

Pengaruh *E-Commerce*, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru)

Elida Gultom

Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Akbar, Pekanbaru, Indonesia

E-mail: elidagultom@lecturer.stieriau-akbar.ac.id

Submitted: 28/05/2021; Accepted: 25/06/2021; Published: 30/06/2021

Abstrak—Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat dan mengetahui apakah pengaruh *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Riau. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden dengan teknik pengumpulan data *purposive sampling*. Populasinya yaitu seluruh mahasiswa jurusan S1 Manajemen dengan sampel sebanyak 100 responden dengan kriteria sudah mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan bantuan SPSS. Kesimpulan dari penelitian ini adalah secara simultan *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Secara parsial *E-commerce* dan lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha sedangkan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Besarnya pengaruh *e-commerce*, *pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga* terhadap *minat berwirausaha mahasiswa Program S1 Manajemen STIE Riau* sebesar 56,2 %. adapun variabel yang paling berpengaruh terhadap terhadap minat berwirausaha mahasiswa program S1 Manajemen STIE Riau adalah pengetahuan kewirausahaan.

Kata Kunci: E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Minat Berwirausaha

Abstract—This research was conducted with the aim of seeing and knowing whether the influence of e-commerce, entrepreneurial knowledge and family environment on the entrepreneurial interest of students in the S1 Management School of Economics College (STIE) Riau. This study uses primary data obtained from the results of filling out questionnaires by respondents with purposive sampling data collection techniques. The population is all students majoring in S1 Management with a sample of 100 respondents with the criteria that they have followed the entrepreneurship course. This research method uses descriptive research with a quantitative approach. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression with the help of SPSS. The conclusion of this study is that simultaneously e-commerce, entrepreneurial knowledge and family environment have a significant effect on interest in entrepreneurship. Partially, E-commerce and family environment have no significant effect on interest in entrepreneurship, while entrepreneurial knowledge has a significant effect on interest in entrepreneurship. The magnitude of the influence of e-commerce, entrepreneurial knowledge and family environment on the entrepreneurial interest of students of the STIE Riau S1 Management Program is 56.2%. As for the variable that most influences the interest in entrepreneurship of students in the S1 Management program, STIE Riau, is entrepreneurial knowledge.

Keywords: E-Commerce, Entrepreneurship Knowledge, Family Environment, Entrepreneurial Interest

1. PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah pengangguran terbuka di Indonesia mencapai 8.746.008 orang pada Februari 2021. Jumlahnya meningkat 26,3% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Adapun jumlah pengangguran berdasarkan pendidikan yang ditamatkan dari kalangan Universitas adalah sebanyak satu juta orang.

Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengurangi pertumbuhan pengangguran di Indonesia dari kalangan universitas adalah mendorong untuk terjun berwirausaha. Menjadi pengusaha merupakan salah satu cara seseorang untuk bekerja dan meniti karir untuk kehidupan mereka di masa yang akan datang. Dengan berwirausaha dapat pula membukakan lapangan pekerjaan baru bagi orang-orang yang membutuhkan atau sedang mencari sebuah pekerjaan, selain itu dapat membantu tugas pemerintah dalam mengurangi pertumbuhan pengangguran di negeri ini.

Berdasarkan Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor. 961/KEP/M/XI/1995, kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Kemajuan ekonomi suatu bangsa ditentukan oleh banyaknya orang yang berjiwa pengusaha didalam bangsa itu. Akan sangat ideal kalau suatu bangsa memiliki 10% orang yang berjiwa wirausaha, karena merekalah yang akan menjadi motor

penggerak ekonomi bangsanya. Kemajuan ekonomi selain secara langsung meningkatkan kesejahteraan bangsa, juga mendorong kemajuan aspek-aspek lain dari kehidupan bangsa, seperti politik, sosial, kebudayaan, dan teknologi.

Tingkat kewirausahaan atau *entrepreneurship* di Indonesia masih lebih rendah dibandingkan negara lain di Asia Tenggara. Malaysia tingkat kewirausahaannya berada di sekitar 4,74 persen, Thailand 4,26 persen, Singapura sebesar 8,76 persen dan sedangkan Indonesia hanya 3,47 persen (Erick Thohir, 2021).

Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki mengatakan dalam siaran pers, dikutip Senin (3/5/2021), saat ini jumlah wirausaha di Indonesia masih rendah, sehingga ada tantangan besar untuk mendorong kenaikan rasio kewirausahaan di tanah air. "Target rasio kewirausahaan tahun ini sebesar 3,55 persen, saat ini baru 3,47 persen. Tahun 2024 ditargetkan menjadi 4 persen," dan berwirausaha menjadi pilihan strategis bagi para milenial, dan berpotensi mendorong perekonomian bangsa.

Kurang minatnya mahasiswa terhadap dunia usaha dan berwirausaha bagi kalangan lulusan perguruan tinggi sangat disayangkan (Rento dan Trisnadi, 2012). Telah banyak dilakukan cara untuk dapat memupuk jiwa kewirausahaan tersebut, yang paling utama dengan merubah mindset setiap anak muda apabila kelak setelah sekolah atau kuliah selesai, mereka yang selama ini berminat hanya sebagai pencari kerja (*job seeker*) untuk terjun ke dunia usaha (Qurnain, 2015). Rasio penduduk yang menjadi pengusaha di Indonesia lebih rendah dibandingkan negara lain, salah satu sebab adalah minimnya individu dengan keterampilan tinggi (Andrea Lidwina, 2019).

Seiring perkembangan teknologi informasi belakangan ini sangat membantu perjalanan usaha para wirausaha, teknologi informasi memberikan informasi secara cepat, tepat dan akurat sehingga memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Salah satu bentuk teknologi informasi yang sedang berkembang saat ini bisnis melalui sistem elektronik seperti internet, televisi atau jaringan komputer (*e-commerce*) adalah pembelian, penjualan, penyebaran, pemasaran barang dan jasa. (Ayu Anggi Pramiswari and Bagus Dharmadiaksa, 2017). Generasi muda Indonesia menjadi pondasi wirausaha di masa depan dengan adanya digitalisasi. Terlihat dari kepemilikan 2.219 startup di Tanah Air. Posisi ini juga menjadikan Indonesia masuk sebagai lima negara dengan statrup terbanyak.

Kurikulum kewirausahaan menjadi mata kuliah wajib yang harus ditempuh oleh semua mahasiswa di semua perguruan tinggi di Indonesia. Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Program SI Manajemen, mata kuliah Kewirausahaan juga merupakan mata kuliah wajib diambil oleh mahasiswa dengan harapan tidak hanya memberikan landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan, diharapkan Pendidikan kewirausahaan juga membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir (*mindset*) yang diperlukan untuk menjadi seorang wirausaha yang berkarakter dan professional.

Azwar (2013) menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa perguruan tinggi merupakan alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena sarjana diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri agar dapat menjadi sumber daya bagi bangsa. Suhartini (2011) menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa dipercaya merupakan alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena para sarjana diharapkan dapat menjadi wirausaha muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri

Hasil penelitian Marini dan Hamidah (2014) dan Yanti Dkk (2014) menemukan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK sedangkan hasil penelitian Purnomo (2019), lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa STMIK Duta Bangsa Surakarta. Namun penelitian dilakukan oleh Saputri (2019), yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha Alumni Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan Sari dan Wibawa (2017), menyatakan bahwa variabel *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha Siswa SMK Negeri Ngroho. Sejalan dengan penelitian 8 Yadewani dan Wijaya (2017), yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha AMIK Jaya Nusa Padang

Dalam melakukan kegiatan wirausaha banyak faktor-faktor yang sangat mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa. Adapun faktor yang berasal dari luar diri mahasiswa yang dapat mendorong mahasiswa untuk menjadi wirausahawan maupun faktor yang berasal dari dalam diri mahasiswa itu sendiri. Faktor tersebut diantaranya adalah faktor lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, dan *e-commerce*.

Berdasarkan uraian diatas adanya perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *E-Commerce*, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru).

2. KERANGKA TEORI

2.1 Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha dalam banyak penelitian dikenal dengan beberapa istilah lain yaitu, motivasi berwirausaha, niat berwirausaha dan intensi kewirausahaan (Wijaya, 2015). Minat adalah perasaan tertarik atau berkaitan pada sesuatu hal atau aktivitas tanpa ada yang meminta/menyuruh yang mana minat seseorang dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan seorang lebih tertarik pada suatu obyek lain dan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas (Ginting dan Yulianan,

2012). Wirausaha menurut Scarborough, Zimmeree dan Wilson dalam Mantik, dkk (2020) wirausaha mengatakan bahwa seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan yang signifikan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber-sumber daya tersebut dapat kapitalisasikan. Dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia (INPRES) No. 4 Tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan, devinisi kewirausahaan adalah semangat sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efesiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Selanjutnya minat berwirausaha adalah ketertarikan seseorang dalam menciptakan suatu usaha dan mengelola dan mengembangkannya secara efektif dengan berani menghadapi resiko untuk memperoleh keuntungan.

2.2 E-Commerce

Menurut Marina dan Robert dalam Saswiana (2020), *e-commerce* merupakan suau cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat website yang menyediakan layanan “*get and deliver*”.*E-commerce* adalah perusahaan atau usaha menawarkan untuk transaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan jasa secara *e-commerce* selanjutnya menimbulkan *e-purchasing* dan *e-marketing*. (Helmalia& Afrinawati, 2018) *E-purchasing* berarti perusahaan memutuskan membeli barang, jasa, dan informasi dari berbagai pemasok online. *E-purchasing* yang cerdas sudah menghemat jutaan dolar uang perusahaan. *E-marketing* menggambarkan usaha perusahaan untuk memberitahu pembeli, mengomunikasikan, mempromosikan, dan menjual produk dan jasa lewat internet (Kotler & Keller, 2008:196).

2.3 Pengetahuan Kewirausahaan

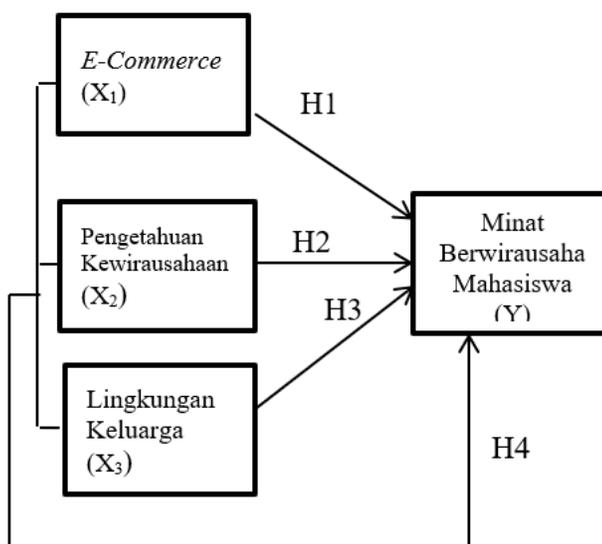
Pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir, sikap dan perilaku mahasiswa untuk tertarik menjadi seorang wirausaha (*entrepreneur*) yang dilakukan secara sadar agar mempunyai sikap, semangat, perilaku, juga kemampuannya sehingga dapat mengarahkan mereka untuk memilih karier menjadi seorang wirausaha setelah lulus studinya (Trihudiyatmanto, 2019). Nursito dan Nugroho (2013) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan sebagai hasil belajar setelah mengikuti proses pendidikan kewirausahaan yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha.

2.4 Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga merupakan lingkungan yang pertama kali seorang anak menerima pendidikan utama dimana anak pertama kali mendapatkan pendidikan dan bimbingan setelah mereka dilahirkan. (Khairani, 2014). Orang tua dalam hal ini merupakan pihak yang bertanggung jawab penuh dalam proses ini. Termasuk jika orang tua tersebut berwirausaha dalam bidang tertentu dapat menimbulkan minat anaknya untuk berwirausaha dalam yang sama pula

2.5 Kerangka Konsep

Adapun alur dari analisis data tersebut seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.6 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah penelitian maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Diduga *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa
- H2 : Diduga pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa
- H3 : Diduga lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa
- H4 : Diduga *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

3. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan kriteria mahasiswa sudah mengambil mata kuliah Kewirausahaan.

3.1 Model Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + B_3 X_3 + e \quad (1)$$

Keterangan:

- Y = Minat Berwirausaha
- A = konstanta
- B = koefisien regresi
- X₁ = *E-Commerce*
- X₂ = Pengetahuan Kewirausahaan
- X₃ = Lingkungan Keluarga

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kriteria-kriteria pengambilan sampel yang telah ditentukan, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan jumlah pernyataan sebanyak 34 butir. Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jumlah reponden didominasi berjenis kelamin perempuan yaitu 58% dan laki-laki sebesar 42%. 70% mahasiswa sudah punya pengalaman berwirausaha dan 30 % belum punya pengalaman berwirausaha. Adapun jenis wirausaha yang dijalankan mahasiswa adalah diantaranya; online shop, kecantikan, usaha alat rumah tangga, café, Multi Level Marketing, warung, sayur hidroponik, menjual alat musik, kuliner seperti sate, baksobakar, minuman, jus, bakso. Toko baju, peralatan pancing, bawang goreng, home care, berdagang dipasar, kosmetik dan souvenir pernikahan dll. Pekerjaan orang tua responden hanya 23 % yang bekerja sebagai wirausaha sedangkan sisanya orang tua responden bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil, Petani, Guru, karyawan swasta, TNI dan Nelayan.

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Diperoleh hasil uji validitas pada semua pernyataan variabel yaitu *e-commerce* (X1), pengetahuan kewirausahaan (X2), lingkungan keluarga (X3) dan minat berwirausaha mahasiswa (Y) adalah valid dimana $r\text{-hitung} > r\text{ tabel}$ dan hasil uji Reliabilitas pada semua variabel juga dinyatakan reliabel karena Cronbach's Alpha masing masing variabel lebih besar dari 0,60 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
1	<i>E-Commerce</i> (X1)	0.899	Reliabel
2	Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	0,897	Reliabel
3	Lingkungan Keluarga (X3)	0,870	Reliabel
4	Minat Berwirausaha (Y)	0,857	Reliabel

Sumber: Data Olah, 2021

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Untuk menguji kenormalan distribusi data, dalam penelitian ini yang digunakan adalah Uji *Kolmogorov Smirnov*. Diperoleh nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* variabel residual berada diatas 0,05 yaitu sebesar 0.200. Berikut tabel hasil uji *Kolmogorov Smirnov*.

Tabel 2. Hasil Uji *Kolmogorov Smirnov*

Keterangan	Unstandarzed Residual
N	100
<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	0.200

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas, menunjukkan data terdistribusi normal dimana, besarnya nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 jauh diatas $\alpha = 0,05$ hal ini berarti data berdistribusi secara normal.

2. Uji *Multikolinieritas*

Uji *multikolinieritas* bertujuan untuk menguji model regresi ditemukannya adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*) atau tidak. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel *independen*. Berikut hasil uji *multikolinearitas*

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

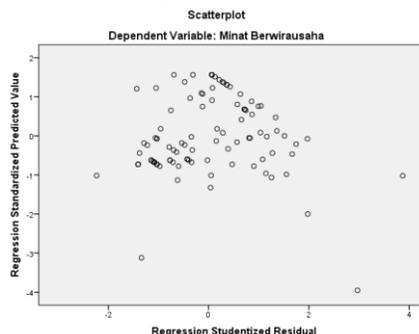
Var	VIF	Tolerance	Keterangan
X1	1.531	0.653	Tidak terjadi Multikolinieritas
X2	1.729	0.578	Tidak terjadi Multikolinieritas
X3	1.569	0.637	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Hasil olah Data, 2021

Hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0.10. Hal yang sama ditunjukkan oleh nilai VIF, dimana VIF kurang dari 10. Maka kesimpulan yang dapat diambil dari tabel 3 yaitu tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas, sehingga model regresi layak digunakan.

3. Uji *Heteroskedastisitas*

Hasil uji *heteroskedastisitas* dengan *Scatterplots* ditunjukkan dalam tabel berikut:



Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Grafik diatas menunjukkan penyebaran titik titik data tidak berpola dan menyebar dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah *heteroskedastisitas*.

c. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda

Variabel	Koefiisen Regresi	T	Sig
Konstanta	16.014	5.978	0.000
X ₁	0.082	1.039	0.302
X ₂	0.887	7.318	0.000
X ₃	0.078	1.288	0.201
Koefisien Determinasi (R ²)			0,562
F-Hitung			43.353

Sig F	0,000
F-tabel	2.70

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, maka dapat disusun persamaan pengaruh *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha yaitu sebagai berikut:

$$Y = 16.014 + 0.082 + 0,887 + 0,078$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

- Nilai konstan sebesar 16.014 (positif) menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas dalam penelitian ini maka mahasiswa SI Manajemen STIE Riau yang menjadi responden dalam penelitian ini sudah menjadi minat untuk berwirausaha.
- Koefisien regresi *e-commerce* sebesar 0.082 artinya semakin meningkatnya pemahaman tentang manfaat *e-commerce* maka responden termotivasi menjadi responden untuk berwirausaha dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan
- Koefisien regresi pengetahuan kewirausahaan sebesar 0,887 artinya semakin meningkatnya pengetahuan kewirausahaan pada mahasiswa yang menjadi responden pada penelitian ini dapat memunculkan minat untuk berwirausaha. Dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan
- Koefisien regresi lingkungan keluarga sebesar 0,078 artinya semakin meningkatnya dukungan lingkungan keluarga pada mahasiswa yang menjadi responden dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

d. Uji t (Parsial)

- Pengaruh *e-commerce* (X1) terhadap minat berwirausaha (Y)
Diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,302 lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05 dengan demikian H_0 diterima atau H_a ditolak, artinya *e-commerce* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y).
- Pengaruh pengetahuan kewirausahaan (X2) terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y).
Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi pengetahuan kewirausahaan (X2) sebesar $0,000 < 0,05$ nilai signifikansi yang ditetapkan. Dengan demikian H_0 ditolak dan menerima H_a artinya hipotesis diterima, terbukti bahwa pengetahuan kewirausahaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y).
- Pengaruh lingkungan keluarga (X3) terhadap Minat berwirausaha mahasiswa (Y).
Diperoleh nilai signifikan DER (X3) sebesar $0.201 > 0.05$ nilai signifikan yang telah ditetapkan, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lingkungan keluarga (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y). artinya H_0 diterima dan menolak H_a .

f. Uji F (Simultan)

Berdasarkan tabel 5 diperoleh hasil F-hitung sebesar 45.353 dengan F-tabel sebesar 2.70 artinya $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar $0,00 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa .

g. Uji Determinasi

Berdasarkan hasil olah data diketahui nilai $R^2 = 0.562$ yang artinya pengaruh *e-commerce* (X1), pengetahuan kewirausahaan (X2) dan lingkungan keluarga (X3) secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y) adalah sebesar 56,2 % Sedangkan sisanya 43,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini

4.1 Pembahasan

Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada tabel 4 diatas menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berwirausaha sehingga H_1 ditolak. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berwirausaha sehingga H_2 dalam penelitian ini dapat diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Latifah dan Nurmalasari (2013) dan M.Trihudyatmanto (2019). Penelitian ini membuktikan bahwa mahasiswa S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau menguasai dan memahami teknik berwirausaha. Melalui proses pembelajaran dapat mempengaruhi sikap dan pola pikir mahasiswa terhadap pilihan karier berwirausaha.

Pengaruh lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau dengan demikian H_3 dalam penelitian ini ditolak. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Purnomo (2019) bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa STMIK Duta Bangsa Surakarta. Dan penelitian yang dilakukan oleh Saputri (2019), yang juga menemukan bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha Alumni Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.

Secara simultan pengaruh *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau dengan demikian H4 diterima adapun besar pengaruhnya adalah 56,2%.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat kesimpulan *e-commerce* dan lingkungan keluarga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program S1 Manajemen STIE Riau sedangkan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa program S1 Manajemen STIE Riau Pekanbaru. Secara simultan *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa program S1 Manajemen STIE Riau Pekanbaru, adapun besarnya pengaruh *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha adalah sebesar 56,2 % dan sisanya 43,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra Kartika Sari, Diyah (2017). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri Ngraho*. Jurnal IT-EDU Vol.2 Nomor 1 hal.16-23. Universitas Negeri Surabaya.
- Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi. 2013. *Modul Pembelajaran kewirausahaan*
- Eka Aprilianty (2012) 'Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk', Jurnal Pendidikan Vokasi, pp. 311–324.
- Ginting and E. Yulianawati (2012), "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Stmik Mikroskil Medan)," Wacana, vol. 15, no. 12–18, pp. 61–69.
<https://www.merdeka.com/uang/jumlah-wirausaha-indonesia-jauh-di-bawah-malaysia-dan>
<https://money.kompas.com/read/2021/05/03/091000626/pemerintah-targetkan-rasio-kewirausahaan-indonesia-4-persen>
<https://katadata.co.id/jurnalisme-data>
- Kadarsih, Susilianingsih (2013) "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS," Jupe UNS, vol. 2, no. 1, pp. 95–106.
- Latifah dan Nurmalasari (2013). *Analisis Pengaruh Mata Kuliah Enterpreneurship Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK BSI Pontianak)*. Jurnal Khatulistiwa Informatika 1 , pp.45-57.
- Marini, Chomzana Kinta & Hamidah, Siti. 2014. "Pengaruh Self-Efficacy, Lingkungan Keluarga dan Lingkungan Sekolah Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Jasa Boga." Jurnal Pendidikan Vokasi, Vol.4, No.1.
- Purnomo, B.H. 2005. *Membangun Semangat Kewirausahaan*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo
- Suharti, L., & Sirine, H. 2011. "Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention) (Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga)." Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 13 No.2 , 124-134.
- Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna.2014. *SPSS Untuk Penelitian*, Baru Press, Yogyakarta
- Trihudyatmanto (2019), *Membangun minat berwirausahaan dengan pengaruh Faktor E-commerce, pengetahuan kewirausahaan dan Gender*. Jurnal PPKM, Vol 6, No 2, Hal.93-103. FE. UNSIQ Jawa Tengah.
- Walipah, (2016) "Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa," JEM, vol. 3, pp. 138–144.
- Wijaya, Reni (2015). "Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan E Commerce," Teknologi Inf. Pendidik., vol. 8, pp. 103–108.
- Yunilasari, Indah; Rahardjo (2016). *Analisis Pengaruh Faktor Gender dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada mahasiswa Program SI Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)*. Diponegoro Journal Of Management, Vol.5 No. 3 hal.1-11.
- Yadewani, Dorris; Reni Wijaya (2017). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus: Amik Jayanusa Padang)*. Jurnal Resti, Vol.1 No 1 Hal. 64-69. Manajemen Informatika, AMIK Jayanusa.
- Yanti, Putu Eka Desy., Nuridj, I Made., dan Dunia, I Ketut. 2014. "Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Singaraja." Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Vol: 4 NO: 1