

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Objek Penelitian

##### a. Profil IAIN Kudus

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus termasuk Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) yang terletak di Jawa Tengah.<sup>1</sup> Secara umum, awal mula berdirinya IAIN Kudus tidak terlepas dari perjuangan para Wali dakwah Islamiah di Pulau Jawa. Terdapat 9 (sembilan) Walisongo yang telah berperan di pulau Jawa dalam penyebaran dan pengembangan agama Islam di Nusantara, khususnya Pulau Jawa, dimana Jawa Tengah bagian Utara adalah wilayah sentral dari adanya pengkajian dan penyiaran agama Islam.<sup>2</sup>

Ketika pemerintahan RI berada di Yogyakarta, Pemerintah telah membangun Perguruan Tinggi Swasta yang dikhususkan kepada kalangan nasional bernama Universitas Gajah Mada. Sedangkan untuk kalangan Islam, telah dibangun Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) yang diangkat dari Fakultas Agama Universitas Islam Indonesia yang saat itu termasuk Perguruan Tinggi Swasta.<sup>3</sup>

Tahun 1970 adalah tahun dari pilar berdirinya IAIN Kudus, hal ini ditunjukkan pada Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin di Kudus yang awalnya memusat pada IAIN Sunan Kalijaga di Yogyakarta, kemudian keduanya memusat pada IAIN Walisongo. Setelah itu, Fakultas Tarbiyah yang awalnya bertempat di Kudus, kemudian dialihkan ke IAIN Walisongo, sedangkan Fakultas Ushuluddin tetap berada di Kudus sebagaimana Fakultas Daerah dari IAIN Walisongo yang memiliki status negeri sesuai SK dari Kementerian Agama Nomor 30 Tahun 1970.<sup>4</sup>

Tahun 1992, Fakultas Ushuluddin membuka program studi Perbandingan Agama sebagai studi tambahan. Di tahun

---

<sup>1</sup> “Profil IAIN Kudus,” IAIN Kudus, 20 Januari 2022, <https://iainkudus.ac.id/profil/mobile/index.html>.

<sup>2</sup> “Profil IAIN Kudus,” IAIN Kudus, 20 Januari 2022, <https://iainkudus.ac.id/profil/mobile/index.html>.

<sup>3</sup> “Profil IAIN Kudus,” IAIN Kudus, 20 Januari 2022, <https://iainkudus.ac.id/profil/mobile/index.html>.

<sup>4</sup> “Profil IAIN Kudus,” IAIN Kudus, 20 Januari 2022, <https://iainkudus.ac.id/profil/mobile/index.html>.

tersebut, pimpinan Fakultas Ushuluddin di Kudus mengutarakan usulan supaya didirikan juga Perguruan Tinggi Negeri di Kudus dengan sistem kelembagaan Sekolah Tinggi Islam Negeri melalui Rektor IAIN Walisongo. Kemudian usulan tersebut diutarakan kepada Menteri Agama.<sup>5</sup>

Selanjutnya tahun 1996, dengan surat edaran yang bertuliskan Penyiapan Bahan guna Penataan Kelembagaan yang diputuskan oleh Dirjen BINBAGA, PLH. Dekan bernama Drs. H. Muslim A. Kadir, MA., mulai mempersiapkan berbagai dokumen yang diperlukan untuk memenuhi syarat dalam pembangunan Sekolah Tinggi. Setelah melalui proses tersebut, akhirnya di tahun 1977, dengan SK Presiden Nomor 11 Tahun 1997 yang terbit di bulan Maret secara resmi telah berdiri Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus.<sup>6</sup>

Setelah STAIN Kudus berdiri dan berproses dalam waktu 19 (sembilan belas) tahun, maka pimpinan STAIN Kudus yang bernama Dr. H. Fathul Mufid, M.S.I., melakukan pengajuan proposal perubahan status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus pada tahun 2016. Hal tersebut dilakukan karena besarnya antusiasme pada masyarakat dan tuntutan adanya regulasi baru. Alasan beliau mengajukan perubahan status tersebut adalah karena beliau merasa STAIN Kudus telah kompeten di segala bidang sehingga mampu untuk berubah status menjadi IAIN. Berbagai proses telah dilalui, akhirnya pada tanggal 7 April 2018, STAIN Kudus secara resmi berubah status menjadi IAIN Kudus dengan diterbitkannya PP Nomor 27 Tahun 2018. Sejak saat itu pula, untuk pertama kalinya terjadi pengangkatan Rektor IAIN Kudus yang pertama oleh Dr. H. Mundakir, M.Ag., pada tanggal 18 April 2018 dengan keluarnya SK Menteri Agama Republik Indonesia.<sup>7</sup>

Berjalannya perubahan status dari STAIN Kudus ke IAIN Kudus, setelah itu terbitlah peraturan-peraturan yang berkaitan dengan administratif IAIN dari Kementerian Agama

---

<sup>5</sup> “Profil IAIN Kudus,” IAIN Kudus, 20 Januari 2022, <https://iainkudus.ac.id/profil/mobile/index.html>.

<sup>6</sup> “Profil IAIN Kudus,” IAIN Kudus, 20 Januari 2022, <https://iainkudus.ac.id/profil/mobile/index.html>.

<sup>7</sup> “Profil IAIN Kudus,” IAIN Kudus, 20 Januari 2022, <https://iainkudus.ac.id/profil/mobile/index.html>.

yang bertahap dalam beberapa bulan. Peraturan-peraturan yang dimaksud adalah Peraturan Menteri Agama RI No. 33 Tahun 2018 mengenai Organisasi dan Tata Kerja IAIN Kudus yang menjadi landasan atas berdirinya 5 (lima) Fakultas di IAIN Kudus, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, serta Pascasarjana. Kemudian Peraturan Menteri Agama RI No. 1 Tahun 2019 mengenai STATUTA IAIN Kudus yang menjadi landasan atas penataan dan pengelolaan bagi seluruh unit kelembagaan dalam IAIN Kudus.<sup>8</sup>

#### **b. Visi, Misi, Tujuan dan Strategi IAIN Kudus**

##### 1) Visi

Menjadi Perguruan Tinggi Islam yang Unggul di Bidang Pengembangan Ilmu Islam Terapan.

##### 2) Misi

Menyelenggarakan tridharma perguruan tinggi guna mendapatkan sarjana yang memiliki keilmuan Islam yang humanis, aplikatif, dan produktif.

##### 3) Tujuan

- a) Memberikan kesempatan pendidikan tinggi dengan biaya yang terjangkau dan berkualitas bagi masyarakat
- b) Menghasilkan karya penelitian yang tepat guna dan berdaya guna untuk menyelesaikan permasalahan akademis dan sosial keagamaan terhadap kepentingan ke-Indonesiaan dan kemanusiaan, serta
- c) Membentuk karya dari pengabdian yang kreatif, inovatif, dan solutif dari persoalan keagamaan, kemasyarakatan dan kebangsaan.

#### **2. Gambaran Umum Responden**

Identitas responden adalah hal yang berkaitan dengan pribadi responden dari segi individual. Pada penelitian ini, responden yang akan menjadi objek penelitian berjumlah 85 orang pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2018-2020.

##### **a. Jenis Kelamin Responden**

Data yang berkenaan dengan jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut:

---

<sup>8</sup> “Profil IAIN Kudus,” IAIN Kudus, 20 Januari 2022, <https://iainkudus.ac.id/profil/mobile/index.html>.

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-Laki	24	28,2%
Perempuan	61	71,8%
Total	85	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.1, responden yang terdapat dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan dengan jumlah sebanyak 61 orang atau 71,8% dan laki-laki dengan jumlah sebanyak 24 orang atau 28,2%.

**b. Usia Responden**

Data yang berkenaan dengan usia responden dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Usia Responden**

Usia	Jumlah	Presentase (%)
18-19	14	16,5%
20-22	71	83,5%
Total	85	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.2, responden yang terdapat dalam penelitian ini telah didominasi oleh mahasiswa yang berusia 20-22 tahun dengan jumlah sebanyak 71 orang atau 83,5%. Kemudian, mahasiswa yang berusia 18-19 tahun memiliki jumlah sebanyak 14 orang atau 16,5%.

**c. Angkatan Responden**

Data yang berkenaan dengan angkatan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Angkatan Responden**

Angkatan	Jumlah	Presentase (%)
2018	37	43,5%
2019	30	35,3%
2020	18	21,2%
Total	85	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.3, responden yang terdapat dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa angkatan 2018 dengan jumlah sebanyak 37 orang atau 43,5%. Kemudian, mahasiswa angkatan 2019 dengan jumlah sebanyak 30 orang atau 35,3%.

atau 36,5% dan mahasiswa angkatan 2020 dengan jumlah sebanyak 17 orang atau 20%.

**d. Semester Responden**

Data yang berkenaan dengan semester responden dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.4**  
**Semester Responden**

Semester	Jumlah	Presentase (%)
3	18	21,2%
5	30	35,3%
7	37	43,5%
Total	85	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.4, responden yang terdapat dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa semester 7 dengan jumlah sebanyak 37 orang atau 43,5%. Kemudian, mahasiswa semester 5 dengan jumlah sebanyak 31 orang atau 36,5% dan mahasiswa semester 3 dengan jumlah sebanyak 17 orang atau 20%.

**3. Deskripsi Jawaban Responden**

Pada deskripsi jawaban responden yang terdapat dalam penelitian ini, akan berisi rincian dari perolehan jawaban kuesioner dalam setiap variabel, dimana rincian tersebut akan ditunjukkan ke dalam bentuk tabel berikut:

**a. Variabel E-Commerce (X1)**

Hasil perolehan jawaban dari kuesioner yang berkaitan dengan pernyataan variabel *e-commerce* akan diuraikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.5**  
**Frekuensi Jawaban Variabel E-Commerce (X1)**

Butir	E-Commerce (X1)									
	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
EC1	25	29,4	44	51,8	14	16,5	1	1,2	1	1,2
EC2	40	47,1	41	48,2	3	3,5	1	1,2	0	0
EC3	24	28,2	49	57,6	11	12,9	1	1,2	0	0
EC4	26	30,	46	54,	13	15,	0	0	0	0

		6		1		3				
EC5	29	34, 1	44	51, 8	11	12, 9	1	1, 2	0	0
EC6	28	32, 9	45	52, 9	12	14, 1	0	0	0	0

*Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.5, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pada butir pernyataan 1, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 25, setuju 44, netral 14, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 1. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka merasa penggunaan *e-commerce* mudah dipahami.
- 2) Pada butir pernyataan 2, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 40, setuju 41, netral 3, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka dapat mencari produk dengan kategori tertentu karena kemudahan yang diperoleh dari *e-commerce*.
- 3) Pada butir pernyataan 3, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 24, setuju 49, netral 11, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka merasa instruksi yang terdapat dalam *e-commerce* jelas dan dapat meningkatkan efektivitas usaha.
- 4) Pada butir pernyataan 4, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 26, setuju 46, netral 13, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka merasa interaksi dan komunikasi yang dilakukan dalam aktivitas penjualan pada *e-commerce* jelas dan mudah.
- 5) Pada butir pernyataan 5, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 29, setuju 44, netral 11, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka merasa tahapan

transaksi *e-commerce* memudahkan untuk diselesaikan pada waktu singkat.

- 6) Pada butir pernyataan 6, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 28, setuju 45, netral 12, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka terdorong untuk ikut memanfaatkan *e-commerce* karena melihat banyaknya wirausahawan yang telah menerapkan *e-commerce* untuk usahanya.

**b. Variabel Pemanfaatan IT (X2)**

**Tabel 4.6**  
**Frekuensi Jawaban Variabel Pemanfaatan IT (X2)**

Butir	Pemanfaatan IT (X2)									
	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
PI1	59	69,4	25	29,4	1	1,2	0	0	0	0
PI2	42	49,4	39	45,9	4	4,7	0	0	0	0
PI3	41	48,2	37	43,5	7	8,2	0	0	0	0

*Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.6, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pada butir pernyataan 1, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 59, setuju 25, netral 1, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden sangat setuju bahwa mereka merasa teknologi informasi sangat bermanfaat dalam dunia usaha.
- 2) Pada butir pernyataan 2, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 42, setuju 39, netral 4, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah besar responden sangat setuju bahwa mereka merasa pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan efektivitas kinerja usaha.

- 3) Pada butir pernyataan 3, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 41, setuju 37, netral 7, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden sangat setuju bahwa mereka merasa dengan memanfaatkan teknologi informasi, kinerja dalam usaha menjadi lebih efisien.

**c. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X3)**

**Tabel 4.7**  
**Frekuensi Jawaban Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X3)**

Butir	Pengetahuan Kewirausahaan (X3)									
	Tot al SS	%	Tot al S	%	Tot al N	%	Tot al TS	%	Tot al STS	%
PK1	26	30,6	42	49,4	17	20	0	0	0	0
PK2	11	12,9	38	44,7	32	37,6	3	3,5	1	1,2
PK3	19	22,4	46	54,1	15	17,6	5	5,9	0	0
PK4	20	23,5	49	57,6	15	17,6	1	1,2	0	0
PK5	36	42,4	42	49,4	6	7,1	1	1,2	0	0

*Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.7, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pada butir pernyataan 1, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 22, setuju 42, netral 17, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka telah mendapatkan pengetahuan kewirausahaan sehingga mampu melihat peluang-peluang usaha yang ada.
- 2) Pada butir pernyataan 2, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 11, setuju 38, netral 32, tidak setuju 3, dan sangat tidak setuju 1. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka mempunyai pengalaman untuk memulai suatu usaha.



- 3) Pada butir pernyataan 3, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 19, setuju 46, netral 15, tidak setuju 5, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka memiliki ide kreatif untuk menciptakan produk dalam berwirausaha.
- 4) Pada butir pernyataan 4, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 20, setuju 49, netral 15, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka paham akan peran dan tanggung jawab dalam berwirausaha.
- 5) Pada butir pernyataan 5, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 36, setuju 42, netral 6, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka mengetahui pentingnya manajemen dalam menjalankan sebuah usaha.

**d. Variabel Minat Berwirausaha Online (Y)**

**Tabel 4.8**

**Frekuensi Jawaban Variabel Minat Berwirausaha Online (Y)**

Butir	Minat Berwirausaha Online (Y)									
	Tota 1 SS	%	Tota 1 S	%	Tota 1 N	%	Tota 1 TS	%	Tota 1 STS	%
MBO 1	36	42, 4	39	45, 9	10	11, 8	0	0	0	0
MBO 2	44	51, 8	32	37, 6	9	10, 6	0	0	0	0
MBO 3	37	43, 5	35	41, 2	12	14, 1	1	1, 2	0	0
MBO 4	33	38, 8	42	49, 4	10	11, 8	0	0	0	0
MBO 5	22	25, 9	43	50, 6	19	22, 4	1	1, 2	0	0

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.8, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pada butir pernyataan 1, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 36, setuju 39, netral 10, tidak setuju 0, dan

- sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka merasa senang dan berkeinginan menjadi seorang wirausaha *online* untuk memenuhi kebutuhan hidup.
- 2) Pada butir pernyataan 2, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 44, setuju 32, netral 9, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden sangat setuju bahwa mereka berminat untuk berwirausaha *online* karena mampu membuka lapangan pekerjaan.
  - 3) Pada butir pernyataan 3, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 37, setuju 35, netral 12, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden sangat setuju bahwa mereka percaya dengan wirausaha maka akan meraih masa depan yang cerah.
  - 4) Pada butir pernyataan 4, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 33, setuju 42, netral 10, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka terinspirasi dari orang lain yang telah sukses di dunia wirausaha *online*.
  - 5) Pada butir pernyataan 5, kelompok responden yang menentukan jawaban sangat setuju memiliki jumlah sebanyak 22, setuju 43, netral 19, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0. Sehingga kesimpulannya adalah responden setuju bahwa mereka berani menanggung risiko dalam berwirausaha *online*.

#### 4. Analisis Data

##### a. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kelayakan pada butir-butir pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang mendefinisikan suatu variabel dan untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Untuk mengetahui kuesioner valid atau tidaknya, maka dapat membandingkan nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel serta nilai signifikan 0,05 atau 5% dengan syarat

*degree of freedom* (df) = N-2.<sup>9</sup> Nilai df dalam penelitian ini adalah 83 ((df) = 85-2 = 83), maka r tabel yang digunakan adalah 0,213. Suatu instrumen dapat dianggap valid jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > 0,213$ ). Hasil uji validitas instrumen dapat disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Corrected Item Total Correalation (R hitung)	R tabel	Keterangan
<i>E-Commerce</i> (X1)	X1.1	0,778	0,213	<i>Valid</i>
	X1.2	0,644	0,213	<i>Valid</i>
	X1.3	0,657	0,213	<i>Valid</i>
	X1.4	0,771	0,213	<i>Valid</i>
	X1.5	0,707	0,213	<i>Valid</i>
	X1.6	0,688	0,213	<i>Valid</i>
Pemanfaatan IT (X2)	X2.1	0,728	0,213	<i>Valid</i>
	X2.2	0,865	0,213	<i>Valid</i>
	X2.3	0,836	0,213	<i>Valid</i>
Pengetahuan Kewirausahaan (X3)	X3.1	0,717	0,213	<i>Valid</i>
	X3.2	0,760	0,213	<i>Valid</i>
	X3.3	0,724	0,213	<i>Valid</i>
	X3.4	0,801	0,213	<i>Valid</i>
	X3.5	0,611	0,213	<i>Valid</i>
Minat Berwirausaha Online (Y)	Y.1	0,755	0,213	<i>Valid</i>
	Y.2	0,760	0,213	<i>Valid</i>
	Y.3	0,728	0,213	<i>Valid</i>
	Y.4	0,828	0,213	<i>Valid</i>
	Y.5	0,730	0,213	<i>Valid</i>

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah Tahun 2022

<sup>9</sup> V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayanto, *Statistika Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 177.

Berdasarkan tabel 4.9, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *e-commerce*, pemanfaatan IT, pengetahuan kewirausahaan, dan minat berwirausaha *online* dapat dinyatakan valid. Hal tersebut dapat diketahui dari hasil nilai *r* hitung yang lebih besar daripada nilai *r* tabel (*r* hitung > 0,213). Dengan demikian, instrumen yang digunakan valid.

**2) Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur kestabilan dan kesesuaian responden dalam menjawab sesuatu yang berhubungan dengan konsep pernyataan sebagai dimensi dalam suatu variabel yang kemudian disusun menjadi kuesioner. Suatu variabel dapat dianggap reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,60.<sup>10</sup> Hasil uji reliabilitas instrumen dapat disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Varibel	Realiability Coefficient	Cronbach's Alpha	Nilai Krisis	Keterangan
<i>E-Commerce</i> (X1)	6 item	0,801	0,60	Reliabel
Pemanfaatan IT (X2)	3 item	0,739	0,60	Reliabel
Pengetahuan Kewirausahaan (X3)	5 item	0,771	0,60	Reliabel
Minat Berwirausaha <i>Online</i> (Y)	5 item	0,814	0,60	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4,10, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai *cronbach's alpha* dari seluruh variabel lebih besar dari 0,60. Sehingga seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai instrumen untuk proses pengukuran sampel pada penelitian.

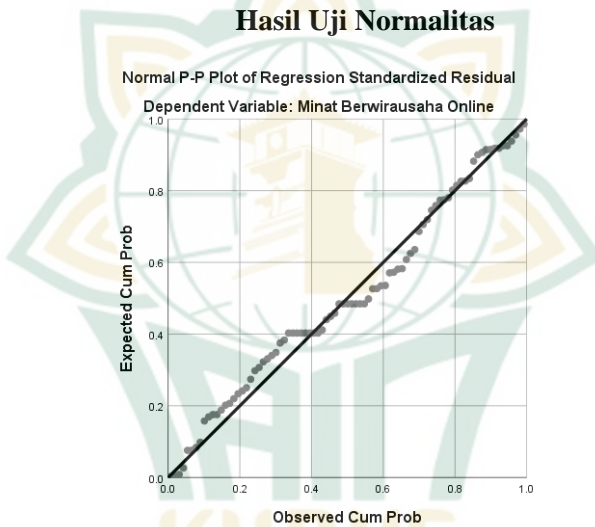
<sup>10</sup> V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayanto, *Statistika Penelitian*, 186.

**b. Uji Asumsi Klasik**

**1) Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik yaitu nilai residualnya dapat berdistribusi normal. Untuk mengetahui nilai residual berdistribusi normal atau tidak, maka dapat mengamati pada grafik *normal probability plot*. Suatu variabel dapat dianggap terdistribusi normal jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik mengikuti garis diagonal.<sup>11</sup>

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas**



Sumber: Data Output SPSS yang Diolah Tahun 2022

Berdasarkan gambar 4.1, terlihat bahwa distribusi titik-titik dalam grafik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dapat ditarik kesimpulan pengujian dalam model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal.

Selain mengamati grafik *normal probability plot*, untuk mengetahui suatu data dapat berdistribusi normal atau tidak maka dapat dilakukan juga dengan

<sup>11</sup> Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 114.

menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test*. Pada *Kolmogorov Smirnov Test*, kriteria pengujian untuk pengambilan keputusannya yaitu:

- a) Jika nilai sig > 0,05, maka data berdistribusi normal
- b) Jika nilai sig < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.<sup>12</sup>

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas**  
*One-Sampe Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,79599291
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,075
	Negative	-,072
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: *Data Output SPSS yang Diolah Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.11, diketahui nilai sig sebesar 0,200, dimana hal ini membuktikan bahwa nilai sig lebih besar dari 0,05. Sehingga kesimpulannya adalah data penelitian ini dinyatakan berdistribusi secara normal.

**2) Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel bebas pada model regresi liner berganda. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas, maka dapat melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.<sup>13</sup>

<sup>12</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 55.

<sup>13</sup> Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, 120.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
E-Commerce (X1)	0,644	1,554	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Pemanfaatan IT (X2)	0,734	1,363	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Pengetahuan Kewirausahaan (X3)	0,628	1,591	Tidak Terjadi Multikolinearitas

*Sumber: Data output SPSS yang diolah tahun 2022*

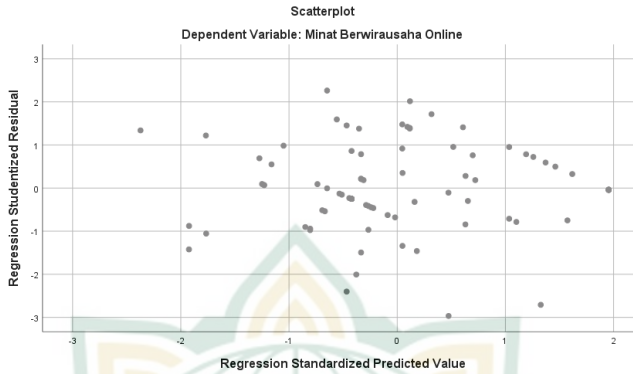
Berdasarkan tabel 4.12, dapat diperoleh nilai tolerance pada setiap variabel bebas sebesar 0,644, 0,734, dan 0,628. Sedangkan nilai VIF pada setiap variabel bebas adalah sebesar 1,554, 1,363, dan 1,591. Hal ini membuktikan bahwa setiap variabel bebas memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00. Sehingga dapat ditarik kesimpulan setiap variabel bebas dalam penelitian ini dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual antar pengamatan. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas, maka dapat mengamati pola gambar pada grafik *scatterplots*. Model regresi yang baik yaitu apabila tidak terdapat pola seperti menyerupai gelombang, garis, mengumpul di tengah, menyempit lalu melebar atau sebaliknya.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, 122.

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Data Output SPSS yang Diolah Tahun 2022*

Berdasarkan gambar 4.2, terlihat bahwa titik-titik menyebar dibagian atas dan bawah atau disekitar angka 0 (nol) pada sumbu Y atau vertikal, dimana titik-titik tersebut menyebar tanpa adanya pola yang jelas. Sehingga kesimpulannya adalah pengujian pada model regresi dalam penelitian ini dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**c. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh yang diberikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>15</sup>

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

<b>Keterangan</b>	<b>Nilai Koefisien</b>	<b>t hitung</b>	<b>Sig.</b>
Konstanta	1,962	0,898	0,372
<i>E-Commerce</i> (X1)	0,175	2,049	0,044
Pemanfaatan IT (X2)	0,391	2,354	0,021
Pengetahuan Kewirausahaan (X3)	0,480	5,031	0,000

*Sumber: Data Output SPSS yang Diolah Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.13, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda yaitu:

<sup>15</sup> V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayanto, *Statistika Penelitian*, 83.



$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$= 1,962 + 0,175 X_1 + 0,391 X_2 + 0,480 X_3 + e$$

Dimana

$Y$  = Minat Berwirausaha *Online*

$a$  = Konstanta

$X_1$  = *E-Commerce*

$X_2$  = Pemanfaatan IT

$X_3$  = Pengetahuan Kewirausahaan

$b_1$  = Koefisien regresi *e-commerce*

$b_2$  = Koefisien regresi pemanfaatan IT

$b_3$  = Koefisien regresi pengetahuan kewirausahaan

$e$  = *Error*

Persamaan regresi yang telah dirumuskan diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a) Konstanta  $a$  yang memiliki nilai sebesar 1,962 menunjukkan jika variabel *e-commerce* ( $X_1$ ), pemanfaatan IT ( $X_2$ ), dan pengetahuan kewirausahaan ( $X_3$ ) nilainya adalah nol, maka nilai konsistensi minat berwirausaha *online* adalah sebesar 1,962.
- b) Koefisien regresi *e-commerce* ( $X_1$ ) yang memiliki nilai sebesar 0,175 menunjukkan jika *e-commerce* meningkat, maka minat berwirausaha *online* akan naik sebesar 0,175, dengan anggapan tidak dipengaruhi oleh variabel lain.
- c) Koefisien regresi pemanfaatan IT ( $X_2$ ) yang memiliki nilai sebesar 0,391 menunjukkan jika pemanfaatan IT meningkat, maka minat berwirausaha *online* akan naik sebesar 0,391, dengan anggapan tidak dipengaruhi oleh variabel lain.
- d) Koefisien regresi pengetahuan kewirausahaan ( $X_3$ ) yang memiliki nilai sebesar 0,480 menunjukkan jika pengetahuan kewirausahaan meningkat, maka minat berwirausaha *online* akan naik sebesar 0,480, dengan anggapan tidak dipengaruhi oleh variabel lain.

**d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi dalam variabel terikat. Nilai yang diperoleh

koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu.<sup>16</sup>

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 <sup>a</sup>	.540	.523	1.82895

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Kewirausahaan, Pemanfaatan IT, E-Commerce

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Online

*Sumber: Data Output SPSS yang Diolah Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.14, dapat ditarik kesimpulan nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,540 atau 54%. Dimana hal ini dapat dijelaskan bahwa variabel *e-commerce*, pemanfaatan IT, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh sebesar 54% terhadap minat berwirausaha *online*. Sedangkan sisanya sebesar 46% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**e. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan signifikan atau tidaknya variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidak, maka dapat membandingkan nilai t hitung dan t tabel.<sup>17</sup>

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji t**

Keterangan	t hitung	Sig.
Konstanta	0,898	0,372
<i>E-Commerce</i> (X1)	2,049	0,044
Pemanfaatan IT (X2)	2,354	0,021
Pengetahuan Kewirausahaan (X3)	5,031	0,000

*Sumber: Data Output SPSS yang Diolah Tahun 2022*

<sup>16</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 141.

<sup>17</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 141.

Berdasarkan tabel 4.15, dapat diperoleh nilai  $t$  hitung pada setiap variabel bebas. Untuk mengetahui nilai  $t$  tabel, maka dapat menggunakan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-k-1$  dengan signifikansi 0,025. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka nilai  $df$  sebesar 81 ( $df$ ) =  $85-3-1$ ) dengan signifikansi 0,025, sehingga dapat diperoleh nilai  $t$  tabel sebesar 1,989.

**a) Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha *Online***

Hasil pengujian pada *e-commerce* dapat diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 2,049 dan  $t$  tabel sebesar 1,989. Hal ini membuktikan bahwa  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $2,049 > 1,989$ ) dan nilai signifikansi 0,044 yang lebih kecil daripada 0,05 ( $0,044 < 0,05$ ). Sehingga  $H_1$  diterima, yang berarti variabel *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha *online*. Besarnya pengaruh yang diberikan adalah sebesar 0,175 atau 17,5%.

**b) Pengaruh Pemanfaatan IT terhadap Minat Berwirausaha *Online***

Hasil pengujian pada pemanfaatan IT dapat diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 2,354 dan  $t$  tabel sebesar 1,989. Hal ini membuktikan bahwa  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $2,354 > 1,989$ ) dan nilai signifikansi 0,021 yang lebih kecil daripada 0,05 ( $0,021 < 0,05$ ). Sehingga  $H_2$  diterima, yang berarti variabel pemanfaatan IT berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha *online*. Besarnya pengaruh yang diberikan adalah sebesar 0,391 atau 39,1%.

**c) Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha *Online***

Hasil pengujian pada pengetahuan kewirausahaan dapat diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 5,031 dan  $t$  tabel sebesar 1,989. Hal ini membuktikan bahwa  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $5,031 > 1,989$ ) dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga  $H_3$  diterima, yang berarti variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha *online*. Besarnya pengaruh yang diberikan adalah sebesar 0,480 atau 48%.

**f. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)**

Uji F simultan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (bersama). Analisis uji F ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dan F tabel. Adapun kriterianya sebagai berikut:

- a) Apabila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima
- b) Apabila  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.<sup>18</sup>

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji F**

Model	F hitung	F tabel	Sig.
1	31,671	2,72	0,000

Sumber: *Data Output SPSS yang Diolah Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.16, dapat diketahui nilai F hitung. Untuk mengetahui nilai F tabel, maka dapat menggunakan rumus  $N1 = k$  ;  $N2 = n-k-1$ . Sehingga diperoleh nilai F tabel sebesar 2,72 (3 ; 85-3-1). Hasil pengujian statistik pada *e-commerce*, pemanfaatan IT, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha *online* menunjukkan nilai F hitung sebesar 31,671 dan F tabel sebesar 2,72. Dimana hal tersebut membuktikan bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ( $31,671 > 2,72$ ), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga kesimpulannya membuktikan bahwa *e-commerce*, pemanfaatan IT, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha *online*.

**B. Pembahasan**

**1. Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha Online pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus Angkatan 2018-2020**

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa *e-commerce* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha *online*. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai t hitung sebesar 2,049, dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel yang

---

<sup>18</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 142-143.

memiliki nilai sebesar 1,989 ( $2,049 > 1,989$ ) dengan nilai signifikansi 0,044 yang lebih kecil daripada 0,05 ( $0,044 < 0,05$ ).

Hasil penelitian ini dapat membuktikan bahwa hipotesis pertama (H1) telah diterima, yang berisi dugaan bahwa terdapat pengaruh antara *e-commerce* (X1) terhadap minat berwirausaha *online* pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2018-2020. Hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa *e-commerce* dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha *online*.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Kristanti Veronika, Corry Yohana, dan Nadya Fadillah Fidhyallah yang berjudul “Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan *E-Commerce* dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta”, yang menyatakan bahwa *e-commerce* secara positif berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Dorris Yadewani dan Reni Wijaya yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus: AMIK Jayanusa Padang)”, yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Indrajit dalam Rinto Rante Rerung menyatakan bahwa *e-commerce* merupakan proses jual beli yang terjadi dalam dunia maya yang tercipta karena adanya hubungan dari banyaknya komputer dalam satu jaringan raksasa.<sup>19</sup> *E-commerce* menjadikan suatu perusahaan mampu menjangkau seluruh dunia dalam melakukan pemasaran produk ataupun jasa tanpa adanya batas-batas geografis. Hadirnya *e-commerce* mampu menjawab tuntutan gaya hidup manusia secara modern dalam hal kemudahan dan kecepatan pada segala bidang. Keberadaan *e-commerce* telah menciptakan pasar dalam dunia maya secara langsung, sehingga dapat mempertemukan antara penjual dan pembeli dari seluruh dunia dengan modal akses internet. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya *e-commerce* yang memiliki banyak manfaat dan kemudahan dapat mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha *online*.

---

<sup>19</sup> Rintho Rante Rerung, *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, 18.

## 2. Pengaruh Pemanfaatan IT terhadap Minat Berwirausaha *Online* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus Angkatan 2018-2020

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pemanfaatan IT berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha *online*. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai t hitung sebesar 2,354, dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel yang memiliki nilai sebesar 1,989 ( $2,354 > 1,989$ ) dengan nilai signifikansi 0,021 yang lebih kecil daripada 0,05 ( $0,021 < 0,05$ ).

Hasil penelitian ini dapat membuktikan bahwa hipotesis kedua (H2) telah diterima, yang berisi dugaan bahwa terdapat pengaruh antara pemanfaatan IT (X2) terhadap minat berwirausaha *online* pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2018-2020. Hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa pemanfaatan IT dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha *online*.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Sukirman, Zaenal Afifi dan Ahmad Zazuli yang berjudul “Analisis Kemandirian Usaha Mahasiswa Melalui Inovasi Produk, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Minat Berwirausaha”, yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi secara positif berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Niluh Anik Sapitri yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce* dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Berwirausaha *Online* dalam Perspektif Islam pada Pedagang *Online* di Kota Makassar Sulawesi Selatan”, yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha *online*.

Teknologi Informasi adalah tempat serta alat yang dapat digunakan manusia untuk melakukan transaksi dalam proses jual beli, promosi, maupun komunikasi sehingga mampu memenuhi kebutuhan secara material maupun batin. Teknologi informasi terdiri atas segala hal mengenai proses, alat bantu, perubahan, dan pengelolaan informasi.<sup>20</sup> Pemanfaatan teknologi informasi yang maksimal dalam kebutuhan usaha mampu mencapai hasil yang maksimal dan dapat meningkatkan kinerja usaha. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi juga dapat menghemat biaya, tenaga, dan waktu yang dikeluarkan. Sehingga hal tersebut dapat

---

<sup>20</sup> Maria Ulfa Batoebara, *Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 6.

mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha secara *online* dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk kebutuhan usahanya.

### **3. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha *Online* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus Angkatan 2018-2020**

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha *online*. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai t hitung sebesar 5,031, dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel yang memiliki nilai sebesar 1,989 ( $5,031 > 1,989$ ) dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

Hasil penelitian ini dapat membuktikan bahwa hipotesis ketiga (H3) telah diterima, yang berisi dugaan bahwa terdapat pengaruh antara pengetahuan kewirausahaan (X3) terhadap minat berwirausaha *online* pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2018-2020. Hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa pengetahuan kewirausahaan dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha *online*.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Qurratul Aini dan Farah Oktafani yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University”, yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan secara positif berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Tutut Suryaningsih dan Titis Mia Agustin yang berjudul “Pengaruh Kepribadian dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa”, yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Mardiyatmo dalam Dudung Abdullah dan Fiska Rahmah Septiany menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan adalah pengetahuan mengenai pandangan peluang usaha yang terjadi dalam tindakan sehingga dapat memberikan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga secara produktif dan inovatif. Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan yang dimiliki manusia untuk mengingat, mempelajari dan menerapkan suatu informasi dalam memori otak, sehingga otak mampu

merangsang tubuh untuk berwirausaha.<sup>21</sup> Pengetahuan kewirausahaan adalah salah satu bagian terpenting dalam berwirausaha, karena pengetahuan kewirausahaan mampu menumbuhkan minat seseorang untuk berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan dapat diperoleh saat menempuh pendidikan seperti di dunia perkuliahan yang dapat membantu mahasiswa untuk menganalisis segala sesuatu yang berkaitan dengan kewirausahaan. Semakin banyaknya pengetahuan kewirausahaan, maka semakin besar keyakinan atau kepercayaan terhadap diri untuk menumbuhkan minat berwirausaha.

#### **4. Pengaruh *E-Commerce*, Pemanfaatan IT dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha *Online* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus Angkatan 2018-2020**

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa *e-commerce*, pemanfaatan IT, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha *online* pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2018-2020. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari uji F yang memperoleh nilai F hitung sebesar 31,671 dan F tabel yang memiliki nilai sebesar 2,72, dimana hal tersebut membuktikan bahwa F hitung lebih besar daripada F tabel atau  $31,671 > 2,72$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau  $0,000 < 0,05$ . Sehingga kesimpulannya adalah *e-commerce*, pemanfaatan IT, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha *online*.

Selain dilakukannya uji F untuk mengetahui pengaruh dari ketiga variabel tersebut, maka dapat menggunakan cara lain yaitu dengan uji koefisien determinasi model Summary dengan melihat nilai R Square ( $R^2$ ). Pada tabel koefisien determinasi, menunjukkan bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,540 atau 54%. Hal ini membuktikan bahwa variabel *e-commerce*, pemanfaatan IT, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha *online* sebesar 54%, sedangkan sisanya 46% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

---

<sup>21</sup> Dudung Abdullah dan Fiska Rahmah Septiany, "Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka," 320.



Berdasarkan pada pengujian yang dilakukan, hasil uji simultan ternyata berpengaruh paling besar daripada hasil uji parsial yang dilakukan pada ketiga variabel bebas. Pada pengujian parsial, nilai pengaruh tertinggi diberikan oleh variabel pengetahuan kewirausahaan (X3) sebesar 48%. Kemudian, variabel pemanfaatan IT (X2) memberikan nilai pengaruh sebesar 39,1%. Terakhir, variabel *e-commerce* (X1) memberikan nilai pengaruh sebesar 17,5%.

Dengan demikian, dapat diartikan bahwa *e-commerce*, pemanfaatan IT, dan pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha *online* pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2018-2020. Hal ini memberikan bukti bahwa dengan adanya *e-commerce*, pemanfaatan IT, yang didukung dengan pengetahuan kewirausahaan yang luas maka mampu meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

