

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA & PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Tentang Minat Berwirausaha

2.1.1 Pengertian Minat Berwirausaha

Menurut Dinda vebrina (2021:401), Minat berwirausaha adalah seseorang yang memiliki minat dalam berwirausaha akan lebih siap dalam menanggung setiap resiko yang mungkin terjadi ketika memutuskan untuk berwirausaha.

Menurut Dharmawati (2016:6), Minat Berwirausaha adalah suatu kemampuan untuk mengelolah sesuatu dalam diri untuk dimanfaatkan dan di tingkatkan agar lebih optimal sehingga bisa meningkatkan taraf hidup dimasa mendatang.

Menurut Josia Sanchaya Hendrawan (2017:297), Minat Berwirausaha adalah kemampuan untuk mendorong diri sendiri dan berbuat sesuatu untuk memenuhi kebutuhan hidup serta pemecahan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya.

Menurut Dorris Yadewani (2017:65), Minat Berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakan.

Menurut Indah Yunilasari (2016:2) , Minat Berwirausaha merupakan suatu hasrat yang kuat dari seseorang terhadap aktifitas kewirausahaan, baik disadari atau tidak terpuaskan lewat perilaku tertentu.

Dengan demikian Minat Berwirausaha adalah keinginan atau ketertarikan kecenderungan dalam hati untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa rasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan.

2.1.2 Menumbuhkan Jiwa Minat Berwirausaha

Menurut Dharmawati (2017:147) untuk menumbuhkan jiwa wirausaha diperlukan beberapa hal antara lain:

1. **Komitmen Pribadi**

Jiwa wirausaha ditandai dengan adanya komitmen pribadi untuk dapat mandiri, mencapai sesuatu yang diinginkan, menghindari ketergantungan pada orang lain, agar lebih produktif dan untuk memaksimalkan potensi diri.

2. **Lingkungan dan Pergaulan yang Kondusif**

Dorongan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha dapat berasal dari lingkungan pergaulan teman, famili, sahabat, karena mereka dapat berdiskusi tentang ide wirausaha, masalah yang dihadapi dan cara-cara mengatasinya.

3. **Pendidikan dan Pelatihan**

Keberanian untuk membentuk jiwa wirausaha juga didorong oleh guru atau dosen di sekolah atau lembaga pelatihan.

4. Keadaan Terpaksa

Banyak orang yang sukses karena dipaksa oleh keadaan Tetapi karena usahanya yang keras, tidak gampang menyerah dan berputus asa, sehingga akhirnya menjadi wirausaha yang sukses.

2.1.3 Indikator Minat Berwirausaha

Sebelum seseorang mengambil keputusan untuk berwirausaha, tentu saja memiliki minat yang kuat dalam dirinya, adapun indikator minat berwirausaha menurut Dinda Vebriana (2021:401):

1. Perasaan tertarik wirausaha.
2. Mencari informasi
3. keterampilan tentang wirausaha.
4. Memiliki motivasi untuk berwirausaha.
5. Keinginan untuk berwirausaha.

2.1.2 Teori Tentang E-Commerce

2.1.2.1 Pengertian E-Commerce

Menurut Dhiraj (2021:11), *Electronic Commerce* adalah aktivitas penjualan, pembelian, pemasaran produk dan penyebaran, dengan memanfaatkan teknologi jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer untuk memudahkan proses jual beli.

Menurut Adhi Prasetya (2021:5), *E-Commerce* adalah penjualan atau pembelian barang atau jasa, yang dilakukan melalui jaringan computer dengan metode yang secara spesifik dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pesanan

Menurut Chandra Ahmadi dan Dadang Hermawan (2013:7), *E-Commerce* adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya, yang di lakukan melalui komputer pada media jaringan.

Menurut Shely (2007:83), *E-Commerce* atau kependekan dari *Electronic Commerce* (perdagangan secara elektronik), merupakan suatu transaksi jual beli yang dilakukan melalui sistem elektronik berupa web.

Menurut Dewa Ayu dan Ida bagus (2017:263), E-Commerce merupakan sebuah sistem yang digunakan apabila jaringan internet tersedia, dan bisa digunakan untuk proses pembelian, penjualan, pemasaran, transfer jika terdapat jaringan computer.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* adalah sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang atau jasa, dan informasi secara elektronik.

2.1.2.2 Jenis-Jenis *E-Commerce*

Menurut Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan (2013:35), E-Commerce memiliki berbagai macam jenis di antaranya sebagai berikut:

1. *Collaborative Commerce (c-commerce)*

Yaitu kerja sama secara elektronik antara rekan bisnis. Kerja sama ini biasanya terjadi antara rekan bisnis yang berada pada jalur penyediaan barang (*supply chain*).

2. *Business to Business (B2B)*

E-Commerce tipe ini meliputi transaksi antar organisasi yang dilakukan di *electronic market*.

3. *Business to Consumers (B2C)*

Business to Consumers yaitu penjualan adalah suatu organisasi dan pembeli adalah individu yang dimana terbuka untuk umum.

4. *Consumer-to-Business (C2B)*

Dalam C2B konsumen memberitahukan kebutuhan atas suatu produk atau jasa tertentu, dan para pemasok bersaing untuk menyediakan produk atau jasa tersebut ke konsumen. Contohnya di *priceline.com*, dimana pelanggan menyebutkan produk dan harga yang di inginkan, dan *priceline* mencoba menemukan pemasok yang memenuhi kebutuhan tersebut.

5. *Customer to Customer (B2A)*

C2C yaitu konsumen menjual secara langsung kekonsumen lain atau mengiklankan jasa pribadi di internet. Dalam C2C seseorang menjual menjual produk atau jasa ke orang lain. Dapat juga disebut sebagai pelanggan, yaitu orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain.

2.1.2.3 Keuntungan dan Kerugian *E-commerce*

Menurut Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan (2013:13), memiliki beberapa keuntungan dan kerugian menggunakan *E-Commerce*:

1. Keuntungan *E-Commerce*
 - a. *Revenue Stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui sistem transaksi tradisional
 - b. Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar)
 - c. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*)
 - d. Melebarkan jangkauan (*global reach*)
 - e. Meningkatkan *customer loyalty*
 - f. Meningkatkan *supplier management*
 - g. Memperpendek waktu produksi
 - h. Meningkatkan *value chain* (mata rantai pendapatan)
2. Kerugian *E-Commerce*
 - a. Kehilangan segi finansial secara langsung kecurangan
 - b. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan
 - c. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak
 - d. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen
 - e. Kerugian yang tak terduga

2.1.2.4 Indikator *E-Commerce*

Menurut Dhiraj (2021:14-15), menyebutkan bahwa indikator dari *E-Commerce* sebagai berikut:

1. Proses dimana dalam terdapat beberapa indikator yang mencakup dari proses ini diantaranya marketing, sales, dan payment.
 - a. *Marketing* adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa.
 - b. *Sales* adalah pembelian sesuatu (barang atau jasa) dari suatu pihak ke pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut.
 - c. *Payment* adalah pelunasan oleh debitur kepada kreditur atas transaksi penjualan dari kedua belah pihak.
2. Institution yang terdiri dari *governments* dan *bank*.
 - a. *Governments* adalah suatu bentuk organisasi yang bekerja dengan tugas menjalankan suatu sistem pemerintahan.
 - b. *Bank* adalah suatu institusi atau lembaga yang menghimpun uang dari rakyat/nasabah, dalam bentuk simpanan dan menyalurkan lagi kepada rakyat/ nasabah dalam bentuk kredit dan berbagi bentuk lainnya.
3. Internet adalah (*interconnected network*) merupakan jaringan global yang menghubungkan computer yang satu dengan yang lainnya diseluruh dunia.

2.1.3 Teori Tentang Pengetahuan Kewirausahaan

2.1.3.1 Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Fahmi dalam jurnal Angreni (2018:999) bahwa kewirausahaan dapat diartikan sebagai ilmu yang mengkaji tentang perkembangan dan pembangunan semangat kreatifitas serta berani menanggung resiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut.

Menurut Josia dan Hani (2017:299) pengetahuan kewirausahaan adalah intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individual melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seseorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha.

Menurut Trihudiyatmanto (2019:95) pendidikan kewirausahaan, dapat membentuk pola pikir, sikap dan perilaku untuk tertarik menjadi seorang wirausaha (*entrepreneur*) yang dilakukan secara sadar agar mempunyai sikap, semangat, perilaku, juga kemampuannya sehingga dapat mengarahkan mereka untuk memilih karier menjadi seorang wirausaha.

Menurut Irawan (2019:15) pengetahuan kewirausahaan merupakan segala sesuatu yang berkenaan dengan proses, pembentukan, atau pertumbuhan suatu bisnis yang menyediakan barang atau jasa baru yang kreatif maupun inovatif, serta dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Menurut Widayana dalam jurnal Hanifati (2017:3) pengetahuan kewirausahaan merupakan pengelolaan seluruh elemen sistem berupa dokumen, berbasis data, kebijakan dan prosedur lengkap, beserta informasi tentang pengalaman, keahlian dan kecakapan sumber daya manusia secara individu maupun kolektif.

Dengan demikian, pengetahuan kewirausahaan dapat disimpulkan adalah ilmu seseorang tentang berwirausaha untuk melakukan inovasi di bidang wirausaha yang di peroleh dalam pendidikan sekolah maupun perguruan tinggi.

2.1.3.2 Tujuan Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Sarfilianty (2018: 7), kewirausahaan memiliki berbagai tujuan di antaranya sebagai berikut:

1. Meningkatkan jumlah para wirausaha yang berkualitas.
Ketika seseorang melakukan bisnis, tentunya membutuhkan sumber daya manusia yang dapat membantunya meningkatkan kualitas dari usahanya.
2. Memajukan dan menyejahterakan masyarakat.
Usaha yang sukses dan semakin besar, tentunya semakin banyak membutuhkan sumber daya manusia. Dengan memberdayakan masyarakat sekitar tempat usaha, hal tersebut dapat memberikan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi jumlah pengangguran.
3. Membudayakan semangat sikap, perilaku, dan kemampuan kewirausahaan di kalangan masyarakat.
Jika di masyarakat terdapat wirausaha yang sukses, bukan tidak mungkin hal tersebut menggugah semangat masyarakat di sekitar untuk mencoba bisnis

2.1.3.3 Indikator pengetahuan kewirausahaan

Indikator pengetahuan kewirausahaan yang dikemukakan dalam jurnal Angreni (2018:1006) adalah sebagai berikut:

4. Kemampuan pelaku usaha menilai peluang bisnis atau usaha
5. Pelaku usaha berani dalam menanggung setiap resiko
6. Mengetahui tentang bisnis atau usaha yang dijalankan
7. Mengetahui target pasar

8. Tingkat pendidikan

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung peneliti seperti:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulan

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Dorris Yadewani dan Reni Wijata (2017) jurnal resti (rekayasa sistem dan teknologi informasi), vol. 1 no. 1 (2017)64-69 ISSN: 2580-0760 Lokasi: Padang	Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Minat Berwirausaha (studi kasus : AMIK jayanusa padang	Variabel independen adalah <i>E-Commerce</i> Variabel dependen adalah Minat Berwirausaha	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Pemahaman <i>E-Commerce</i> berpengaruh terhadap Minat Kewirausahaan
2	Dewa Ayu Anggi Pramiswari dan Ida Bagus Dharmadiaksa (2017) E-jurnal akuntansi universitas udayana, vol.20.1.juli (2017):261-289 ISSN: 2302-8556	Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam pengambil Keputusan Untuk Berwirausaha	Variabel independen adalah <i>E-Commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi Variabel dependen adalah Keputusan Untuk Berwirausaha	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Pemahaman <i>E-Commerce</i> dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap Keputusan Untuk Berwirausaha
3	Yunita Niqrisah Dwi Pratiwi (2021) Jurnal Manajemen dan Akuntansi Medan, e –ISSN : 2797-6238 p–ISSN : 2548-7507	Pemahaman <i>E-Commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Kewirausahaan Mahasiswa di Solo Raya	Variabel independen adalah Pemahaman <i>E-Commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi Variabel dependen adalah Minat Kewirausahaan	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Pemahaman <i>E-Commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap Minat Kewirausahaan

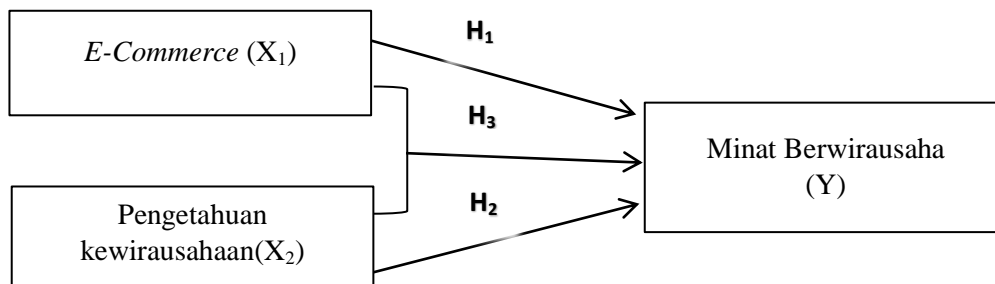
No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
4	Elide Gultom (2021) Jurnal of business and economics research, vol 2, no 2, juni 2021, hal 40-46, ISSN:2716-4128	Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa (studi pada mahasiswa program S1)	Variabel independen adalah <i>E-Commerce</i> , Pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga Variabel dependen adalah Minat Berwirausaha	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>E-Commerce</i> , Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha
5	Erlinda dan Rika Astuti Jurnal ilmiah manajemen (2019), vol.9 no.2	Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Minat Berwirausaha yang dimoderasi oleh pendidikan kewirausahaan (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi uuversitas muhammadiya aceh)	Variabel independen adalah <i>E-Commerce</i> Variabel dependen adalah Minat Berwirausaha	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>E-Commerce</i> berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

2.3 Kerangka Konseptual

Menurut Candra, dkk (2021:65), kerangka penelitian sering disebut juga dengan kerangka pemikir atau kerangka berpikir atau kerangka konseptual merupakan sebuah aturan, taktik, dan cara agar bisa memperoleh sebuah pengetahuan yang dapat digunakan untuk menguji salah satu atau sebenarnya sebuah hipotesis.

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka konseptual

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Anshori dan Iswati (2017:46), hipotesis adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja panduan dalam verifikasi. Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks.

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian, sebagai berikut ini:

- H₁: Terdapat adanya Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.
- H₂: Terdapat adanya Pengaruh Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.
- H₃: Terdapat adanya Pengaruh *E-Commerce* dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Peneliti

3.1.1 Lokasi Peneliti

Lokasi dilakukannya penelitian adalah Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia yang beralamat di Jalan Alumunium IV Lingkungan XX Tanjung Mulia.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan maret 2022 sampai dengan dengan juni 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015), jenis data didefenisikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan *instrument* penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah diterapkan.

3.2.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2015), terdapat 2 sumber data yaitu:

1. Data Primer

Sumber data yang dapat memberikan informasi, fakta dan gambaran suatu peristiwa yang diinginkan dalam penelitian. Pencatatan sumber data primer melalui wawancara atau pengamatan berperan serta dari gabungan kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya.

2. Data Sekunder

Sumber data yang tidak langsung diberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen yang telah dikumpulkan, digabungkan dan diinterpretasikan oleh pihak lain yang meliputi basis data, artikel tinjauan literatur, dan lain sebagainya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut sugiyono (2013:117) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia yang berjumlah 458 penduduk Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Jaya (2019:10), Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Penulis memilih sampel *purposive* karena Sampel *purposive* adalah teknik penentuan sampel

dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subjek dalam purposive sampling, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Maka dengan kata lain, unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian. Maka dari itu yang akan digunakan pada penelitian ini berjumlah 40 orang. Yang terdiri dari masyarakat-masyarakat yang lebih menonjol, memiliki usaha sendiri ataupun yang berhubungan dengan judul penelitian.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variabel penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian sebagai berikut:

Table 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
<i>E-Commerce</i> (X_1)	E-Commerce adalah aktivitas penjualan, pembelian, pemasaran produk dan pembayaran, dengan memanfaatkan teknologi jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan computer untuk memudahkan proses jual beli.	1. proses 2. institution 3. internet	Skala <i>Likert</i>
	Dhiraj kelly (2021:11)	Widasari di Dhiraj (2021:14)	

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Pengetahuan kewirausahaan (X ₂)	Kemampuan pelaku usaha dalam melihat suatu peluang dan memanfaatkannya untuk mencapai keuntungan atau manfaat bagi dirinya dan sekelilingnya serta kelanjutan usahanya. Angreni (2018:999)	1. Menilai peluang usaha 2. Menanggung setiap resiko 3. Mengetahui usaha yang dijalankan 4. Target pasar 5. Tingkat pendidikan Angreni (2018:1006)	Skala <i>Likert</i>
Minat Berwirausaha (Y)	Minat Berwirausaha adalah seseorang yang memiliki minat dalam berwirausaha akan lebih siap dalam menanggung setiap resiko yang akan mungkin terjadi ketika memutuskan untuk berwirausaha. Dinda vebrina (2021:401)	1. Perasaan tertarik wirausaha 2. Mencari informasi 3. Keterampilan wirausaha 4. Memiliki motivasi berwirausaha 5. Keinginan untuk berwirausaha Dinda Vebrina (2021:401)	Skala <i>Likert</i>

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian maka dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden pengamatan langsung. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak yang bersangkutan dalam penelitian. Untuk menilai tanggapan responden maka penulis menggunakan skala *likert*.

Menurut Herlina (2019:6), dimana skala *Likert* menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan sebagai berikut:

Table 3.2
Skala *likert*

No	Pilihan	Skala Nilai
1	Setuju Sekali	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Setelah itu keseluruhan skor yang dikumpulkan kemudian dijumlahkan dan diolah dengan menggunakan *SPSS (Statistical Product and Service Solution)*. Selanjutnya dilakukan perhitungan bobot nilai pada setiap jawaban responden akan dihitung untuk mendapatkan nilai persen (%) dan frekuensinya.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiono (2016:147), analisis data adalah kegiatan setelah data seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang diajukan.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Priyanto (2018), uji validitas *item* digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu *item* dalam mengukur apa yang ingin diukur. Peneliti mengukur validitas dalam penelitian ini menggunakan *bivariate pearson (product moment pearson)* teknik korelasi, dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Uji validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan $< 0,05$ atau 5%.

Hasil *pearson correlation* \geq sig. 0,05 = tidak valid

Hasil *pearson correlation* $<$ sig. 0,05 = valid

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk melihat apakah rangkaian kuesioner yang dipergunakan untuk mengukur suatu konstruk tidak mempunyai kecenderungan tertentu. Nilai yang lazim dipakai 0,6. Pengujian tingkat reliabilitas ini menggunakan alat bantu computer program SPSS yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *statistic Cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Gunawan (2020:108), tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang akan dibahas antara lain: uji normalitas residual, multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik, dengan melihat grafik *histogram* yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik *histogram*nya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik *histogram* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Santoso (2012:234), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditentukan adanya kolerasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terdapat *problem* multikonearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Jika terbukti ada multikolinearitas, sebaiknya salah satu variabel independen yang akan dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diulang kembali.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari besaran *variance inflation factor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Singgih Santoso (2016:210), uji heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut dihilangkan dari model regresi. Adapun untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadinya heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisa Regresi Linear Berganda

Analisa regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel *predictor* (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan dependen apakah masing-masing variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan

untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Untuk persamaan regresi linier pada umumnya dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Minat Berwirausaha (*dependent variabel*)
 X₁ = E-Commerce (*independent variabel*)
 X₂ = Pengetahuan kewirausahaan (*independent variabel*)
 a = Konstanta
 b₁, b₂ = Koefisien regresi
 e = Persentase kesalahan (10%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2012:98) digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi > 0,05, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05, maka hipotesis diterima. Hipotesis diterima mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji kelayakan model dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi layak atau tidak untuk digunakan. Penguji ini menggunakan uji statistik F yang terdapat tabel *Anova*. Langkah pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan (sig. 5%), maka model penelitian dapat digunakan atau model tersebut sudah layak.
2. Jika probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan (sig. 5%), maka model penelitian tidak dapat digunakan atau model tersebut tidak layak.

3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Herlina (2019:140), analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

Dengan demikian, jika nilai koefisien determinasi bernilai 0, maka hal ini menunjukkan tidak ada persentase sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun jika koefisien determinasi bernilai 1 maka terdapat sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Hasil yang dibahas pada penelitian ini meliputi hasil uji validitas dan uji reliabilitas, hasil statistik deskriptif, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis regresi linear berganda, hasil uji hipotesis, dan hasil uji koefisien determinasi. Penelitian ini menggunakan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* versi 22.

4.1.1 Sejarah singkat lingkungan xx tanjung mulia

Kelurahan Tanjung Mulia merupakan kelurahan yang terletak di Kecamatan Medan Deli Kota Medan yang berkembang sebagai daerah jasa, perdagangan, permukiman dan lain-lain. Kelurahan Tanjung Mulia terdiri dari 22 (dua puluh dua) lingkungan.

Sejak tahun 2015 Kelurahan Tanjung Mulia di kepalai oleh seorang kepala kelurahan Bapak Maulana Harahap. Mulai tahun 2010 hingga saat ini peran aparat kelurahan dalam menjalankan fungsinya mengayomi masyarakat cukup baik walaupun terjadi pergantian kepala kelurahan ini disebabkan BKM berperan aktif menjalankan fungsinya sebagai motivator, dan mediator di tengah masyarakat, kerjasama aparat kelurahan dan perangkatnya (kepala lingkungan) dan BKM berjalan baik.

4.1.2 Visi, Misi dan Struktur lingkungan XX tanjung mulia

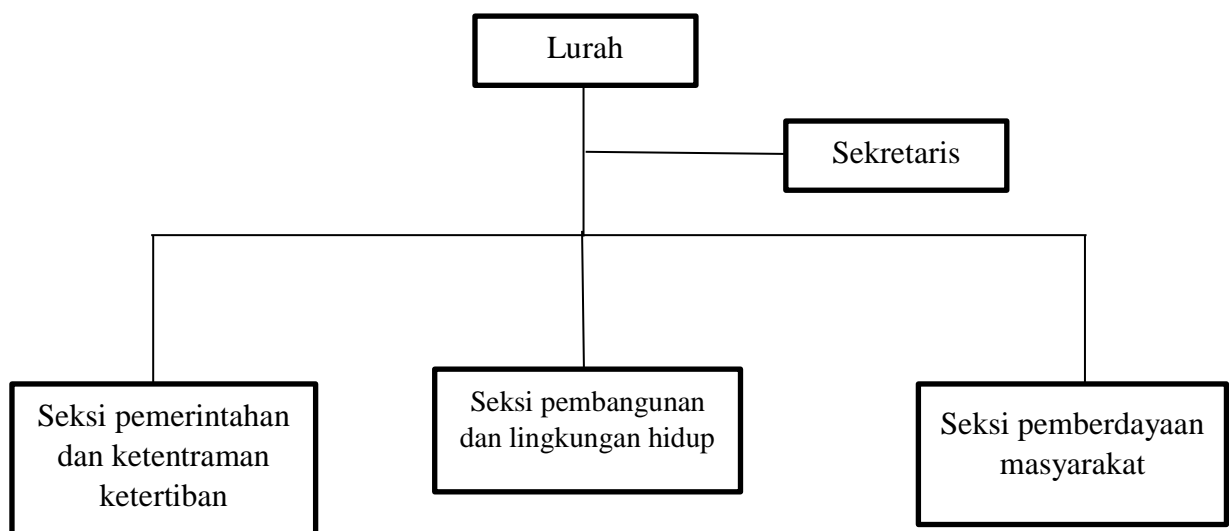
4.1.2.1 Visi lingkungan XX Tanjung Mulia

Menjadi kota medan yang berkah, maju dan kondusif

4.1.2.2 misi lingkungan XX Tanjung Mulia

1. Medan Berkah : Mewujudkan Kota Medan sebagai kota yang berkah dengan memegang teguh nilai-nilai keagamaan dan menjadikan Medan sebagai kota layak huni juga berkualitas bagi seluruh lapisan masyarakat
2. Medan Maju : Memajukan masyarakat Kota Medan melalui revitalisasi pelayanan pendidikan dan kesehatan yang modern dan terjangkau oleh semua
3. Medan bersih : Menciptakan keadilan sosial melalui reformasi birokrasi yang bersih, profesional, akuntabel dan transparan berlandaskan semangat melayani masyarakat serta terciptanya pelayanan publik yang prima, adil dan merata

4.1.2.3 Struktur Organisasi Lingkungan XX Tanjung Mulia



Gambar 4.1
Struktur organisasi lingkungan xx tanjung mulia

Uraian Tugas dan Tanggung Jawab

Berdasarkan struktur organisasi lingkungan xx tanjung mulia, maka untuk melaksanakan kegiatan operasionalnya masing-masing komponen mempunyai tugas dan tanggung jawab.

1. Lurah

melaksanakan kewenangan pemerintahan yang dilimpahkan oleh camat sesuai karakteristik wilayah dan kebutuhan daerah serta melaksanakan tugas pemerintahan lainnya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2. Sekretaris

tugas pokok mengoordinasikan, membina, mengatur dan mengendalikan penyusunan program. Pengelolaan urusan keuangan dan pengelolaan ketatausahaan, rumah tangga, perlengkapan serta administrasi kepegawaian.

3. Kasi pemerintahan dan ketentraman ketertiban

Menyusun rencana kerja kegiatan tahunan berdasarkan kegiatan tahunan seksi pemerintahan, Ketentraman dan Ketertiban sebelumnya dan data yang ada sebagai bahan untuk untuk melaksanakan kegiatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

4. Kasi pembangunan dan lingkungan hidup

Menyusun rencana kerja Seksi Pembangunan dan Lingkungan Hidup berdasarkan rencana strategis dan rencana kerja Kelurahan.

5. Kasih pemberdayaan masyarakat

Menyusun rencana kerja kegiatan tahunan seksi Kesejahteraan Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat berdasarkan kegiatan tahunan sebelumnya dan data yang ada sebagai bahan untuk untuk melaksanakan kegiatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

4.1.3. Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/ observasi yang diteliti mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data kuesioner, misalnya jenis kelamin dan usia.

4.1.3.1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah responden	Presentase
Perempuan	31	77,5%
Laki-Laki	9	22,5%
Total	40	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Dari tabel 4.1 terlihat responden pada pada masyarakat lingkungan XX Tanjung Mulia yang berjenis kelamin perempuan paling banyak yaitu sebanyak 31 orang (77,5%) dan yang paling sedikit berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 9 orang (22,5%).

4.1.3.2. Berdasarkan Usia

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan usia dari responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
18 – 25 Tahun	20	50%
26 – 35 Tahun	15	37,5%
> 36 Tahun	5	12,5%
Total	40	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.2 terlihat responden pada masyarakat lingkungan XX Tanjung Mulia yang berusia diantara 18-25 tahun paling banyak yaitu sebanyak 20 orang (50%) dan paling sedikit berusia > 36 tahun yaitu sebanyak 5 orang (12,5%).

4.1.4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.1.4.1. Uji Validitas

Pengujian validitas pada penelitian ini di sebar kepada 40 responden pada masyarakat lingkungan XX Tanjung Mulia. Pengujian validitas dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam penelitian ini adalah jumlah sampel. Jadi, (df) yang digunakan adalah 40-2 = 38 dengan alpha sebesar 5% maka menghasilkan nilai r_{tabel} (uji dua sisi) sebesar 0,3120 dengan ketentuan.

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r tersebut positif maka pernyataan tersebut dianggap valid.

Tabel 4.3
Uji Validitas Minat Berwirausaha (Y)

Pernyataan	Nilai Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
Saya memiliki keinginan yang tinggi dalam berwirausaha	0,652	0,3120	Valid
Saya merasa menemukan banyak manfaat dan keuntungan apabila saya berwirausaha	0,793	0,3120	Valid
Saya berusaha mencari informasi mengenai bagaimana berwirausaha	0,792	0,3120	Valid
Saya berusaha mencari informasi bagaimana berwirausaha yang baik	0,733	0,3120	Valid
Dengan miliki keterampilan berwirausaha akan lebih mudah dalam berwirausaha	0,692	0,3120	Valid
Dengan berwirausaha maka kreatifitas dan keterampilan saya mudah disalurkan	0,456	0,3120	Valid
Saya merasa tertantang untuk melakukan sesuatu pekerjaan yang membebaskan segala keratifitas saya	0,635	0,3120	Valid
Menjadi wirausaha yang sukses merupakan hal yang saya impikan	0,784	0,3120	Valid
Saya berharap dengan berwirausaha bisa mendapatkan penghasilan lebih	0,806	0,3120	Valid
Saya senang dengan wirausaha kerana saya bisa menyalurkan ide-ide baru	0,806	0,3120	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Dari tabel 4.3 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Minat Berwirausaha menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3120, sehingga semua butir pernyataan kuesioner Minat Berwirausaha dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel *E-Commerce* (X_1) dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4

Uji Validitas *E-Commerce* (X_1)

Pernyataan	Nilai Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
Dengan menggunakan e-commerce memudahkan dalam proses berwirausaha	0,855	0,3120	Valid
Proses dalam e-commerce sangat memudahkan saya dalam berwirausaha	0,772	0,3120	Valid
Dengan adanya institution/lembaga sudah menggunakan e-commerce saya bisa menjangkau lebih banyak konsumen	0,875	0,3120	Valid
Dengan adanya institution yang sudah menggunakan e-commerce memudahkan saya dalam berwirausaha	0,835	0,3120	Valid
Saya menyediakan layanan customer servis melalui internet dalam bentuk webset	0,812	0,3120	Valid
Saya menggunakan internet yang menjelaskan tentang produk usaha saya	0,891	0,3120	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Dari tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel *E-Commerce* menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3120 sehingga semua butir pernyataan kuesioner *E-Commerce* dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel Pengetahuan kewirausahaan (X_2) dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Uji Validitas Pengetahuan Kewirausahaan(X₂)

Pernyataan	Nilai Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
Mampu mengidentifikasi setiap peluang usaha yang ada dipasar	0,904	0,3120	Valid
Saya adalah orang yang mampu berkreasi untuk menciptakan berwirausaha	0,777	0,3120	Valid
Mampu mengidentifikasi resiko dan menentukan langkah untuk menghindarinya	0,681	0,3120	Valid
Saya memiliki kemampuan untuk menanggung resiko saat menjalankan usaha	0,813	0,3120	Valid
Bersedia menanggung setiap resiko yang harus dihadapi saat menjalankan usaha saat ini	0,738	0,3120	Valid
Dengan mengetahui usaha yang akan dijalankan saya lebih mudah memulai usaha tersebut	0,744	0,3120	Valid
Pelaku usaha sudah mempelajari terlebih dahulu usaha yang dijalankan	0,904	0,3120	Valid
Mengetahui seluruh aspek dan proses pelaksanaan usaha dengan baik	0,849	0,3120	Valid
Target pasar saat berwirausaha semua kalangan masyarakat	0,693	0,3120	Valid
Memberikan berbagai macam variasi produk untuk menarik semua konsumen untuk membeli	0,853	0,3120	Valid
Dalam adanya target pasar pelaku usaha sudah memiliki konsumen tetap	0,904	0,3120	Valid
Memiliki jenjang pendidikan yang mempengaruhi dalam menjalankan usaha	0,863	0,3120	Valid
Pelaku usaha memiliki latar belakang pendidikan yang selaras dengan usahanya saat ini	0,771	0,3120	Valid
Dengan adanya tingkat sebuah pendidikan saya mengetahui bagaiman proses menjalankan usaha	0,872	0,3120	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Dari tabel 4.5 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Pengetahuan kewirausahaan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih

besar dari r_{tabel} 0,3120 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Pengetahuan kewirausahaan dinyatakan telah valid.

4.1.4.2. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian validitas, tahapan selanjutnya adalah melakukan pengujian reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab. Jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) > 0,60 maka reliabel kuesioner dapat dipercaya dan dapat digunakan. Hasil perhitungan uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas E-Commerce (X₁)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,915	6

sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas yang dilihat pada *Cronbach's Alpha* untuk variabel *E-Commerce* diperoleh sebesar 0,915 atau lebih besar dari 0,60 sebagai nilai batas suatu instrumen sehingga penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan kewirausahaan(X₂)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,961	14

umber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas yang dilihat pada *Cronbach's Alpha* untuk variabel Pengetahuan kewirausahaan diperoleh sebesar 0,961 atau lebih besar dari 0,60 sebagai nilai batas suatu instrumen sehingga penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Minat Berwirausaha (Y)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,894	10

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

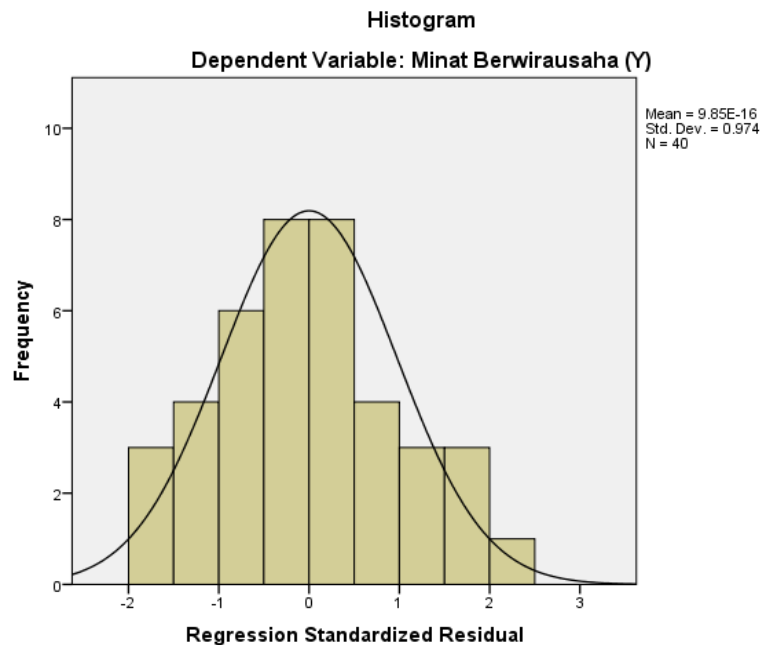
Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas yang dilihat pada *Cronbach's Alpha* untuk variabel Minat Berwirausaha diperoleh sebesar 0,894 atau lebih besar dari 0,60 sebagai nilai batas suatu instrumen sehingga penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.1.5. Pengujian Asumsi Klasik

4.1.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Adapun cara lain untuk mendeteksi normalitas yaitu melalui uji grafik

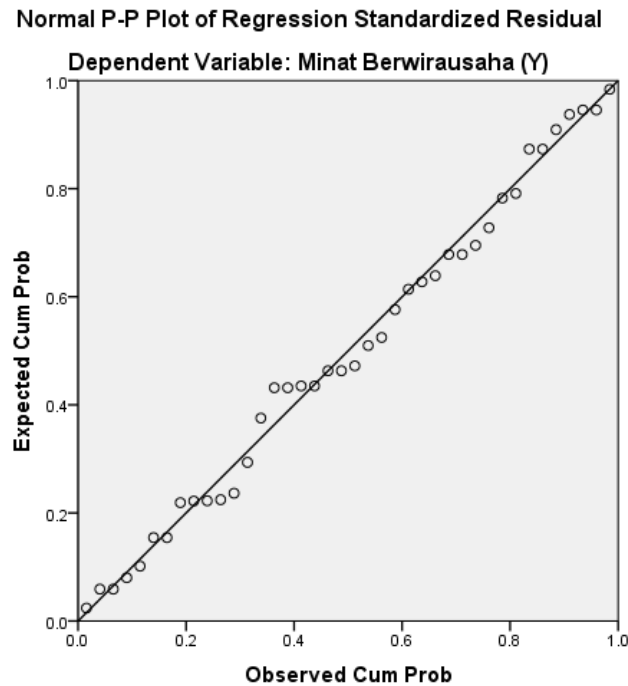
Normal *P-Plot* dan uji normalitas dengan metode *One Kolgomorov Smirnov*. Adapun hasil uji normalitas dapat dilihat melalui grafik histogram pada gambar-gambar dan penjelasan tabel berikut ini.



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Gambar 4.1
Uji Normalitas Histogram

Jika dilihat berdasarkan gambar 4.1 diatas, data yang diambil telah mengikuti distribusi normal karena tampak bahwa tiap data menyebar ke seluruh daerah normal. Daerah normal itu sendiri adalah daerah yang berada di bawah kurva tersebut yang bentuknya seperti lonceng terbalik serta dapat dilihat bahwa data tegak lurus diatas angka 0 dan tidak melenceng kekanan maupun kiri. Oleh karena itu, model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Gambar 4.2

Uji Normalitas P-P Plot

Dari gambar 4.2 menunjukkan bahwa data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat dikatakan data dari grafik normalitas P-P Plotnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah berdistribusi normal. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametik *Kolgomorov-Smirnov* (K-S). Jika hasil *Kolgomorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikan di atas 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal. Sedangkan jika hasil *Kolgomorov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai signifikan dibawah 0,05 maka data residual yang dihasilkan berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.9
Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		40
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2,05854697
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,080
	<i>Positive</i>	,069
	<i>Negative</i>	-,080
<i>Test Statistic</i>		,080
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.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: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,2 yang lebih besar dari signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05.

4.1.5.2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang “sempurna” atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model regresi. Istilah multikolinearitas berkenaan dengan terdapatnya lebih dari satu hubungan

linear pasti, dari istilah multikolinearitas dengan derajatnya satu hubungan linear. Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan bahwa setiap variabel bebas manakah yang disajikan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan diregresi terhadap variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi (Karena $VIF = 1 / tolerance$) dan menunjukkan bahwa adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* diatas 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10. Setiap analisa harus menentukan tingkat kolinearitas yang masih dapat ditolerir. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan *Tolerance* dan VIF. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
1 (Constant)		
E-Commerce (X ₁)	,522	1,917
Pengetahuan kewirausahaan (X ₂)	,522	1,917

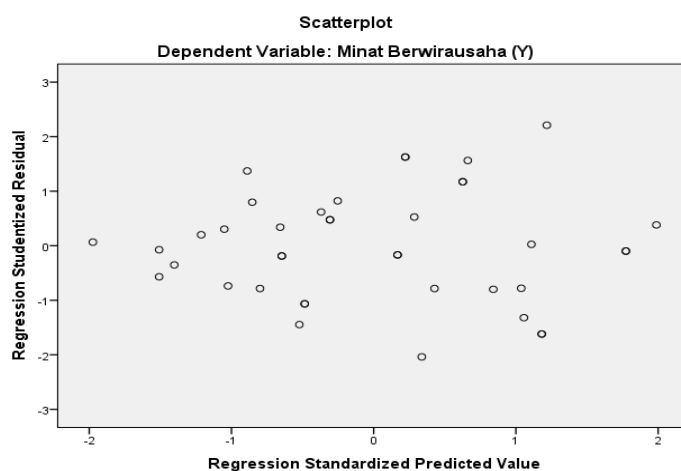
a. *Dependent Variable*: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Dari Tabel 4.11 diatas, terlihat bahwa model penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas, dimana VIF dari variabel Independen tidak ada yang lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* juga tidak ada yang lebih kecil dari 0,1. Sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur variabel-variabel yang digunakan tidak mengandung masalah multikolinearitas. Maka model regresi yang ada layak untuk dipakai dalam memprediksi variabel Minat Berwirausaha.

4.1.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul disatu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.1.6. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan SPSS 25.

Hasil *output* persamaan regresi pada penelitian ini adalah:

Tabel 4.11
Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15,486	1,706		9,075	,000
E-Commerce (X ₁)	,613	,100	,543	6,150	,000
Pengetahuan kewirausahaan (X ₂)	,220	,042	,458	5,192	,000

a. *Dependent Variable*: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu:

$$\text{Minat Berwirausaha} = 15,486 + 0,613 \text{ E-Commerce} + 0,220 \text{ Pengetahuan kewirausahaan} + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas maka dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta sebesar 15,486 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka nilai Minat Berwirausaha sebesar 15,486.
2. Variabel *E-Commerce* mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,613 dan bertanda positif artinya setiap *E-Commerce* sebesar satu mengakibatkan kenaikan Minat Berwirausaha sebesar 0,613.
3. Variabel Pengetahuan kewirausahaan mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,220 dan bertanda positif artinya setiap Pengetahuan kewirausahaan sebesar satu mengakibatkan kenaikan Minat Berwirausaha sebesar 0,220.

4.1.7. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis akan mempergunakan analisis regresi berganda yang bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

4.1.7.1. Uji t (Secara Parsial)

Uji t (*t-test*) dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh secara parsial (individu) variabel-variabel independen yaitu *E-Commerce* dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap variabel dependen yaitu Minat Berwirausaha atau menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen.

Tabel 4.12
Uji t (Uji Secara Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15,486	1,706		9,075	,000
E-Commerce (X ₁)	,613	,100	,543	6,150	,000
Pengetahuan kewirausahaan (X ₂)	,220	,042	,458	5,192	,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Nilai t_{tabel} untuk probabilitas 0,05 pada derajat bebas $(n-2) = 38$ ($n-k = 40$ orang – 2 variabel x) adalah sebesar 2,02439. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

H_0 diterima jika $t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, $\text{sig} > 0,05$

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, $\text{sig} < 0,05$

Dengan demikian hasil dari Uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan uji t secara parsial diperoleh nilai dari t_{hitung} E-Commerce sebesar 6,150 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$. Nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $6,150 > 2,02439$, maka H_0 ditolak atau H_1 diterima yang artinya secara parsial Pembelajaran E-Commerce berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

2. Hasil perhitungan uji t secara parsial diperoleh nilai dari t_{hitung} Pengetahuan kewirausahaan sebesar 5,192 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,192 > 2,02439$, maka H_0 ditolak atau H_2 diterima yang artinya secara parsial Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

4.1.7.2. Uji F (Secara Simultan)

Uji F dimaksudkan untuk mempengaruhi pengaruh variabel-variabel independen yaitu Pembelajaran *E-Commerce* dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel dependen yaitu Minat Berwirausaha. Dalam penelitian ini nilai F hitung akan dibandingkan dengan nilai F tabel, pada tingkat signifikan (α) = 5%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima

Tabel 4.13
Uji F (Secara Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	932,708	2	466,354	104,407	.000 ^b
Residual	165,267	37	4,467		
Total	1097,975	39			

a. *Dependent Variable:* Minat Berwirausaha (Y)

b. *Predictors:* (Constant), Pengetahuan kewirausahaan (X_2), *E-Commerce* (X_1)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Hasil analisis regresi secara simultan (F_{test}) variabel independen Pembelajaran *E-Commerce*, Pengetahuan kewirausahaan dan variabel dependen Minat Berwirausaha didapatkan F_{hitung} sebesar 104,407 dan nilai F_{tabel} untuk $df_1 = k$ (variabel bebas) dan $df_2 = n - k - 1 \Rightarrow 40 - 3 = 37$ yaitu sebesar 3,25. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka *E-Commerce* dan Pengetahuan kewirausahaan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

Dari hasil pengujian secara parsial maupun secara simultan, maka dapat dirangkum atas hasil uji tersebut pada Tabel 4.15 dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	Kriteria	Hasil	Keputusan
H₁	<i>E-Commerce</i> Berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha	- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $\alpha < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.	6,150 > 2,02439 dan 0,000 < 0,05 Berpengaruh dan signifikan	Hipotesis Diterima
H₂	Pengetahuan kewirausahaan Berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha	- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $\alpha > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.	5,192 > 2,02439 dan 0,000 < 0,05 Berpengaruh dan signifikan	Hipotesis Diterima
H₃	<i>E-Commerce</i> dan Pengetahuan kewirausahaan Berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha	- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $\alpha < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. - Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan $\alpha > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.	104,407 > 3,25 dan 0,000 < 0,05 Berpengaruh dan signifikan	Hipotesis Diterima

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

4.1.8. Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Uji R^2 menunjukkan seberapa besar porsi dari total variasi variabel-variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *R Square*. Berikut adalah nilai koefisien determinasi:

Tabel 4.15
Koefisien Determinasi (*R Square*)
Model Summary

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.922 ^a	.849	.841	2,11345

a. *Predictors: (Constant), Pengetahuan kewirausahaan (X₂), E-Commerce (X₁)*

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2022

Dari Tabel 4.16 diatas dapat kita ketahui bahwa *R Square* adalah 0,849. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 84,9% variabel Minat Berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel *E-Commerce* dan Pengetahuan kewirausahaan yang merupakan dua variabel independen yang digunakan. Sedangkan sisanya sebesar 15,1% variabel Minat Berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti/ dibahas dalam penelitian ini seperti *Profesionalisme* dan *Integritas*.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil perhitungan uji secara parsial (*t test*) variabel *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha diperoleh hasil bahwa *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dimana t_{hitung} *E-Commerce* sebesar 6,150 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu dengan nilai $0,000 <$

0,05. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6,150 > 2,02439$, sehingga dapat dinyatakan hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan adanya pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha dapat diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dorris Yadewani dan Reni Wijata (2021), dimana hasil analisis regresi secara simultan (*F test*) variabel independen *E-Commerce* Parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (studi kasus masyarakat lingkungan xx Tanjung mulia).

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui *E-Commerce* memiliki peran penting dalam Minat Berwirausaha. Hal ini dikarenakan fungsi adanya *E-Commerce* yang baik dapat Meningkatkan Minat Berwirausaha.

4.2.2. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil perhitungan uji secara parsial (*t test*) variabel Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha diperoleh hasil bahwa Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berwirausaha masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia. Hal ini diperoleh dari hasil uji *t* dimana t_{hitung} Pengetahuan kewirausahaan sebesar 5,192 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,192 > 2,02439$, sehingga dapat dinyatakan hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan adanya pengaruh Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha dapat diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elide Gultom (2021), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Penggunaan pengetahuan kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan (Minat) Berwirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui Pengetahuan kewirausahaan memiliki peran penting dalam meningkatnya Minat Berwirausaha. Hal ini dikarenakan Pengetahuan kewirausahaan disuatu tempat dapat meningkatkan tingkat Minat Berwirausaha.

4.2.3. Pengaruh *E-Commerce* dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil analisis regresi secara simultan (*F test*) variabel independen *E-Commerce* dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha diperoleh hasil bahwa secara simultan *E-Commerce* dan Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia. Hal ini diperoleh dari hasil uji F dimana F_{hitung} sebesar 104,407 dan nilai F_{tabel} untuk $df_1 = k-1 \Rightarrow 3-1 = 2$ dan $df_2 = N-k \Rightarrow 40-3 = 37$ yaitu sebesar 3,25. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan adanya Pengaruh *E-Commerce* dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha dapat diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yunita Niqrisah Dwi Pratiwi (2021), dimana hasil analisis regresi secara simultan

(*F test*) variabel independen Pembelajaran *E-Commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (studi kasus Mahasiswa di Solo Raya).

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui Pembelajaran *E-Commerce* dan Pengetahuan Kewirausahaan memiliki peran penting dalam Meningkatkan tingkat Minat Berwirausaha. Hal ini dikarenakan adanya Pengaruh Pembelajaran *E-Commerce* yang bagus dan adanya Pengetahuan Kewirausahaan dan Sistem Informasi Akuntansi yang maju dan modern disuatu tempat dapat meningkatkan tingkat Minat Berwirausaha.