

Pengaruh *E-Commerce* dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate* dengan Modal Sebagai Variabel *Moderating*

Isnaini Faraz Azis Ilmi Sitorus¹, Zuhrial M. Nawawi², Nurul Jannah³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan
farassitorus15@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of e-commerce and knowledge on the interest in entrepreneurship for fresh graduates with capital as a moderating variable. This research uses a quantitative approach. The data was collected using a questionnaire with a simple random sampling technique which was distributed to fresh graduates at state campuses in Medan City, namely (USU, UNIMED, and UINSU) with a sample of 99 people. The research results here show that E-Commerce has a positive and significant effect on Entrepreneurial Interests, Entrepreneurship Knowledge has a positive and significant effect on Entrepreneurial Interests, Capital can moderate the effect of E-Commerce on Entrepreneurial Interests and Capital can moderate the effect of Entrepreneurship Knowledge on Entrepreneurial Interests. and based on the E-Commerce F test and Entrepreneurial Knowledge have a simultaneous and significant effect on Interest in Entrepreneurship with the magnitude of the influence based on the coefficient of determination test that is equal to 41.6%.

Keywords : *E-commerce, Entrepreneurial Knowledge, Asset, Entrepreneurial Interest, Fresh Graduate.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan guna menelaah Pengaruh *E-Commerce* Dan Pengetahuan terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate* dengan Modal sebagai Variabel *Moderating*. Penelitian ini mengenakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dengan teknik simple random sampling yang disebar kepada fresh graduate di kampus negeri yang ada di Kota Medan yaitu (USU, UNIMED, serta UINSU) dengan sampel sebanyak 99 orang. Hasil riset disini menunjukkan bahwa *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, Modal dapat memoderasi pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha dan Modal dapat memoderasi pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. dan berdasarkan uji F *E-Commerce* dan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha dengan besarnya pengaruh berdasarkan uji koefisien determinasi yaitu sebesar 41,6%.

Kata kunci : *E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan, Modal, Minat Berwirausaha, Fresh Graduate.*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi sangat berkembang pesat saat ini. Kemajuan teknologi menghadirkan banyak sekali kemudahan dalam kehidupan

sehari-hari dalam berbagai bidang seperti bidang ekonomi, pendidikan, pemerintahan dan masih banyak lagi. Salah satu bentuk kemajuan teknologi dan informasi adalah hadirnya Internet dalam kehidupan kita. Internet adalah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dengan fasilitas komputer di seluruh dunia. Jaringan ini tersusun dan terorganisir melalui telepon atau satelit (Rustam, 2015). Pada era ekonomi digital saat ini semua orang berpeluang untuk bergelut di dunia bisnis tanpa terkecuali. *Entrepreneurship* adalah suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal (baik) sehingga bisa meningkatkan taraf hidup dimasa mendatang.

Minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut. (Mahyuni & Setiawan, 2021) Minat berwirausaha dapat dilihat dari keinginan, ketertarikan serta kesediaan seseorang untuk mau mulai terlibat dalam aktifitas berwirausaha. Adapun terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat dalam berwirausaha pada mahasiswa ialah *E-Commerce*. Hadirnya internet memudahkan seseorang atau badan untuk melakukan kegiatan berbisnis tanpa harus bertemu secara langsung melainkan bisa terkoneksi melalui jaringan internet yang bisa di akses melalui komputer ataupun telepon genggam. Singkatnya *e-commerce* adalah wadah digital yang menyediakan tempat untuk kita bisa melakukan transaksi jual beli barang atau jasa secara daring tanpa harus bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, negoisasi atau pembayaran barang melainkan bisa dilakukan secara online dengan menggunakan fitur-fitur canggih yang telah disediakan oleh masing-masing *e-commerce*. Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha ialah modal. Modal merupakan salah satu komponen yang sangat diperlukan disaat hendak mendirikan atau mengembangkan usaha. Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya administratif sampai dengan biaya kerja. Sementara itu, modal keahlian diperlukan untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha (Kasmir, 2018).

Fenomena yang terjadi saat ini ialah masalah perekonomian di Indonesia terakhir ini timbul akibat terjadinya wabah pandemi Covid-19 yang mempengaruhi perekonomian secara luar biasa. Pandemi Covid-19 membuat angka pengangguran semakin meningkat. Menurut catatan Badan Pusat Statistik (BPS) peningkatan pengangguran terbesar terjadi pada kelompok anak muda yang berusia 20-29 tahun. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada penduduk usia 20-24 tahun sebesar 17,66% pada Februari 2021, meningkat 3,36% dibandingkan periode yang sama tahun lalu sebesar 14,3%. Dari sisi pendidikan, tingkat pengangguran tertinggi banyak dialami oleh lulusan SMA, SMK, dan pendidikan tinggi universitas. Akibat pandemi Covid-19 adalah bertambahnya nominal angka pengangguran terdidik pada lulusan sarjana, sekolah sederajat ataupun yang tidak pernah merasakan pendidikan formal sama sekali.

Maka daripada itu beberapa *fresh graduate* beralih untuk melakukan kegiatan wirausaha. Dengan bekal ilmu yang dipelajari selama di bangku kuliah diharapkan sarjana muda mampu menjadi wirausahawan yang cerdas, kreatif, inovatif dan mempunyai jiwa bisnis yang tinggi. Hadirnya *e-commerce* menjadi peluang besar untuk semua orang terutama sarjana muda untuk bisa membuka usaha dan bisnis secara daring dengan modal kreatifitas dan keahliannya dalam memanfaatkan teknologi komunikasi yaitu *e-commerce*. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *E-Commerce* Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate* Dengan Modal Sebagai Variabel *Moderating*".

TINJAUAN LITERATUR

Minat Berwirausaha

Minat ialah satu perhatian akan kuat serta mendalam disertai secara rasa senang atas satu kesibukan lalu mengarahkan insan guna melangsungkan kesibukan termaksud secara kemauan pribadi (Kambuaya, 2015). Minat berwirausaha timbul disebabkan Karena adanya rasa senang serta beratensi guna berniaga kian bergairah serta tekun di mengikuti kesibukan praktik serta teori, lalu timbul rasa hendak guna menguasainya. Minat berniaga muncul sebab adanya rasa senang serta kemauan berniaga (Masrullah, 2021).

E-commerce

E-Commerce ialah satu mekanisme / paradigma baru di dunia bisnis, menggeser paradigma perdagangan tradisional selaku *electronic commerce* ialah secara memanfaatkan kecanggihan ICT (*Information and Communication Technology*), / secara kata lainnya kecanggihan internet. Definisi *e-commerce* secara umum ialah mekanisme membeli, menjual, baik di bentuk barang, jasa / data akan dilangsungkan melewati media internet (Haryanti, 2010).

Pengetahuan Kewirausahaan

Mohammad Hatta mengartikan ilmu ilmu secara ilmu akan teratur perihal gawain hukum kausal di satu golongan masalah akan sama tabiatnya menurut kedudukannya tampak di luar / menurut bangunannya di dalam. *Entrepreneurship* ialah satu kepilawaian guna mengolah suatu akan tampak di diri guna dimanfaatkan serta ditingkatkan hendaknya kian optimal (baik) lalu sanggup menaikkan tafar hidup dimasa mendatang.

Modal

Terdapat dua pengertian modal atau dana awal gawai satu industri, ialah dana awal gawai bersih (*net working capital*) serta dana awal gawai bruto (*gross working*

capital). Modal gawai bersih ialah selisih diantara aktiva lancar secara kemestian lancar. Sedangkan dana awal gawai bruto ialah keseluruhan dana awalan tertanam di aktiva lancar (kas, serta setara kas, surat-surat berharga, piutang upaya/dagang serta persediaan) (Hasibuan, 2021).

METODE PENELITIAN

Pendekatan riset disini mengenakan pendekatan asosiatif yang menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan data primer. Lokasi riset dilangsungkan di *fresh graduation* di Fakultas FEB Universitas Sumatera Utara, Universitas Negeri Medan dan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Riset dilakukan pada bulan Juni 2022-selesai. Populasi dan sampel adalah segenap mahasiswa Fakultas FEB akan tampak di Universitas Negeri akan tampak di Kota Medan, ialah Universitas Sumatera Utara, Universitas Negeri Medan, serta Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling*. Dalam mengolah data penelitian ini menggunakan SPSS, terdapat uji analisis deskriptif, uji kualitas data (uji validitas, uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), Uji MRA, Uji hipotesis (Uji t, Uji f dan Uji Koefisien determinasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Analisis Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-Commerce	99	15	30	25,00	2,997
Pengetahuan Kewirausahaan	99	26	44	36,73	3,700
Modal	99	24	45	37,43	5,185
Minat Berusaha	99	31	44	38,79	3,127
Valid N (listwise)	99				

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan tabel di atas tampak diantara item pertanyaan di perfaktor secara keseluruhan responden berjumlah 99 insan. Variabel *E-Commerce* (X1) memegang skor minimum 15 serta skor maksimum 30. Nilai rata-rata *E-Commerce* masing-masing responden senilai 25 secara simpangan baku / penyebaran rata-rata senilai 2,997. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X2) memegang skor minimum 26 serta skor maksimum 44. Nilai rata-rata Pengetahuan Kewirausahaan masing-masing responden senilai 36,73 secara simpangan baku / penyebaran rata-rata senilai 3,700. Variabel Modal (Z) memegang skor minimum 24 serta skor maksimum 45. Nilai rata-rata Modal masing-masing responden senilai 37,43 secara simpangan baku / penyebaran rata-rata senilai 5,185. Variabel Minat Berusaha (Y) memegang skor minimum 31 serta skor maksimum 44. Nilai rata-rata Minat Berusaha masing-masing responden senilai 38,79 secara simpangan baku / penyebaran rata-rata senilai 3,127.

Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Butir Pertanyaan	Variabel	R-Hitung	R-Tabel (Taraf Sig. 5%)	Keterangan
1	E-Commerce (X ₁)	0,765	0,166	Valid
2		0,714	0,166	Valid
3		0,645	0,166	Valid
4		0,753	0,166	Valid
5		0,527	0,166	Valid
6		0,504	0,166	Valid
1	Pengetahuan Keniagaan (X ₂)	0,556	0,166	Valid
2		0,640	0,166	Valid
3		0,514	0,166	Valid
4		0,426	0,166	Valid
5		0,520	0,166	Valid
6		0,481	0,166	Valid
7		0,527	0,166	Valid
8		0,521	0,166	Valid
9		0,567	0,166	Valid
1	Minat Berniaga (Y)	0,584	0,166	Valid
2		0,477	0,166	Valid
3		0,517	0,166	Valid
4		0,625	0,166	Valid
5		0,520	0,166	Valid
6		0,557	0,166	Valid
7		0,560	0,166	Valid
8		0,510	0,166	Valid
9		0,506	0,166	Valid
1	Modal (Z)	0,498	0,166	Valid
2		0,640	0,166	Valid
3		0,740	0,166	Valid
4		0,498	0,166	Valid
5		0,704	0,166	Valid
6		0,686	0,166	Valid
7		0,729	0,166	Valid
8		0,732	0,166	Valid
9		0,523	0,166	Valid

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan di tabel di atas, sanggup dilihat bahwasanya segenap skor r hitung di perfaktor X₁, X₂, Z, serta Y kian besar daripada r tabel secara taraf signifikansi 5% lalu diutarakan maka segenap item pertanyaan di segenap faktor valid serta sanggup dikenakan memenuhi syarat validitas.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
E-Commerce (X ₁)	0,723	0,60	Reliabel
Pengetahuan Keniagaan (X ₂)	0,673	0,60	Reliabel
Modal (Z)	0,823	0,60	Reliabel
Minat Berniaga (Y)	0,862	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan tabel di atas, sanggup disimpulkan maka segenap pertanyaan serta ungkapan di segenap faktor riset dinyatakan reliabel sebab memegang skor *cronbach's alpha* akan kian besar di 0,60.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas secara Kolmogrov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,39010443
	Absolute	,104
Most Extreme Differences	Positive	,054
	Negative	-,104
Kolmogorov-Smirnov Z		1,033
Asymp. Sig. (2-tailed)		,236

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan tabel di atas, baik dilihat dari pembuatan uji normalitas segenap faktor menggunakan perhitungan *Kolmogrov-Smirnov* skor *asymptotic significant (2-tailed) / P-Value* nilainya senilai $0,236 > 0,05$ lalu sanggup disimpulkan maka data faktor usai berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	19,481	2,555		7,624	,000		
1 E-Commerce	,543	,100	,521	5,447	,000	,666	1,502
Pengetahuan Kewirausahaan	,156	,081	,184	3,929	,037	,666	1,502

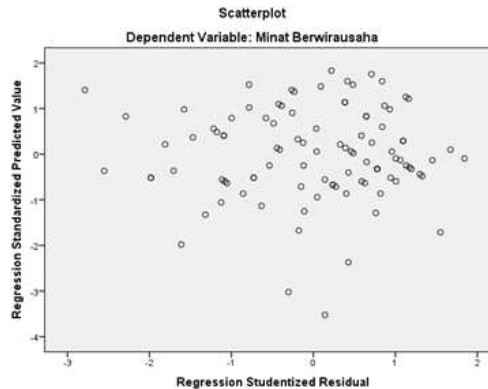
a. Dependent Variable: Minat Berniaga

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan Tabel 4.7, pembuatan pengolahan data menggunakan SPSS di atas menunjukkan maka : Variabel *E-Commerce* (X_1) memegang skor *tolerance* senilai 0,666 di mana skor termaksud kian besar di 0,10 serta memegang skor VIF senilai 1,502 di mana skor termaksud kian kecil di 10. Sehingga sanggup disimpulkan maka faktor *E-Commerce* (X_1) terbebas di soal Multikolinearitas dan Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) memegang skor *tolerance* senilai 0,666 di mana skor termaksud kian besar di 0,10 serta memegang skor VIF senilai 1,502 di mana skor termaksud kian kecil di 10. Sehingga sanggup disimpulkan maka faktor Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) terbebas di soal Multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar di atas menunjukkan pola titik-titik di grafik *scatter plot* tersebar secara acak serta tiada membentuk pola trmakaud akan jelas serta tersebar baik di atas / di bawah titik nol di sumbu Y. Hal disini bermaksud di model regresi riset disini tiada terlangsung heteroskedastisitas, lalu model regresi layak dipakai guna memprediksi Minat Berniaga.

Uji Analisis Regresi Moderasi

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda (Model 1)

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	19,481	2,555		7,624	,000		
1 E-Commerce	,543	,100	,521	5,447	,000	,666	1,502
Pengetahuan Keniagaan	,156	,081	,184	3,929	,037	,666	1,502

a. Dependent Variable: Minat Berniaga
Sumber: Data primer akan diolah secara SPSS

Dari nilai-nilai koefisien di atas, sanggup disusun persamaan regresi berganda selaku termaksud :

$$Y = 19,481 + 0,543X_1 + 0,156X_2$$

Dari persamaan termaksud sanggup diambil kesimpulan maka :

- Nilai *constant* (a) = 19,481 artinya apabila skor faktor *E-Commerce* serta Pengetahuan Keniagaan sama secara nol, lalu Minat Berniaga (Y) menaik senilai 19,481.
- Koefisien regresi *E-Commerce* (X_1) senilai 0,543. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di *E-Commerce* (X_1) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,543 kali.
- Koefisien regresi Pengetahuan Keniagaan (X_2) senilai 0,156. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di Pengetahuan Keniagaan (X_2) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,156 kali.

Berdasarkan buatan persamaan regresi termaksud, sanggup diketahui maka rangkaian akan terlangsung diantara *E-Commerce* serta Pengetahuan Keniagaan secara Minat Berniaga ialah rangkaian akan positif, dimana ketika *E-Commerce* serta Pengetahuan Keniagaan ditingkatkan, lalu hendaknya berfeedback di Minat Berniaga.

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi (Model 2)

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17,192	18,664		,921	,359
E-Commerce	,294	,686	,282	4,428	,009
Pengetahuan Kewirausahaan	,840	,496	,993	3,692	,024
Modal	,060	,482	,099	5,124	,001
E-Commerce * Modal	,023	,018	1,267	6,242	,008
Pengetahuan Kewirausahaan * Modal	,018	,013	1,489	5,389	,018

a. Dependent Variable: Minat Berniaga
Sumber: Data primer akan diolah secara SPSS

Dari nilai-nilai koefisien di atas, sanggup disusun persamaan regresi berganda selaku termaksud :

$$Y = 17,192 + 0,294X_1 + 0,840X_2 + 0,060Z + 0,023X_1*Z + 0,018X_2*Z$$

Dari persamaan termaksud sanggup diambil kesimpulan maka :

- a. Nilai *constant* (a) = 17,192 artinya apabila skor faktor *E-Commerce*, Pengetahuan Keniagaan, Modal, *E-Commerce* dikali Modal, serta Pengetahuan Keniagaan dikali Modal sama secara nol, lalu Minat Berniaga (Y) menaik senilai 17,192.
- b. Koefisien regresi *E-Commerce* (X₁) senilai 0,294. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di *E-Commerce* (X₁) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,294 kali.
- c. Koefisien regresi Pengetahuan Keniagaan (X₂) senilai 0,840. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di Pengetahuan Keniagaan (X₂) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,840 kali.
- a. Koefisien regresi Modal (Z) senilai 0,060. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di Modal (Z) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,060 kali.
- b. Koefisien regresi *E-Commerce* (X₁) dikali Modal (Z) senilai 0,023. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di *E-Commerce* (X₁) dikali Modal (Z) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,023.
- c. Koefisien regresi Pengetahuan Keniagaan (X₂) dikali Modal (Z) senilai 0,018. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di Pengetahuan Keniagaan (X₂) dikali Modal (Z) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,018.

Berdasarkan buatan persamaan regresi termaksud, sanggup diketahui maka rangkaian akan terlangsung diantara *E-Commerce*, Pengetahuan Keniagaan, Modal, *E-Commerce* dikali Modal, serta Pengetahuan Keniagaan dikali Modal secara Minat

Berniaga ialah rangkaian akan positif, dimana ketika *E-Commerce*, Pengetahuan Keniagaan, Modal, *E-Commerce* dikali Modal, serta Pengetahuan Keniagaan dikali Modal ditingkatkan, lalu hendaknya berfeedback di Minat Berniaga.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 9. Hasil Uji t (Uji Parsial Model 1)

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	19,481	2,555		7,624	,000		
1 E-Commerce	,543	,100	,521	5,447	,000	,666	1,502
Pengetahuan Keniagaan	,156	,081	,184	3,929	,037	,666	1,502

a. Dependent Variable: Minat Berniaga
Sumber: Data primer akan diolah secara SPSS

Variabel *E-Commerce* (X_1) sanggup diketahui maka skor t hitung senilai 1,984 secara signifikansi senilai 5%. Karena thitung guna faktor X_1 (5,447) kian besar di t tabel (1,984) secara skor signifikansi senilai $0,000 < 0,05$ lalu sanggup diutarakan maka faktor *E-Commerce* (X_1) secara parsial berfeedback positif serta signifikan atas Minat Berwirausaha (Y), lalu membuktikan maka H_{a1} diterima serta H_{o1} ditolak. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) sanggup diketahui maka skor t hitung senilai 3,929 secara signifikansi senilai 5%. Karena thitung guna faktor X_2 (3,929) kian besar di t tabel (1,984) secara skor signifikansi senilai $0,037 < 0,05$ lalu sanggup diutarakan maka faktor Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) secara parsial berfeedback positif serta signifikan atas Minat Berwirausaha (Y), lalu membuktikan maka H_{a2} diterima serta H_{o2} ditolak.

Tabel 10. Hasil Uji t (Uji Parsial Model 2)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17,192	18,664		,921	,359
E-Commerce	,294	,686	,282	4,428	,009
Pengetahuan Keniagaan	,840	,496	,993	3,692	,024
1 Modal	,060	,482	,099	5,124	,001
E-Commerce * Modal	,023	,018	1,267	6,242	,008
Pengetahuan Keniagaan * Modal	,018	,013	1,489	5,389	,018

a. Dependent Variable: Minat Berniaga
Sumber: Data primer akan diolah secara SPSS

Sementara termaksud, secara menambahkan faktor moderasi di riset disini, sanggup dilihat di buatan *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan di perhitungan SPSS termaksud sanggup disimpulkan maka perkalian faktor *E-Commerce* secara faktor moderasi Modal memegang skor

t_{hitung} senilai 6,242 > t_{tabel} 1,984 serta skor signifikan senilai 0,008 < 0,05, lalu sanggup disimpulkan maka Modal sanggup memoderasi feedback *E-Commerce* atas Minat Berniaga lalu membuktikan maka Ha3 diterima serta Ho3 ditolak. Perkalian faktor Pengetahuan Kewirausahaan secara faktor moderasi Modal memegang skor t_{hitung} senilai 5,389 > t_{tabel} 1,984 serta skor signifikan senilai 0,018 < 0,05, lalu sanggup disimpulkan maka Modal sanggup memoderasi feedback Pengetahuan kewirausahaan atas Minat Berwirausaha lalu membuktikan maka Ha4 ditolak serta Ho4 diterima.

2. Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	398,711	2	199,355	34,185	,000 ^b
	Residual	559,835	96	5,832		
	Total	958,545	98			

a. Dependent Variable: Minat Berniaga

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Keniagaan, E-Commerce

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Dari buatan perhitungan sanggup dilihat maka skor signifikan ialah senilai 0,000 serta skor F_{hitung} senilai 34,185. Dasar pemegangan ketegasan ialah jika skor signifikan kian kecil di 0,05 (Sig < 0,05) lalu kesimpulannya ialah signifikan. Tertilik di tabel di atas diperoleh skor signifikansi (0,000) kian kecil di 0,05. Maka ketegasannya ialah signifikan. Artinya Ha4 diterima serta Ho4 ditolak akan menunjukkan secara bersama-sama (simultan) segenap faktor bebas memegang feedback akan signifikan atas faktor terikat.

guna skor F_{hitung} di persamaan disini senilai 34,185 adapun guna skor F_{tabel} senilai 3,09 lalu F_{hitung} (34,185) kian besar daripada F_{tabel} (3,09) lalu ketegasan Ha4 diterima serta Ho4 ditolak, akan artinya segenap faktor bebas akan terdiri di faktor *E-Commerce* serta Pengetahuan Keniagaan berfeedback positif secara simultan serta signifikan atas faktor terikat, ialah Minat Berniaga.

3. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,645 ^a	,416	,404	2,415

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Keniagaan, E-Commerce

b. Dependent Variable: Minat Berniaga

Sumber: Data primer akan diolah secara SPSS

Tabel di atas menunjukkan maka skor *R Square* senilai 0,416. Hal disini menunjukkan maka faktor bebas ialah *E-Commerce* serta Pengetahuan Keniagaan sanggup menerangkan faktor terikat ialah Minat Berniaga senilai 41,6% sisanya 58,4% diutarakan atas faktor lainnyan di luar model regresi.

Pembahasan

1. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate*

Berdasarkan pengujian akan dilangsungkan, lalu faktor termaksud dinyatakan signifikan. Karena t_{hitung} guna faktor *E-Commerce* (X1) kian kecil di t_{tabel} lalu ketegasannya H_{a1} diterima serta H_{o1} ditolak. Variabel *E-Commerce* (X1) berpengaruh positif serta signifikan atas Minat Berwirausaha (Y). Dengan demikian buatan riset disini mendukung riset terdahulu akan dilangsungkan atas (Maisan & Nuringsih, 2021) Dari buatan riset ditemukan maka *E-commerce* memegang feedback positif serta signifikan atas atensi berwirausaha. *E-commerce* serta atensi wirausaha sanggup saling memperkuat. *E-commerce* memungkinkan individu / industri guna menjual buatan / jasa secara online, akan sanggup membuka peluang baru atas segenap pengupaya guna mengelaborasi bisnis mereka. Ini jua sanggup memudahkan guna menjangkau pasar akan kian luas serta menaikkan efisiensi operasional. Di sisi lainnyan, atensi berniaga sanggup memotivasi insan guna memilah peluang bisnis baru, termasuk di *e-commerce*, serta membuat mereka kian mungkin guna sukses di melangsungkan bisnis online.

2. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate*

Berdasarkan pengujian akan dilangsungkan, lalu faktor termaksud dinyatakan signifikan. Karena t_{hitung} guna faktor Pengetahuan Kewirausahaan (X2) kian kecil di t_{tabel} lalu ketegasannya H_{a2} diterima serta H_{o2} ditolak. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X2) berpengaruh positif serta signifikan atas Minat Berwirausaha (Y). Dengan demikian buatan riset disini mendukung riset terdahulu akan dilangsungkan atas (Fatimah & Sapitri, 2020) buatan risetnya menunjukkan maka ilmu kewirausahaan berpengaruh positif serta signifikan atas atensi berwirausaha secara skor signifikan $0,000 < 0,05$ lalu H_2 diterima serta H_0 ditolak. Pengetahuan kewirausahaan serta atensi berniaga amat erat kaitannya. Pengetahuan kewirausahaan meliputi beragam aspek akan diperlukan di melangsungkan satu bisnis, seperti pemasaran, perancangan, finansial, serta perencanaan bisnis. Dengan memegang ilmu akan cukup di bidang disini, insan hendaknya kian siap guna mwmegang risiko serta mwmegang kesempatan di berniaga. Minat berniaga pribadi ialah sikap / kemauan guna melangsungkan satu upaya / bisnis, ilmu keniagaan hendaknya membuat atensi termaksud kian terarah serta kian mudah guna diwujudkan.

Pengetahuan kewirausahaan sanggup membantu individu guna mengidentifikasi peluang, mengelaborasi serta menerapkan strategi, mengolah risiko, serta mengolah finansial di bisnisnya. Sedangkan Minat berniaga amat penting di menyampaikan motivasi serta emosional di individu guna memilah peluang serta memulai satu upaya / bisnis. Keduanya saling melengkapi serta amat penting di membentuk insan entrepreneur akan berhasil.

3. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate* Dengan Modal Sebagai Moderating

Hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan di perhitungan SPSS termaksud sanggup disimpulkan maka perkalian faktor *E-Commerce* secara faktor moderasi Modal memegang skor t_{hitung} senilai $6,242 > t_{tabel}$ $1,984$ serta skor signifikan senilai $0,008 < 0,05$, lalu sanggup disimpulkan maka Modal sanggup memoderasi feedback *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha lalu membuktikan maka H_{a3} diterima serta H_{o3} ditolak. E-commerce sanggup mempengaruhi atensi berwirausaha melewati diantara cara, serta dana awal sanggup berperan selaku moderating variable di rangkaian termaksud. Pertama, e-commerce sanggup meaikkan aksesibilitas atas pasar akan kian luas, akan sanggup membuka peluang baru atas segenap pengupaya guna mengelaborasi bisnis mereka. Ini jua sanggup memudahkan guna menjangkau pelanggan akan berada di luar wilayah geografis akan ditentukan. Hal disini sanggup menaikkan atensi berniaga sebab individu / industri akan memegang dana awal cukup sanggup mengejar peluang baru termaksud Kedua, e-commerce sanggup menaikkan efisiensi operasional secara memudahkan mekanisme pemasaran, penjualan, serta pengiriman buatan / jasa. Hal disini sanggup mengurangi tarif operasional, lalu individu / industri secara dana awal terbatas pun sanggup melangsungkan bisnis secara kian mudah. Ketiga, e-commerce jua sanggup menyampaikan data akan kian baik perihal preferensi pelanggan serta tren pasar. Hal disini sanggup membantu pengupaya di perencanaan serta pemegangan ketegasan bisnisnya. Modal akan cukup sanggup memungkinkan individu / industri guna mwmeegang kesempatan di data akan diperoleh. Dalam segenap kasus di atas, dana awal sanggup berperan selaku moderating variable di rangkaian diantara e-commerce serta atensi berniaga. Dengan memegang dana awal akan cukup, individu / industri sanggup kian mudah mengejar peluang akan ditawarkan atas e-commerce serta menaikkan atensi berniaga mereka.

4. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate* Dengan Modal Sebagai Moderating

Hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan di perhitungan SPSS termaksud sanggup disimpulkan maka perkalian faktor Pengetahuan Keniagaan secara faktor moderasi Modal memegang skor t_{hitung} senilai $5,389 >$

t_{tabel} 1,984 serta skor signifikan senilai $0,018 < 0,05$, lalu sanggup disimpulkan maka Modal sanggup memoderasi feedback Pengetahuan Keniagaan Terhadap Minat Berniaga lalu membuktikan maka H_{a4} diterima serta H_{o4} ditolak. Pengetahuan kewirausahaan sanggup mempengaruhi atensi berniaga secara mekanisme akan berbeda, serta dana awal sanggup berperan selaku moderating variable di rangkaian termaksud. Pertama, ilmu kewirausahaan sanggup membantu individu / industri di mengenali serta mengejar peluang bisnis akan potensial, termasuk di bidang e-commerce. Hal disini sanggup menaikkan atensi berniaga sebab individu / industri akan memegang dana awal cukup sanggup mengejar peluang baru termaksud

Kedua, ilmu keniagaan sanggup membantu individu / industri di merencanakan serta mengolah bisnis secara kian efektif serta efisien. Hal disini sanggup membuat individu / industri akan memegang dana awal terbatas sanggup melangsungkan bisnis secara kian mudah. Ketiga, Pengetahuan kewirausahaan sanggup membantu individu / industri di mengolah risiko serta finansial secara kian baik. Hal disini sanggup menaikkan kepercayaan diri individu / industri di melangsungkan bisnis, termasuk di situasi di mana dana awal akan tersedia cukup minim. Secara umum, dana awal sanggup berperan selaku moderating variable di rangkaian diantara ilmu kewirausahaan serta atensi berniaga. Dengan memegang dana awal akan cukup, individu / industri sanggup kian mudah mengejar peluang akan ditawarkan atas ilmu keniagaan serta menaikkan atensi berniaga mereka. Namun meskipun dana awal akan tersedia cukup minim, ilmu kewirausahaan sanggup menyampaikan pemahaman bagaimana individu / industri sanggup mengolah risiko serta finansial secara baik, lalu tetap sanggup memotivasi atensi berwirausaha.

5. Pengaruh *E-Commerce* dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate*

Berdasarkan buatan uji F , *E-Commerce* serta Pengetahuan Kewirausahaan memegang feedback positif secara simultan serta signifikan atas Minat Berwirausaha. Dari buatan perhitungan akan usai dilangsungkan sebelumnya ditemukan di tabel di atas maka skor signifikansi senilai 0,000 serta F_{hitung} ialah 34,185. Dasar pemegangan ketegasan ialah jika skor signifikansi kian kecil di 0,05 lalu kesimpulannya ialah berfeedback secara signifikan, selain termaksud kita sanggup membandingkan diantara skor $F_{hitung} >$ daripada F_{tabel} secara menegaskan model. Jika F_{hitung} di persamaan disini senilai 34,185 adapun skor F_{tabel} di keseluruhan data sebanyak 99, secara keseluruhan faktor bebas sebanyak 2 faktor serta faktor terikat sebanyak 1 faktor secara taraf signifikan 5% lalu diperoleh skor F_{tabel} senilai 3,09. Maka F_{hitung} (34,185) kian besar daripada F_{tabel} (3,09) lalu ketegasan H_{a5} diterima serta H_{o5} ditolak. Yang artinya segenap faktor akan terdiri di *E-Commerce* serta Pengetahuan Keniagaan

secara simultan berfeedback positif serta signifikan atas faktor terikat, ialah Minat Berniaga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan riset yang telah dijelaskan di pembahasan sebelumnya, lalu kesimpulan dari penelitian ini ialah selaku termaksud :

1. *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan atas Minat Berwirausaha lalu ketegasannya H_{a1} diterima serta H_{o1} ditolak. Dengan demikian buatan riset disini mendukung riset terdahulu akan dilangsungkan atas (Maisan & Nuringsih, 2021). Dari buatan riset ditemukan maka *E-commerce* memegang pengaruh positif serta signifikan atas atensi berwirausaha. *E-commerce* memungkinkan individu / industri guna menjual buatan / jasa secara online, akan sanggup membuka peluang baru atas segenap pengupaya guna mengelaborasi bisnis mereka. Ini jua sanggup memudahkan guna menjangkau pasar akan kian luas serta menaikkan efisiensi operasional.
2. Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan atas minat Berwirausaha lalu ketegasannya H_{a2} diterima serta H_{o2} ditolak. Dengan demikian buatan riset disini mendukung riset terdahulu akan dilangsungkan atas (Fatimah & Sapitri, 2020) buatan risetnya menunjukkan maka ilmu kewirausahaan berpengaruh positif serta signifikan atas atensi berniaga secara skor signifikan $0,000 < 0,05$ lalu H_2 diterima serta H_0 ditolak. Pengetahuan kewirausahaan atau atensi berniaga amat erat kaitannya. Pengetahuan kewirausahaan meliputi beragam aspek akan diperlukan di melangsungkan satu bisnis, seperti pemasaran, perancangan, finansial, serta perencanaan bisnis. Dengan memegang ilmu akan cukup di bidang disini, insan hendaknya kian siap guna memegang risiko serta memegang kesempatan dalam berwirausaha.
3. Modal sanggup memoderasi pengaruh *E-Commerce* atas Minat Berwirausaha lalu ketegasannya H_{a3} diterima serta H_{o3} ditolak. *E-commerce* sanggup mempengaruhi atensi berwirausaha melewati diantara cara, serta dana awal sanggup berperan selaku moderating variable di rangkaian termaksud. Pertama, *ecommerce* sanggup menaikkan aksesibilitas atas pasar akan kian luas, akan sanggup membuka peluang baru atas segenap pengupaya guna mengelaborasi bisnis mereka. Ini jua sanggup memudahkan guna menjangkau pelanggan akan berada di luar wilayah geografis akan ditentukan. Hal disini sanggup menaikkan atensi berniaga sebab individu / industri akan memegang dana awal cukup sanggup mengejar peluang baru termaksud. Kedua, *e-commerce* sanggup menaikkan efisiensi operasional secara memudahkan mekanisme pemasaran, penjualan,

serta pengiriman buatan / jasa. Ketiga, *e-commerce* jua sanggup menyampaikan data akan kian baik perihal preferensi pelanggan serta tren pasar.

4. Modal sanggup memoderasi pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha lalu ketegasannya H_4 diterima serta H_0 ditolak. Modal sanggup berperan selaku moderating variable di rangkaian termaksud sebab pertama, ilmu kewirausahaan sanggup membantu individu / industri di mengenali serta mengejar peluang bisnis akan potensial, termasuk di bidang *ecommerce*. Kedua, ilmu keniagaan sanggup membantu individu / industri di merencanakan serta mengolah bisnis secara kian efektif serta efisien. Ketiga, Pengetahuan keniagaan sanggup membantu individu / industri di mengolah risiko serta finansial secara kian baik.
5. *E-Commerce* dan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh secara simultan serta signifikan atas Minat Berwirausaha lalu ketegasannya H_5 diterima serta H_0 .

Saran

Berdasarkan riset yang telah dilangsungkan di pembahasan sebelumnya, lalu saran dari riset ini ialah selaku termaksud :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
Disarankan sebaiknya sanggup meneliti di khalayak akan kian luas, bukan sahaja di fresh graduate saja serta sebaiknya sanggup memberi tambahan faktor akan lainnyan akan sanggup mempengaruhi atensi berniaga, supaya memegang buatan akan kian akurat.
2. Bagi Akademik
Diharapkan sanggup menyampaikan sumbangan ilmiah di ilmu keniagaan perihal aegi-aegi apa saja akan sanggup mempengaruhi atensi berniaga.
3. Bagi Wirausahaan
Penelitian disini diinginkan sanggup dijadikan selaku bahan pertimbangan niaga di menyampaikan ilmu perihal aegi-aegi apa saja akan sanggup mendukung bahkan menghambat di menaikkan atensi berniaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Haryanti, S. (2010). Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus. *Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 3(1).
- Hasibuan, A. K. (2021). *Analisis perbandingan kinerja keuangan PT Jasa Marga Tbk sebelum dan sesudah akuisisi*. IAIN Padangsidimpuan.
- Kambuaya, C. (2015). Pengaruh motivasi, minat, kedisiplinan dan adaptasi diri terhadap prestasi belajar siswa peserta program afirmasi pendidikan menengah asal papua dan papua barat di kota bandung. *SHARE: Social Work Journal*, 5(2).

- Kasmir, K. (2018). Pengantar Manajemen Keuangan Edisi Kedua. *Jakarta: Prenadamedia Group*.
- Mahyuni, L. P., & Setiawan, I. W. A. (2021). Bagaimana QRIS menarik minat UMKM? Sebuah model untuk memahani intensi UMKM menggunakan QRIS. *FORUM EKONOMI*, 23(4), 735–747.
- Masrullah, M. (2021). *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram)*. Universitas_Muhammadiyah_Mataram.
- Rustam, M. (2015). Survei Penggunaan Telepon Genggam pada Masyarakat Nelayan di Kecamatan Pulau Dullah Utara, Kota Tual Provinsi Maluku. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 19(1), 11–22.