

Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan *E-Commerce* dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta

Kristanti Veronika

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia
Email: kristanti45@gmail.com

Corry Yohana

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia
Email: corryyohana@gmail.com

Nadya Fadillah Fidhyallah

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia
Email: nadyaffidhyallah@unj.ac.id

ABSTRACT

This study aims to gain knowledge about the effect of entrepreneurial knowledge and E-Commerce on entrepreneurial interest in students of State University Of Jakarta. This research was conducted at the State University of Jakarta for six months starting from January 2020 to June 2021. This study use a questionnaire survey method with the population used is students of State University Of Jakarta. The sampling technique used is the purposive sampling technique, totaling 200 respondents. The analysis technique in this study uses simple linear regression. The hypotheses of this study indicate that there is a positive and significant influence between entrepreneurial knowledge and entrepreneurial interest. And there is a positive and significant influence between E-Commerce on entrepreneurial interest.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan tentang pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Jakarta selama enam bulan terhitung sejak bulan Januari 2020 sampai dengan Juni 2021. Penelitian ini menggunakan metode survei kuesioner dengan populasi yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling* yang berjumlah 200 responden. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha.

Kata kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, E-Commerce, Minat Berwirausaha.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah populasi terbesar diantara negara-negara lain. Dari negara-negara di dunia, Indonesia berada pada urutan keempat sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak. Berdasarkan berita *online* yaitu detiknews menjelaskan bahwa dari Data Kependudukan Semester I Tahun 2020 Kementerian Dalam Negeri, penduduk Indonesia tahun 2020 sebanyak 268.583.016 jiwa (Yasmin, 2020).

Berdasarkan penelitian oleh Panjawa dan Soebagiyo (2014) menyatakan bahwa jumlah penduduk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengangguran. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), per Agustus 2020 jumlah angkatan kerja sebanyak 138,22 juta orang, sedangkan penduduk yang bekerja sebanyak 128,45 juta orang. Sakernas merilis Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 7,07% yang berarti dari 100 orang angkatan kerja, sekitar 7 orang menganggur.

Pada Agustus 2020, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) mengalami peningkatan yang signifikan yaitu sebesar 1,84 persen poin dibandingkan dengan Agustus 2019. Menurut pendidikan yang ditamatkan, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) tertinggi dari tamatan SMK sebesar 13,55 persen, kemudian diikuti oleh tamatan SMA sebesar 9,86%, tamatan Diploma sebesar 8,08%, tamatan Universitas 7,35%, tamatan SMP 6,46%, dan yang terendah adalah tamatan Sekolah Dasar (SD) sebesar 3,61%. Terdapat perbandingan yang signifikan antara Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) dari tamatan SD yang lebih rendah dibandingkan tamatan Diploma dan Universitas. Padahal dengan jenjang pendidikan yang tinggi diharapkan dapat meningkatkan peluang untuk mendapatkan pekerjaan (Suhendra & Wicaksono, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Arta dan Sudibia (2018) menunjukkan bahwa penyebabnya adalah kurang selarasnya antara perencanaan pendidikan dan juga lapangan pekerjaan yang ada serta semakin tinggi tingkat pendidikan angkatan kerja maka semakin tinggi pula aspirasinya untuk memperoleh posisi atau kesempatan kerja yang lebih sesuai.

Melihat kenyataan bahwa lapangan kerja yang ada tidak memungkinkan untuk menerima semua lulusan perguruan tinggi di Indonesia, para lulusan perguruan tinggi sebaiknya mulai memilih berwirausaha sebagai pilihan karirnya (Atmaja & Margunani, 2016). Di era digital saat ini, berwirausaha tidak perlu bertemu secara langsung dengan pelanggan tetapi dapat dilakukan secara *online* melalui *E-Commerce*. Berdasarkan Badan Pusat Statistik, pemilik usaha *E-Commerce* pada tahun 2020 sebagian besar yaitu SMA/ sederajat kebawah sebesar 62,69%, diikuti pendidikan Sarjana/ sederajat sebesar 26,76%.

Pihak perguruan tinggi bertanggung jawab dalam mendidik mahasiswanya dan memberikan motivasi agar mereka berani untuk berwirausaha (Retno, 2013). Upaya Perguruan Tinggi untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa dilakukan dengan memberikan pengetahuan tentang kewirausahaan yang didapatkan dalam mata kuliah kewirausahaan. Universitas Negeri Jakarta merupakan salah satu Perguruan Tinggi yang memiliki mata kuliah kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib untuk mahasiswa di beberapa Fakultas. Meskipun menjadi mata kuliah wajib, masih terdapat mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta tidak memiliki minat berwirausaha setelah mempelajari mata kuliah kewirausahaan. Hal ini dibuktikan dengan survei awal menggunakan kuesioner *online* kepada 50 mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang mengisi minat berwirausaha dengan hasil menjawab Tidak sebanyak 22% atau 11 mahasiswa dan menjawab Ya sebanyak 78% atau 39 mahasiswa. Alasan mahasiswa tidak memiliki minat berwirausaha yaitu kurangnya pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa. Padahal mahasiswa sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan seperti di Fakultas Ekonomi yaitu sebanyak 2 – 3 SKS. Namun, pengetahuan kewirausahaan mahasiswa yang didapatkan dari mata kuliah kewirausahaan belum bisa membuat mahasiswa memiliki minat berwirausaha.

Sedangkan, mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha sebanyak 78% atau 39 mahasiswa dan masih terdapat mahasiswa yang belum berminat berwirausaha dengan *E-*

Commerce. Dari 39 mahasiswa tersebut, sebanyak 39% atau 15 mahasiswa memilih berwirausaha secara *offline* atau bertemu secara langsung dengan pelanggan, sebanyak 56% atau 22 mahasiswa memilih berwirausaha dengan *E-Commerce*, dan sebanyak 5% atau 2 orang memilih berwirausaha dengan keduanya (dengann *E-Commerce* dan *offline*). Meskipun *E-Commerce* mempermudah transaksi jual-beli tetapi masih ada mahasiswa yang belum tertarik untuk menggunakannya. Lembaga riset Merchant Machine yang berasal dari Inggris telah merilis daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan *E-Commerce* tercepat di dunia. Indonesia memimpin negara-negara tersebut dengan tingkat pertumbuhan 78% pada tahun 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang melebihi 100 juta pengguna menjadi salah satu pendorong pertumbuhan *E-Commerce* (Widowati, 2019). Menjadi negara dengan pertumbuhan *E-Commerce* tercepat menjadi peluang baik untuk dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk berwirausaha. Namun, masih sulit bagi anak muda untuk memanfaatkan peluang di dunia digital saat ini karena belum mempertimbangkan untuk menjadi wirausaha (Nugraha & Wahyuhastuti, 2017).

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

TINJAUAN LITERATUR

Minat Berwirausaha

Sanjaya (2006) menyatakan bahwa minat adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan atau perbuatan. Berdasarkan Helmi (2009) menyatakan bahwa wirausaha ditujukan kepada orang dan berwirausaha mengarah pada kegiatan. Menurut Marini dan Hamidah (2014) berwirausaha adalah tindakan kreatif, untuk menciptakan sesuatu tidak bernilai menjadi berharga yang dilakukan dengan bekerja keras, mandiri, berani mengambil resiko, ataupun menghadapi tantangan. Maka dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah kecenderungan seseorang melakukan kegiatan atau tindakan untuk menciptakan produk baru sampai dengan memasarkan produknya disertai perasaan senang. Mengukur minat berwirausaha merupakan hal penting yang harus dikelola karena dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah wirausaha yang lulus dari perguruan tinggi (Yohana, 2021).

Minat berwirausaha dapat diukur dengan penelitian yang dilakukan oleh Yadewani dan Wijaya (2017) dengan indikator seperti:

- 1) Pernah dan mempunyai pengalaman pada kegiatan penjualan
- 2) Pernah dan mempunyai pengalaman pada kegiatan pembelian
- 3) Pernah dan mempunyai pengalaman dalam memproduksi barang untuk dipasarkan
- 4) Tertarik pada program kewirausahaan dan akuntansi
- 5) Tertarik pada pekerjaan dibidang wiraswasta seperti berdagang dan menjadi pengrajin
- 6) Berusaha mencoba untuk mendapat penghasilan sendiri
- 7) Tertarik dan menyukai pada pekerjaan yang penuh tantangan.

Kemudian, indikator minat berwirausaha berdasarkan Roxas (2014) meliputi tertarik untuk mendirikan bisnis saya sendiri, mempertimbangkan untuk mendirikan bisnis saya sendiri, kesiapan untuk mendirikan bisnis saya sendiri, berusaha keras untuk mendirikan bisnis saya sendiri, kecepatan dalam mendirikan bisnis sendiri. Berdasarkan Roy dkk (2017) indikator minat berwirausaha yaitu:

- 1) Tidak siap melakukan apa pun untuk menjadi pengusaha
- 2) Tujuan profesional saya adalah menjadi seorang pengusaha
- 3) Berusaha semaksimal mungkin untuk memulai dan menjalankan perusahaan saya sendiri

- 4) Tidak bertekad untuk membuat perusahaan di masa mendatang
- 5) Mempunyai niat kuat untuk memulai perusahaan suatu hari nanti

Pengetahuan Kewirausahaan

Berdasarkan Dewi (2017) kewirausahaan sejatinya adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari nilai (*value*), kemampuan (*ability*), dan perilaku (*behavior*) seseorang dalam menghadapi tantangan hidup guna memperoleh peluang risiko yang mungkin dihadapi. Salah satu aspek penting dalam berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan, karena dengan memiliki pengetahuan yang memadai atau cukup maka seseorang akan mampu mengelola usahanya dengan baik (Trisnawati, 2014). Berdasarkan Anggraeni dan Harnanik (2015) pengetahuan kewirausahaan adalah segala bentuk informasi (ingatan dan pemahaman) tentang bagaimana menjalankan usaha sehingga menimbulkan keberanian untuk mengambil resiko dalam merintis, menjalankan, dan mengembangkan usaha. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan merupakan pemahaman tentang cara berusaha yang berasal dari dalam diri sendiri untuk mengelola usaha dengan baik.

Berdasarkan Roy dkk (2017) pengetahuan kewirausahaan diukur oleh lima indikator, sebagai berikut:

- 1) Memahami aktivitas seorang pengusaha.
- 2) Dapat membedakan antara pengusaha yang baik atau buruk.
- 3) Memahami aktivitas organisasi bisnis.
- 4) Mengetahui badan pendukung bisnis dapat membantu mendapatkan pinjaman dan bantuan teknis untuk memulai bisnis.
- 5) Mengetahui tentang pelatihan khusus yang diberikan untuk wirausahawan muda.

Untuk indikator pengetahuan kewirausahaan menurut Handayani (2016) adalah pengetahuan mengenai usaha yang akan dimasuki/ dirintis, pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab, dan pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis. Kemudian, menurut Roxas (2014) indikator dari pengetahuan kewirausahaan adalah sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan yang cukup tentang persyaratan hukum untuk memulai bisnis.
- 2) Pengetahuan cara menemukan sumber daya (misalnya keuangan) untuk mendirikan bisnis.
- 3) Pengetahuan yang cukup untuk mengatur bisnis.
- 4) Pengetahuan yang cukup dalam memasarkan suatu produk / jasa.
- 5) Pengetahuan yang cukup dalam mengkomersialkan ide bisnis.
- 6) Pengetahuan yang cukup dalam mengelola bisnis.

E-Commerce

Perdagangan elektronik atau *E-Commerce* merupakan hasil dari teknologi informasi yang sedang berkembang pesat terhadap pertukaran barang, jasa, dan informasi melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, dan jaringan komputer lainnya (Romindo dkk., 2019). Berdasarkan Laudon (2008) *E-Commerce* adalah sistem pemasaran menggunakan akses internet, situs web, aplikasi dan browser yang berjalan di perangkat mobile serta digunakan untuk transaksi bisnis, secara formal berarti adanya transaksi komersial antar organisasi dan antar individu. Dapat disimpulkan *E-Commerce* adalah transaksi jual-beli produk dan jasa melalui akses internet dengan menggunakan sistem elektronik.

E-Commerce merupakan salah satu media dari Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang dapat memfasilitasi daya saing ekonomi dan pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang berkelanjutan di dunia digital (Crittenden dkk., 2019). Berdasarkan Crittenden dkk (2019) terdapat indikator berwirausaha pada Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) adalah sebagai berikut:

- 1) *Ease of use* (kemudahan penggunaan).
- 2) *Perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan).
- 3) *ICT use to support direct selling* (penggunaan TIK untuk mendukung penjualan langsung).

E-Commerce juga memiliki instrumen yang dikemukakan oleh Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) dengan indikator seperti:

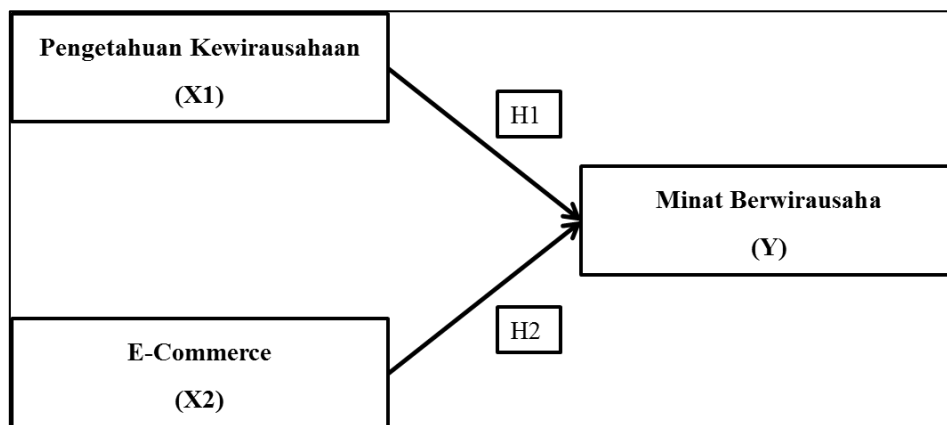
- 1) Mudah diakses.
- 2) Transaksi mudah dilakukan.
- 3) Permodalan.
- 4) Transaksi aman.
- 5) Proses pelayanan cepat.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka pengembangan hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

H2: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha.



Gambar 1 Konstelasi Penelitian

Sumber: Data diolah Peneliti

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan selama enam bulan terhitung mulai bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2021. Penelitian dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta karena Universitas Negeri Jakarta merupakan salah satu universitas yang memiliki mata kuliah kewirausahaan di beberapa Fakultas. Berdasarkan survei awal terdapat masalah mengenai minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, diantaranya kurangnya pengetahuan kewirausahaan dan kurangnya ketertarikan menggunakan *E-Commerce*.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta. Berdasarkan Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti) tahun 2020, mahasiswa Universitas Negeri Jakarta jenjang S1 sebanyak 5.057 mahasiswa dan jenjang D3 sebanyak 790 sehingga populasi berjumlah 5.847 mahasiswa. Pada penelitian ini untuk menentukan sampel dari suatu populasi menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan *rule of*

thumb, ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah cukup memadai untuk penelitian secara umum (Hermawan & Yusran, 2017). Maka sampel yang diambil sebanyak 200 responden dengan kriteria mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei menggunakan kuesioner dengan teknik pengukuran data skala *likert*. Kuesioner dibuat menggunakan *google form* dan disebarluaskan secara *online* melalui media sosial.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, analisis regresi linier sederhana, uji signifikan parsial (uji t), analisis koefisien pearson, dan koefisien determinasi. Pengolahan data dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan Sitinjak dkk (2004) uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen/kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel} melalui tahapan analisis. Instrumen diuji cobakan kepada 30 mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1 Uji Validitas Instrumen

| Variabel | Item | r_{hitung} | r_{tabel} (5%) | Keterangan |
|------------------------|---|--------------|---------------------|------------|
| Minat Berwirausaha (Y) | Saya tertarik pada bidang kewirausahaan dan akuntansi. | 0,722 | 0,361 | Valid |
| | Saya tertarik pada pekerjaan dibidang wiraswasta, seperti berdagang dan pengrajin. | 0,707 | 0,361 | Valid |
| | Saya berusaha mencoba mendapat penghasilan sendiri. | 0,526 | 0,361 | Valid |
| | Saya tertarik pada pekerjaan penuh tantangan. | 0,435 | 0,361 | Valid |
| | Saya tertarik untuk mendirikan bisnis sendiri. | 0,661 | 0,361 | Valid |
| | Saya telah mempertimbangkan untuk mendirikan bisnis sendiri. | 0,718 | 0,361 | Valid |
| | Saya siap untuk mendirikan bisnis sendiri. | 0,703 | 0,361 | Valid |
| | Tujuan profesional Saya adalah menjadi seorang pengusaha. | 0,631 | 0,361 | Valid |
| | Saya akan berusaha semaksimal mungkin untuk memulai dan menjalankan bisnis sendiri. | 0,723 | 0,361 | Valid |
| | Saya punya niat kuat untuk memulai bisnis suatu hari nanti. | 0,696 | 0,361 | Valid |
| Pengetahuan | Saya memahami aktivitas seorang | 0,681 | 0,361 | Valid |

| | | | | |
|-----------------------|---|-------|-------|-------|
| Kewirausahaan (X1) | pengusaha. | | | |
| | Saya memahami aktivitas organisasi bisnis yang akan dijalankan. | 0,762 | 0,361 | Valid |
| | Saya mengetahui cara mendapatkan pinjaman dan bantuan untuk memulai bisnis. | 0,875 | 0,361 | Valid |
| | Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang persyaratan hukum untuk memulai bisnis. | 0,722 | 0,361 | Valid |
| | Saya tahu cara menemukan sumber daya (misalnya keuangan) untuk mendirikan bisnis. | 0,802 | 0,361 | Valid |
| | Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk mengatur bisnis. | 0,750 | 0,361 | Valid |
| | Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam memasarkan suatu produk / jasa. | 0,770 | 0,361 | Valid |
| | Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengkomersialkan ide bisnis. | 0,735 | 0,361 | Valid |
| | Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengelola bisnis. | 0,828 | 0,361 | Valid |
| E-Commerce (X2) | Saya merasa nyaman menggunakan E-Commerce untuk mendukung bisnis penjualan langsung Saya. | 0,651 | 0,361 | Valid |
| | Mudah bagi Saya untuk menjadi lebih terampil dalam menggunakan E-Commerce untuk mendukung bisnis penjualan langsung Saya. | 0,652 | 0,361 | Valid |
| | Saya akan bergantung pada E-Commerce untuk mendukung bisnis penjualan langsung. | 0,742 | 0,361 | Valid |
| | Saya menemukan bahwa E-Commerce akan berguna dalam mendukung bisnis penjualan langsung. | 0,803 | 0,361 | Valid |
| | Saya akan menggunakan E-Commerce untuk berkomunikasi dengan pelanggan/klien penjualan langsung. | 0,715 | 0,361 | Valid |
| | Saya akan menggunakan E-Commerce untuk mempelajari cara-cara meningkatkan bisnis penjualan langsung. | 0,674 | 0,361 | Valid |
| | Saya akan menggunakan E-Commerce untuk memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk penjualan langsung. | 0,760 | 0,361 | Valid |

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 1, r_{hitung} dari setiap item pernyataan pada ketiga variabel memiliki hasil lebih besar dari r_{tabel} yaitu lebih besar dari 0,361. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dari variabel minat berwirausaha (Y), pengetahuan kewirausahaan (X1), dan *E-Commerce* (X2) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban atas pernyataan tersebut konsisten (Yuandari & Rahman, 2017). Setelah uji coba tiap butir pernyataan dinyatakan valid kepada 30 responden, maka selanjutnya menghitung reliabilitas dari instrumen variabel minat berwirausaha (Y), pengetahuan kewirausahaan (X1), dan *E-Commerce* (X2) dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha |
|--------------------------------|------------------|
| Minat Berwirausaha (Y) | 0,849 |
| Pengetahuan Kewirausahaan (X1) | 0,913 |
| E-Commerce (X2) | 0,833 |

Sumber: Data diolah Peneliti

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

Uji Normalitas

Sebuah kuesioner akan lebih baik dilakukan uji normalitas terlebih dahulu sebelum dilakukan berbagai model penelitian. Tujuan dilakukannya uji normalitas ini supaya diketahui apakah sebaran atau distribusi data dalam variabel yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak (Herlina, 2019). Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan program SPSS versi 22 dengan tingkat signifikan (α) = 5% atau 0,05 dengan ketentuan jika nilai signifikansi atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* $> 0,05$ maka artinya data terdistribusi normal dan hasilnya sebagai berikut:

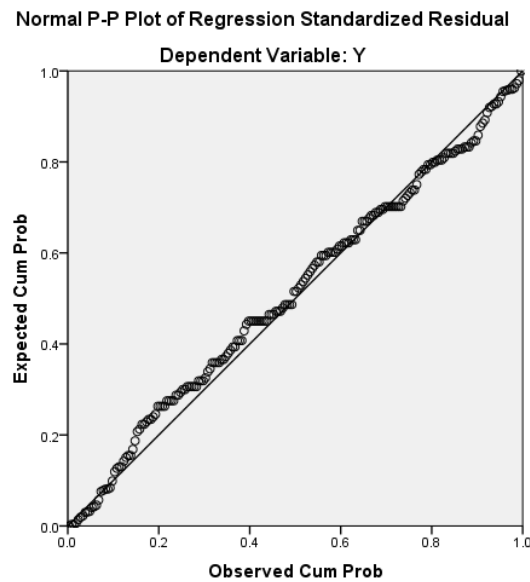
Tabel 3 Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Unstandardized Residual |
|--|----------------|-------------------------|
| N | | 200 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 4.39880018 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .055 |
| | Positive | .041 |
| | Negative | -.055 |
| Test Statistic | | .055 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |

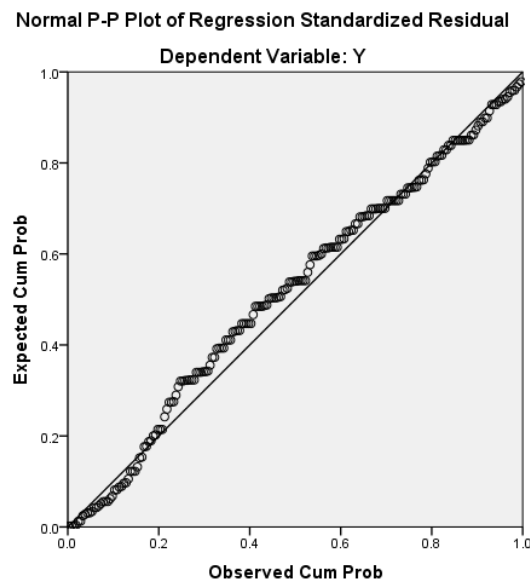
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 3 dijelaskan bahwa nilai signifikansi ketiga variabel tersebut adalah $0,200 > 0,05$ maka ketiga variabel berdistribusi normal. Dapat disimpulkan bahwa data dari variabel minat berwirausaha (Y) terhadap pengetahuan kewirausahaan (X1) dan *E-Commerce* (X2) berdistribusi normal dan ketiga data di atas dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Selain dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dilakukan juga uji normalitas dengan *normal probability-plot* pada gambar sebagai berikut ini:



Gambar 2 Uji Normalitas (Probability Plot) Pengetahuan Kewirausahaan (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y)
Sumber: Diolah oleh peneliti



Gambar 3 Uji Normalitas (Probability Plot) *E-Commerce* (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y)
Sumber: Diolah oleh peneliti

Pada gambar 2 dan gambar 3 menjelaskan bahwa titik-titik penyebaran frekuensi jawaban berada tidak jauh dan searah pada garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa model regresi pada penelitian sudah berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis statistik yang lainnya.

Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk menguji apakah hubungan dari variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier atau tidak (Payadnya & Jayantika, 2018). Pengujian menggunakan *Test for Linerity* menggunakan SPSS 22 dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linier bila signifikansi (*Test for Linerity*) kurang dari 0,05 (Purnomo, 2016).

Tabel 4 Uji Linieritas X1 terhadap Y

| | | | ANOVA Table | | | | |
|---------------|---------|--------------------------|----------------|-----|-------------|---------|------|
| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Y * | Between | (Combined) | 3680.598 | 28 | 131.450 | 6.362 | .000 |
| X1 | Groups | Linearity | 3052.361 | 1 | 3052.361 | 147.739 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 628.237 | 27 | 23.268 | 1.126 | .315 |
| Within Groups | | | 3532.957 | 171 | 20.661 | | |
| Total | | | 7213.555 | 199 | | | |

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4 dapat dijelaskan bahwa nilai Signifikansi (Sig.) yang terdapat pada baris *Linearity* 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) dengan variabel minat berwirausaha (Y) terdapat hubungan yang bersifat linear.

Tabel 5 Uji Linieritas X2 terhadap Y

| | | | ANOVA Table | | | | |
|---------------|---------|--------------------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Y * | Between | (Combined) | 2181.072 | 16 | 136.317 | 4.957 | .000 |
| X2 | Groups | Linearity | 1585.776 | 1 | 1585.776 | 57.665 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 595.296 | 15 | 39.686 | 1.443 | .131 |
| Within Groups | | | 5032.483 | 183 | 27.500 | | |
| Total | | | 7213.555 | 199 | | | |

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 5 dapat dijelaskan bahwa nilai Signifikansi (Sig.) yang terdapat pada baris *Linearity* 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel *E-Commerce* (X2) dengan variabel minat berwirausaha (Y) terdapat hubungan yang bersifat linear.

Analisis Regresi Linier Sederhana

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

Tabel 6 Uji Analisis Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 21.322 | 1.570 | | 13.581 | .000 |
| | X1 | .583 | .048 | .650 | 12.052 | .000 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 6 dapat dibuat model regresi linier sederhana yaitu $\hat{Y} = 21,322 + 0,583X_1$. Hal ini berarti jika pengetahuan kewirausahaan (X1) nilainya 0 atau tidak ada kenaikan atau penurunan, maka minat berwirausaha (Y) memiliki nilai 21,322. Nilai koefisien (X1) sebesar 0,583 yang berarti jika pengetahuan kewirausahaan (X1) mengalami peningkatan sebesar 1 poin, maka minat berwirausaha (Y) akan meningkat sebesar 0,583 pada konstanta 21,322 dengan asumsi nilai koefisien variable lain tetap. Koefisien X1 bernilai positif yang artinya terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) dengan minat berwirausaha (Y).

Tabel 7 Uji Analisis Regresi Linier Sederhana X2 terhadap Y

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 18.064 | 2.939 | | 6.147 | .000 |
| | X2 | .755 | .101 | .469 | 7.469 | .000 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 7 dapat dibuat model regresi linier sederhana yaitu $\hat{Y} = 18,064 + 0,755X_2$. Hal ini berarti jika *E-Commerce* (X2) nilainya 0 atau tidak ada kenaikan atau penurunan, maka minat berwirausaha (Y) memiliki nilai 18,064. Nilai koefisien (X2) sebesar 0,755 yang berarti jika *E-Commerce* (X2) mengalami peningkatan sebesar 1 poin, maka minat berwirausaha (Y) akan meningkat sebesar 0,755 pada konstanta 18,064 dengan asumsi nilai koefisien variable lain tetap. Koefisien X2 bernilai positif yang artinya terdapat pengaruh antara *E-Commerce* (X2) dengan minat berwirausaha (Y).

Uji Hipotesis

Uji signifikansi parsial (Uji t)

Uji t merupakan uji signifikansi parameter individual. Nilai statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependennya (Purwanto & Sulistyastuti, 2018). Uji ini dapat dilakukan kriteria yaitu jika nilai t hitung > t tabel atau angka signifikansi < 0,05 maka artinya bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Nilai t tabel dapat dicari dengan nilai $df = (n-k-1) = (200-2-1) = 197$ pada nilai signifikansi 0,05 sehingga diperoleh nilai t tabel 1,972.

Tabel 8 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X1 terhadap Y

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--|-----------------------------|------------|---------------------------|---|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |

| | | | | | | |
|---|------------|--------|-------|------|--------|------|
| 1 | (Constant) | 21.322 | 1.570 | | 13.581 | .000 |
| | X1 | .583 | .048 | .650 | 12.052 | .000 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 8, hasil uji t diperoleh nilai t hitung untuk X1 sebesar 12,052. Maka nilai t hitung > t tabel ($12,052 > 1,972$) dan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ dengan beta bernilai positif 0,650 sehingga variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (Y).

Tabel 9 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X2 terhadap Y

| | | Unstandardized Coefficients ^a | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|--|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 18.064 | 2.939 | | 6.147 | .000 |
| | X2 | .755 | .101 | .469 | 7.469 | .000 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 9, hasil uji t diperoleh nilai t hitung untuk X2 sebesar 7,469. Maka nilai t hitung > t tabel ($7,469 > 1,972$) dan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ dengan beta bernilai positif 0,469 sehingga variabel *E-Commerce* (X2) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (Y).

Analisis Koefisien Korelasi Pearson

Uji pearson product moment atau analisis korelasi koefisien pearson adalah untuk digunakan apabila data dari kedua variabel berbentuk interval atau rasio (Widiyanto, 2013). Berikut hasil perhitungan analisis koefisien korelasi pearson pada tiap variable independen terhadap variable dependen:

Tabel 10 Uji Analisis Korelasi Pearson X1 dan X2 terhadap Y

| | | Correlations | | |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|
| | | Y | X1 | X2 |
| Y | Pearson Correlation | 1 | ,650** | ,469** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 |
| | N | 200 | 200 | 200 |
| X1 | Pearson Correlation | ,650** | 1 | ,433** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 |
| | N | 200 | 200 | 200 |
| X2 | Pearson Correlation | ,469** | ,433** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | |
| | N | 200 | 200 | 200 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah Peneliti

Pada tabel 10 dapat dilihat bahwa antara pengetahuan kewirausahaan (X1) dan *E-Commerce* (X2) terhadap berwirausaha (Y) nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ yang dijelaskan bahwa terdapat korelasi yang signifikan. Berdasarkan hasil uji korelasi *Pearson* antara

variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) dengan minat berwirausaha (Y) mendapatkan nilai *Pearson Correlation* adalah sebesar 0,650 dengan r bernilai positif dan mendekati 1 berarti hubungan antara variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) dengan minat berwirausaha (Y) adalah tinggi atau kuat dan searah (positif). Sedangkan, variabel *E-Commerce* (X2) dengan minat berwirausaha (Y) mendapatkan nilai *Pearson Correlation* adalah sebesar 0,469 dengan r bernilai positif dan ditengah 1 berarti hubungan antara variabel *E-Commerce* (X2) dengan minat berwirausaha (Y) adalah sedang atau cukup dan searah (positif).

Koefisien Determinasi

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

Tabel 11 Uji Koefisien Determinasi X1 terhadap Y

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .650 ^a | .423 | .420 | 4.584 |

a. Predictors: (Constant), X1

Sumber: Data diolah Peneliti

Dari tabel 11 menunjukkan nilai R Square sebesar 0,423 atau 42,3% artinya variabel minat berwirausaha (Y) dijelaskan oleh variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) sebesar 42,3%, sedangkan sisanya 57,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model regresi ini.

Tabel 12 Uji Koefisien Determinasi X2 terhadap Y

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .469 ^a | .220 | .216 | 5.331 |

a. Predictors: (Constant), X2

Sumber: Data diolah Peneliti

Dari tabel 12 menunjukkan nilai R Square sebesar 0,220 atau 22% artinya variabel minat berwirausaha (Y) dijelaskan oleh variabel *E-Commerce* (X2) sebesar 22%, sedangkan sisanya 78% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model regresi ini.

Pembahasan

1) Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil perhitungan yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha secara parsial pada 200 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Hal ini telah dibuktikan dengan berdasarkan uji signifikan parsial (uji t) yang diketahui bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $12,052 > 1,972$ dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis H_a diterima. Dengan demikian hipotesis diterima yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa R square (R^2) sebesar 0,423 yang berarti pengaruh variabel pengetahuan kewirausahaan secara parsial terhadap minat

berwirausaha yaitu sebesar 42,3% dan sisanya dipengaruhi oleh pengaruh variabel-variabel lain di luar variabel pengetahuan kewirausahaan. Hasil penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yaghoubi dkk (2017) yang berjudul “*The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students’ career intentions to start a new digital business*” menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berhubungan positif dan signifikan dengan minat kewirausahaan digital pada mahasiswa.

2) Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil perhitungan yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha secara parsial pada 200 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Hal ini telah dibuktikan berdasarkan uji signifikan parsial (uji t) yang diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,469 > 1,972$ dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis H_a diterima.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa R square (R^2) sebesar 0,220 yang berarti pengaruh variabel *E-Commerce* secara parsial terhadap minat berwirausaha yaitu sebesar 22% dan sisanya dipengaruhi oleh pengaruh variabel-variabel lain di luar variabel *E-Commerce*. Hasil penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yadewani dan Wijaya (2017) yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang)” menunjukkan bahwa ada pengaruh antara *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa, serta penelitian oleh Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce* Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha” menunjukkan hasil yaitu *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha pada mahasiswa. Semakin tinggi pengetahuan mengenai *E-Commerce* semakin meningkat juga minat mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Jika pengetahuan kewirausahaan sangat tinggi maka minat berwirausaha akan meningkat.
2. Terdapat yang pengaruh positif dan signifikan *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Jika *E-Commerce* sangat tinggi maka minat berwirausaha akan meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian variabel pengetahuan kewirausahaan dan *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Oleh karena itu, saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini hanya meneliti dua variabel independen untuk mengukur minat berwirausaha mahasiswa yaitu pengetahuan kewirausahaan dan *E-Commerce* sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencari variabel independen lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini, seperti lingkungan keluarga, kreativitas, efikasi diri, dan lain sebagainya.

2. Pada penelitian ini populasinya adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta tetapi peneliti tidak dapat menjangkau seluruh fakultas di Universitas Negeri Jakarta. Penelitian yang akan datang diharapkan dapat menjangkau setiap fakultas di Universitas Negeri Jakarta dengan jumlah responden pada setiap fakultas sama rata.
3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode penelitian dan teknik analisis data yang berbeda dengan yang digunakan pada penelitian ini agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, B., & Harnanik, H. (2015). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha siswa kelas xi smk islam nusantara comal kabupaten pemalang. *Dinamika Pendidikan*, 10(1), 42–52.
- Arta, F., & Sudibia, I. ketut. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengangguran terdidik kabupaten/kota Bali. *E-Jurnal EP Unud*, 7(10), 2190–2218.
- Atmaja, A. T., & Margunani, M. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Aktivitas Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Economic Education Analysis Journal*, 5(3), 774.
- Crittenden, V. L., Crittenden, W. F., & Ajjan, H. (2019). Empowering women micro-entrepreneurs in emerging economies: The role of information communications technology. *Journal of Business Research*, 98, 191–203. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.045>
- Dewi, S. K. S. (2017). *Konsep dan pengembangan kewirausahaan di Indonesia*. Deepublish.
- Handayani, T. (2016). Evaluasi Tentang Pengetahuan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Intensi Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 89–98.
- Helmi, A. F. (2009). Kewirausahaan di perguruan tinggi dalam perspektif psikologi. *Buletin Psikologi*, 17(2), 57–65.
- Herlina, V. (2019). *Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Kencana.
- Laudon, K. C. (2008). *E-commerce: business, technology*. Pearson India.
- Marini, C. K., & Hamidah, S. (2014). Pengaruh self-efficacy, lingkungan keluarga, dan lingkungan sekolah terhadap minat berwirausaha siswa SMK jasa boga. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 4(2).
- Nugraha, A. E. P., & Wahyuhastuti, N. (2017). Start up digital business: sebagai solusi penggerak wirausaha muda. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 2(1), 1–9.
- Panjawa, J., & Soebagiyo, D. (2014). Efek Peningkatan Upah Minimum Terhadap Tingkat Pengangguran. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 15(1), 48–54. <https://doi.org/10.18196/jesp.15.1.1283>
- Payadnya, I. P. A. A., & Jayantika, I. G. A. N. T. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS*. Deepublish.
- 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.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. CV. WADE GROUP bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2018). *Metode penelitian kuantitatif: Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*.
- Retno, K. (2013). Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Jupe UNS*, 2(1), 95–106.

- Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Roxas, B. (2014). Effects of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial intentions: a longitudinal study of selected South-east Asian business students. *Journal of Education and Work*, 27(4), 432–453.
- Roy, R., Akhtar, F., & Das, N. (2017). Entrepreneurial intention among science & technology students in India: extending the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1013–1041.
- Sanjaya, W. (2006). *Pembelajaran dalam implementasi kurikulum berbasis kompetensi*. Kencana.
- Sitinjak, T., Duriyanto, D., & YUNARTO, H. I. (2004). *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value*. PT Gramedia.
- Suhendra, I., & Wicaksono, B. H. (2020). Tingkat Pendidikan, Upah, Inflasi, Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Pengangguran Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi-Qu*, 6(1), 1–17. <https://doi.org/10.35448/jequ.v6i1.4143>
- Trisnawati, N. (2014). *Pengetahuan Kewirausahaan dan Dukungan Sosial Keluarga*. 2(1), 57–71.
- Widiyanto, M. A. (2013). *Statistika terapan*. Elex Media Komputindo.
- Widowati, H. (2019). *Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/>
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64–69.
- Yaghoubi, A. Y., Karimi, S., & Motaghd, M. (2017). The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business. *European Journal of Training and Development*, 41(1), 83–100. <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2016-0054>
- Yasmin, P. (2020). *Populasi Indonesia 2020 Lengkap Data per Provinsi*. <https://news.detik.com/>. <https://news.detik.com/berita/d-5284032/populasi-indonesia-2020-lengkap-data-per-provinsi>
- Yohana, C. (2021). Determinants of Students' Entrepreneurial Intention: A Perspective of Tertiary Education in Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 9(1), 54–63.
- Yuandari, E., & Rahman, R. T. A. (2017). *Metodologi Penelitian dan Statistik*. IN MEDIA.