

PAPER NAME

2. Studi pada Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957.pdf

WORD COUNT

4228 Words

CHARACTER COUNT

26771 Characters

PAGE COUNT

11 Pages

FILE SIZE

373.3KB

SUBMISSION DATE

Dec 7, 2023 9:29 AM GMT+7

REPORT DATE

Dec 7, 2023 9:30 AM GMT+7

● **20% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 20% Publications database
- Crossref Posted Content database
- Crossref database

● **Excluded from Similarity Report**

- Internet database
- Bibliographic material
- Cited material
- Manually excluded text blocks
- Submitted Works database
- Quoted material
- Small Matches (Less than 10 words)

Pengaruh Keluarga, Pendidikan dan E-Commerce pada Peningkatan Minat Wirausaha (Studi pada Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957)

Muliyati Muliyati¹, Bambang Setyo Utomo²

¹Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, ²Universitas Darussalam Gontor
e-mail: muliyati.ibik57@gmail.com¹, bambang@unida.gontor.ac.id²

Article History

Received: 26 Juli 2022

Revised: 27 Juli 2022

Accepted: 28 Juli 2022

Keywords: Family, Education, E-Commerce, Entrepreneurial Interest

Abstract: This study aims to determine the effect of family, entrepreneurship education and e-commerce on entrepreneurial interest in IBIK 1957 students. This research uses primary and secondary data. The sampling technique was carried out by purposive sampling as many as 50 respondents to IBIK 1957 students who had taken entrepreneurship courses. Based on data processing carried out with the SPSS 20 program, the coefficient of determination (adjusted r square) of 0.677 means that the contribution of family variables, entrepreneurship education and the use of e-commerce to the variable interest in entrepreneurship is 67.7% and the remaining 32.2% is influenced by other factors not included in this study. The results of the t -test, it was found that all variables had a significance value of less than 0.05, so that all variables partially affected the interest in entrepreneurship. The F test obtained a significant value of 0.000, meaning that family, entrepreneurship education and e-commerce simultaneously have a positive and significant effect on the entrepreneurial interest of IBIK 1957 students

PENDAHULUAN

Negara Indonesia memiliki kekayaan alam yang melimpah ruah dari seluruh provinsi yang ada di tanah air. Tiap provinsi memiliki sumber daya alam yang berbeda-beda yang menjadi ciri khas negara tersebut (Yusuf & Widyastutik, 2007). Pengelolaan sumber daya tersebut belum maksimal dilaksanakan oleh bangsa Indonesia sendiri. Kekayaan alam yang dimiliki kebanyakan dikelola oleh tenaga asing yang memiliki skill ilmu pengetahuan yang tidak dimiliki SDM Indonesia. Sumber Daya Manusia Indonesia masih tergantung pada lapangan pekerjaan yang tersedia (Darda et al., 2022). Namun pada sisi lain ketersediaan akan lapangan pekerjaan masih terbatas baik yang disediakan oleh pemerintah maupun oleh swasta. Sehingga mendorong meningkatnya jumlah pengangguran di tanah air. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan jumlah pengangguran sejak bulan Februari tahun 2019 sekitar 6,87 juta jiwa dan bertambah sebanyak 130 ribu jiwa menjadi 7 juta jiwa pada Agustus tahun 2019. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia mayoritas disumbang oleh tenaga terdidik yaitu lulusan SMA/SMK, diploma maupun sarjana-sarjana lulusan Perguruan Tinggi di Indonesia.

Solusi dalam mengurangi tingkat pengangguran adalah mengembangkan minat wirausaha di kalangan generasi muda terutama para sarjana muda. Selain itu diiringi dengan perkembangan globalisasi, kewirausahaan semakin menjadi perhatian penting dalam menghadapi tantangan

globalisasi (Mira et al., 2019). Lebih lanjut mengemukakan bahwa rendahnya minat mahasiswa dan para sarjana menjadi wirausahawan disebabkan pendidikan dan kurikulum yang diterapkan di berbagai perguruan tinggi di Indonesia saat ini lebih mengedepankan mahasiswa menjadi seorang pekerja atau karyawan daripada menjadi pengusaha yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Minat berwirausaha di kalangan generasi muda dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu: (a) keluarga, semakin kondusif lingkungan keluarga akan mendorong seseorang untuk menjadi wirausahawan (Aini, 2015; Suherman & Yusuf, 2021); (b) Pendidikan, bila pendidikan kewirausahaan memadai maka seseorang akan siap untuk menjadi seorang wirausahawan handal; dan (c) Ketersediaan layanan internet akan menambah daya tarik menjadi wirausahawan (Sabara et al., 2019)

Perkembangan era globalisasi saat ini khususnya bidang jaringan internet yang cukup pesat memberikan peluang mengatasi pengangguran melalui penyelenggaraan bisnis *online*. Penggunaan teknologi internet dan pemanfaatan *platform digital marketing* atau *electronic commerce*, seperti; *instagram, facebook, e-commerce, website, you tube, tiktok* dapat memberikan motivasi pada mahasiswa terjun ke dunia wirausaha. *E-commerce* merupakan aktivitas bisnis melalui penggunaan teknologi internet (Harun et al., 2019). Hal-hal yang turut memberikan dorongan generasi muda melakukan bisnis adalah telah tersedianya jaringan internet sehingga memudahkan penjualan secara *online*.

Kewirausahaan merupakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menjalankan sebuah usaha dalam mencari, menciptakan lapangan kerja dengan menggunakan teknologi untuk menciptakan suatu produk yang dapat memberikan nilai tambah. Kewirausahaan adalah orang yang memiliki semangat, sikap, perilaku dan memiliki jiwa serta kemampuan kewirausahaan. Kewirausahaan berupa sikap, semangat perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Kewirausahaan adalah kemampuan mengelola faktor-faktor produksi, lahan, tenaga kerja dan menggunakan modal untuk memproduksi suatu barang atau jasa baru (Waluyo, 2019).

Kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar sebagai sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Kewirausahaan yaitu suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan inovasi baru yang berdaya saing. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam menghadapi rintangan hidup dan kiat-kiat memperoleh peluang dengan resiko yang ditimbulkan (Suryana & Bayu, 2012). Kewirausahaan yaitu individu yang memiliki kecakapan dalam melihat, menilai kesempatan peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya, mengambil tindakan tepat, keuntungan serta memiliki sifat, watak dan kemauan dalam mewujudkan gagasan yang kreatif dan inovatif dalam dunia nyata secara kreatif dalam rangka meraih sebuah kesuksesan untuk menambah (Sari & Rahayu, 2019).

Setiawan (2016) menyatakan bahwa lingkungan adalah keseluruhan peristiwa, situasi atau kondisi) baik secara fisik maupun alam ataukah sosial yang mempengaruhi perkembangan seseorang. Lingkungan keluarga adalah kelompok sosial yang paling kecil di dalam masyarakat yang umumnya terdiri dari satu atau dua orang tua beserta anak-anak yang tinggal dalam satu atap secara bersama-sama dan saling tergantung satu dengan yang lain. Keluarga adalah dua atau lebih individu yang tergabung karena adanya hubungan darah, perkawinan atau adopsi, hidup di dalam satu rumah tangga dengan saling berinteraksi satu sama lain, memiliki peran masing-

masing, menciptakan dan mempertahankan suatu budaya. Keluarga juga diartikan sebagai satu kesatuan yang kompleks dengan atribut yang dimiliki dan terdiri dari beberapa komponen yang masing-masing memiliki arti sebagai individu. Keluarga adalah satu atau lebih individu yang tinggal bersama, sehingga memiliki ikatan emosional, dan mengembangkan dalam interelasi sosial, peran dan tugas.

Lingkungan keluarga merupakan suatu keadaan atau tempat terjadinya interaksi sosial yang memiliki pengaruh dalam pola pikir dan pandangan secara langsung maupun tidak langsung terhadap perkembangan jiwa dan sikap individu. jenis-jenis keluarga adalah sebagai berikut (a) Keluarga inti adalah ayah, ibu dan anak, memiliki peranan yang sangat penting bagi kualitas kehidupan setiap orang, baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam masyarakat; (b) Keluarga konjugal, adalah keluarga yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak serta interaksi dengan orang tua ayah atau orang tua ibu (kakek dan nenek); (c) Keluarga luas atau keluarga besar adalah jenis keluarga dengan jumlah anggota dan cakupannya paling besar, terdiri dari anggota keluarga konjugal dan juga kerabat lainnya, seperti paman, bibi, sepupu dan anggota keluarga lainnya. Bentuk-bentuk keluarga dalam masyarakat (Andriyani, 2020; HASANAH, 2022; Setiani, 2018), terdiri dari :

1. Garis keturunan Patrilinear; yaitu keluarga dari keturunan sedarah yang terdiri dari sanak-saudara dalam beberapa generasi yang disusun dari garis keluarga ayah; (b) Matrilinear yaitu keluarga dari keturunan sedarah yang terdiri dari sanak-saudara dalam beberapa generasi yang berasal dari garis keluarga ibu.
2. Berdasarkan Jenis Perkawinan, terdiri (a) Monogami yaitu keluarga yang terdiri dari satu orang suami dan satu orang istri; (b) Poligami yaitu keluarga yang terdiri dari satu orang suami dengan istri lebih dari satu orang.
3. Berdasarkan Pemukiman, terdiri dari (a) Patrilokal adalah keluarga yang di dalamnya terdapat pasangan suami-istri yang tinggal di dekat atau bersama-sama dengan keluarga sedarah suami; (b) Matrilokal berupa keluarga yang di dalamnya terdapat pasangan suami dan istri yang tinggal di dekat atau bersama-sama dengan keluarga satu istri; (c) Neolokal; yaitu keluarga pasangan suami-istri yang tinggal berjauhan dari keluarganya, baik keluarga dari pihak istri maupun keluarga dari pihak suami.
4. Berdasarkan Jenis Anggota Keluarga, terdiri (a) Keluarga Inti (*Extended Family*) yaitu suatu keluarga yang terdiri dari ayah, ibu dan anak-anaknya; (b) Keluarga Besar (*Serial Family*); yaitu suatu keluarga dimana di dalamnya terdapat pasangan pria dan wanita yang telah menikah lebih dari satu kali dan merupakan satu keluarga inti; (c) Keluarga Duda/ Janda (*Single Family*) yaitu bentuk keluarga yang muncul karena adanya perceraian atau kematian; (d) Keluarga Berkomposisi (*Composite Family*); yaitu suatu keluarga yang menganut perkawinan poligami dan hidup secara bersama-sama;
5. Berdasarkan Kekuasaan terdiri dari (a) Patriakal, yaitu dominan memegang kekuasaan adalah di pihak ayah. (b) Matrikal, dominan memegang kekuasaan adalah di pihak ibu; (c) Equalitarium, yaitu memegang kekuasaan sama-sama berada di tangan ayah dan ibu.

Faktor yang turut berpengaruh terhadap minat individu untuk berwirausaha adalah keluarga, masyarakat dan pendidikan (Setyadi, 2019). Lebih lanjut menyatakan bahwa lingkungan dunia usaha hendaknya ramah terhadap lingkungan yang mendorong penciptaan usaha baru dengan kemudahan permodalan, tersedianya insentif untuk memulai usaha, infrastruktur yang mendukung dan efisien sehingga secara khusus ditujukan untuk dapat menyebabkan peningkatan kewiraswastaan yang signifikan (Yuliatin, 2017).

Pendidikan adalah pembelajaran pengetahuan, ketrampilan dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan atau penelitian (Suherman & Yusuf, 2021). Pendidikan kewirausahaan adalah aktivitas-aktivitas pengajaran dan pembelajaran tentang kewirausahaan yang meliputi pengembangan pengetahuan, ketrampilan, sikap dan karakter pribadi sesuai dengan umur dan perkembangan siswa (Isrososiawan, 2013). Lestari dan Wijaya (2012) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak hanya skill kewirausahaan saja akan tetapi juga tutur membentuk sikap, perilaku dan pola pikir (mindset) wirausahawan, sehingga pendidikan kewirausahaan dapat diimplementasikan secara terpadu pada kegiatan pendidikan di perguruan tinggi.

Pendidikan adalah membentuk peserta didik mandiri melalui pola pikir serta pemberian kompetensi dan skill (Maryati, 2014). Jadi dalam pendidikan kewirausahaan akan mengembangkan peserta didik berperilaku entrepreneur dan menjawab tantangan masa depan. Pada dasarnya pendidikan kewirausahaan adalah kompetensi wajib yang harus di miliki untuk menjawab tantangan masa depan dengan penanaman karakter kewirausahaan. Hal ini penting karena sebagai motor penggerak perekonomian masa depan Indonesia

Pendidikan kewirausahaan merupakan usaha terencana dan aplikatif dalam meningkatkan ilmu pengetahuan secara intensif dan kompetensi peserta didik untuk mengembangkan potensi dirinya yang diwujudkan dalam perilaku kreatif, inovatif dan berani mengelola resiko. Pendidikan kewirausahaan merupakan suatu kajian internasional dan selalu dikembangkan secara dinamis pada seluruh belahan dunia. Pendidikan kewirausahaan dilakukan mulai dari Perguruan Tinggi, Sekolah Menengah, Sekolah Dasar hingga pada playgroup of entrepreneurship untuk anak-anak (Yanti, 2019). Semakin maraknya pendidikan kewirausahaan di seluruh dunia ini tidak lain karena semakin meningkatnya kesadaran akan pentingnya karakter kewirausahaan pada generasi muda yang kreatif, inovatif dan berani mengelola resiko. Kedudukan entrepreneur sebagai motor pergerakan dalam perekonomian suatu negara. Masyarakat suatu negara akan makmur dan sejahtera jika entrepreneur dalam negara tersebut mencapai angka dua persen (2%) dari keseluruhan jumlah penduduk.

Electronic commerce atau e-commerce sangat beragam, tergantung dari perspektif atau kacamata yang memanfaatkannya. Association for Electronic Commerce secara sederhana mendefinisikan e-commerce sebagai mekanisme bisnis secara elektronik. Commerce Net, sebuah konsorsium industri, memberikan definisi yang lebih lengkap, e-commerce yaitu penggunaan jejaring komputer sebagai sarana penciptaan relasi bisnis (Sari & Rahayu, 2019). E-commerce adalah penggunaan website untuk bertransaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan jasa secara online dapat juga dijadikan alat untuk membeli dan menjual produk atau jasa melalui internet dengan menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi perusahaan secara keseluruhan (Pramiswari & Dharmadiaksa, 2017)). Pengaplikasian teknologi internet dalam melaksanakan bisnis dengan e-commerce tidak hanya mencakup transaksi penjualan dan pembelian barang, termasuk aktivitas pendukung seperti iklan, pemasaran, pelayanan, keamanan, service dan sistem pembayaran (Laudon & Traver, 2014). E-commerce adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa) dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer. Definisi e-commerce sebagai aktivitas transaksi jual-beli barang atau jasa, yang melibatkan transfer dana dan pertukaran data secara elektronik yang terhubung dengan internet (Doktoralina & Apollo, 2019).

Ada empat perspektif dalam e-commerce, yaitu: (a) Perspektif komunikasi e-commerce adalah sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan

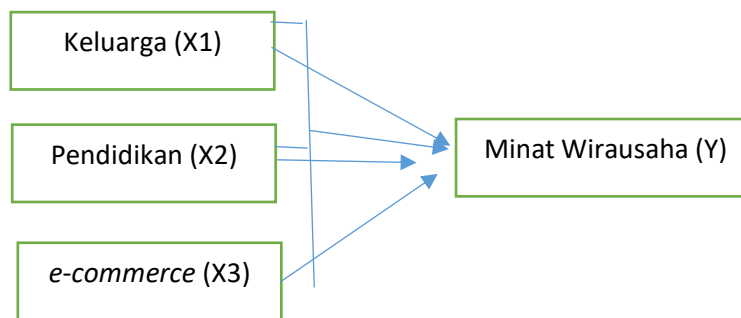
komputer ataupun peralatan elektronik lainnya; (b) Perspektif proses bisnis: e-commerce adalah aplikasi dari sebuah teknologi menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja; (c) Perspektif layanan; e-commerce adalah alat yang dapat memenuhi keinginan perusahaan, manajemen dan konsumen untuk mengurangi biaya layanan (service cost) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman; (d) Perspektif online sistem menyediakan kemudahan penjualan dan pembelian produk serta informasi melalui layanan internet maupun sarana online yang lainnya (Khalil et al., 2021)

Minat wirausaha adalah ketertarikan individu untuk melakukan sebuah usaha dengan mengorganisir, mengatur, menanggung resiko kemudian mengembangkan usaha (Wedayanti & Giantari, 2016). Minat wirausaha ada karena keinginan, ketertarikan dan kesediaan untuk melakukan suatu pekerjaan, kemauan dan focus untuk memenuhi kebutuhannya, tidak takut gagal dan siap menghadapi resiko. Jiwa wirausaha adalah suatu keinginan individu dalam mengelola potensi diri secara optimal untuk dimanfaatkan sebagai upaya untuk meningkatkan taraf hidup dimasa yang akan datang.

Minat wirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya. Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir tapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi. Faktor yang mempengaruhi tumbuhnya keputusan untuk berwirausaha merupakan hasil interaksi dari beberapa faktor yaitu karakter kepribadian seseorang dan lingkungan (Suherman & Yusuf, 2021). Seseorang yang memiliki minat berwirausaha berarti memiliki rasa ketertarikan untuk menjadi seorang wirausaha yang bersedia untuk melakukan aktivitas dalam mengelola waktu, keterampilan dan keuangan untuk kemajuan usaha dengan rasa percaya diri, kreatif dan inovatif, jujur, disiplin, mandiri dan kerja keras, memiliki rasa ingin tahu, berani mengambil resiko, dan berorientasi ke masa depan (Basheer et al., 2016).

Berdasarkan argumen di atas maka peneliti mengasumsikan bahwa keluarga, pendidikan kewirausahaan dan penggunaan internet (*e-commerce*) mempengaruhi keinginan seseorang untuk berwirausaha khususnya generasi muda.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

10 Hipotesis Penelitian

H₁: Keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

H₂: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

H₃: *E-commerce* berpengaruh terhadap minat Berwirausaha.

H₄: Keluarga, pendidikan kewirausahaan dan *e-commerce* berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang terdiri dua variabel yaitu variabel independen dan variabel devenden. Variabel independen adalah keluarga, pendidikan kewirausahaan dan penggunaan internet e-commerce dan variabel dependen (minat berwirausaha). Penelitian dilaksanakan di Instut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 Jakarta. Populasi sampel adalah mahasiswa yang telah mengambil matakuliah kewirausahaan. Penelitian ini dilakukan selama 6 (enam) bulan, yaitu dari Januari sampai Juli 2022.

Pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability dengan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan (Gandhi et al., 2019). Jumlah anggota sampel atau besarnya sampel (sample size) ditetapkan 150 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan penyebaran kuesioner yang menggunakan skala Likert. Data kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan yang telah mewakili empat variabel yang diteliti yaitu variabel keluarga (X₁), pendidikan kewirausahaan (X₂), penggunaan inter e-commerce (X₃) dan minat berwirausaha (Y) dengan skala jawaban 1, 2, 3, 4 dan 5 pada setiap item pernyataan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Jumlah responden sebanyak 50 orang yaitu perempuan 29 orang (58%) dan laki-laki sebanyak 21 orang (42%), umur berkisar 17-18 tahun 12 orang (24%) dan umur 19-20 tahun sebanyak 25 orang (50%) dan 22 tahun 13 orang (26%). Responden pada umumnya memiliki jurusan di bidang manajemen. Berdasarkan pekerjaan orang tua siswa, bapaknya mayoritas adalah wirausaha (22 orang atau 44 %) dan pegawai swasta 31 orang (58%) dan ibunya adalah ibu rumah tangga 14 orang (28%). Untuk pendapatan orangtua siswa per bulan rata berkisar antara Rp.6.500.000 - Rp. 8.500.000.

2. Uji Kualitas Data

Penilaian pada empat instrument variabel dalam kuesioner adalah keluarga (X₁), pendidikan kewirausahaan (X₂), e-commerce (X₃) dan minat berwirausaha (Y) yang menggunakan skala Likert. Uji kualitas data penilaian keempat instrument variabel yaitu lingkungan (X₁), pendidikan kewirausahaan (X₂), e-commerce (X₃) dan minat berwirausaha (Y) menggunakan skala Likert

dengan skala jawaban 1, 2, 3, 4 dan 5 untuk setiap item pernyataan yang diajukan. Sebagian besar responden menjawab setuju dan sangat setuju terhadap butir-butir pernyataan

Uji validitas pada keempat variabel yaitu keluarga, pendidikan kewirausahaan, e-commerce dan minat berwirausaha terlihat bahwa seluruh butir pernyataan valid, karena nilai r hitung, koefisien korelasi Product Moment Carl Pearson (rentang 0,291-0,824) lebih besar dari r tabel (0,288).

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Item	Keterangan
Keluarga	0,984	13 0,60	<i>Reliable</i>
Pendidikan kewirausahaan	0,966	0,60	<i>Reliable</i>
Penggunaan E-commerce	0,983	0,60	<i>Reliable</i>
Minat Berwirausaha	0,978	0,60	<i>Reliable</i>

Berdasarkan tabel reliabilitas diatas, dapat menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* seluruh variabel *independent* dan variabel *dependent* memiliki nilai yang lebih besar dari 0,6, artinya sudah reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

		Keluarga	Pendidikan Kewirausahaan	E-Commerce	Minat Berwirausaha
N		50	50	50	50
Normal Parameters	Mean	33.00	34.20	35.36	35.02
	Std. Deviation				
Most Extreme Differences	Absolute	3.511	3.213	3.186	2.832
	Positive	.136	.158	.125	.135
	Negative	.116	.112	.125	.102
Kolmogorov-Smirnov Z		.965	1.119	.884	.957
Asymp. Sig. (2-tailed)		.310	.163	.416	.319

Berdasarkan uji ³⁰ Kolmogorov-Smirnov nilai *asymp.sig.(2-tailed)* sudah lebih besar > 0,05. Hal tersebut membuktikan bahwa data berdistribusi normal.

4. Analisis Regresi Berganda

Tabel 3. Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std Error	Beta	t	
1 (Constant)	.381	3.495		.109	.914
Keluarga (X1)	.375	.076	.461	4.896	.000
Pendidikan Kewirausahaan (X2)	.324	.072	.367	4.508	.000
E-Commerce (X3)	.317	.084	.359	3.807	.000

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresilinear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,381 + 0,375 X1 + 0,324 X2 + 0,317 X3.$$

- 1) Koefisien regresi variable X1 pada *Unstandardized Coefficients* (B) sebesar 0,375 bertanda positif, hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel keluarga variabel lainnya tetap maka variable minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,375 dengan arah yang sama.
- 2) Koefisien regresi X2 *Unstandardized Coefficients* (B2) sebesar 0,324 bertanda positif, hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel pendidikan kewirausahaan sementara variabel lainnya tetap maka variable minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,324 dengan arah yang sama. Bila pendidikan ilmu pengetahuan kewirausahaan semakin baik (tinggi) maka minat berwirausaha lebih besar.
- 3) Koefisien regresi X3 pada *Unstandardized Coefficients* (B3) sebesar 0,317 bertanda positif, hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel *e-commerce* sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,317 dengan arah yang sama. Pemanfaatan pemasaran sistim *e-commerce* yang tinggi akan dapat membantu meningkatkan minat berwirausaha lebih besar pada mahasiswa (Hadrawi, 2019).

5. Uji Hipotesis

Uji *t* dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi pada Tabel 3, dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) H_1 diterima, artinya lingkungan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dimana nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha=0,05$.
- 2) H_2 diterima, artinya pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dimana nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$.
- 3) H_3 diterima, artinya *e-commerce* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dimana nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha=0,05$.

Tabel 4. Uji F (ANOVA Test)
 ANOVA_b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	274.315	3	91.438	35.457	.000 ^a
	Residual	118.665	46	2.580		
	Total	392.980	49			

a. Predictors: (Constant), E commerce, Pendidikan Kewirausahaan, Keluarga
 b. Dependent Variable : Minat Berwirausaha

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka model regresi yang diperoleh terbukti benar dan layak digunakan untuk peramalan.

6. Koefisien Determinasi

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.698	.677	1.606

Tabel 5 diperoleh nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,677. Artinya, 67,7% variasi nilai variabel dependen minat berwirausaha dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh ketiga variabel independen yang terdiri dari keluarga, pendidikan kewirausahaan dan e-commerce. Sisanya sebesar 32,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wirausaha sebesar 0,375, hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada keluarga variabel lainnya tetap maka variable minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,375 dengan arah yang sama. Koefisien regresi X2 sebesar 0,324 bertanda positif, berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel pendidikan kewirausahaan sementara variabel lainnya tetap maka variable minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,324. Bila peningkatan ilmu pengetahuan kewirausahaan semakin baik (tinggi) maka minat berwirausaha lebih besar. Koefisien regresi X3 sebesar 0,317 berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel e-commerce sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,317 dengan arah yang sama. X4 hasil statistik uji F diperoleh Fhitung (35,457) > Ftabel (2,807) dan nilai Sig. 0,000 < $\alpha = 0,05$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima berarti X1, X2, X3 secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (minat berwirausaha).

Lebih lanjut, sebaliknya ada penelitian lebih lanjut terkait dengan minat kewirausahaan mahasiswa yang menggunakan variabel lain seperti budaya dan era globalisasi 4.0 sehingga akan memberikan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR REFERENSI

- Aini, Y. (2015). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat mahasiswa UPP berwirausaha. *Cano Ekonomos*, 3(1), 69–78.
- Andriyani, J. (2020). Peran lingkungan keluarga dalam mengatasi kenakalan remaja. *At-Taujih: Bimbingan Dan Konseling Islam*, 3(1), 86–98.
- Darda, A., Rojikun, A., & Yusuf, Y. (2022). *Anteseden Kinerja Pegawai* (1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Doktoralina, C., & Apollo, A. (2019). The contribution of strategic management accounting in supply chain outcomes and logistic firm profitability. *Uncertain Supply Chain Management*, 7(2), 145–156.
- Hadrawi, H. K. (2019). The impact of firm supply performance and lean processes on the relationship between supply chain management practices and competitive performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 7(2), 341–350.
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2018.7.003>
- Harun, N., Wekke, I. S., & Saeka, S. (2019). Workplace ethics as an instrument to expedite supply chain management in Bahrain. *Uncertain Supply Chain Management*, 7(3), 495–506.
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2018.11.006>
- HASANAH, D. F. (2022). *Pengaruh Entrepreneurial Passion dan Lingkungan Keluarga Terhadap Keberhasilan Wirausaha (Survei pada Mahasiswa Penerima Fasilitas Usaha dan Bisnis Kreatif Mahasiswa (FUBKM) Universitas Siliwangi Tahun 2020 dan 2021)*. Universitas Siliwangi.
- Isrososiawan, S. (2013). Peran Kewirausahaan Dalam Pendidikan. *Society*, 4(1), 26–49.
- Khalil, M., Khawaja, K. F., & Sarfraz, M. (2021). The adoption of blockchain technology in the financial sector during the era of fourth industrial revolution: a moderated mediated model. *Quality & Quantity*, 1–18.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2014). *E-commerce Essentials*. Pearson London, UK:
- Lestari, R. B., & Wijaya, T. (2012). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di STIE MDP, STMIK MDP, dan STIE MUSI. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 1(2), 112–119.
- Maryati, M. (2014). *Peran KH Ahmad Sanusi dalam Pendidikan Islam*.
- Mira, M. S., Choong, Y. V., & Thim, C. K. (2019). Mediating role of port supply chain integration between involvement of human resource practices and port performance in Kingdom of Saudi Arabia. *Uncertain Supply Chain Management*, 7(3), 507–516.
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2018.11.005>
- Pramiswari, D. A. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi*, 20(1), 261–289.
- Sabara, Z., Soemarno, S., Leksono, A. S., & Tamsil, A. (2019). The effects of an integrative supply chain strategy on customer service and firm performance: an analysis of direct versus indirect relationships. *Uncertain Supply Chain Management*, 7(3), 517–528.
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2018.11.004>
- Sari, B., & Rahayu, M. (2019). Pendidikan Kewirausahaan, Kebutuhan akan prestasi dan Efikasi diri terhadap intensi berwirausaha siswa SMA Muhammadiyah I Jakarta. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 2(1), 22–31.
- Setiani, R. E. (2018). Pendidikan Anak dalam Keluarga. *Yinyang: Jurnal Studi Islam Gender*
-

- Dan Anak*, 13(1), 105–116.
- Setiawan, R. I. (2016). Pengembangan sumber daya manusia di bidang pariwisata: perspektif potensi wisata daerah berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1(1), 23–35.
- Setyadi, A. (2019). Does green supply chain integration contribute towards sustainable performance? *Uncertain Supply Chain Management*, 7(2), 121–132.
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2018.10.012>
- Suherman, A., & Yusuf. (2021). The effect of human agility, digital literature, curriculum and the role of the family on the interest of the millennial generation in entrepreneurship through capabilities as intervening variables. *Journal of Economics and Business Letters*, 1(2), 4–17.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2*. Kencana.
- Waluyo, D. E. (2019). *Ekonomika Makro*. UMMPress.
- Wedayanti, N. P. A. A., & Giantari, I. G. A. K. (2016). *Peran pendidikan kewirausahaan dalam memediasi pengaruh norma subyektif terhadap niat berwirausaha*. Udayana University.
- Yanti, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 268–283.
- Yusuf, & Widyastutik. (2007). Analisis Pengaruh Ekspor-Impor Komoditas Pangan Utama dan Liberalisasi Perdagangan Terhadap Neraca Perdagangan Indonesia. In *Jurnal Manajemen Agribisnis: Vol. IV* (Issue 1, pp. 46–56).

● **20% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 20% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Darmi Arda. "STUDI KASUS PADA KELUARGA Tn. " M " DENGAN BRON..."	2%
	Crossref	
2	Fadillah Nurul Saadah, Syahrul Alim, Kurbandi SBR. "Pengaruh Store A..."	2%
	Crossref	
3	Adi Pratama, Fadli Mohammad Saleh, Familia Zahra, Nadhira Afdhalia. ...	2%
	Crossref	
4	Sarfilianty Anggiani, Retno Sari Murtiningsih, Shafrani Dizar, Muhamm...	1%
	Crossref	
5	Robiatul Adawiyah, Efrita Norman. "PENGARUH PENGETAHUAN KEWI..."	<1%
	Crossref	
6	Dyah Perwita. "UPAYA GURU SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK)..."	<1%
	Crossref	
7	Mia Hermaliana. "MANAJEMEN KEUANGAN KELUARGA UNTUK MENG..."	<1%
	Crossref	
8	Nanang Hunaifi. "Penerapan Metode Tam Terhadap Penerimaan Siste..."	<1%
	Crossref	
9	Indri Setiani, Widya Hestiningtyas, I Komang Winatha, Nurdin Nurdin. "...	<1%
	Crossref	

- 10 A. Rony Yulianto. "Kontribusi Lingkungan dan Pembelajaran Wirausaha... <1%
Crossref
- 11 Bella Widya Septianty, Finna Fourqoniah, Muhammad Fikry Aransyah. "... <1%
Crossref
- 12 Nur Haedah. "STUDI KASUS PADA KELUARGA Ny.'S' DENGAN HIPERT... <1%
Crossref
- 13 Eva Risqita Listya Sari, Dyah Pravitasari. "Pengaruh Persepsi E-Comme... <1%
Crossref
- 14 Tri Maya Cahyamulat. "STUDI KASUS PADA KELUARGA Ny "H" DENGGA... <1%
Crossref
- 15 Lisna Novalia. "INTEGRASI KONTEKS PENDIDIKAN AGAMA KRISTEN K... <1%
Crossref
- 16 Sukarta Atmaja. "Peluang Mengembangkan Kewirausahaan Desa Berb... <1%
Crossref
- 17 Triska Dewi Pramitasari, Ratnaning Tyasasih. "Penerapan Model Multi... <1%
Crossref
- 18 Fathul Amin Aziz. "MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI MEDIA D... <1%
Crossref
- 19 Drajat Sulistiyono, Rina S, Makarius Bajari. "Pengaruh Inovasi Produk d... <1%
Crossref
- 20 Yahya Reka Wirawan. "Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausaha... <1%
Crossref
- 21 Felisya Meisse Horas, Ivonne S. Saerang, Joy E. Tulung. "PENGARUH R... <1%
Crossref

- 22

Ghina Sabrina, Ali Idrus. "Pengaruh Zakat Produktif, Pengembangan Ke... <1%

Crossref
- 23

Haviz Taufik, Eka Julianti ES, Vera Amalia. "UMKM Strategy to Survive ... <1%

Crossref
- 24

Rachmad Putra Ramadhan, Syaikhul Falah, Mariolin Sanggenafa. "PEN... <1%

Crossref
- 25

Yaakop, Azizul. "Like It or Not: Issue of Credibility in Facebook Advertis... <1%

Crossref
- 26

Budi Santoso, Karuniawati Hasanah. "PENGARUH BUDAYA ORAGANIS... <1%

Crossref
- 27

Dwi Yanuarindah Putri, Fidyah Jayatri. "PENGARUH PENGUASAAN LIT... <1%

Crossref
- 28

I Putu Eva Arimbawa, Ida Ayu Arini. "Pengaruh Promosi dan Loyalitas ... <1%

Crossref
- 29

Andhy Tri Adrianto, Anitiyo Soelistiyono, Nyayu Nurkomalasari. "PENG... <1%

Crossref
- 30

Lailatul Fitriyah, Rita Yuliana. "ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KE... <1%

Crossref
- 31

Rabi'ah Dea Ihsaniah, Mohamad Adam, Yuliani *. "PENGARUH PROFIT... <1%

Crossref

● Excluded from Similarity Report

- Internet database
- Bibliographic material
- Cited material
- Manually excluded text blocks
- Submitted Works database
- Quoted material
- Small Matches (Less than 10 words)

EXCLUDED TEXT BLOCKS

Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 1. No. 2

Putri Regina Papeo, Christoffel Kojo, Genita G. Lumintang. "PENGARUH KEBEBASAN DALAM BEKERJA, TOL...

Tabel 4. Uji F (ANOVA

Juniwati Juniwati. "Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention d...

Tabel 5. Koefisien Determinasi Model R Square Adjusted R Square Std. Error of the E...

Febryanti Dotulong, Sri Murni, Imelda W. J. Ogi. "ANALISIS PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS DAN U...

Article History Received

Kristina Roseven Nababan. "PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PENDIDIKAN BERBASIS TEKNOLOGI DI FKI...

Pendidikan adalah pembelajaran pengetahuan

Mohammad Labib, Tri Ariguntar, Yusri Hapsari, Zeinadine Zakaria, Shahfinaz Humaeratul Althaf. "Edukasi Ke...

Pendidikan kewirausahaan adalah aktivitas-aktivitas pengajaran dan pembelajaran ...

Zainal Arifin, Efa Wahyu Prastyaningtyas. "Implementasi Pendidikan Kewirausahaan Sebagai Character Buil...

Lestari dan Wijaya (2012) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak hanya

Luh Kadek Budi Kartini, Mutria Farhaeni, Katarina Mariana Yaas. "PENGARUH PENDIDIKAN DAN PELATIHA...

e-commerce sangat beragam, tergantung dari perspektif atau kaca mata yang mem...

Diki Susandi. "RANCANG BANGUN SISTEM PENJUALAN BERBASIS E-COMMERCE PADA TOKO BAHAHARI ...

E-commerce adalah penggunaan website untuk bertransaksi atau memfasilitasi pe...

HALIMATUS SAKDIYAH, Wardaturrohah Wardaturrohah. "STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PADA KOM...

E-commerce adalah aktivitaspenyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produ...

Santoso Santoso, Wan Mariatul Kifti, Elly Rahayu. "E-COMMERCE BUSINESS TO CONSUMERS SARANA BEL...

Perspektif komunikasi e-commerceedalah

Miki Wijana. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Jual Beli Online dengan Meng...