

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI
BERWIRAUSAHA, *E-COMMERCE*, DAN LINGKUNGAN KELUARGA
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA**

Diah Nurdiwati, Universitas Nusantara PGRI Kediri

emailpenulis1dnurdiwati@gmail.com

Hestin Sri Widiawati, Universitas Nusantara PGRI Kediri

Emailpenulis2hestin.sw@gmail.com

Abstrak

Minat berwirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa lingkungan keluarga maupun faktor internal berupa pengetahuan dan motivasi berwirausaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, *e-commerce*, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sifat klalusal komparatif dengan populasi penelitian adalah mahasiswa prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2021-2022. Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin berjumlah 122 responden dan dikumpulkan melalui kuesioner yang 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), 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. Secara simultan keempat variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sasaran yang dapat penulis sampaikan yaitu bagi peneliti selanjutnya agar 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

Pendahuluan

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 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 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 menipisnya lapangan kerja mengakibatkan sebagian orang tidak memiliki pekerjaan dan penghasilan tetap sehingga menyebabkan jumlah pengangguran semakin meningkat.

Situasi pengangguran yang dihadapi Indonesia saat ini disebabkan oleh ketimpangan jumlah penduduk dengan terbatasnya kesempatan kerja, sehingga 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 (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 sekolah yang relatif lebih rendah, halnya sebesar 1,64%, kemudian untuk TPT dari tingkat pendidikan tinggi mencapai 5,59%. Selanjutnya TPT dari tingkat sekolah dasar sebesar 3,85%.

Upaya yang dapat mengurangi angka pengangguran antara lain dengan menciptakan lapangan kerja maupun menumbuhkan motivasi kewirausahaan. Salah satu tingkat pendidikan yang dapat merealisasikan adalah pendidikan pada perguruan tinggi (Aisyah et al., 2023). Adanya kewirausahaan di suatu negara dapat meningkatkan perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya, karena dapat membantu masyarakat keluar dari kemiskinan yang disebabkan oleh kurangnya kesempatan kerja.

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 keimanan yang sudah mereka bisa dan kuasai dalam bidang kerja mereka masing-masing (Mariyah et al., 2022). Keimanan ini termasuk minat kewirausahaan ada beberapa faktor yang dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa, di antaranya pengetahuan tentang kewirausahaan, motivasi berwirausaha, lingkungan keluarga.

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).

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. Secara umum motivasi dapat dianggap sebagai kekuatan yang mendorong seseorang untuk menerapkan seluruh keterampilannya ke dalam tindakan pengetahuan, keterampilan dan keahlian untuk mencapai tujuan yang diharapkan (Madilistriyatno & 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 mode ini mengandalkan jaringan internet (Halnug 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. . Penelitian Trihudyatmanto (2019), memberikan hasil bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Didukung dengan penelitian yang dilakukan Mlaluidina (2019), bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha.

Faktor lain yang mempengaruhi minat memulai usaha adalah lingkungan 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 a (2019), memberikan hasil bahwa lingkungan keluarga mempunyai pengaruh positif terhadap kepentingan bisnis mahasiswa pendidikan ekonomi pembangunan STKIP Indonesia. Ini bertolak belakang dengan penelitian Widianingrum (2020), yang secara jelas menunjukkan bahwa lingkungan keluarga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengetahui minat berwirausaha terhadap mahasiswa. Peneliti mereplikasi penelitian terdahulu dengan menambah variabel independen *e-commerce*. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, motivasi, *e-commerce*, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha secara parsial pada mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri serta untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, *e-commerce*, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha secara simultan pada mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Sementara itu, dari tujuan diatas diharapkan dapat memperoleh beberapa manfaat diantaranya, secara teoritis hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menjadi pengetahuan maupun wawasan kepada peneliti dan juga pembaca mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, *e-commerce* dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri. Secara praktis, bagi peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat berupa peningkatan wawasan tentang kondisi di masyarakat dan memilih kemampuan untuk berfikir kritis terhadap isu-isu yang ada di masyarakat Indonesia. Bagi lembaga pendidikan, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas yang berkaitan dengan pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, *e-commerce* dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri. Sehingga dapat menjadi bahan evaluasi institusi agar dapat memberikan fasilitas yang lebih baik. lalu bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan menjadi saran dan masukan dalam hal perkuliahan kewirausahaan sehingga dapat meningkatkan motivasi berwirausaha. Jadi, berdasarkan penjelasan diatas, berikut adalah hipotesis penelitian ini:

- H1 Diduga pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- H2 Diduga motivasi kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- H3 Diduga *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- H4 Diduga lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- H5 Diduga pengetahuan kewirausahaan, motivasi kewirausahaan, *e-commerce*, lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel independen yaitu :

X1 : Pengetahuan Kewirausahaan

X2 : Motivasi Berwirausaha

X3 : *E-commerce*

X4 : lingkungan Keluarga

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat berwirausaha (Y).

Selanjutnya, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian berdasarkan flosofi positivis yang digunakan untuk mempelajari populasi atau suatu sampel tertentu., instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Sifat penelitiannya adalah kuantitatif 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.

Penelitian dilakukan di Universitas Nusantara PGRI Kediri yang

beraamatkan di J. Ahmad Dahalm No.76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112.. Alasan peneliti memilih lokasi ini dikarenakan adanya permasalahan mengenai minat mahasiswa memulai usaha dan menarik untuk diteliti.

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.

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, a) mahasiswa prodi akuntansi yang aktif angkatan 2020-2021, b) Mahasiswa prodi akuntansi yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan.

Berdasarkan kriteria tersebut didapat 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 sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana **n** adalah jumlah sampel, **N** adalah jumlah populasi, dan **e** adalah tingkat kesalahan sebesar 0,05 atau 5% (karena populasi dalam jumlah besar). Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 174 mahasiswa. Jadi :

$$n = \frac{174}{1 + 174(0.05)^2}$$

$$n = 122$$

Berdasarkan hasil analisis pada perhitungan rumus Slovin untuk dapat mewakili jumlah populasi mahasiswa Prodi Akuntansi angkatan 2020 sampai dengan 2021 sejumlah 174 maka jumlah sampel yang dapat diambil adalah sebanyak 122 sampel mahasiswa.

Sampel diatas diambil datanya menggunakan kuesioner. Pengukuran kuesioner penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2013), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, tanggapan dan persepsi seorang atau organisasi mengenai fenomena sosial. Dalam Sugiyono (2013), skala likert yang digunakan pada observasi ini yaitu memiliki nilai minimum 1 dan maksimum nilai 5.

Hasil Dan Pembahasan

Menurut Ghazai (2021), Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik alat ukur dalam mengukur apa yang diperlukan. Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa rata-rata nilai signifikansi untuk

variabel pengetahuan wirausaha sebesar 0,776, rata-rata nilai signifikanasi untuk variabel motivasi wirausaha sebesar 0,647, rata-rata nilai signifikanasi untuk variabel *e-commerce* sebesar 0,721, rata-rata nilai signifikanasi untuk variabel lingkungan keluarga sebesar 0,687, dan rata-rata nilai signifikanasi untuk variabel minat berwirausaha sebesar 0,836 sedangkan nilai *r*-tabel pada penelitian ini sebesar 0,3061. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini valid.

Reliabilitas merupakan alat ukur dalam mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator suatu variabel konstruk. Suatu kuisioner dapat dikatakan reliabel dan dapat di andalkan jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diberikan bersifat konsisten dan stabil dalam waktu ke waktu. Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui bahwa nilai *Cronbach's Apha* variabel pengetahuan wirausaha sebesar 0,800, nilai *Cronbach's Apha* variabel motivasi wirausaha sebesar 0,757, nilai *Cronbach's Apha* variabel *e-commerce* sebesar 0,785, nilai *Cronbach's Apha* variabel lingkungan keluarga sebesar 0,759, dan nilai *Cronbach's Apha* variabel minat wirausaha sebesar 0,813 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini *reliabel* dan dapat diandalkan.

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

Dalam penelitian ini digunakan uji normalitas berupa normal probability plot. Berdasarkan hasil pengujian, titik-titik menyebar di sepanjang garis diagonal bidang sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas merupakan salah satu bentuk pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian. Pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas didasarkan pada nilai VIF dan tolerance. Berdasarkan pengujian, diketahui 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 VIF 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.

Data penelitian yang tepat adalah data yang memiliki kesamaan ragam residua. Pengambilan keputusan pada pengujian ini memperhatikan grafik scatterplot dimana titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola di atas sumbu Y. Berdasarkan hasil uji diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu artinya tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian. Berikut merupakan data hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 1 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Mode		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Colinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			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

a. Dependent Variabel: Y

Sumber : data primer 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 bahwa konstanta (a) pada penelitian ini variabel pengetahuan wirausaha, motivasi wirausaha, e-commerce, dan lingkungan keluarga tidak mengaami perlubahaln 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, 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, dan 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.

Selanjutnya akan dilanjutkan dengan uji t lalu uji parsial. Berikut merupakan data hasil uji t:

Tabel 2 : Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Mode	Unstandardized Coefficients	Standardized	T	Sig.	Colinearity Statistics

		Coefficients					Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
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

a. Dependent Variabel: Y

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa 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, 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, 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, dan 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.

Selanjutnya adalah uji F. Menurut Ghazali (2021) adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersamaan (simultan) terhadap variabel terikat. Berikut disajikan tabel hasil uji F.

Tabel 3 : Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Mode		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247.725	4	61.931	82.760	.000 ^b
	Residual	87.554	117	.748		
	Total	335.279	121			

a. Dependent Variabel: Y

Sumber : data primer 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.

Pengujian determinasi menurut Ghozali (2021) dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui indeks pengungkapan variabel terikat oleh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian. Hasil uji determinasi pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4 : Hasil Uji Determinasi

Mode Summary ^b						
Mode	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.860 ^a	.739	.730		.86506	2.055
a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2						
b. Dependent Variabel: Y						

Sumber : data primer 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.

Dari hasil analisis diatas dapat mengungkap bahwa 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 sekoah-sekoah, tak terkecuali perguruan tinggi. Dengan adanya matakuliah kewirausahaan hampir 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 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.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Trihudiatmanto (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan wirausaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Artinya mendukung adanya penggaakan pendidikan kewirausahaan di kaangan mahasiswa untuk dapat mendorong mahasiswa menciptakan lapangan kerja dengan berwirausaha.

Lalu terkait pengaruh motivasi wirausaha terhadap minat berwirausaha, motivasi pada dasarnya menjadi penggerak setiap manusia melakukan segala sesuatu. Tanpa adanya motivasi serangkaian 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 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.

Adapun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Subhaln Halrie, Westy Andayanti (2020) yang menyatakan bahwa motivasi wirausaha secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Ini artinya mendorong motivasi mahasiswa untuk berani mengambil langkah mencoba berwirausaha penting untuk dilakukan. Karena motivasi sebagai dorongan internal perlu untuk terus diperhalalkan dan dikembangkan.

Seanjutnya 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 menjangklalu 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 bahwa variabel *e-commerce* secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat wirausaha sekaigus menolak hipotesis yang ketiga. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Trihudiyatmanto (2019) yang menyebutkan bahwa *e-commerce* secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal ini dapat disebabkan oleh biaya admin yang dikenakan beberapa platform cukup tinggi sehingga responden cenderung menggunakan metode pemasaran berbasis digital via media sosial seperti whatsapp, Instagram, maupun facebook untuk mengurangi beban biaya yang harus ditanggung.

Poin keempat adalah 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 lingkungan keluarga secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal ini sekaigus menunjukkan bahwa hasil penelitian ini menerima hipotesis keempat yang diajukan yaitu lingkungan keluarga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Secara simultan menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan, motivasi kewirausahaan, *e-commerce*, lingkungan keluarga secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Harti Oktarina, Eka Adnan Agung, Sitti Hajar Aswad (2019) yang menyebutkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa keinginan mahasiswa dalam berwirausaha perlu didukung oleh keluarga khususnya orang tua dengan memberikan dukungan baik mori maupun materi.

Penutup

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, didapati hasil yaitu pengetahuan wirausaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi UNP Kediri. Motivasi wirausaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi UNP Kediri. *E-commerce* secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi UNP Kediri. Lingkungan keluarga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi UNP Kediri. Pengetahuan wirausaha, motivasi wirausaha, *e-commerce*, dan lingkungan keluarga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi UNP Kediri. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam melakukan wirausaha. Faktor ini sendiri tidak hanya berasal dari dalam diri tetapi juga dari lingkungan sekitar.

Sementara itu, saran yang dapat peneliti berikan bagi peneliti yang ingin mengambil topik serupa adalah langkah 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. Bagi calon wirausaha, 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 Pustaka

- Abid Muhtarom, Hery Suprpto, & Muanifah Julia Agustin. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, lingkungan Keluarga, Efikasi Diri, Sikap Mandiri, Kreativitas dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha di Masa Kebiasaan Baru pada Anggota Pelita Akademi Lamongan. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 6(1), 16–26.
- Agustina, W. Y. (2021). Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pelajar Di Kota Tegal. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Aisyah, S., Rahmani, N. A. B., & Hasibuan, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, lingkungan Keluarga dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Musim. *Journal on Education*, 5(4), 11740–11757. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2131>

- Ansar, M. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT MAHASISWA DALAM BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA S1 UIN ALAUDDIN MAKASSAR. *Jurusan Teknik Kimia USU*, 3(1), 18–23.
- 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).
- (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=Siakan login untuk mengakses informasi ini.&text=Indonesia terus mencatatkan pertumbuhan jumlah,juta jiwa pada pertengahan 2023>
- Chalisa, D. (2021). SKRIPSI PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh). In *UIN Ar-Raniry Banda Aceh*.
- ENDANG, R. (2022). ANALISIS PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Mahasiswa Jurusan
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi Kesembilan. In *Seminar Nasional Hasil Penelitian-Stimik Handayani Denpasar* (Issue September). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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>
- 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>
- Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Bumi Aksara.
- Hendrawan, & Sirine. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Uksw Konsentrasi Kewirausahaan). *Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship*.
- 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.
- Khotimah, S., & Siswanto. (2019). Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Prestasi Belajar Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia (KPAI)*, 1–18.
- Maizs, M. R. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Desa Permata Johar. 1–81.

- Masruah. (2021). PENGARUH MOTIVASI TERHADAP MINAT MAHASISWA BERWIRAUSAHA DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram). *Value : Journal of Management and Business*, 7(2), 21–27. <https://doi.org/10.35706/vaue.v7i2.9550>
- Mauidina, H. (2019). Pengaruh E-commerce terhadap minat berwirausaha.
- Mustofa, C. (2023). BERWIRAUSAHA MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019). Universitas Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Mustofa, M. A. (2019). PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, SELF EFFICACY, DAN KARAKTER WIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA SISWA KEAS XI SMK NEGERI 1 DEPOK KABUPATEN SLEMAN. 3(2), 1–46.
- Nisa, K., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Atribut Persona, lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Economic Education Anaysis Journal*, 9(1), 84–89. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37229>
- Putri, R. S. (2020). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Self Efficacy Terhadap Kesiapan Berwirausaha Di Era Revousi Industri 4.0 Daam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rastryana, U. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Kreativitas Diri Terhadap Minat Wirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi Kelas 63.4A.31. *Jurna Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 103. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.12345>
- Sugiyono. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D. <https://www.scribd.com/document/391327717/Buku-Metode-Peneitian-Sugiyono>
- Tarmiyati. (2019). PENGARUH MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN LINGKUNGAN KEUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA KEAS XI KOMPETENSI KEAHLIAN ADMINISTRASI PERKANTORAN SMK NEGERI 1 PENGASIH KABUPATEN KULON PROGO. 1–14.
- Wahyudi, W., Sugiarti, E., Mukrodi, M., Saam, 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>
- Yuiara, I. M. (2016). Regresi linier berganda. *Journal Article*, 1–12.