

MEMBANGUN MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DENGAN PENGARUH FAKTOR E-COMMERCE, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN GENDER

M. Trihudiyatmanto

Prodi Manajemen FE UNSIQ Jawa Tengah di Wonosobo

Email: trihudiyatmanto@unsiq.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 18 April 2019

Disetujui : 30 Mei 2019

Kata Kunci :

e-commerce, pengetahuan kewirausahaan, *gender*, minat mahasiswa berwirausaha.

ABSTRAK

Guna mengetahui pengaruh *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan *gender* terhadap minat mahasiswa FE UNSIQ untuk berwirausaha, maka dilakukanlah penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan di FE UNSIQ, menggunakan metode survei dengan teknik kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer yang didapat dengan cara menyebar kuesioner secara langsung kepada 142 responden dengan teknik *purposive sampling*. Dan Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini membuktikan *e-commerce* mempunyai pengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha, *gender* tidak mempunyai pengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha.

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel :

Received : April 18, 2019

Accepted : May 30, 2019

Key words:

e-commerce, entrepreneurial knowledge, *gender*, student interest in entrepreneurship

ABSTRACT

In order to know the influence of e-commerce, entrepreneurial knowledge and gender on the interest of UNSIQ FE students for entrepreneurship, this study was conducted.

This research was conducted at the UNSIQ FE, using survey methods with questionnaire techniques. The data used are primary data obtained by distributing questionnaires directly to 142 respondents with purposive sampling technique. And data analysis using multiple linear regression.

The results of this study prove that e-commerce has a positive influence on student interest in entrepreneurship, entrepreneurial knowledge has a positive influence on student interest in entrepreneurship, gender has no influence on student interest in entrepreneurship.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kurang minatnya mahasiswa terhadap dunia usaha dan berwirausaha bagi kalangan lulusan perguruan tinggi sangat disayangkan (Rento dan Trisnadi, 2012). Telah banyak dilakukan cara untuk dapat memupuk jiwa kewirausahaan tersebut, yang paling utama dengan merubah *mindset* setiap anak muda apabila kelak setelah sekolah atau kuliah selesai, mereka yang selama ini berminat hanya sebagai pencari kerja (*job seeker*) untuk terjun ke dunia usaha (Qurnain, 2015). Penjelasan tersebut diatas menjadi tantangan tersendiri bagi pihak sekolah dan perguruan tinggi sebagai sebuah lembaga yang berperan menjadi penghasil lulusan. Para lulusan sekolah dan perguruan tinggi masih enggan terjun langsung untuk menjadi wirausahawan.

Menurut (Ayu Anggi Pramiswari and Bagus Dharmadiaksa, 2017) perkembangan teknologi informasi belakangan ini sangat membantu perjalanan usaha para wirausaha, teknologi informasi memberikan informasi secara cepat, tepat dan akurat sehingga memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Salah satu bentuk teknologi informasi yang sedang berkembang saat ini bisnis melalui sistem elektronik seperti internet, televisi atau jaringan komputer (*e-commerce*) adalah pembelian, penjualan, penyebaran, pemasaran barang dan jasa.

Menurut (Latifah and Nurmalasari, 2013) kurikulum kewirausahaan telah dimasukkan menjadi mata kuliah wajib yang harus ditempuh oleh semua mahasiswa di semua perguruan tinggi di Indonesia. Tidak hanya memberikan landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan, diharapkan Pendidikan kewirausahaan juga membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir (*mindset*) yang diperlukan untuk menjadi seorang wirausahaan (*entrepreneur*). Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat wirausaha adalah *gender*. Menurut Emil (2014) *gender* adalah persoalan yang sangat kompleks, banyak faktor yang memengaruhi perbedaan tersebut (biologis, lingkungan, kebudayaan, kekuasaan, status ekonomi). Menurut Alma (2010) dalam (Sumadi and Sulistyawati, 2017) karakteristik seorang wirausaha yang ideal adalah dalam situasi apapun, dikeadaan darurat

bagaimanapun, tetap mampu berdiri sendiri diatas kemampuan sendiri, bahkan bisa menolong dirinya keluar dari kesulitan, termasuk mengatasi kemiskinan tanpa bantuan siapapun. Permasalahan yang menjadi bahasan dalam penelitian ini adalah masih rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa FE UNSIQ. Menurut (Ayu Anggi Pramiswari and Bagus Dharmadiaksa, 2017) mayoritas mahasiswa memilih profesi jurusan yang sesuai bidangnya dari pada memulai usaha.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka ditemukanlah permasalahan kurang minatnya mahasiswa untuk berwirausaha. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurang minatnya mahasiswa berwirausaha adalah *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan *gender*.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah penelitian diatas, maka dibuat pertanyaan untuk penelitian ini sebagai berikut:

- Apakah terdapat pengaruh positif *e-commerce* terhadap minat mahasiswa berwirausaha?
- Apakah terdapat pengaruh positif pengetahuan kewirausahaan terhadap minat mahasiswa berwirausaha?
- Apakah terdapat pengaruh *gender* terhadap minat mahasiswa berwirausaha?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- Untuk membuktikan pengaruh *e-commerce* terhadap minat Berwirausaha.
- Untuk membuktikan pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat Berwirausaha.
- Untuk membuktikan pengaruh *gender* terhadap minat Berwirausaha.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha dalam penelitian (Yadewani and Wijaya, 2017) dikenal dengan beberapa istilah lain yaitu, motivasi berwirausaha, niat berwirausaha dan intensi kewirausahaan. Minat adalah perasaan tertarik yang berkaitan dengan sesuatu hal. Definisi lain mengenai minat adalah kecenderungan untuk melihat dan mencari obyek tertentu.

Tarmudji, 2006 dalam (Latifah and Nurmalasari, 2013).

Dari penelitian terdahulu maka minat berwirausaha adalah ketertarikan dalam hati atau kecenderungan dalam diri seseorang membuat suatu usaha dan mengatur, mengorganisir sampai dengan berani menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang dibuatnya sendiri. Berarti bahwa munculnya suatu kegiatan bisnis dapat berasal dari keinginan seseorang untuk berwirausaha (Ayu Anggi Pramiswari and Bagus Dharmadiaksa, 2017).

2.1.1. *E-Commerce*

Dalam (Yadewani and Wijaya, 2017) *e-commerce (electronik commerce)* adalah transaksi perdagangan dengan menggunakan alat elektronik seperti telepon dan internet. *E-commerce* merupakan bisnis elektronik ke seluruh jaringan bisnis dunia, meliputi seluruh proses dari pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan dan pengembangan, tidak hanya membeli dan menjual secara online. Sistem *e-commerce* bergantung pada sumber daya internet dan teknologi informasi lainnya.

Dari beberapa definisi dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan sistem dan cara yang dapat digunakan untuk proses transaksi jual beli dengan menggunakan alat elektronik, khususnya telepon dan internet. Siapapun yang ada jaringan untuk mengakses internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *e-commerce* secara *online* dari setiap sudut penjuru dunia.

2.1.2. Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut (Wahyu Pril Ranto, 2016) Melalui Pendidikan tentang kewirausahaan mahasiswa dapat terbentuk (*mindset*) pola pikir, sikap, dan perilaku untuk menjadi seorang wirausahawan (*entrepreneur*) sehingga dapat mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir.

Merujuk pada penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir, sikap dan perilaku mahasiswa untuk tertarik menjadi seorang wirausaha (*enterpreneur*) yang dilakukan secara sadar agar mempunyai sikap, semangat, perilaku, juga kemampuannya sehingga dapat mengarahkan mereka untuk memilih karier menjadi seorang wirausaha setelah lulus studinya.

2.1.3. *Gender*

Menurut (Rokhmansyah, 2016) konsep *gender* adalah suatu sikap yang melekat pada laki-laki maupun perempuan secara sosial maupun kultural. Perubahan karakteristik *gender* pada laki-laki maupun perempuan dapat terjadi dari waktu ke waktu, dari tempat ke tempat lain, bahkan dari kelas ke kelas lain pada masyarakat yang berbeda.

Menurut pendapat dari (Patriana, 2007) ada perbedaan signifikan dalam niat mahasiswa untuk berwirausaha antara laki-laki dan perempuan, dimana laki-laki cenderung memilih kewirausahaan untuk sampai pada tujuan masa depannya.

2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pemodelan

Dalam penelitian ini digunakan dua variabel, yaitu variabel independent yang meliputi *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan, *gender* dan variabel dependent yaitu minat berwirausaha.

2.2.1. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha

Pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi, sehingga secara signifikan merubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungan sekitarnya, yang dalam hal ini terkait dengan perdagangan. (Mantri, 2007)

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka ketika seseorang mempunyai pengetahuan tentang manfaat *e-commerce* dapat meningkatkan minat mereka untuk menjalankan usaha. Sehingga dapat kita rumuskan hipotesis sebagai berikut:
H1 : *E-commerce* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha.

2.2.2. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Pengetahuan kewirausahaan dapat mengarahkan para mahasiswa untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karier mereka setelah lulus. Dengan pendidikan kewirausahaan dapat terbentuk pola pikir (*mindset*), sikap dan perilaku mereka untuk menjadi seorang wirausahawan (*enterpreneur*) (Latifah and Nurmalasari, 2013). Penelitian yang telah dilakukan oleh (Eka Aprilianty, 2012) membuktikan bahwa pengetahuan

kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Dari uraian sebelumnya, maka ketika seseorang mengetahui dan memahami tentang pengetahuan berwirausaha, hal itu dapat menumbuhkan minat mereka untuk menjalankan sebuah usaha. Sehingga dapat kita rumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2 : Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha.

2.2.3. Pengaruh Gender Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha.

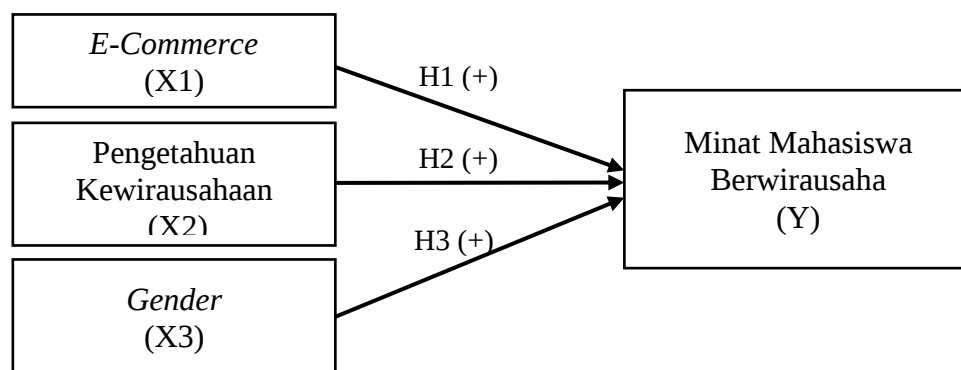
Menurut (Indah Yunilasari, 2016) *gender* sebagai perbedaan status peran antara laki-laki dan perempuan yang dibentuk oleh masyarakat sesuai dengan nilai budaya yang berlaku pada periode tertentu. Menurut pendapat dari (Patriana, 2007) ada perbedaan

signifikan dalam niat mahasiswa untuk berwirausaha antara laki-laki dan perempuan, dimana laki-laki cenderung memilih kewirausahaan untuk sampai pada tujuan masa depannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Barlin, 2011) membuktikan bahwa *gender* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Dari uraian diatas, maka ketika perempuan dan laki-laki mempunyai pandangan dan pola pikir yang berbeda tentang tujuan memulai berwirausaha hal itu dapat membedakan tingkat minat mereka untuk menjalankan sebuah usaha. Sehingga dapat kita rumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3: *Gender* berpengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha.

Berdasarkan uraian sebelumnya, dibuatlah model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kasualitas, dimana penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan *gender* terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha (studi khusus pada mahasiswa FE UNSIQ Jawa Tengah di Wonosobo).

Sedangkan metode yang digunakan menggunakan metode survey. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu, penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan quesioner, test, wawancara terstruktur (Sugiyono, 2015).

3.2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015).

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FE UNSIQ Jawa Tengah di Wonosobo yang berjumlah 963 mahasiswa. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu sample yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2015). Kriterianya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah menempuh mata kuliah Kewirausahaan yaitu semester 9 dengan jumlah mahasiswa 142. Karena di dalam mata kuliah Kewirausahaan mahasiswa telah mempelajari lebih dalam mengenai tata cara

kewirausahaan sehingga mengetahui seluk beluk berwirausaha.

Statistik deskripsi digunakan untuk memberikan gambaran tentang demografi responden yang ikut berperan dalam penelitian, yang meliputi jenis kelamin.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Statistik Deskriptif

4.1.1. Gambaran Umum Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	38	26.8	26.8	26.8
Perempuan	104	73.2	73.2	100.0
Total	142	100.0	100.0	

Dari tabel tersebut diatas dapat dilihat gambaran umum jenis kelamin responden. Dari 142 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, terdapat 38 responden laki-laki, dan 104 responden perempuan. Prosentase

responden laki-laki sebanyak 26,8%, sedangkan responden perempuan sebanyak 73,2%. Artinya responden perempuan lebih dominan dalam penelitian ini.

4.1.2. Analisis Deskriptif Variabel

Tabel 2. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian

Variabel	Std. Deviation	Kisaran Aktual	Rata-rata Aktual	Kisaran Teoritis	Rata-rata teoritis
Minat Berwirausaha	3,090	7-24	19,90	6-24	15
<i>E-Commerce</i>	2,676	6-20	16,21	5-20	12,5
Pengetahuan Kewirausahaan	2,415	4-16	13,78	4-16	10

Dari tabel diatas dapat diketahui informasi tentang standar deviasi, kisaran serta rata-rata teoritis masing-masing pertanyaan dan rata-rata serta kisaran aktual jawaban masing-masing responden.

4.1 Pengujian Kualitas Data

Sebelum dilakukan pengolahan data, maka data perlu diuji kebenaran dan keandalannya. Pengujian dilakukan dengan uji validitas dan reabilitas Sugiyono 2015 dalam (Purwanto and Trihudiyatmanto, 2018)

4.3.1 Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Kisaran Korelasi	Signifikasi	Keterangan
Minat Berwirausaha	0,612** - 0,748**	0,000	Valid
<i>E-Commerce</i>	0,703** - 0,824**	0,000	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan	0,829** - 0,886**	0,000	Valid

Dari tabel diatas terlihat bahwa pertanyaan - pertanyaan tentang pengetahuan kewirausahaan yang mengukur variabel

pengetahuan kewirausahaan dapat dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha Based On Standarized Item</i>	Tanda	Batas	Keterangan
Minat Berwirausaha	0,794	>	0,6	Reliabel
<i>E-Commerce</i>	0,822	>	0,6	Reliabel
Pengetahuan Kewirausahaan	0,876	>	0,6	Reliabel

Secara keseluruhan uji reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang memuaskan. Hal ini terlihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari nilai batas bawah *Cronbach's Alpha* 0,6.

Sehingga seluruh pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel minat berwirausaha, *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dinyatakan reliabel.

4.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Uji Normalitas

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		142
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.92273886
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.045
	Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z		.644
Asymp. Sig. (2-tailed)		.802

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel diatas terlihat bahwa hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorof-Smirnof Test* memiliki probabilitas dengan tingkat signifikansi diatas

batas minimal $\alpha = 0,05$ yaitu 0,802. Hal ini berarti model regresi terdapat variabel residual yang terdistribusi normal.

4.2.2 Uji Multikolonieritas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolonieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.132	1.180		2.654	.009		
TE	.200	.086	.173	2.336	.021	.515	1.941
TPK	.434	.082	.339	5.303	.000	.690	1.449
Gender	-.140	.374	-.020	-.374	.709	.980	1.021

a. Dependent Variable: TMB

Dari tabel diatas terlihat bahwa variabel bebas (*independent*) yaitu *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan *gender*

memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, sehingga tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4.2.3 Heterokedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.097	.724		4.276	.000
TE	-.004	.052	-.010	-.085	.933
TPK	-.067	.050	-.134	-1.326	.187
Gender	-.028	.229	-.010	-.123	.902

a. Dependent Variable: RES2

Dari tabel *glejser* terlihat bahwa variabel *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan *gender* memiliki nilai signifikansi lebih dari batas minimal 0,05 sehingga disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi heterokedastisitas.

4.3 Pengujian Hipotesis

4.3.1. Analisis Regresi Berganda

Tabel 8. Hasil Pengujian Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Gender terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.132	1.180		2.654	.009
TE	.200	.086	.173	2.336	.021
TPK	.434	.082	.339	5.303	.000
Gender	-.140	.374	-.020	-.374	.709

a. Dependent Variable: TMB

Berdasarkan tabel koefisien tersebut didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,132 + 0,200 E + 0,434 PK - 0,140 GR + 1,384$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

- Nilai konstan sebesar 3,132 (positif) menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas dalam penelitian ini maka mahasiswa fakultas ekonomi yang menjadi responden dalam penelitian ini sudah mempunyai minat untuk berwirausaha.
- β_1 (koefisien regresi *e-commerce*) sebesar 0,200 artinya semakin meningkatnya pemahaman tentang manfaat *e-commerce*, maka yang menjadi responden dalam penelitian ini termotivasi untuk berwirausaha. Dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.
- β_2 (koefisien regresi pengetahuan kewirausahaan) sebesar 0,434 artinya semakin meningkatnya pengetahuan kewirausahaan pada mahasiswa yang menjadi responden pada penelitian ini dapat memunculkan minat untuk berwirausaha. Dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.
- β_3 (koefisien regresi *gender*) sebesar -0,140 dengan tingkat signifikansi 0,992 di atas nilai signifikansi 0,025 (uji dua sisi) artinya *gender* tidak mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Pengujian seberapa besar pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat dengan cara membandingkan nilai *t* hitung dengan *t* dengan taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5% pengujian satu sisi dan *df* (*n-k*)

Berdasarkan tabel diatas, hasil dari uji *t* dapat terlihat sebagai berikut:

- Pengaruh *e-commerce* terhadap minat mahasiswa berwirausaha
Pengaruh *e-commerce* terhadap minat mahasiswa berwirausaha (H1) memiliki nilai signifikan $0,021 < 0,05$. Sehingga H1 *e-commerce* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha “diterima”.
- Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat mahasiswa berwirausaha
Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat mahasiswa berwirausaha (H2) memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 yang menyatakan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha “diterima”
- Pengaruh *gender* terhadap minat mahasiswa berwirausaha
Pengaruh *gender* terhadap minat mahasiswa berwirausaha (H3) memiliki nilai signifikan 0,709 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan *gender* berpengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha “ditolak”

4.3.2. Uji Parameter Individual (Uji *t*)

Sebagai dasar untuk menerima atau menolak hipotesis, dilakukan pengujian hubungan kausal menggunakan uji *t*.

4.3.1 Uji Ketepatan Model (*Goodness Of Fit*).

Tabel 9. Uji Ketepatan Model ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	825.353	4	206.338	54.230	.000 ^a
Residual	521.266	137	3.805		
Total	1346.620	141			

a. Predictors: (Constant), Gender, TPK, TE

b. Dependent Variable: TMB

Berdasarkan uji ANOVA atau F_{hitung} dapat dilihat pada tabel diatas, maka diperoleh F_{hitung} sebesar 54,230 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,67 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dikarenakan probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dapat dinyatakan bahwa pemilihan variabel dalam penelitian ini sudah tepat. Uji F yang signifikan

mengindikasikan bahwa variabel yang dipilih sudah dikategorikan baik dan tepat.

4.3.2 Uji Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan *Adjusted R-Square* dari model regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh minat berwirausaha dijelaskan oleh variabel bebasnya. Hasil pengujian determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tab3l 10. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.602	1.951

a. Predictors: (Constant), Gender, TPK, TE

b. Dependent Variable: TMB

Tabel diatas menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 78,3% hal ini menunjukan hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah cukup kuat positif.

Nilai *adjusted R square* sebesar 0,602 atau 60,2%, hal ini menunjukkan bahwa minat wirausaha dapat dijelaskan oleh *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan, *gender* adalah sebesar 60,2% sedangkan sisanya sebesar 39,8% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskanpada penelitian ini.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha sehingga H1 dapat diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Ayu Anggi Pramisiwari and Bagus Dharmadiaksa, 2017). Yang membuktikan bahwa *e-commerce*

berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha.

Penelitian ini membuktikan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi UNSIQ setuju dengan manfaat yang diperoleh dengan diterapkannya *e-commerce* dapat menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen menjadi lebih cepat, mudah dan dapat berperan penting untuk berwirausaha.

4.4.2 Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha sehingga H2 dalam penelitian ini dapat diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Latifah and Nurmallasari, 2013) yang membuktikan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Penelitian ini membuktikan bahwa semakin mahasiswa fakultas ekonomi UNSIQ menguasai dan memahami teknik berwirausaha. Melalui proses pembelajaran dapat mempengaruhi sikap dan pola pikir mahasiswa terhadap pilihan karier berwirausaha.

4.4.3. Pengaruh Gender Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa *gender* tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha sehingga H3 ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Indah Yunilasari, 2016) yang membuktikan bahwa *gender* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Penelitian ini membuktikan bahwa tidak semua mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSIQ yang bergender laki-laki lebih berminat untuk berwirausaha. Serta tidak semua mahasiswa perempuan tidak berminat untuk berwirausaha, semua dapat dikembalikan kepada pribadi dan cara pandang masing-masing para mahasiswa.

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka disimpulkan sebagai berikut:

- E-Commerce* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha (H1 diterima). Ketika seseorang mempunyai pengetahuan bahwa *e-commerce* dapat memudahkan adanya bisnis *online* maka dapat mendukung untuk menumbuhkan minat wirausaha.
- Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha. (H2 diterima). Ketika seseorang memiliki pendidikan kewirausahaan yang baik akan mendukung untuk menumbuhkan minat berwirausaha.
- Gender* tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha. Tidak semua mahasiswa bergender laki-laki lebih berminat untuk berwirausaha, dan tidak semua mahasiswa perempuan tidak berminat untuk berwirausaha dari pada laki-laki, karena semua tergantung dari pandangan dan pola pikir masing-masing mahasiswa.

5.1 Saran

Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Sains Al-Quran diharapkan dapat terus meningkatkan minat berwirausaha bagi mahasiswa. Melihat bahwa kenyataannya seseorang yang mempunyai minat berwirausaha tetapi belum berani mengambil keputusan sepenuhnya untuk mendirikan usaha secara nyata. Meningkatkan kualitas pengajarannya dengan menyediakan sarana dan prasarana yang lebih memadahi untuk memberikan pelatihan kewirausahaan yang sesuai dengan perkembangan teknologi sehingga akan mendorong mahasiswa untuk lebih yakin berwirausaha.

6. DAFTAR PUSTAKA-

- Ayu Anggi Pramiswari, D. and Bagus Dharmadiaksa, I. (2017) 'PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK BERWIRAUSAHA', *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20, pp. 261–289.
- Barlin, B. (2011) 'PENGARUH LATAR BELAKANG PENDIDIKAN DAN GENDER TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA UNIVERSITAS ANDALAS', *Document Ripository Universitas Andalas*. Available at: <http://repo.unand.ac.id/id/eprint/2090>.
- Eka Aprilianty (2012) 'PENGARUH KEPERIBADIAN WIRAUSAHA, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, DAN LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA SMK', *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2012 - journal.uny.ac.id, pp. 311–324.
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Indah Yunilasari, M. R. (2016) 'ANALISIS PENGARUH FAKTOR GENDER DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA', eprints.undip.ac.id.
- Kaukab, M.E., 2019. Implementasi Activity-Based Costing Pada UMKM. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 2(1), pp.69-78.
- Latifah and Nurmallasari (2013) 'ANALISIS

- PENGARUH MATA KULIAH ENTREPRENEURSHIP TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM BERWIRAUSAHA (STUDI KASUS: AMIK “BSI PONTIANAK”)', *JURNAL KHATULISTIWA INFORMATIKA*, 1(1), pp. 47–57. Available at: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khatulistiwa/article/view/1557/0>.
- Mantri, B. H. (2007) 'PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE', *eprints.undip.ac.id*.
- Nurrus Sofi, Rois Arifin dan A agus Priyono. 2017. *Pengaruh E-Commerce Strategy, Servis Performance dan kepuasan sebagai moderating variable terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Unisma Malang*. E-Jurnal. Universitas Malang.
- Patriana, P. (2007) 'HUBUNGAN ANTARA KEMANDIRIAN DENGAN MOTIVASI BEKERJA SEBAGAI PENGAJAR LES PRIVAT PADA MAHASISWA DI SEMARANG', *eprints.undip.ac.id*.
- Purwanto, H. and Trihudiyatmanto, M. (2018) 'Pengaruh Intensi Berwirausaha, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening pada Sentra UMKM Carica di Wonosobo', *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 1(1), pp. 42–52. Available at: <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jematech/article/view/211/98>.
- Purwanto, H. and Trihudiyatmanto, M., 2018. Pengaruh Intensi Berwirausaha, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening pada Sentra UMKM Carica di Wonosobo. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 1(1), pp.42-52.
- Qurnain, N. (2015) 'PROBLEMATIKA MENCIPTAKAN WIRAUSAHA MUDA', *Iqtishadia*, 2.
- Rizqi Nurlita N (2018) 'Pemanfaatan instagram sebagai media pemasaran online pada mata kuliah kewirausahaan: Study kasus di jurusan pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.', *etheses*. Available at: <http://etheses.uin-malang.ac.id/11802/>.
- Rokhmansyah, A. (2016) *Pengantar gender dan feminisme: Pemahaman awal kritik sastra feminisme*. Samarinda: Penerbit Garudhawaca. Copyright.
- Sugiyono (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 22nd edn. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumadi, A. R. and Sulistyawati, E. (2017) 'PENGARUH SIKAP, MOTIVASI, DAN LINGKUNGAN TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA', 6(2), pp. 1007–1029. Available at: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/27472/17737>.
- Wahyu Pril Ranto, D. (2016) 'MEMBANGUN PERILAKU ENTREPRENEUR PADA MAHASISWA MELALUI ENTREPRENEURSHIP EDUCATION', *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, III(1), pp. 79–86.
- Yadewani, D. and Wijaya, R. (2017) 'Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha', *JURNAL RESTI*, 1(1), pp. 64–69. Available at: <http://jurnal.iaii.or.id/index.php/RESTI/article/view/6/10>.
- Yuniasanti, R. and Esterlita, S. (2014) 'Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta', *eprints.mercubuana-yogya.ac.id/1584/1/3.pdf*, pp. 1–16. Available at: <http://jurnal.iaii.or.id/index.php/RESTI/article/view/6/10>.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.