

# E-Commerce dan Pengetahuan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Minat Berbisnis Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia

## *(The Role of E-Commerce and Entrepreneurial Knowledge in Enhancing Business Interest in the Community of Environment XX, Tanjung Mulia)*

Bambang Sutejo<sup>1\*</sup>, Irma Herliza Rizki<sup>2</sup>, Tina Muhardika Handayani<sup>3</sup>, Muammar Rinaldi<sup>4</sup>  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Sumatera Utara, Indonesia<sup>1\*</sup>, Universitas Battuta,  
Sumatera Utara, Indonesia<sup>2,3</sup>, Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia<sup>4</sup>  
[benkenksutejo78@gmail.com](mailto:benkenksutejo78@gmail.com)<sup>1</sup>, [ir\\_marez@yahoo.com](mailto:ir_marez@yahoo.com)<sup>2</sup>, [tinamh.lubis@yahoo.com](mailto:tinamh.lubis@yahoo.com)<sup>3</sup>,  
[muammar@unimed.ac.id](mailto:muammar@unimed.ac.id)<sup>4</sup>



### Riwayat Artikel

Diterima pada 19 September 2024  
Revisi 1 pada 24 September 2024  
Revisi 2 pada 3 Oktober 2024  
Revisi 3 pada 7 Oktober 2024  
Disetujui pada 17 Oktober 2024

### Abstract

**Purpose:** The research aims to examine the impact of E-Commerce and Entrepreneurial Knowledge in increasing Business Interest among the community of Environment XX, Tanjung Mulia.

**Methodology:** This study uses a descriptive quantitative method with numerical data. Primary data is collected via questionnaires distributed to residents of Environment XX, Tanjung Mulia, while secondary data is sourced from relevant literature and existing data.

**Results:** The results of the multiple linear regression analysis show that improvements in E-Commerce and Entrepreneurial Knowledge will increase Entrepreneurial Interest. E-Commerce, in particular, has a positive and significant impact on Entrepreneurial Interest in the community of Environment XX, Tanjung Mulia, Medan. Similarly, Entrepreneurial Knowledge also has a positive and significant effect on Entrepreneurial Interest in the same area.

**Conclusions:** Any improvement in E-Commerce and Entrepreneurial Knowledge will increase entrepreneurial interest. Both E-Commerce and Entrepreneurial Knowledge have a positive and significant partial impact on entrepreneurial interest in the community of Environment XX, Tanjung Mulia, Medan, and together they also have a positive and significant effect.

**Limitations:** A limitation of this research is the lack of respondent diversity, as the sample was taken only from the XX Tanjung Mulia Medan community. Future research could explore other variables influencing Entrepreneurial Interest, such as business capital, family, and social support.

**Contribution:** This research provides empirical evidence that E-Commerce is not only a technological tool, but also a factor that encourages the growth of interest in entrepreneurship in society.

**Keywords:** *E-Commerce, Entrepreneurial Knowledge, Entrepreneurial Interest.*

**How to Cite:** Sutejo, B., Rizki, I. H., Handayani, T. M., Rinaldi, M. (2024). E-Commerce dan Pengetahuan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Minat Berbisnis Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia. *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi*, 5(2), 317-327.

## 1. Pendahuluan

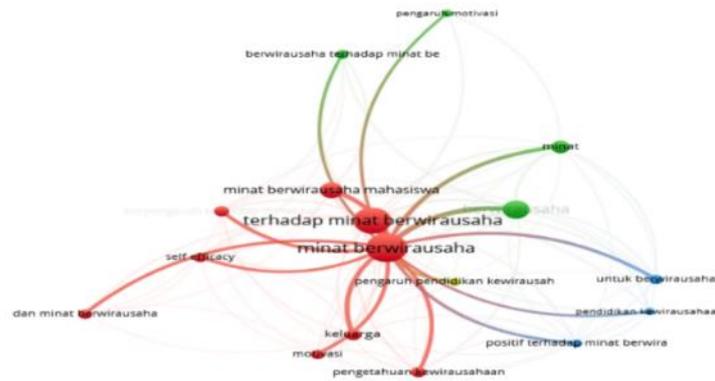
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ada saat ini sangat berdampak dalam kemajuan berbagai bidang dunia bisnis yang mengakibatkan ketatnya persaingan bisnis (Amankwah-Amoah, Khan, Wood, & Knight, 2021; Donner, Gohier, & de Vries, 2020). Dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat populer saat ini adalah internet selama bertahun-tahun terakhir saat ini perkembangan internet memungkinkan adanya berbagai teknologi yang membantu banyak hal publikasi informasi yang dalam bentuk elektronik yaitu *E-Commerce* (Kochanek, 2023; Srianggareni, Heryanda, & Telagawathi, 2020; Widhiastuti & Dewi, 2020). Pada awalnya *E-Commerce* penggunaan internet hanya sebatas menampilkan produk, untuk transaksi pembayaran antara penjual dan konsumen harus bertemu (Nisa & Rokhmah, 2022; Wesly, Kristiana, Bong, & Saputra, 2021). Namun, pada perkembangannya, fokus pada perdagangan *E-Commerce* melalui sarana internet bergeser mendekati konsumen-konsumen individual. Saat ini *E-Commerce* tidak hanya saja menggunakan website saja namun juga dapat melalui sosial media, seperti facebook, whatsapp, instagram, twitter dan lainnya (Wahyudi & Sumahir, 2020). Saat ini tekanan komunikasi bisnis ialah melibatkan produsen dan konsumen individual dalam perdagangan *E-Commerce* (Rustini, Pratama, & Mada, 2019; Sheth, 2020; Tyra & Sarjono, 2020). Namun *E-Commerce* tidak hanya untuk perusahaan-perusahaan akan tetapi juga dilakukan oleh pembisnis individual (Green, Edgerton, Naftel, Shoub, & Cranmer, 2020; Higgins-Desbiolles, 2020; Lüdeke-Freund, 2020).

Menurut data kementerian kependudukan republik Indonesia semester I 2020 jumlah total penduduk Indonesia per 30 juni sebanyak 268.583.016 jiwa menurut kementerian badan usaha milik Negara (BUMN) sekitar 3,47 persen penduduk Indonesia menjadi wirausaha. Selain lapangan pekerjaan yang akan dihasilkan sehingga mengurangi jumlah pengangguran, bertambahnya wirausaha juga akan meningkatkan pendapatan masyarakat secara agregat. Namun, sebagian besar mindset masyarakat lebih baik bekerja dengan orang lain bukan menghasilkan lapangan perkerja sendiri, maka demikian harus ada perubahan mindset dalam masyarakat agar dapat terbentuknya kemandirian. Cara untuk mengubah mindset tersebut dengan menumbuhkan jiwa wirausaha dalam diri masyarakat. Memiliki jiwa wirausaha dalam masyarakat yang diharapkan terbentuknya jiwa pemimpin dalam masyarakat tersebut. Sangat diharapkan pula tumbuhnya jiwa wirausaha dalam masyarakat dapat membentuk lingkungan masyarakat yang dapat mampu mendorong masyarakat lainnya untuk berwirausaha (Wibawa & Wijaya, 2024). Berdasarkan hasil prasurvei dan wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti dimana data yang sudah diperoleh minatnya masyarakat pada lingkungan XX tanjung mulia ditemukan bahwa banyaknya minat berwirausaha pada masyarakat tersebut dari tahun ketahun mengalami peningkatan minat berwirausaha. Berikut data yang diperoleh:

Tabel 1. Data masyarakat yang minat Berwirausaha

No	Tahun	Jumlah masyarakat	Penambahan	Masyarakat yang berminat
1	2017	378	-	378 perkepala keluarga
2	2018	-	3	381 perkepala keluarga
3	2019	-	9	390 perkepala keluarga
4	2020	-	38	428 perkepala keluarga
5	2021	-	40	458 perkepala keluarga

Maka *E-Commerce* akan semakin memberikan peluang, kepercayaan diri serta minat masyarakat untuk berwirausaha *online* sesuai dengan bekal pengetahuan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, *E-Commerce* juga diharapkan dapat menjadi peluang besar bagi masyarakat dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.



Gambar 1. State of the art dan kebaharuan

Dalam gambar di atas menjelaskan bahwa riset mengenai minat berwirausaha cukup banyak, namun yang menjadi kebaharuan adalah faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha seperti pemanfaatan *E-Commerce*, dari gambar tersebut tidak banyak peneliti melakukan analisis mengenai keterkaitan *E-Commerce* dengan minat berwirausaha. Selain itu pengetahuan kewirausahaan juga terlihat masih sedikit.

*E-Commerce (Electronic Commerce)* adalah aktivitas jual beli barang atau jasa yang dilakukan melalui platform elektronik, terutama internet (Ngadiman & Pradana, 2024). *E-Commerce* mencakup berbagai transaksi bisnis yang dilakukan secara online, mulai dari *Business to Consumer (B2C)*, *Business to Business (B2B)*, *Consumer to Consumer (C2C)*, hingga *Business to Government (B2G)*. *E-Commerce* melibatkan penggunaan teknologi digital, seperti situs web, aplikasi seluler, pembayaran online, dan logistik digital untuk memfasilitasi transaksi antara penjual dan pembeli. Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha dalam penelitian Fauzi (2020) menjelaskan bahwa pemanfaatan platform *E-Commerce* oleh individu berperan penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk memulai bisnis sendiri. Penggunaan teknologi digital memungkinkan calon wirausahawan untuk memasuki pasar dengan modal yang lebih rendah dan risiko yang lebih kecil dibandingkan dengan bisnis konvensional (Rahmawati, Pratiwi, Wahyuni, Kartini, & Asas, 2024). Selain itu, pengetahuan berwirausaha juga mempengaruhi minat, pengetahuan berwirausaha adalah pemahaman yang mendalam mengenai konsep, proses, dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memulai, mengelola, dan mengembangkan sebuah usaha (Handayani, Rusmana, & Warsidi, 2023). Pengaruh pengetahuan berwirausaha terhadap minat berwirausaha dalam penelitian oleh (Hartini, Wardhana, Normiyati, & Sulaiman, 2022), ditemukan bahwa pengetahuan berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Individu yang memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang wirausaha cenderung lebih termotivasi dan percaya diri untuk memulai usaha mereka sendiri. Pengetahuan ini memberikan pemahaman tentang cara memitigasi risiko dan menghadapi tantangan bisnis.

## 2. Tinjauan Pustaka

Minat berwirausaha adalah seseorang yang memiliki minat dalam berwirausaha akan lebih siap dalam menanggung setiap resiko yang mungkin terjadi ketika memutuskan untuk berwirausaha (Julindrastuti & Karyadi, 2022). Minat Berwirausaha merupakan suatu hasrat yang kuat dari seseorang terhadap aktifitas kewirausahaan, baik disadari atau tidak terpuaskan lewat perilaku tertentu (Astuti, 2021). 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 (Zunaedy, Aisyah, & Ayuningtyas, 2021). Cara 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.

Sebelum seseorang mengambil keputusan untuk berwirausaha, tentu saja memiliki minat yang kuat dalam dirinya, adapun indikator minat berwirausaha (Wardhani & Nastiti, 2023)

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

Menurut Pelipa and Marganingsih (2020), *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. *E-Commerce* atau kependekan dari *Electronic Commerce* (perdagangan secara elektronik), merupakan suatu transaksi jual beli yang dilakukan melalui sistem elektronik berupa web (Wahyudi & Sumahir, 2022).

Menurut (Wijaya & Warnadi, 2019), 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.

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 (Nuraeni, 2022). Menurut Hanifati and Pradhanawati (2017), 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 inova di bidang wirausaha yang di peroleh dalam pendidik sekolah maupun perguruan tinggi. Indikator pengetahuan kewirausahaan yang dikemukakan Sugandi and Suhaeni (2019) adalah kemampuan pelaku usaha menilai peluang bisnis atau usaha, pelaku usaha berani dalam menanggung setiap resiko,mengetahui tentang bisnis atau usaha yang dijalankan, mengetahui target pasar, dan tingkat pendidikan. Berdasarkan teori diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian, sebagai berikut ini:

- H1. Terdapat adanya Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

E-Commerce atau perdagangan elektronik telah menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong munculnya minat berwirausaha di berbagai kalangan masyarakat, termasuk di Lingkungan XX Tanjung Mulia. Pengaruh ini dapat dijelaskan melalui beberapa aspek, seperti kemudahan akses, penurunan hambatan bisnis, serta perluasan pasar yang memungkinkan masyarakat untuk memulai usaha dengan modal yang lebih kecil dan risiko yang lebih terkelola. Menurut Dorris Yadewani dan Reni Wijata (2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Pemahaman *E-Commerce* berpengaruh terhadap Minat Kewirausahaan, selain itu Pramiswari and Dharmadiaksa (2017), juga menjelaskan dalam penelitiannya bahwa pemahaman *e-commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap keputusan untuk berwirausaha

H2. Terdapat adanya Pengaruh Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

Hipotesis ini menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha di kalangan masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan masyarakat tentang kewirausahaan, semakin besar pula minat mereka untuk terjun ke dunia usaha. Pengaruh ini dapat dijelaskan melalui beberapa aspek utama, seperti pemahaman tentang peluang usaha, pengelolaan risiko, keterampilan manajemen, serta penguasaan strategi bisnis yang baik. Pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Afriza Sari, 2017). Selain itu Pratiwi and Purwanto (2021), juga menjelaskan hal yang sama bahwa Pemahaman *E-Commerce* dan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap minat kewirausahaan.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia yang beralamat di Jalan Aluminium IV Lingkungan XX Tanjung Mulia. Lingkungan XX Tanjung Mulia mungkin memiliki potensi wirausaha yang tinggi tetapi belum tergarap secara optimal. Penelitian di daerah ini dapat memberikan gambaran tentang dinamika ekonomi lokal, termasuk hambatan-hambatan yang dihadapi oleh masyarakat dalam memulai usaha. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. populasi penelitian adalah Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia yang berjumlah 458 penduduk Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia. 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 (Nathania & Wijaya, 2024). 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. Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variabel penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
<i>E-Commerce</i> (X <sub>1</sub> )	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>

Pengetahuan kewirausahaan (X <sub>2</sub> )	Kemampuan pelaku usaha dalam melihat suatu peluang dan memanfaatkannya untuk mencapai keuntungan atau manfaat bagi dirinya dan sekelilingnya serta kelanjutan usahanya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menilai peluang usaha</li> <li>2. Menanggung setiap resiko</li> <li>3. Mengetahui usaha yang dijalankan</li> <li>4. Target pasar</li> <li>5. Tingkat pendidikan</li> </ol>	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.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perasaan tertarik wirausaha</li> <li>2. Mencari informasi</li> <li>3. Keterampilan wirausaha</li> <li>4. Memiliki motivasi berwirausaha</li> <li>5. Keinginan untuk berwirausaha</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>

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 (Labiro & Widjaja, 2024). Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak yang bersangkutan dalam penelitian. Untuk menilai tanggapan responden maka penulis menggunakan skala likert. Selanjutnya mengelompokan 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.

Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, Analisis 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*)
- X<sub>1</sub> = *E-Commerce* (*independent variabel*)
- X<sub>2</sub> = Pengetahuan kewirausahaan (*independent variabel*)
- a = Konstanta
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi
- e = Persentase kesalahan (10%)

#### 4. Hasil dan Pembahasan

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.

##### 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.

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. 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. 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.

#### 4.2 Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian validitas, tahapan selanjutnya adalah melakukan pengujian reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab. 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. *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. *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.

#### 4.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam analisis regresi, pengujian asumsi klasik adalah langkah penting untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan valid dan dapat diinterpretasikan dengan baik. 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. 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. Hasil Uji asumsi klasik sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	VIF	Keterangan
Uji Normalitas	0,200	-	Data Normal
Uji Multikolinieritas			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-Commerce</li> <li>• Pengetahuan kewirausahaan</li> </ul>		1,917 1,917	<i>Non</i> Multikolinearitas

Tabel di atas menjelaskan data yang digunakan tidak mengalami masalah uji asumsi. Maka analisis dilanjutkan menggunakan uji regresi linier berganda.

#### 4.4 Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Hipotesis

Model	B	t	Sig-t	Sig-F	R Square
Konstanta	15,486	9,075	0,000	0,000	0,849
<i>E-Commerce</i>	0,613	6,150	0,000		
Pengetahuan kewirausahaan	0,220	5,192	0,000		

Tabel di atas menjelaskan 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, uji t secara parsial diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu dengan nilai  $0,000 < 0,05$ , maka artinya secara parsial Pembelajaran E-Commerce berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia. 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, uji t secara parsial diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu dengan nilai  $0,000 < 0,05$ , artinya secara parsial Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

Hasil analisis regresi secara simultan variabel independen Pembelajaran E-Commerce, Pengetahuan kewirausahaan dan variabel dependen Minat Berwirausaha didapatkan 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. 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.

#### **4.5 Pembahasan**

##### **4.5.1 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 Delvia (2023), 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.

##### **4.5.2 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 Romdhoni pada tahun 2024, 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.

#### 4.5.3 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 Luthfiyyah pada tahun 2023, 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.

## 5. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh E-Commerce (X1) dan Pengetahuan kewirausahaan (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y) yang ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada variabel E-Commerce dan Pengetahuan kewirausahaan, maka minat berwirausaha juga akan meningkat. E-Commerce secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia Medan. Pengetahuan kewirausahaan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia Medan. E-Commerce dan Pengetahuan kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia Medan.

### Limitasi

Keterbatasan: Keterbatasan penelitian ini adalah kurangnya keberagaman responden, karena sampel hanya diambil dari masyarakat XX Tanjung Mulia Medan. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel lain yang mempengaruhi Minat Berwirausaha, seperti modal usaha, keluarga, dan dukungan sosial.

### Ucapan terima kasih

Ucapan terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

### Referensi

- Afriza Sari, M. (2017). *Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xii Smk Pasundan 1 Banjaran*. Universitas Komputer Indonesia.
- Amankwah-Amoah, J., Khan, Z., Wood, G., & Knight, G. (2021). Covid-19 And Digitalization: The Great Acceleration. *Journal Of Business Research*, 136, 602-611.
- Astuti, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pembentukan Jiwa Kewirausahaan Di Lingkungan Mahasiswa Stpkat Semarang. *Jurnal Penelitian Pendidikan Agama Katolik*, 1(2), 149-169. Doi: <https://doi.org/10.52110/Jppak>
- Donner, M., Gohier, R., & De Vries, H. (2020). A New Circular Business Model Typology For Creating Value From Agro-Waste. *Science Of The Total Environment*, 716, 137065.
- Fauzi, A. N. (2020). Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Perilaku Berwirausaha Bagi Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah (Pls) Universitas Negeri Semarang (Unnes).
- Green, J., Edgerton, J., Naftel, D., Shoub, K., & Cranmer, S. J. (2020). Elusive Consensus: Polarization In Elite Communication On The Covid-19 Pandemic. *Science Advances*, 6(28), Eabc2717.

- Handayani, D., Rusmana, O., & Warsidi, W. (2023). Pengaruh Perkembangan E-Commerce, Modal Usaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 95-104. Doi:10.35912/Jbpd.V2i2.2622
- Hanifati, K., & Pradhanawati, A. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi Sosial Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Usaha (Studi Pada Rumah Makan Di Kecamatan Tembalang, Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 629-644. Doi:<https://doi.org/10.14710/Jiab.2017.16802>
- Hartini, H., Wardhana, A., Normiyati, N., & Sulaiman, S. (2022). Peran Self-Efficacy Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Women Entrepreneur Yang Dimediasi Oleh Pengetahuan Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(2), 132-148. Doi:<https://doi.org/10.21067/Jem.V18i2.7036>
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). The “War Over Tourism”: Challenges To Sustainable Tourism In The Tourism Academy After Covid-19. *Journal Of Sustainable Tourism*, 29(4), 551-569.
- Julindrastuti, D., & Karyadi, I. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 7-20. Doi:<https://doi.org/10.55182/Jtp.V2i1.98>
- Kochanek, S. A. (2023). *Business And Politics In India*.
- Labiro, K. A. C., & Widjaja, W. (2024). Pengaruh Keaktifan Berorganisasi, Prestasi Akademik, Lingkungan Belajar Terhadap Kesiapan Kerja Universitas Tangerang. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 5(1), 27-42.
- Lüdeke-Freund, F. (2020). Sustainable Entrepreneurship, Innovation, And Business Models: Integrative Framework And Propositions For Future Research. *Business Strategy And The Environment*, 29(2), 665-681.
- Nathania, J. A., & Wijaya, S. (2024). Pengaruh Kompensasi, Budaya Organisasi Dan Motivasi Terhadap Retensi Karyawan Pada Store Maxx Coffee Tangerang. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 5(1), 43-54.
- Ngadiman, S., & Pradana, B. L. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping Motives, Sales Promotion, Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Shopee. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(1), 13-31. Doi:10.35912/Rambis.V4i1.2988
- Nisa, U., & Rokhmah, B. E. (2022). Pengelolaan Wakaf Tunai Dalam Pemberdayaan Umkm Di Lingkungan Pondok Pesantren. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 3(2), 273-285.
- Nuraeni, Y. A. (2022). Peran Pendidikan Dalam Pembentukan Jiwa Wirausaha: Pendidikan Kewirausahaan. *Jurnal Ilmu Pendidikan (Ilpen)*, 1(2), 38-53. Doi:<https://doi.org/10.3709/Ilpen.V1i2.18>
- Pelipa, E. D., & Marganingsih, A. (2020). Pelatihan E-Commerce Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Sintang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa*, 3(2), 94-105. Doi:<https://doi.org/10.31932/Jpmk.V3i2.900>
- 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.
- Pratiwi, Y. N. D., & Purwanto, H. (2021). Pemahaman E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Kewirausahaan Mahasiswa Di Solo Raya. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 3(2), 86-97.
- Rahmawati, M., Pratiwi, S. R., Wahyuni, R., Kartini, K., & Asas, I. (2024). Umkm Cakap Digital Melalui Penerapan E-Commerce: Studi Empiris Di Kota Tarakan. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(2), 318-331. Doi:<https://doi.org/10.37567/Alwatzikhoebillah.V10i2.2790>
- Rustini, N. M., Pratama, I. G. S., & Mada, I. G. N. C. W. (2019). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Seka Taruna Di Kota Denpasar. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 18(2), 104-115.
- Sheth, J. (2020). Business Of Business Is More Than Business: Managing During The Covid Crisis. *Industrial Marketing Management*, 88, 261-264.

- Srianggareni, N. M., Heryanda, K. K., & Telagawathi, N. L. W. S. (2020). Pengaruh Moderasi Self Efficacy Pada Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Di Universitas Pendidikan Ganesha. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1-10.
- Sugandi, F., & Suhaeni, T. (2019). *Peran Kompetensi Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Pada Industri Kreatif Subsektor Kerajinan Di Kota Bandung*. Paper Presented At The Prosiding Industrial Research Workshop And National Seminar.
- Tyra, M. J., & Sarjono, A. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha.
- Wahyudi, H., & Sumahir, G. N. (2020). The Effect Of Research And Development (R&D) Investment, E-Commerce Company Employee, And E-Commerce Transaction Volume On Economic Growth In Indonesia 2010q1–2020q4. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 1(2), 153-165.
- Wahyudi, H., & Sumahir, G. N. (2022). The Effect Of Research And Development (R&D) Investment, E-Commerce Company Employee, And E-Commerce Transaction Volume On Economic Growth In Indonesia 2010q1 – 2020q4. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 1(2), 153-165. Doi:10.35912/Simo.V1i2.1416
- Wardhani, P. S. N., & Nastiti, D. (2023). Implementasi Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(2), 177-191. Doi: <https://doi.org/10.37478/Jpm.V4i2.2622>
- Wesly, J., Kristiana, V., Bong, T., & Saputra, N. (2021). Pengaruh Digital Leadership, Total Quality Management, Dan Knowledge Management Terhadap Sustainability Management Pada Perusahaan Di Dki Jakarta. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 2(2), 97-124.
- Wibawa, T., & Wijaya, S. (2024). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(1), 95-105. Doi:10.35912/Rambis.V4i1.3109
- Widhiastuti, N. L. P., & Dewi, N. L. P. S. (2020). Minat Berwirausaha Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Juara: Jurnal Riset Akuntansi*, 10(2).
- Wijaya, E., & Warnadi, W. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee: Dampak Dari E-Commerce. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 152-164.
- Zunaedy, M., Aisyah, S., & Ayuningtyas, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Stkip Pgri Lumajang Tahun Akademik 2020/2021. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 6(1), 47-59. Doi:<https://doi.org/10.21067/Jrpe.V6i1.5294>