



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 2088-2099

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan *E-Commerce* dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Andalas Payakumbuh

Winny Marlina^{1✉}, Suryatman Desri², Amelia Pujaningsih³, Anke Dwi Zulian Arrafqu⁴,

Dola Oktavia Ryana⁵, Sri Mega⁶

Universitas Andalas

Email: winnyalnamarlina@eb.unand.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengetahuan kewirausahaan dan *E-Commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Andalas Kampus Payakumbuh, penelitian ini dilakukan di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh selama satu bulan yaitu bulan november 2023, penelitian ini menggunakan metode survei kuesioner dengan populasi yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Andalas Kampus Payakumbuh. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *random sampling* yang berjumlah 100 responden. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Selain itu, terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan pengetahuan kewirausahaan dan *E-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Andalas Kampus Payakumbuh.

Kata Kunci: *Pengetahuan Kewirausahaan, E-Commerce, Minat Berwirausaha*

Abstrack

This research aims to find out whether knowledge of entrepreneurship and E-Commerce influences the entrepreneurial interest of students at Andalas University, Payakumbuh Campus. This research was conducted at Andalas University, Payakumbuh Campus, for one month, namely November 2023. This research used a questionnaire survey method with the population used being students. Andalas University Payakumbuh Campus. The sampling technique used was a random sampling technique with a total of 100 respondents. The analysis technique in this research uses multiple linear regression. The results of this research show that knowledge of entrepreneurship and E-commerce has a positive and significant effect on interest in entrepreneurship. Apart from that, there is a simultaneous positive and significant influence of entrepreneurial knowledge and E-commerce on the entrepreneurial interest of students at Andalas University, Payakumbuh Campus.

Keyword: *Entrepreneurial Knowledge, E-Commerce, Entrepreneurial Interest*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk terbesar didunia berada pada urutan ke – 4 dengan jumlah penduduk 277,7 juta jiwa (*worlometers*). Jumlah tersebut bisa saja membawa hal positif namun juga bisa menjadi hal negatif bagi negara indonesia. Semakin banyak jumlah penduduk maka akan semakin banyak juga jumlah usia produktif yang tidak menutup kemungkinan akan terjadi masalah ketenagakerjaan seperti bertambahnya jumlah pengangguran.

Berdasarkan penelitian oleh Panjawa dan Soebagiyo (2014) menyatakan bahwa jumlah penduduk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengangguran. Menurut data Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Agustus 2023 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah angkatan kerja Indonesia pada tahun 2023 adalah sebanyak 147,71 juta orang. Jumlah ini meningkat sebesar 3,99 juta orang atau 2,81 persen dibandingkan dengan jumlah angkatan kerja pada Agustus 2022 yang tercatat sebanyak 143,72 juta orang. Dari jumlah angkatan kerja tersebut, sebanyak 144,72 juta orang atau 97,88 persen bekerja, sedangkan sisanya sebanyak 2,99 juta orang atau 2,12 persen menganggur. Tingkat pengangguran terbuka (TPT) pada Agustus 2023 tercatat sebesar 5,32 persen, turun 0,10 persen poin dibandingkan dengan TPT pada Agustus 2022 yang tercatat sebesar 5,42 persen.

Penurunan tingkat pengangguran terbuka ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain yaitu Peningkatan pertumbuhan ekonomi, Peningkatan investasi, Peningkatan penyerapan tenaga kerja di sektor informal. Peningkatan pertumbuhan ekonomi dan investasi akan mendorong peningkatan permintaan tenaga kerja. Selain itu, peningkatan

penyerapan tenaga kerja di sektor informal juga turut berkontribusi dalam menurunkan tingkat pengangguran terbuka. Berdasarkan data Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Agustus 2023 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat pengangguran terbuka (TPT) untuk lulusan SD di Indonesia pada tahun 2023 adalah sebesar 3,59 persen. Angka ini lebih rendah dibandingkan dengan TPT untuk lulusan diploma yang tercatat sebesar 4,59 persen. Padahal dengan jenjang pendidikan yang tinggi diharapkan dapat meningkatkan peluang untuk mendapatkan pekerjaan (Suhendra & Wicaksono, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Arta dan Sudibia (2018) menunjukkan bahwa penyebabnya adalah kurang selarasnya antara perencanaan pendidikan dan juga lapangan pekerjaan yang ada serta semakin tinggi tingkat pendidikan angkatan kerja maka semakin tinggi pula aspirasinya untuk memperoleh posisi atau kesempatan kerja yang lebih sesuai.

Melihat kenyataan bahwa lapangan kerja yang ada tidak memungkinkan untuk menerima semua lulusan perguruan tinggi di Indonesia, para lulusan perguruan tinggi sebaiknya mulai memilih berwirausaha sebagai pilihan karirnya (Atmaja & Margunani, 2016). Di era digital saat ini, berwirausaha tidak perlu bertemu secara langsung dengan pelanggan tetapi dapat dilakukan secara *online* melalui *E-Commerce*. Berdasarkan data dari iPrice Group, jumlah pengguna e-commerce di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 75,4 juta orang. Jumlah ini meningkat sebesar 22,4% dibandingkan dengan jumlah pengguna *E-commerce* pada tahun 2022 yang tercatat sebanyak 61,3 juta orang. Dari jumlah pengguna *E-commerce* tersebut, sebanyak 55,3 juta orang atau 73,2% adalah pengguna aktif. Pengguna aktif adalah pengguna yang telah melakukan transaksi di *E-commerce* setidaknya sekali dalam 3 bulan terakhir.

Pihak perguruan tinggi bertanggung jawab dalam mendidik mahasiswanya dan memberikan motivasi agar mereka berani untuk berwirausaha (Retno, 2013). Upaya Perguruan Tinggi untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa dilakukan dengan memberikan pengetahuan tentang kewirausahaan melalui mata kuliah kewirausahaan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas kampus payakumbuh adalah salah satu fakultas yang terdiri dari mahasiswa program studi ekonomi pembangunan dan manajemen yang terdapat salah satu mata kuliah wajib yaitu kewirausahaan. Meskipun merupakan suatu mata kuliah wajib masih kurangnya minat berwirausaha yang ada pada mahasiswa universitas andalas payakumbuh dengan salah satu faktor pendorong adalah kurangnya pengetahuan padahal mereka sudah mengikuti mata kuliah kewirausahaan tersebut sebanyak 3 SKS namun pembekalan pada mata kuliah itu saja belum cukup untuk meningkatkan minat berwirausaha.

Sedangkan mahasiswa yang memiliki minat dalam berwirausaha namun ada juga sebagian dari mereka belum menggunakan *E-commerce* untuk berwirausaha padahal seperti yang diketahui *E-commerce* merupakan suatu cara untuk meningkatkan penjualan dalam berwirausaha. Namun ada juga yang telah menggunakan Ecommerce dalam berwirausaha untuk mempermudah transaksi jual beli. Lembaga riset Merchant Machine yang berasal dari Inggris telah merilis daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan *E-Commerce* tercepat di dunia. Indonesia memimpin negara-negara tersebut dengan tingkat pertumbuhan 23.1% pada tahun 2022. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang melebihi 100 juta pengguna menjadi salah satu pendorong pertumbuhan *E-Commerce* (Widowati, 2019). Menjadi negara dengan pertumbuhan *E-Commerce* tercepat menjadi peluang baik untuk dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk berwirausaha. Namun, masih sulit bagi anak muda untuk memanfaatkan peluang di dunia digital saat ini karena belum mempertimbangkan untuk menjadi wirausaha (Nugraha & Wahyuhastuti, 2017).

Dari permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas Payakumbuh. Hal ini diharapkan agar mahasiswa memiliki minat berwirausaha sehingga dapat memiliki usaha sendiri sekaligus menciptakan lapangan kerja untuk orang lain agar membantu mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan selama satu bulan yaitu di bulan November 2023. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh karena di Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan salah satu fakultas yang memiliki mata kuliah kewirausahaan. Berdasarkan survei awal terdapat beberapa point permasalahan mengenai minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Andalas Payakumbuh diantaranya yaitu kurangnya pengetahuan kewirausahaan dan kurangnya penggunaan Ecommerce dalam berwirausaha. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Andalas Payakumbuh. Berdasarkan data dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas diketahui jumlah mahasiswa aktif strata 1 tahun ajaran 2023 / 2024 sebanyak 566 orang. Pada penelitian ini untuk menentukan sampel dari suatu populasi menggunakan teknik *purposive sampling* Berdasarkan rule of thumb, ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah cukup memadai untuk penelitian secara umum (Hermawan & Yusran, 2017). Maka sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang

digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei menggunakan kuesioner dengan teknik pengukuran data skala likert. Kuesioner dibuat menggunakan google form dan disebarakan secara online melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji signifikansi simultan (uji F), uji signifikan parsial (uji t), dan koefisien determinasi. Pengolahan data dapat dilakukan dengan menggunakan Stata 14.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan Sitinjak dkk (2004) uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen/kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel melalui tahapan analisis. Instrumen diuji cobakan kepada 100 mahasiswa Universitas Andalas Kampus Payakumbuh dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	R hitung	R tabel (5%)	Keterangan
Minat Berwirausaha (Y)	Saya memiliki minat yang besar dalam dunia kewirausahaan	0.7674	0.1966	Valid
	Saya memiliki minat dalam pekerjaan di sektor swasta, seperti kegiatan perdagangan dan kerajinan.	0.6915	0.1966	Valid
	Saya sedang berupaya untuk mencari penghasilan mandiri.	0.7575	0.1966	Valid
	Saya merasa tertarik dengan pekerjaan yang menantang dan menghadirkan tantangan	0.6165	0.1966	Valid
	Saya berminat untuk memulai usaha sendiri.	0.8504	0.1966	Valid
	Saya telah memikirkan kemungkinan untuk memulai bisnis sendiri	0.8003	0.1966	Valid
	Saya bersedia untuk memulai bisnis sendiri.	0.7990	0.1966	Valid
	Pencapaian profesional yang saya tuju adalah menjadi seorang wirausaha.	0.8145	0.1966	Valid
	Saya akan berupaya sebaik mungkin untuk memulai dan mengelola bisnis sendiri.	0.8518	0.1966	Valid
	Saya memiliki tekad kuat untuk memulai bisnis pada suatu waktu di masa depan	0.8372	0.1966	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan(X1)	Saya memahami kegiatan yang dilakukan oleh seorang pengusaha	0.8441	0.1966	Valid

	Saya memahami kegiatan dalam organisasi bisnis yang akan saya jalankan.	0.8527	0.1966	Valid
	Saya memiliki pengetahuan tentang bagaimana cara memperoleh pinjaman dan bantuan untuk memulai bisnis..	0.7869	0.1966	Valid
	Saya memiliki pemahaman yang memadai tentang persyaratan hukum yang diperlukan untuk memulai bisnis	0.8513	0.1966	Valid
	Saya mengetahui bagaimana cara menemukan sumber daya, seperti keuangan, untuk mendirikan bisnis	0.8490	0.1966	Valid
	Saya memiliki pengetahuan yang memadai untuk mengelola bisnis..	0.9051	0.1966	Valid
	Saya memiliki pengetahuan yang mendalam dalam hal pemasaran produk atau jasa	0.8276	0.1966	Valid
	Saya memiliki pemahaman yang memadai dalam mengkomersialkan ide bisnis	0.8356	0.1966	Valid
	Saya memiliki pemahaman yang memadai dalam mengelola bisnis..	0.8564	0.1966	Valid
E-Commerce (X2)	Saya merasa nyaman menggunakan platform E-Commerce sebagai dukungan untuk bisnis penjualan langsung saya	0.8370	0.1966	Valid
	Saya merasa bahwa saya dapat dengan mudah meningkatkan keterampilan saya dalam menggunakan E-Commerce untuk mendukung bisnis penjualan langsung saya.	0.8350	0.1966	Valid
	Saya berencana untuk mengandalkan E-Commerce sebagai pendukung utama dalam bisnis penjualan langsung saya	0.8104	0.1966	Valid
	Saya menyadari bahwa E-Commerce akan menjadi alat yang berguna dalam mendukung bisnis penjualan langsung saya	0.9154	0.1966	Valid
	Saya berencana menggunakan E-Commerce sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan pelanggan atau klien dalam konteks penjualan langsung	0.8950	0.1966	Valid
	Saya berencana menggunakan E-Commerce untuk mempelajari strategi meningkatkan bisnis penjualan langsung saya.	0.8432	0.1966	Valid
	Saya berencana menggunakan E-Commerce	0.9046	0.1966	Valid

untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan mengenai produk dalam penjualan langsung saya.

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 1, nilai r hitung dari setiap item pertanyaan pada ketiga variable memiliki hasil lebih besar dari r table yaitu sebesar 0.1966, maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dari ketiga variable yaitu minat berwirausaha (Y), pengetahuan kewirausahaan (X1), dan E-Commerce (X2) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban atas pernyataan tersebut konsisten (Yuandari & Rahman, 2017). Setelah uji coba tiap butir pernyataan dinyatakan valid kepada 100 responden, maka selanjutnya menghitung reliabilitas dari instrumen variabel minat berwirausaha (Y), pengetahuan kewirausahaan (X1), dan E-Commerce (X2) dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Minat Berwirausaha (Y)	0.9275
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0.9493
E-Commerce (X2)	0.9416

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan table 2 hasil perhitungan pada ketiga variable yang memiliki cronbach's alpha diatas 0.60. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi variable adalah reliabilitas (Yadewani & Wijaya, 2017). Maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dari variabel minat berwirausaha (Y), pengetahuan kewirausahaan (X1), dan E-Commerce (X2) dinyatakan reliabilitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Purnomo, 2016). Berikut merupakan hasil perhitungan uji regresi linier berganda pada tiap variable independen terhadap variable dependen:

Tabel 3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

minatberwirausaha	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
pengetahuankewirausahaanx1	.2690096	.0964714	2.79	0.006	.0775407	.4604786
ecommercex2	.7007624	.1215014	5.77	0.000	.4596158	.941909
_cons	13.93746	2.671403	5.22	0.000	8.635463	19.23946

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan table 3 dapat dibuat model regresi linear berganda yaitu $Y = 13.93746 + 0.2690096 \text{ pengetahuan kewirausahaan}X1 + 0.7007624 \text{ Ecommerce}X2$. Hal ini berarti jika pengetahuan kewirausahaan (X1) dan Ecommerce (X2) nilainya 0 atau tidak ada kenaikan atau penurunan, maka nilai minat berwirausaha (Y) bernilai 13.93746. Nilai koefisien X1 sebesar 0.2690096 yang berarti apabila pengetahuan kewirausahaan naik 1 poin, maka minat berwirausaha akan naik sebesar 0.2690096 dengan asumsi variabel lain tetap. Dan koefisien x1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat pengetahuan kewirausahaan, maka semakin meningkat pula minat berwirausaha. Sedangkan nilai koefisien X2 sebesar 0.7007624 yang berarti apabila Ecommerce(X2) meningkat 1 point maka minat berwirausaha akan meningkat sebesar 0.7007624 dengan asumsi variabel lain tetap koefisien X2 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara Ecommerce dengan minat berwirausaha. Hal ini menjelaskan bahwa semakin meningkat penggunaan Ecommerce maka semakin meningkat juga minat berwirausaha.

Uji Hipotesis

Uji signifikansi parsial (Uji t)

Uji t merupakan uji signifikansi parameter individual. Nilai statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependennya (Purwanto & Sulistyastuti, 2018). Uji ini dapat dilakukan kriteria yaitu jika nilai t hitung > t tabel atau angka signifikansi < 0,05 maka artinya bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Uji signifikansi parsial (Uji t)

minatberwirausaha	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
pengetahuankewirausahaanx1	.2690096	.0964714	2.79	0.006	.0775407	.4604786
ecommercex2	.7007624	.1215014	5.77	0.000	.4596158	.941909
_cons	13.93746	2.671403	5.22	0.000	8.635463	19.23946

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4 uji signifikan parsial (Uji t) diketahui bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) memiliki nilai $P > |t|$ sebesar $0.006 < 0.05$ sehingga diketahui variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat kewirausahaan. dan nilai $P > |t|$ variable Ecommerce (X2) sebesar $0.000 < 0.05$ maka di ketahui bahwa Ecommerce berpengaruh positif terhadap minat kewirausahaan.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan (Uji F) memiliki tujuan untuk menentukan apakah variable bebas memiliki pengaruh bersama sama (secra simultan) terhadap variable terikat (priyatna, 2020). Pengujian ini dapat dilakukan dengan mengacu pada kriteria tertentu yakni apabila nilai F hitung $>$ F table atau nilai signifikansi $<$ 0.05. maka dapat disimpulkan bahwa variable independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen.

Tabel 5. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	100
Model	2542.92294	2	1271.46147	F(2, 97)	=	56.35
Residual	2188.83706	97	22.5653305	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.5374
				Adj R-squared	=	0.5279
Total	4731.76	99	47.7955556	Root MSE	=	4.7503

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan table 5 diketahui nilai prob $>$ F sebesar 0.000 yang berarti kecil dari 0.05. maka dapat disimpulkan variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) dan Ecommerce secara simultan atau bersama sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y).

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada prinsipnya mengukur seberapa besar kemampuan model menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil perhitungan koefisien determinasi pada tiap variable independen terhadap variable dependen:

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	100
Model	2542.92294	2	1271.46147	F(2, 97)	=	56.35
Residual	2188.83706	97	22.5653305	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.5374
				Adj R-squared	=	0.5279
Total	4731.76	99	47.7955556	Root MSE	=	4.7503

Sumber : Data diolah peneliti

Dari table 6 diketahui nilai R-square sebesar 0.5374 artinya variabel minat

berwirausaha (Y) dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) dan Ecommerce (X2) sebesar 53,74 % dan sisanya 46,26% dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi ini.

Pembahasan

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha secara parsial pada 100 responden, yang merupakan mahasiswa dari Universitas Andalas kampus Payakumbuh dan telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Hal ini terbukti melalui uji signifikan parsial (uji t) yang menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$, sehingga hipotesis H_a dapat diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan analisis perhitungan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat dampak positif dan signifikan dari variabel *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha secara sebagian pada 100 responden, yang merupakan mahasiswa dari Universitas Andalas di kampus Payakumbuh dan telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Pendapat ini diperkuat oleh uji signifikan parsial (uji t), di mana nilai signifikan yang ditemukan adalah $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis H_a dapat diterima.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha

Dengan merujuk pada hasil perhitungan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat dampak positif dan signifikan dari variabel pengetahuan kewirausahaan dan *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha secara bersamaan pada 100 responden, yang merupakan mahasiswa Universitas Andalas kampus Payakumbuh dan telah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Fakta ini teruji melalui uji signifikan simultan (uji F), yang menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis H_a dapat diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pengetahuan kewirausahaan dan *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi positif dan signifikan antara pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha mahasiswa Universitas Andalas kampus Payakumbuh. Tingkat pengetahuan kewirausahaan yang tinggi dikaitkan dengan peningkatan minat berwirausaha. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa di kampus tersebut. Tingkat keterlibatan yang tinggi dalam *E-Commerce* juga berkorelasi dengan peningkatan minat berwirausaha. Lebih lanjut, penelitian mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan kewirausahaan dan *E-Commerce* dengan minat berwirausaha mahasiswa Universitas Andalas kampus Payakumbuh. Tingkat pengetahuan yang tinggi dalam kewirausahaan dan *E-Commerce* secara bersamaan dapat meningkatkan minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

2EM19690. Diakses tanggal 10 Desember 2023 dari

<https://ejournal.uajy.ac.id/11383/3/2EM19690.pdf>

Arta, F., & Sudibia, I. ketut. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengangguran terdidik /kota Bali. E-Jurnal EP Unud, 7(10), 2190–2218.

Atmaja, A. T., & Margunani, M. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Aktivitas Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Economic Education Analysis Journal*, 5(3), 774.

Bab II. Diakses tanggal 10 Desember 2023 dari

<https://eprints.uny.ac.id/68654/3/BAB%20II.pdf>

Bab III. Diakses tanggal 10 Desember 2023 dari <https://repository.uin>

<suska.ac.id/2782/4/BAB%20III.pdf>

Ekonomi Terhadap Pengangguran Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi-Qu*, 6(1), 1 – 17.

<https://doi.org/10.35448/jequ.v6i1.4143>

Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif. Kencana.

Nugraha, A. E. P., & Wahyuhastuti, N. (2017). Start up digital business: sebagai solusi penggerak wirausaha muda. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 2(1), 1–9.

Panjawa, J., & Soebagiyo, D. (2014). Efek Peningkatan Upah Minimum Terhadap Tingkat Pengangguran. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 15(1), 48 – 54.

<https://doi.org/10.18196/jesp.15.1.1283>

- Priyatna, S. E. (2020). Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS. Yayasan Kita Menulis.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS. CV. WADE GROUP bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2018). Metode penelitian kuantitatif: Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial.
- Retno, K. (2013). Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Jupe UNS*, 2(1), 95–106.
- Sitinjak, T., Durianto, D., & YUNARTO, H. I. (2004). Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value. PT Gramedia.
- Suhendra, I., & Wicaksono, B. H. (2020). Tingkat Pendidikan, Upah, Inflasi, Dan Pertumbuhan
- Veronika, K., Yohana, C., & Fidhyallah, N. F. (2021). Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan E-Commerce dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2(1), 309-324.
- Widowati, H. (2019). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia.<https://databoks.katadata.co.id/>.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>
- Yuandari, E., & Rahman, R. T. A. (2017). Metodologi Penelitian dan Statistik. IN MEDIA.