung pengembangan minat wirausaha serta memperoleh rekan diskusi terkait rencana usaha yang akan dibangun.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, S., Rahmani, N. A. B., & Hasibuan, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim. *Journal on Education*, 5(4), 11740–11757. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2131>
- Arisanti, P., & Nafitasari, R. (2020). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat

- Berwirausaha Mahasiswa Politeknik Cahaya Surya Kediri. In *Jurnal Ekonomi Bisnis* (Vol. 6, Issue 2, pp. 208–217).
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Pengangguran Terbuka Lebih Banyak Berasal dari Lulusan Sekolah Menengah dan Kejuruan*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/21/pengangguran-terbuka-lebih-banyak-berasal-dari-lulusan-sekolah-menengah-dan-kejuruan#:~:text=Data>
Badan Pusat Statistik (BPS,dari total TPT Februrari 2023
- (BPS), B. P. S. (2023). Penduduk Indonesia Tembus 278 Juta Jiwa hingga Pertengahan 2023. *Databoks*, 2022–2023.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/13/penduduk-indonesia-tembus-278-juta-jiwa-hingga-pertengahan-2023#:~:text=Silakan login untuk mengakses informasi ini.&text=Indonesia terus mencatatkan pertumbuhan jumlah.juta jiwa pada pertengahan 2023>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harie, S., & Andayanti, W. (2020). Pengaruh Motivasi Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Intelektium*, 1(2), 107–114.
<https://doi.org/10.37010/int.v1i2.187>
- Hanung Eka Atmaja, D. M. V. (2021). Meningkatkan Minat Kewirausahaan Di Era Global Melalui E-Commerce. *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurya*, 6(1), 57–66.
<https://doi.org/10.35968/jbau.v6i1.626>
- Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Bumi Aksara.
- Jaya, H. M., & Harti. (2021). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan sikap mandiri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa universitas negeri surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1363–1369.
- Marliyah, M., Dharma, B., Yafiz, M., & Syarbaini, A. M. B. (2022). Analisis Kebutuhan Industri Keuangan Syariah Terhadap Kompetensi Luaran Pendidikan Tinggi Islam. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(2), 10.
<https://doi.org/10.30829/hf.v9i2.13625>
- Madiistriyatno & Ibrahim. (2020). *Buku 1 Berani Memulai Berwirausaha ke repository.pdf*.
- Mustofa, C. (2023). *BERWIRAUSAHA MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa*

- Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019*). Universitas Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Maizs, M. R. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Desa Permata Johar*. 1–81.
- NILA, S. (2022). *Efektivitas Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Keberlangsungan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mommys Bakery 19, 60.*
- Nisa, K., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Atribut Personal, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 84–89. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37229>
- Novita Dwi Indriyani. (2020). *pending-1699361762-YEJ-3302+(Novita).pdf.*
- Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2019). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia. *SNEB : Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, 1(1), 49–54. <https://doi.org/10.26533/sneb.v1i1.411>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.* <https://www.scribd.com/document/391327717/Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono>
- Tarmiyati. (2019). *Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Kompetensi Keahlian Administrasi Perkantoran Smk Negeri 1 Pengasih Kabupaten Kulon Progo*. 1–14.
- Wahyudi, W., Sugiarti, E., Mukrodi, M., Salam, R., & Anwar, S. (2021). Membangun Minat Berwirausaha Melalui Kegiatan Learning, Sharing & Practice. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.37481/pkmb.v1i1.214>
- Widianingrum, E. (2020). Pengaruh Efikasi Diri Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Wirausaha Siswa Smk Di Masa Pandemi Covid-19. *Point*, 2(2), 133–141. <https://doi.org/10.46918/point.v2i2.726>

Vira

ORIGINALITY REPORT

28%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.unimar-amni.ac.id Internet Source	5%
2	journal.formosapublisher.org Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	2%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
5	databoks.katadata.co.id Internet Source	1%
6	Siti Aisyah, Nur Ahmadi Bi Rahmani, Salmiah Hasibuan. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim", Journal on Education, 2023 Publication	1%
7	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%

8	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	1 %
9	ejournal.unikama.ac.id Internet Source	1 %
10	jurnal.untidar.ac.id Internet Source	1 %
11	www.researchgate.net Internet Source	1 %
12	Submitted to Universitas Warmadewa Student Paper	1 %
13	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	<1 %
14	www.journal.yrpiiku.com Internet Source	<1 %
15	Misbakhul Arrezqi, Bagus Yuniyanto Wibowo, Nanang Adie Setyawan. "The Influence of Entrepreneurial Mindset, Social Environment and Social Media on Entrepreneurial Interest of Semarang State Polytechnic Students", Jurnal Sains Sosio Humaniora, 2022 Publication	<1 %
16	www.journal.poltekanika.ac.id Internet Source	<1 %

17	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	<1 %
18	eprints.pancabudi.ac.id Internet Source	<1 %
19	Submitted to Universitas Muhammadiyah Buton Student Paper	<1 %
20	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
21	Submitted to Universitas Negeri Semarang - iTh Student Paper	<1 %
22	adoc.pub Internet Source	<1 %
23	etd.umy.ac.id Internet Source	<1 %
24	Vira Damayanti, Amir Hidayatulloh. "Anteseden Self Efficacy dan Dampaknya pada Minat Berwirausaha", Owner (Riset dan Jurnal Akuntansi), 2020 Publication	<1 %
25	journal.arimbi.or.id Internet Source	<1 %
26	jurnal.arkainstitute.co.id Internet Source	<1 %

27	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
28	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
29	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
30	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	<1 %
31	dspace.umkt.ac.id Internet Source	<1 %
32	journal.uniga.ac.id Internet Source	<1 %
33	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper	<1 %
34	www.vdu.lt Internet Source	<1 %
35	Submitted to Universitas Islam Lamongan Student Paper	<1 %
36	ejournal.unib.ac.id Internet Source	<1 %
37	www.owner.polgan.ac.id Internet Source	<1 %
38	digilib.uns.ac.id Internet Source	<1 %

39	journal3.um.ac.id Internet Source	<1 %
40	repositori.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
41	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
42	Aris Susanto. "PENGARUH MEREK, DESAIN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERSEBAYA STORE GRESIK", Jurnal Riset Entrepreneurship, 2019 Publication	<1 %
43	Muhammad Baharudin Mahfudz, Nurhadi Nurhadi. "Pengaruh Indeks DJIA, Harga Minyak Dunia, Tingkat Inflasi, dan Nilai Tukar Rupiah terhadap ISSI", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2021 Publication	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Vira

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16
