

**HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN,
PEMAHAMAN *E-COMMERCE* DAN *LOCUS OF CONTROL*
DENGAN MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN 2021
FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Apriliana Dwi Cahyaningsih

2113031002



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, PEMAHAMAN *E-COMMERCE*, DAN *LOCUS OF CONTROL* DENGAN MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI ANGAKATAN 2021 FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG

OLEH

APRILIANA DWI CAHYANINGSIH

Rendahnya minat berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi sebesar 60,6% diduga karena faktor kompleks seperti pengetahuan kewirausahaan, pemahaman *e-commerce* dan *locus of control*.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui hubungan antara pengetahuan kewirausahaan, pemahaman *e-commerce* dan *locus of control* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi.

Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif asosiatif dengan pendekatan *ex post facto*. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 89 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner dan dokumentasi. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t dan F yang diolah dengan menggunakan program SPSS 20.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh untuk pengetahuan kewirausahaan, nilai t hitung $10,003 > t$ tabel 1,988 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Untuk pemahaman *e-commerce* diperoleh nilai t hitung $12,469 > t$ tabel 1,988 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dan untuk *locus of control*, diperoleh t hitung $14,092 > t$ tabel 1,988 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan pengetahuan kewirausahaan, pemahaman *e-commerce*, dan *locus of control* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung. Jika dilihat dari data ketiga variabel memiliki hubungan sebesar 74,1% sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Pemahaman *E-commerce*, *Locus of Control*, Minat Berwirausaha

ABSTRACT

RELATIONSHIP BETWEEN KNOWLEDGE ENTREPRENEURSHIP, ECOMMERCE UNDERSTANDING AND LOCUS OF CONTROL WITH INTEREST TO ENTREPRENEURSHIP OF ECONOMIC EDUCATION STUDENTS ON BATCH 2021 FKIP UNIVERSITY OF LAMPUNG

by

APRILIANA DWI CAHYANINGSIH

The low interest in entrepreneurship among Economic Education students of 60.6% is thought to be due to complex factors such as entrepreneurial knowledge, understanding of e-commerce and locus of control. The research aims to determine the relationship between entrepreneurial knowledge, understanding of e-commerce and locus of control on entrepreneurship interest of economic education students. The method in this study used descriptive associative with an ex post facto. The number of samples in this study was 89 students with a non-probability sampling technique. Data collection techniques used observation, questionnaires and documentation. The scene test used was the classical assumption test. Hypothesis testing was carried out with t and F tests processed using the SPSS 20 program. The results of hypothesis testing for the entrepreneurial knowledge, the t count value is 10,003 > t-table 1,988 with a significance value of 0,000 < 0,05. In terms of understanding of e-commerce, the t count value is 12,469 > t table 1,988 with a significance value of 0,000 < 0,05. Besides, for the locus of control, the t-count value is 14,092 > t table 1,988 with a significance value of 0,000 < 0,05. The results of this study indicate that there is a relationship between entrepreneurial knowledge, understanding of e-commerce, and locus of control with entrepreneurial interest in Economic Education students, FKIP, Lampung University. When viewed from the data, the three variables have an influence of 74,1% while the rest are influenced by other factors that were not studied in this study.

Key Word: entrepreneurial knowledge, understanding of e-commerce, locus of control, entrepreneurship interest

**HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN,
PEMAHAMAN *E-COMMERCE* DAN *LOCUS OF CONTROL*
DENGAN MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN 2021
FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG**

Oleh

Apriliana Dwi Cahyaningsih

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PENDIDIKAN

Pada

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi

**: HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN, PEMAHAMAN E-
COMMERCE, DAN LOCUS OF CONTROL
DENGAN MINAT BERWIRAUSAHA PADA
MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI
ANGKATAN 2021 FKIP UNIVERSITAS
LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: *Apriliansa Dwi Cahyaningsih*

NPM

: 2113031002

Program Studi

: Pendidikan Ekonomi

Jurusan

: Pendidikan IPS

Fakultas

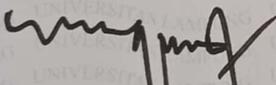
: Keguruan dan Ilmu Pendidikan

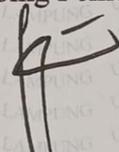


1. Komisi Pembimbing

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pembantu,

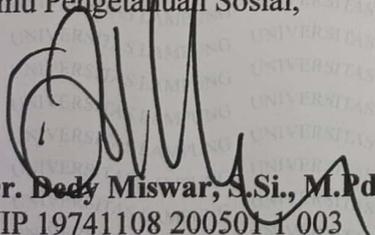

Drs. I Komang Winatha, M. Si.
NIP 19600417 198711 1 001

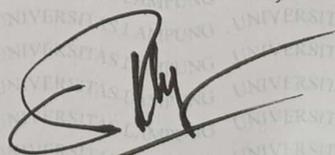

Rahmawati, S.Pd., M.Pd.
NIDN 0016078905

2. Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan
Ilmu Pengetahuan Sosial,

Koordinator Program Studi
Pendidikan Ekonomi,


Dr. Bedy Miswar, S.Si., M.Pd.
NIP 19741108 200501 1 003

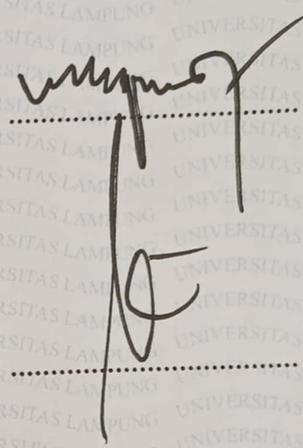

Suroto, S.Pd., M.Pd
NIP 199307132019031016

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

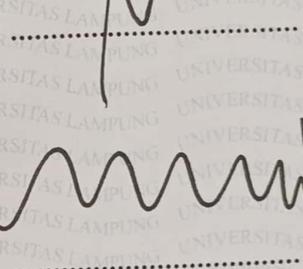
Ketua

: Drs. I Komang Winatha, M.Si.



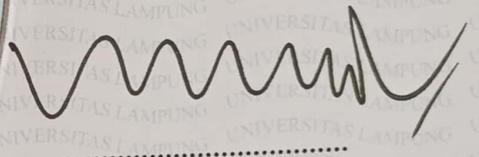
Sekretaris

: Rahmawati, S.Pd., M.Pd.



Penguji

Bukan Pembimbing : Drs. Nurdin, M.Si.



2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Dr. Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd.

NIP 19870504 201404 1 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 April 2025

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Apriliana Dwi Cahyaningsih
NPM : 2113031002
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali disebutkan di dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 25 April 2025



Apriliana Dwi Cahyaningsih
2113031002

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Apriliana Dwi Cahyaningsih biasa disapa dengan Cahya atau Aprilia. Penulis lahir pada tanggal 24 Juni 2002, yang merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Agus Santoso dan Ibu Rosalia Poniah. Penulis berasal dari Desa Waringinsari Barat, Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.

Pendidikan formal yang telah ditempuh oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Waringinsai Barat, lulus pada tahun 2015.
2. Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Xaverius Pringsewu, lulus pada tahun 2018.
3. Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Xaverius Pringsewu, lulus pada tahun 2021.
4. Pada tahun 2021, penulis diterima melalui jalur SNMPTN pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung.

Pada tahun 2024, penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan di Desa Banyumas, Kec. Candipuro, Kab. Lampung Selatan dan Pengenalan Lapangan Persekolahan (PLP) di MTs Taufiqul Jannah Banyumas, Kab. Lampung Selatan. Penulis pernah mengikuti beberapa organisasi kampus yakni ASSETS, HIMAPIS, KOPMA, dan UKM KATOLIK. Pada tanggal 8 November 2024 penulis melaksanakan Seminar Proposal, kemudian pada tanggal 14 Maret 2025 penulis melaksanakan Seminar Hasil dan Ujian Komprehensif pada tanggal 25 April 2025

PERSEMBAHAN

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan hikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang menjadi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi di Universitas Lampung. Kupersembahkan karya kecil ini dengan penuh rasa syukur dan rasa cinta kepada orang-orang terkasih di kehidupan penulis.

Kedua Orangtua ku (Bapak dan Mama)

Terima kasih atas segala doa, rasa cinta, kasih sayang, motivasi, pendidikan dan ketulusan yang senantiasa mengiringi perjalanan putri kecil mu ini untuk mencapai kesuksesan. Aku harap kalian bangga atas pencapaian anak mu ini.

Tak lupa terima kasih untuk kakak ku tercinta yang tak henti juga untuk selalu membantu dan memberikan dorongan dari awal perkuliahan hingga akhir sampai dengan tugas akhir ini tuntas.

Bapak Ibu Guru dan Dosen Pengajarku

Terima kasih atas segala ilmu, bimbingan serta arahan yang diberikan selama proses pendidikan ini. Terima kasih telah menjadi pahlawan tanpa tanda jasa. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan kesehatan dan kemudahan dalam segala hal.

Sahabat Sahabat ku

Terima kasih sudah menerimaku dengan segala kekurangan dan kelebihanku, menjadi teman dalam berbagi cerita suka maupun duka, Terima kasih untuk setiap waktu kebersamaan. Semoga Tuhan Yang Maha Esa Senantiasa meberikan berkat kepada kalian dimanapun berada

Almamater

Universitas Lampung

MOTTO

In the Name of Jesus Christ

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

(Filipi 4:6)

“Tuhan menaruhmu di tempat yang sekarang, bukan karena kebetulan. Sebab orang yang hebat tidak dihasilkan melalui kemudahan melainkan melalui kesukaran, dan air mata”

(Ulangan 30:5)

“Hidupku adalah Pilihanku, menjadi siapa aku di masa yang akan datang adalah kosekuensi dari pilihanku sekarang”

(Aipda Ambarita)

“Tidak mudah, namun percayalah sejauh apapun jika memang ditakdirkan untuk kita maka akan terjadi”

(Apriliana Dwi Cahyaningsih)

SANWACANA

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan, Pemahaman *E-commerce* dan *Locus of Control* dengan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung.”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari doa, motivasi, bimbingan, kritik, serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi terkhusus kepada:

1. Rektor, Wakil Rektor, segenap Pimpinan dan jajaran Universitas Lampung.
2. Dr. Albet Maydiantoro, M.Pd. selaku Dekan FKIP Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Riswandi, M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama FKIP Universitas Lampung.
4. Bapak Hermi Yanzi, S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Dedy Miswar. S.Si., M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
6. Bapak Suroto, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.
7. Bapak Drs. I Komang Winatha, M.Si. selaku dosen Pembimbing 1 sekaligus Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, motivasi, semangat, kritik dan saran kepada penulis. Terima Kasih bapak atas segala arahan dan bimbingan bapak selama masa perkuliahan samapi dengan akhir ini. Semoga

Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan Kesehatan kasih, dan berkat-Nya kepada bapak.

8. Ibu Rahmawati, S.Pd, M.Pd, selaku Pembimbing II yang dengan dedikasi telah membimbing penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima Kasih telah memberikan arahan, masukan, kritik, dukungan, doa dan ilmu yang baru, serta telah bersedia meluangkan waktunya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga ibu senantiasa diberikan kesehatan, kelancaran dalam berkarir, serta kesuksesan dalam setiap langkah.
9. Bapak Drs. Nurdin, M.Si, selaku dosen Pembahas dan Penguji utama, merupakan suatu kehormatan tersendiri bagi penulis. Terima Kasih telah bersedia mengarahkan, memberi kritik dan saran kepada penulis dalam penyempurnaan skripsi ini. Terima Kasih bapak atas semua saran dan masukannya, semoga Tuhan senantiasa memberikan kesehatan, kasih dan berkat-Nya yang berlimpah kepada bapak.
10. Bapak dan Ibu Dosen FKIP Universitas Lampung khususnya Program Studi Pendidikan Ekonomi Ekonomi Drs. Yon Rizal, M.Si., Drs. Tedi Rusman, M.Si., Drs. I Komang Winatha, M.Si., Drs. Nurdin, M.Si., Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd., Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd., Suroto, S.Pd., M.Pd., Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd., Widya Hestingtyas, S.Pd., M.Pd., Fanni Rahmawati, S.Pd., M.Pd., Rahmawati, S.Pd., M.Pd., Dr. Atik Rusdiani, M.Pd.I., Meyta Pritandhari, S.Pd., M.Pd., Cheri Saputra, S.Pd., M.Pd., Galuh sandi, S.Pd.,M.Pd, Terima Kasih atas segala ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan kesehatan, kasih dan berkat-Nya yang berlimpah kepada bapak dan ibu.
11. Terimakasih kepada Bapak dan Ibu dosen serta staf dan karyawan Universitas Lampung yang telah sigap membantu dalam mengurus segala persyaratan selama perkuliahan.
12. Terimakasih kepada teman-teman Jurusan PIPS FKIP UNILA terkhusus Pendidikan Ekonomi angkatan 2021 yang sudah bersedia membantu penulis menyelesaikan penelitiannya, semoga kalian selalu diberikan kemudahan oleh Tuhan Yang Maha Esa dimana pun kalian berada.

13. Terima Kasih istimewa untuk kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi dan saya banggakan. Bapak Agus Santoso dan Ibu Rosalia Poniah, pahlawan yang sangat berjasa dalam hidup saya, seorang pasangan yang selalu mengusahakan anak bungsu nya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya, meskipun mereka tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun mereka mampu mendidik penulis, memberikan motivasi, serta doa yang tidak pernah putus sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Terima kasih telah menjadi orang tua yang sangat supportif. Terima Kasih telah berjuang bersama-sama, mengorbankan banyak waktu, tenaga dan upaya untuk mendukung penulis meraih mimpinya. Semoga dengan karya kecil ini, dapat menjadi bentuk penghormatan dan apresiasi atas segala perjuangan dan kasih sayang yang kalian berikan. Semoga Bapak dan Mama selalu sehat, bahagia, dan semua berkat yang diberikan dapat dibalas oleh Tuhan Yesus Kristus dengan luar biasa baiknya.
14. Kepada saudari ku satu-satunya Yosefa Desi Anggraeni, S.Pd. beliau adalah sosok kakak perempuan yang sangat hebat, beliau juga merupakan sosok kakak yang menjadi inspirasi bagi saya untuk terus kuat dalam menjalani kehidupan yang penuh dengan rintangan ini. Terima Kasih kakak ku untuk segala bentuk cinta kasih, motivasi, pengalaman, serta doa -doa dalam perjalanan ku, sehingga aku berhasil meraih gelar sarjana itu. Terima kasih telah menjadi kakak perempuan yang sangat baik didunia ini, kamu sudah berhasil menjalankan peran sebagai kakak yang membuat aku sangat bangga memiliki kakak seperti mu. Tak lupa untuk kakak ipar ku Yosef Gunawan Terima kasih telah hadir menjadi kakak laki-laki yang sangat baik dan bertanggung jawab. Terima kasih pula untuk segala dukungan, motivasi, serta kepercayaan yang telah diberikan kepadaku selama menjalani masa perkuliahaan. Aku tidak bisa membalas kebaikan kalian, tapi aku berharap semoga bisa membuat kalian bangga.
15. Kedua ponakan saya Fabianus Gilbert Yossi Rafael dan Hilarius Richard Putra Yossi, Terima kasih kepada kalian karena sudah hadir di kehidupanku, menjadi keponakan yang ganteng, lucu, baik, dan pintar. Terima kasih sudah menjadi

salah satu alasan aku untuk hidup lebih lama agar aku bisa selalu memberikan kebahagiaan kepada kalian.

16. Sahabat -sahabat OMK ku (Mario, Agnes, Aji, Angel, Valdi, Felix, Eka, Ratri, Rendo dan Dika). Terima kasih telah menjadi teman, sahabat, dan keluarga baru bagi penulis. Terima kasih juga atas segala dukungan, semangat, kesabaran dan kebersamaannya, kalian telah memberikan warna baru dikehidupan penulis. Semoga Tuhan Yesus Kristus senantiasa memberikan kebahagiaan, kemudahan, dan berkat-Nya yang berlimpah dimanapun kalian berada.
17. Sahabat-sahabat ku di kampus (Nirmala, Bunga, Depi, Wiwin, Aqila). Terima kasih telah menjadi teman seperjuangan selama masa perkuliahan melewati badai yang sama dan tetap bersama. Terima kasih untuk kebersamaan yang telah kita lalui, baik dalam belajar, bermain, berbagi keluh kesah, maupun saling menguatkan di saat-saat sulit adalah ketenagan berharga yang tidak akan pernah terlupakan. Terimakasih atas segala dukungan dan semangat yang telah kalian berikan kepada penulis terutama dalam proses penyusunan skripsi ini.
18. Terima Kasih untuk mba Yohana, teman satu kosan ku yang sudah seperti kakak ku sendiri, yang senantiasa membawa keceriaan dan energi positif dalam setiap langkah perjuangan ini. Terima kasih atas setiap moment kebersamaan, dukungan tanpa pamrih dan semangat yang selalu menguatkan langkah penulis, terutama disaat-saat penuh tantangan. Terima kasih telah menjadi sahabat terbaik yang selalu ada disetiap perjuangan. Semoga Tuhan Yesus Kristus selalu memberikan mu kebahagiaan, kemudahan, cinta kasih dan berkat-Nya yang berlimpah dimanapun kamu berada.
19. Terima Kasih untuk teman-teman KKN (Wahyu, Hendra, Eva, Kadek, Dwi, Nabila, Eka, Marifa dan Marita) yang telah berbagi kisah dan membuat cerita baru selama 40 hari pada masa pengabdianku di desa Banyumas. Semoga kalian selalu diberikan kemudahan, dan kelancaran dalam menjalani masa-masa akhir ini.
20. Terima kasih untuk penghuni grup MCD (Manda dan Desva) yang meskipun jarang bertemu, namun selalu hadir penuh dukungan dan semangat. Kehadiran kalian baik melalui doa maupun kata-kata penyemangat selalu menjadi penguat ditengah perjalanan panjang ini. Terima kasih atas persahabatan yang tulus dan

tak lekang oleh waktu. Semoga segala urusan kalian dipermudah oleh Tuhan Yang Maha Esa.

21. Teman-teman Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 terkhusus kelas B, Terima kasih untuk segala canda, tawa, segala tingkah laku baik yang menghibur maupun yang menyebalkan. Semoga kita semua selalu diberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini dan sukses selalu dimanapun kalian berada.
22. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan senantiasa mempermudah segala urusan kalian.
23. *Last but not least*, Apriliana Dwi Cahyaningsih. Ya, diri saya sendiri, apresiasi sebesar-besarnya karena telah berhasil bertahan dan menyelesaikan tanggung jawab yang telah diambil. Terima kasih karena tidak memilih berhenti dan tetap bertahan sejauh ini. Terima kasih karena sudah berani mengambil keputusan dan melawan rasa mager untuk mengerjakan tugas selama masa perkuliahan kemarin, Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berhagialah selalu dimanapun berada, Pril. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Bandar Lampung, 21 April 2025
Penulis,

Apriliana Dwi Cahyaningsih

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Pembatasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	13
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS	15
2.1 Tinjauan Pustaka.....	15
2.1.1 Minat Berwirausaha	15
2.1.2 Pengetahuan Kewirausahaan	21
2.1.3 Pemahaman <i>E-Commerce</i>	26
2.1.4 <i>Locus of Control</i>	31
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	35
2.3 Grand Teori.....	45
2.4 Kerangka Pikir	48
2.5 Hipotesis	50

III. METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	51
3.2 Populasi dan Sampel.....	52
3.2.1 Populasi.....	52
3.2.2 Sampel	53
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	53
3.4 Variabel Penelitian	54
3.5 Definisi Konseptual Variabel	54
3.6 Definisi Operasional Variabel	55
3.7 Teknik Pengumpulan Data	58
3.8 Uji Persyaratan Instrumen	60
3.8.1 Uji Validitas Instrumen.....	60
3.8.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	64
3.9 Uji Persyaratan Analisis Data.....	68
3.10 Pengujian Hipotesis	70
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	72
4.2 Gambaran Umum Penelitian	74
4.3 Deskripsi Data Penelitian	74
4.4 Uji Persyaratan Analisis Data.....	85
4.5 Pengujian Hipotesis	87
4.6 Pembahasan	99
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	111
4.8 Keterbatasan Penelitian	112
V. SIMPULAN DAN SARAN	114
5.1 Simpulan.....	114
5.2 Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	126

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP yang memiliki usaha dan tidak memiliki usaha sendiri	4
2. Jenis Perusahaan atau Instansi Tempat Alumni Bekerja.....	5
3. Hasil Kuesioner Pendahuluan Minat Berwirausaha.....	6
4. Hasil Kuesioner Pendahuluan Pengetahuan Kewirausahaan	7
5. Hasil kuesioner Pra Penelitian Pemahaman <i>E-commerce</i>	8
6. Hasil Kuesoiner Pendahuluan <i>Locus of Control</i>	9
7. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	35
8. Data Jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip.....	52
9. Definisi Operasional Variabel.....	58
10. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)	61
11. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Pemahaman <i>E-commerce</i> (X_2)	62
12. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel <i>Locus of Control</i> (X_3).....	63
13. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Minat Berwirausaha (Y)	64
14. Daftar Interpretasi Koefesien.....	65
15. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)	66
16. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Pemahaman <i>E-commerce</i>	66
17. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel <i>Locus of Control</i>	67

18. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Minat Berwirausaha	68
19. Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Kewirausahaan	76
20. Kategori Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)	77
21. Distribusi Frekuensi Variabel Pemahaman <i>E-commerce</i>	78
22. Kategori Variabel Pemahaman <i>E-commerce</i> (X_2)	79
23. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Locus of Control</i> (X_3)	81
24. Kategori Variabel <i>Locus of Control</i> (X_3)	82
25. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berwirausaha (Y)	83
26. Kategori Variabel Minat Berwirausaha (Y)	84
27. Hasil Uji Normalitas	85
28. Rekapitulasi Uji Normalitas	86
29. Hasil Uji Homogenitas	87
30. Korelasi R Square Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) dengan Minat Berwirausaha (Y)	88
31. Korelasi Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) dengan Minat Berwirausaha (Y)	89
32. Uji Korelasi R Square Pemahaman <i>E-commerce</i> dengan Minat Berwirausaha	90
33. Koefisien Korelasi Pemahaman <i>E-commerce</i> (X_2) dengan Minat Berwirausaha	91
34. Uji Korelasi R Square <i>Locus of Control</i> (X_3) dengan Minat Berwirausaha (Y)	92
35. Uji Koefisien Korelasi <i>Locus of Control</i> (X_3) dengan Minat Berwirausaha (Y)	93
36. Hasil Uji <i>Product Moment</i>	94
37. Hasil Uji Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Pemahaman <i>E-commerce</i> (X_2), dan <i>Locus of Control</i> (X_3) dengan Minat Berwirausaha (Y)	96
38. ANOVA Uji Hipotesis Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Pemahaman <i>E-commerce</i> (X_2), <i>Locus of Control</i> (X_3) dengan Minat Berwirausaha (Y)	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Bagan Kerangka Pikir	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Izin Penelitian Pendahuluan Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.....	127
2. Surat Balasan Pendahuluan Penelitian Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.....	128
3. Kuesioner Penelitian Pendahuluan (Google Formulir).....	129
4. Hasil Kuesioner Pendahuluan Penelitian	130
5. Surat Izin Penelitian di Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.	132
6. Surat Balasan Izin Penelitian	133
7. Kisi-kisi Kuesioner Penelitian	134
8. Uji Validitas	142
9. Uji Reliabilitas	155
10. Rekapitulasi Tabulasi Data	156
11. Uji Normalitas.....	158
12. Uji Homogenitas	158
13. Uji Korelasi Pearson	159
14. Uji Korelasi Berganda.....	159
15. Dokumentasi	160

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan perekonomian suatu negara merupakan salah satu keberhasilan pembangunan yang diupayakan oleh pemerintah bekerja sama dengan masyarakat. Tolak ukur kemajuan perekonomian dalam suatu negara salah satunya adalah meningkatnya pertumbuhan ekonomi yang ditandai dengan peningkatan pendapatan masyarakat. Pendapatan masyarakat ini diperoleh dari meningkatnya kegiatan perekonomian, khususnya dalam peningkatan barang dan jasa yang diproduksi bertambah. Meningkatnya pendapatan masyarakat menjadi respon positif bagi negara. Selain itu, pula peningkatan pendapatan mampu memberikan kesempatan masyarakat untuk menabung dan berinvestasi yang pada akhirnya dapat memperkuat stabilitas ekonomi negara. Respon positif lain dari peningkatan pendapatan masyarakat yaitu dapat meningkatkan kualitas standar individu, ditandai dengan masyarakat yang mampu mengakses layanan kesehatan yang lebih baik, dan akses pendidikan yang berkualitas.

Kemajuan perekonomian di atas sesuai dengan arah dan tujuan pembangunan nasional negara kita sebagaimana dalam pembukaan UUD 1945 alinea ke 4 yang berbunyi: “melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial” Tujuan ini tentu menegaskan bagaimana pentingnya pembangunan ekonomi yang adil dan

merata untuk memajukan kesejahteraan masyarakat, mencerdaskan bangsa, dan menjaga keadilan sosial.

Sejalan dengan hal tersebut, perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan bukan saja menciptakan tenaga pendidik tetapi juga harus mampu menghasilkan tenaga terampil pada bidangnya. Pada tingkat perguruan tinggi biasanya pengetahuan termuat dalam mata kuliah kewirausahaan, dalam mata kuliah ini biasanya mahasiswa diberi wawasan mengenai konsep dalam memulai usaha, risiko usaha dan lain sebagainya. Tidak hanya melalui mata kuliah kewirausahaan tetapi mahasiswa juga mendapatkan pengetahuan melalui kegiatan seperti, Program Kreativitas Mahasiswa (PKM), Program Mahasiswa Wirausaha (PMW), dan seminar-seminar kewirausahaan yang diadakan oleh fakultas maupun universitas. Berdasarkan pengetahuan serta kegiatan yang mereka dapatkan tentunya dapat meningkatkan kemampuan *soft skill* dan *hard skill* mahasiswa yang sangat penting dalam dunia wirausaha.

Seseorang dalam berwirausaha harus memiliki *soft skill* dan *hard skill* dalam dunia wirausaha. *Hard skill* yang dimiliki meliputi *knowledge of field and technology* dengan kata lain adanya keterampilan yang dikuasai untuk menciptakan dan mengembangkan produk pada bidang yang ditekuni. Sedangkan *soft skills* meliputi kemampuan dalam berkomunikasi yang baik secara lisan maupun tulisan, *soft skill* kewirausahaan merupakan salah satu yang harus dimiliki oleh mahasiswa sebagai generasi muda sebagai bagian dalam membentuk generasi yang siap bekerja dan multitalent. Hal ini menjadi salah satu alternatif pekerjaan yang memiliki potensi di tengah persaingan ketat di dunia kerja yang telah memasuki industri 4.0 karena menjadi sarjana pendidikan bukan berarti dapat langsung bekerja pada bidang pendidikan juga. Melainkan, jika semakin banyak mahasiswa yang menciptakan usaha dan membuka lapangan pekerjaan dapat mengurangi angka pengangguran serta kemiskinan yang selama ini menjadi permasalahan di Indonesia.

Tidak hanya *softskill* dan *hardskill* yang harus dimiliki dalam berwirausaha tetapi, seiring dengan perkembangan zaman pada era teknologi 4.0 yang semakin canggih merubah perilaku pasar yang dulunya bertransaksi secara konvensional (harus saling bertemu) mulai beralih ke mode *online* (tanpa harus bertemu). Artinya bahwa, berwirausaha saat ini tidak perlu bertemu langsung dengan pelanggan tetapi dapat dilakukan secara *online* melalui *e-commerce*.

E-commerce memiliki banyak manfaat bagi para pelaku usaha, kehadiran *e-commerce* juga diharapkan dapat menciptakan peluang baru bagi individu terutama mahasiswa untuk menjadi wirausaha baru yang ke depannya diharapkan dapat memperluas lapangan pekerjaan. Di era, saat ini *e-commerce* sudah dikenal oleh berbagai kalangan, baik berdasarkan tingkat umur maupun tingkat ekonomi masyarakat sudah tidak asing lagi dengan istilah ini. Mudah-mudahan dalam mengakses *e-commerce* menjadikan mahasiswa salah satu komponen yang menjadi objek penjualan *online*.

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi minat berwirausaha selain pengetahuan kewirausahaan dan *e-commerce* salah satunya adalah faktor dari individu yaitu seorang wirausaha memiliki *locus of control*. *Locus of control* mengacu pada persepsi individu tentang kesuksesan dan kegagalan. Dalam menjalankan wirausaha, penting bagi seseorang untuk memiliki keyakinan bahwa ia mampu mengendalikan nasibnya sendiri. Keyakinan ini mencakup keberanian dalam memulai usaha serta kesiapan menghadapi risiko yang ada. Setiap keputusan yang diambil dalam wirausaha tentu membawa konsekuensi, dan keberanian dalam mengambil risiko harus diiringi dengan kesiapan menerima hasil dari keputusan tersebut. Meski dalam praktiknya tidak selalu mudah, hal ini tentu dapat dilakukan. Seseorang yang memiliki *locus of control* yang baik cenderung mampu memotivasi dan mengendalikan dirinya serta mengarahkannya kepada apa yang ia minati, karena ia menganggap apa yang terjadi pada dirinya adalah semata karena kepribadiannya pula (Zuhry dalam Suprapti, 2022).

Berdasarkan dari hasil observasi penelitian pada lokasi penelitian diketahui, bahwa minat berwirausaha individu terutama mahasiswa perlu ditingkatkan, sehingga menyebabkan terbukanya lapangan pekerjaan baru. Berikut ini data kepemilikan usaha dan tidak memiliki usaha dikalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP dapat dilihat pada diagram berikut:

Tabel 1. Data Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP yang Belum Memiliki Usaha Sendiri dan Telah Memiliki Usaha Sendiri.

No	Pertanyaan	Jawaban		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Apakah saat ini anda sudah menjalankan sebuah usaha?	13	20	39.4	60.6

Sumber: Hasil kuesioner Penelitian Pendahuluan, 2024

Diketahui dari diagram diatas, dapat diketahui bahwa sebagian mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi FKIP telah menjadi seorang wirausaha. Meskipun belum menunjukkan persentase yang besar, mahasiswa masih memiliki potensi untuk dapat memulai atau menjalankan wirausaha yang artinya mereka tidak hanya berminat saja didalam wirausaha tetapi juga adanya *action* yang dilakukan. Data mahasiswa yang memiliki usaha rata-rata *offline* seperti: mua, makanan, papan bunga, aksesoris dan sebagainya. Hal tersebut sebagai salah satu peluang usaha yang dijalankan oleh mahasiswa sebelum atau sesudah memasuki perkuliahan.

Berdasarkan laporan penyelenggara penelusuran alumni (*tracer study*) Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung 2019, tim tracer study melakukan analisis hasil yang berfokus berdasarkan pada lulusan tahun 2017. Lulusan sarjana pendidikan ekonomi banyak yang memiliki pekerjaan cukup bervariasi, baik menjadi tenaga pendidik maupun diluar kependidikan sehingga menumbuhkan lulusan yang baik serta berkualitas. Berdasarkan penelusuran alumni yang dilakukan pada 70 alumni Program

Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2019 dapat diketahui informasi sebagai berikut:

Tabel 2. Jenis Perusahaan atau Instansi Tempat Alumni Bekerja

No	Jenis Perusahaan	Presentase
1	Perusahaan Swasta	49
2	Instansi Pemerintah (termasuk BUMN)	43
3	Wiraswasta atau Perusahaan sendiri	6
4	Organisasi non-profit atau Lembaga swadaya masyarakat	2

Sumber: *Tracer Study Alumni Tahun 2019*

Berdasarkan hasil *tracer study*, dapat diketahui bahwa masih rendahnya minat mahasiswa setelah lulus untuk berwirausaha. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempersiapkan mahasiswa memasuki dunia kerja, yaitu dengan menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa di perguruan tinggi yang akan menjadi calon lulusan sarjana, sehingga para lulusan muda memiliki gambaran untuk memulai usaha sendiri atau menjadi tenaga pendidik.

Definisi minat sendiri merupakan ketertarikan dan motivasi kuat terhadap suatu hal atau aktivitas yang muncul tanpa adanya paksaan dari pihak manapun sebagai wujud keinginan yang timbul sebagai penerimaan dalam diri seseorang. Minat juga berkaitan dengan kecenderungan yang ada dalam diri seseorang untuk merasa tertarik dan senang terhadap berbagai kegiatan dalam bidang tertentu. Sejalan menurut Putri & Kramadibrata (2022) minat merupakan keinginan awal yang muncul dari dalam diri seseorang untuk memulai suatu kegiatan berupa usaha yang biasanya bersifat jangka panjang. Berikut ini data diperoleh dari kuesioner yang disebar secara acak pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung mengenai minat berwirausaha.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Pendahuluan Minat Berwirausaha

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban			
		Ya	Presentase %	Tidak	Presentase %
1	Merasa tertarik untuk menjadi seorang wirausaha	23	69.7	10	30.3
2	Berwirausaha dapat menjadi pilihan masa depan anda pada saat setelah lulus kuliah nanti	20	59.4	13	40.6
3	Sudah menjalankan usaha	13	39.4	20	60.6

Sumber: Hasil kuesioner penelitian pendahuluan, 2024

Berdasarkan hasil kuesioner diatas, dapat diketahui bahwa mahasiswa merasa senang dan tertarik untuk menjadi seorang wirausaha, berdasarkan data diatas juga mahasiswa menyatakan berwirausaha dapat menjadi pilihan masa depan baik pada saat sebelum atau setelah lulus kuliah nanti. Tetapi, hal tersebut, tidak diimbangi tindakan secara nyata untuk memulai berwirausaha. Terbukti dari hasil kuesioner diatas menunjukkan hanya sedikit yang sudah menjalankan atau memiliki usaha. Dari pernyataan tersebut, terlihat bahwa masih rendahnya jiwa kewirausahaan pada diri mahasiswa dikarenakan hanya sebatas ketertarikan atau keinginan saja tanpa ada tindak lanjut untuk memulai berwirausaha.

Banyak faktor yang dapat memengaruhi minat mahasiswa yang di antaranya baik sifatnya berasal dari *internal* (dalam diri) ataupun *eksternal* (luar diri). Minat berwirausaha seorang mahasiswa dapat dipengaruhi oleh pengetahuan, dan melalui pemahaman tentang kewirausahaan. Pengetahuan ini berperan penting dalam menumbuhkan minat mahasiswa terhadap dunia wirausaha. Berikut ini adalah data pra penelitian mengenai pengetahuan kewirausahaan

yang didapat melalui penyebaran kuesioner secara acak pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.

Tabel 4. Hasil Kuesioner Pendahuluan Pengetahuan Kewirausahaan

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban			
		Ya	Presentase %	Tidak	Presentase %
1	Mampu mengidentifikasi peluang bisnis	25	75.8	8	24.2
2	Pengetahuan kewirausahaan dapat menumbuhkan minat berwirausaha	22	66.7	11	33.3
3	Mampu menghadapi segala resiko yang akan terjadi pada usaha	16	48.5	17	51.5

Sumber: Hasil kuesioner penelitian pendahuluan, 2024

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diketahui bahwa mahasiswa memahami materi kewirausahaan dan mampu mengidentifikasi peluang bisnis. Selain itu, mahasiswa juga menyatakan YA bahwa pengetahuan kewirausahaan dapat menumbuhkan minat berwirausaha. Namun, nyatanya mahasiswa belum mampu untuk menghadapi atau mengelola resiko yang akan mereka hadapi dalam usaha mereka nantinya hal tersebut menjadi pemasalahan karena masih banyak mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung yang masih rendah pengetahuan kewirausahaannya.

Kemajuan teknologi informasi cukup pesat dari tahun ke tahun, tentu memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk berinovasi dalam menciptakan sebuah usaha. Berkembangnya *e-commerce* dan bertambahnya berbagai macam pengguna *e-commerce* tingkat tinggi, merupakan penunjang yang baik bagi kegiatan wirausaha mahasiswa. Perdagangan elektronik (*e-commerce*) mengacu pada proses pembelian dan penjualan barang menggunakan perangkat elektronik seperti telepon dan *Internet*.

Tabel 5. Hasil kuesioner Pra Penelitian Pemahaman *E-commerce*

No	Pernyataan	Ya	Kriteria Jawaban		Presentase %
			Presentase %	Tidak	
1	Mengetahui sistem penjualan di <i>e-commerce</i> dengan jelas	10	30.3	23	69.7
2	<i>E-commerce</i> dapat membantu meningkatkan peluang kesuksesan dalam berwirausaha daripada usaha offline	20	60.6	13	39.4
3	Pernah melakukan penjualan melalui <i>platform e-commerce</i>	13	39.4	10	60.6

Sumber: Hasil Kuesioner Pra Penelitian, 2024

Berdasarkan hasil prapenelitian melalui kuesioner, diketahui bahwa hanya 39.4% mahasiswa telah melakukan penjualan atau membuka usaha secara *online* melalui *platform e-commerce*. Namun, disisi lain 60.6% mahasiswa menyatakan bahwa *e-commerce* dapat membantu meningkatkan peluang kesuksesan dalam berwirausaha. Akan tetapi, mahasiswa belum mengetahui secara jelas sistem penjualan pada *e-commerce* saat ini, hal ini dibuktikan dengan sebanyak 30.3% mahasiswa yang memahami sistem penjualan di *e-commerce*.

Sejalan dengan hasil kuesioner yang telah dipaparkan, berdasarkan hasil wawancara terbatas, yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung. Dari berbagai pertanyaan yang diberikan kepada responden mengenai minat berwirausaha, ternyata responden memiliki minat untuk berwirausaha (*enterprenuer*) terutama dengan bekal pengetahuan kewirausahaan yang telah mereka dapatkan. Selain itu, mahasiswa juga tertarik untuk berwirausaha karena adanya kemudahan akses melalui *platform e-commerce* yang dinilai lebih mudah dan efisien. Akan tetapi, sebagian besar mahasiswa masih kurang terampil dalam menggunakan *e-*

commerce untuk memulai berwirausaha, yang mana apabila diaplikasikan dengan baik dapat mempermudah mahasiswa dalam memulai usahanya. Selain itu, mahasiswa juga belum memiliki keyakinan penuh untuk berwirausaha karena ide, modal dan takut gagal apabila tidak memiliki pelanggan.

Locus of control merupakan salah satu faktor yang memengaruhi wirausaha, dimana seseorang dapat mengontrol terhadap peristiwa yang berasal dari kemampuannya. Selain itu individu yang memiliki *locus of control* mereka memahami bahwa hasil yang mereka peroleh tergantung pada seberapa banyak usaha yang mereka lakukan. Mahasiswa yang memiliki *locus of control* cenderung memiliki kemauan untuk berwirausaha dengan bekal bahwa mereka memiliki keyakinan diri untuk menjadi seorang wirausaha sukses dan mampu bersaing pada era modern seperti saat ini. Berikut ini adalah data pra penelitian mengenai *locus of control* yang didapat melalui penyebaran kuesioner secara acak pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

Tabel 6. Hasil Kuesoiner Pendahuluan *Locus of Control*

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban			
		Ya	Presentase %	Tidak	Presentase %
1	Percaya bahwa kesuksesan dalam berwirausaha bergantung pada kerja keras sendiri	25	78.1	7	21.9
2	Kesuksesan dalam berwirausaha dapat dicapai dengan perencanaan yang matang	25	78.1	7	21.9
3	Kemampuan dalam mengatasi tantangan mempengaruhi keberhasilan usaha	22	69.7	10	30.3

Sumber: Hasil kuesioner penelitian pendahuluan, 2024

Berdasarkan data pada Tabel 6 diatas, dapat diketahui bahwa sebagian mahasiswa percaya bahwa kesuksesan bergantung pada usaha dan kerja keras

sendiri. Selain itu, mahasiswa juga percaya dengan kemampuan mereka dalam mengatasi tantangan dapat mempengaruhi keberhasilan usaha mereka. Hal ini artinya mereka percaya bahwa kemampuan mengatasi tantangan memengaruhi keberhasilan, mahasiswa melihat masalah bukan sebagai hambatan permanen dalam menjalankan usaha, tetapi sebagai bagian penting dari proses yang membantu mereka tumbuh dan membawa usaha mereka menuju kesuksesan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti akan mengkaji dengan melakukan penelitian dengan judul **“Hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan, Pemahaman *E-commerce*, dan *Locus of Control* Dengan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka identifikasi masalah pada penelitian “Hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan, Pemahaman *E-commerce*, dan *Locus of Control* dengan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung” sebagai berikut:

1. Mahasiswa kurang percaya diri, belum siap, dan takut akan kegagalan untuk memulai berwirausaha.
2. Kurangnya dorongan dari dalam diri maupun keluarga untuk memulai berwirausaha.
3. Pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi khususnya di prodi pendidikan ekonomi belum mampu untuk meningkatkan jumlah minat berwirausaha.
4. Belum maksimalnya pengetahuan mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung dalam memahami dan memaknai arti dari kewirausahaan, yang mana hal tersebut dapat menambah stimulus mahasiswa untuk berwirausaha

5. Masih banyak mahasiswa yang belum mempunyai keyakinan terhadap dirinya sendiri akan keberhasilan dalam berwirausaha, sehingga mereka tidak berani untuk memulai usaha.
6. Adanya perkembangan teknologi dan informasi yang pesat dengan munculnya *e-commerce* menjadi peluang dalam membuka usaha, tetapi banyak dari mahasiswa belum memanfaatkannya secara maksimal.
7. Sebagian mahasiswa belum memahami sistem penjualan online di *e-commerce* dengan jelas, mahasiswa juga masih kurang terampil dalam menggunakan *e-commerce* untuk memulai berwirausaha.
8. Kurangnya pemahaman tentang peran *locus of control* dalam membentuk sikap dan motivasi berwirausaha, terutama di kalangan mahasiswa.
9. Minat berwirausaha di kalangan mahasiswa belum optimal, padahal mereka memiliki potensi besar untuk menjadi wirausahawan muda

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, terdapat pembatasan masalah pada penelitian ini. Adapun pembatasan masalah pada penelitian berjudul “Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan, Pemahaman *E-commerce*, dan *Locus of Control* dengan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung” dibatasi dengan kajian Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Pemahaman *E-commerce* (X_2) dan *Locus of Control* (X_3) dengan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut, maka rumusan masalah penelitian “Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan, Pemahaman *E-commerce*, dan *Locus of Control* dengan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi

Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung” adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021?
2. Apakah terdapat hubungan antara Pemahaman *E-commerce* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021?
3. Apakah terdapat hubungan antara *Locus of Control* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021?
4. Apakah terdapat hubungan antara pengetahuan kewirausahaan, pemahaman *e-commerce* dan *locus of control* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian “Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan, Pemahaman *E-commerce*, dan *Locus of Control* dengan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung” adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *e-commerce* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *locus of control* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021
4. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara antara pengetahuan kewirausahaan, *e-commerce* dan *locus of control* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian “Hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan, Pemahaman *E-commerce*, dan *Locus of Control* dengan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung” memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah berdasar pada disiplin ilmu yang diperoleh dibangku kuliah khususnya yang berhubungan dengan pengetahuan kewirausahaan, pemahaman *e-commerce*, *locus of control* dan minat berwirausaha.
- b. Bagi pembaca, untuk menambah refrensi, sumbangan pemikiran, dan bahan kajian dalam penelitian tentang hubungan antara pengetahuan kewirausahaan, pemahaman *e-commerce*, dan *locus of control* dengan minat berwirausaha.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bahan pertimbangan bagi pembaca khususnya mahasiswa sehingga dapat menumbuhkan minat berwirausaha.
- b. Bahan informasi dan refrensi untuk perpustakaan serta bagi para peneliti yang ada kaitanya dengan penelitian ini.
- c. Bagi program studi, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagai bahan acuan atau bahan refrensi untuk penelitian program studi berdasarkan disiplin ilmu yang berkaitan dengan kewirausahaan.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian “Hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan, Pemahaman *E-commerce*, dan *Locus of Control* dengan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung” adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Pemahaman *E-commerce* (X_2), *Locus of Control* (X_3) dan Minat Berwirausaha (Y).

2. Subjek Penelitian

Adapun subjek penelitian ini adalah Mahasiswa angkatan 2021 Program Studi Pendidikan Ekonomi.

3. Tempat Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung

4. Waktu Penelitian

Ruang lingkup waktu penelitian dalam penelitian ini adalah Tahun 2024/2025.

5. Disiplin Ilmu

Adapun ruang lingkup pada penelitian ini berdasarkan pada teori ilmu ekonomi

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai tinjauan pustaka terkait konsep pengertian pengetahuan kewirausahaan, pemahamann *e-commerce*, *locus of control* serta minat berwirausaha mahasiswa.

2.1.1 Minat Berwirausaha

a. Minat

Minat merupakan rasa suka, dorongan, dan ketertarikan yang dimiliki oleh seseorang terhadap sesuatu hal tanpa adanya paksaan dari orang lain. Minat dapat membuat seseorang melakukan aktivitas yang menyenangkan dan tidak menimbulkan tekanan hal ini dapat mendorong mereka untuk memahami dan meneliti objek tertentu. Menurut pendapat Putri dkk, (2022) minat adalah dorongan awal yang timbul dalam diri seseorang untuk memulai suatu aktivitas, yaitu berupa usaha yang berlangsung dalam jangka panjang. Menurut Aqmala dkk, (2020). menjelaskan bahwa minat adalah rasa ketertarikan pada sesuatu atau aktivitas yang muncul tanpa adanya dorongan dari orang lain, individu yang memiliki minat akan suatu kegiatan, maka orang tersebut akan melakukan kegiatan dengan perasaan senang

Sebagaimana menurut Ginting & Yuliawan (dalam Gultom 2021) minat adalah perasaan tertarik atau berkaitan dengan sesuatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh yang mana minat seseorang dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan seseorang lebih

tertarik pada objek lain melalui partisipasi aktivitas. Minat menurut Melinda dkk, (2023) adalah kecenderungan rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada paksaan dari luar. Sejalan dengan pendapat Widnyana dkk (2018) Minat adalah segala perbuatan manusia yang timbul karena adanya dorongan dari dalam dan rangsangan dari luar, tetapi tidak akan terjadi jika tidak berminat.

b. Faktor yang memengaruhi minat

Menurut Basrowi (dalam Santoso dkk, 2023) terdapat beberapa faktor yang memengaruhi minat diantaranya:

1. Faktor internal
Merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri. Hal ini termasuk motivasi, faktor kemampuan, perasaan senang.
2. Faktor Eksternal
Merupakan faktor yang berasal dari luar diri seseorang yang dapat memengaruhi minatnya. Seperti adanya dukungan dari keluarga, lingkungan masyarakat dan lingkungan sekolah yang sangat potensial untuk mendorong dalam perkembangan minat.

c. Wirausaha

Wirausaha merupakan keterampilan yang dimiliki seseorang dalam mengelola, menciptakan, dan memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usaha dengan tujuan untuk mewujudkan tujuan yang ingin dicapai. Selain itu, wirausaha merupakan seseorang yang memiliki jiwa kreatif dan inovatif yang tinggi dalam hidupnya. Menurut Nuraeni (2022) Wirausaha adalah seseorang yang bebas memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan bisnis atau usaha dalam hidupnya.

Sejalan dengan Pendapat Kintoko. dkk, (2022) dalam buku kewirausahaan menyatakan bahwa, wirausaha adalah seorang yang berani berusaha secara mandiri dengan mengerahkan segala sumber daya dan upaya meliputi kepandaian mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan

produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodelan operasinya untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi. Wirausaha adalah terjemahan dari kata *enterprenuer*. wirausaha merupakan seseorang yang mampu menciptakan bisnis baru dan biasanya langsung berhadapan dengan risiko mampu mengidentifikasi dalam mencapai keberhasilan (Violin & Asdar, 2021).

Minat berwirausaha merupakan sebuah kemampuan, keinginan, dan ketertarikan seseorang untuk menciptakan suatu usaha dan berani mengambil resiko yang mungkin akan terjadi pada usaha yang dijalankan. Menurut pendapat Puspita (2022) menyatakan bahwa minat berwirausaha adalah ketertarikan seseorang untuk menciptakan suatu usaha dengan melihat peluang yang ada disekitar dan berani mengambil resiko yang kemungkinan terjadi dalam menjalankan usaha. Sejalan dengan pendapat Munawar (dalam Setiani, 2022) menyatakan bahwa minat berwirausaha adalah dorongan dari dalam seseorang yang mampu memberikan semangat untuk melakukan kegiatan bisnis untuk mendapatkan penghasilan tanpa tergantung pada orang lain.

Minat berwirausaha adalah keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu yang inovatif dan kreatif dengan membuat produk baru menggunakan sumber daya seperti tenaga kerja, bahan mentah dan modal untuk mencapai tujuan baik secara sosial maupun pribadi (Wijaya & Nuringsih, 2024). Selain itu, penelitian Polindi (2019) menyatakan minat berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan masalah hidup, memajukan usaha dan menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Menurut Trihudiyatmanto (2019) minat berwirausaha adalah ketertarikan dalam hati atau kecenderungan dalam diri seseorang membuat suatu usaha dan mengatur, mengorganisir sampai dengan berani menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang dibuatnya sendiri.

Sebagaimana pendapat Veronika & Fidyallah (2019) minat berwirausaha adalah kecenderungan seseorang melakukan kegiatan atau tindakan untuk menciptakan produk baru sampai dengan memasarkan produknya disertai perasaan senang. Pendapat Widnyana dkk, (2018) menyatakan bahwa minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan untuk menjadi seorang wirausaha yang bersedia untuk melakukan aktivitas dalam mengelola waktu, keterampilan dan keuangan untuk kemajuan usaha.

Sejalan dengan pendapat Rosmiati dkk, (2015) bahwa minat berwirausaha merupakan keinginan, keterkaitan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko dari kegagalan yang dialami. Menurut Bidasari & Maryati (2020) Seseorang yang memiliki minat berwirausaha berarti memiliki rasa ketertarikan untuk menjadi seorang wirausaha yang bersedia untuk melakukan aktivitas dalam mengelola waktu, keterampilan dan keuangan untuk kemajuan usaha dengan rasa percaya diri, kreatif dan inovatif, jujur, disiplin, mandiri dan kerja keras, memiliki rasa ingin tahu, berani mengambil resiko dan berorientasi ke masa depan.

Meningkatkan minat berwirausaha dikalangan mahasiswa merupakan salah satu cara untuk mengatasi permasalahan ketenagakerjaan seperti: pengangguran yang ada di Indonesia. Dengan berwirausaha, artinya mereka dapat membuka lapangan pekerjaan, serta dapat meningkatkan perekonomian untuk diri sendiri, masyarakat dan bangsa. Selain itu, dengan berwirausaha artinya mereka tidak bergantung pada orang lain dalam hal pekerjaan, mendapat keuntungan dan kepuasan tersendiri karena sudah terpenuhinya keinginan yang didapatkan dalam berwirausaha.

d. Faktor yang memengaruhi minat berwirausaha

Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir tapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor - faktor yang memengaruhi. Berikut faktor-faktor pendorong minat berwirausaha menurut Juliandrastuti & Karyadi (2022):

1. Faktor Personal, menyangkut aspek kepribadian diantaranya:
 - a) Adanya pemutusan hubungan kerja, tidak ada pekerjaan lain
 - b) Dorongan karena faktor usia.
 - c) Keberanian menanggung resiko.
 - d) Komitmen/minat tinggi pada bisnis
2. Faktor *Environment*, menyangkut hubungan dengan lingkungan fisik:
 - a) Adanya persaingan dalam dunia kehidupan
 - b) Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan seperti modal, tabungan, warisan, bangunan, dan lokasi strategis.
 - c) Mengikuti latihan kurus bisnis atau incubator bisnis.
 - d) Kebijakan pemerintah, adanya kemudahan lokasi berusaha, fasilitas kredit dan bimbingan usaha.
3. Faktor *Sosiological*, menyangkut hubungan keluarga dan sebagainya:
 - a) Adanya hubungan - hubungan atau relasi bagi orang lain.
 - b) Adanya tim yang dapat diajak bekerja sama dalam berusaha.
 - c) Adanya dorongan dari orang tua untuk membuka usaha.
 - d) Adanya bantuan famili dalam berbagai kemudahan.
 - e) Adanya pengalam bisnis sebelumnya.

Minat memicu seseorang agar ikut serta dalam melakukan kegiatan yang berhubungan dengan kewirausahaan, minat ini akan menuntun seseorang untuk mempunyai keinginan mencapai satu tujuan. Sehingga minat memiliki unsur keinginan untuk mengetahui dan mempelajari suatu pilihan tertentu sebagai kebutuhannya, yang kemudian diwujudkan dalam tindakan nyata untuk berbuat atau beraktivitas yang mengarahkan kepada sesuatu pilihan bidang kerja wirausaha.

e. Ciri dan Karakteristik Wirausaha

Menurut Puspita (2022) seseorang yang memiliki minat berwirausaha biasanya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Memiliki rasa percaya diri.
2. Berorientasi pada tugas dan hasil.

3. Pengambilan risiko
4. Memiliki jiwa kepemimpinan.
5. Keorisinilan.
6. Berorientasi ke masa depan.

Menurut Mudjiarto (dalam Yanti, 2019) berpendapat bahwa karakteristik utama yang terdapat pada diri seorang wirausaha adalah sebagai berikut:

1. Dorongan berperstasi
2. Bekerja keras
3. Memperhatikan kualitas
4. Sangat bertanggungjawab
5. Berorientasi pada imbalan
6. Optimis
7. Berorientasi pada hasil karya yang baik

f. Indikator Minat Berwirausaha

Sebagaimana ciri, faktor dan karakteristik dalam perkembangan minat seseorang, terdapat pula indikator yang dapat dijadikan tolak ukur minat berwirausaha. Indikator yang dapat mengukur minat berwirausaha. Susanto dalam Tambunan & Rizky (2024) menyatakan terdapat empat indikator untuk mengukur minat berwirausaha, sebagai berikut:

- 1) Perasaan suka,
individu mempunyai perasaan suka masuk dalam dunia berwirausaha dengan begitu, memicu dirinya untuk terus menerus mempelajari, mempraktikkan serta membuktikan ilmu- ilmu yang sudah ia dapatkan tanpa ada nya paksaan dari siapapun.
- 2) Ketertarikan,
Ketertarikan pada diri seseorang akan dunia berwirausaha membawa seseorang tersebut untuk selalu mencari informasi-informasi mengenai usaha tersebut yang mana akan mendorong seseorang untuk mempraktikkan ilmu tersebut secara langsung pada usahanya.
- 3) Perhatian
Seseorang yang memiliki minat pada wirausaha, tentu saja akan memfokuskan perhatiannya pada dunia usaha.
- 4) Keterlibatan, keinginan dan dorongan seseorang.
Hal ini harus dimiliki individu untuk terjun pada dunia wirausaha dan menjadikan dirinya untuk selalu turut andil dalam aktivitas berwirausaha

Berdasarkan indikator di atas, penelitian ini menggunakan empat indikator tersebut yang akan digunakan untuk mengukur minat berwirausaha yakni perasaan suka dengan profesi berwirausaha, perhatian seseorang pada dunia wirausaha, keterikatan serta keterlibatan seseorang terhadap bidang wirausaha. Empat indikator tersebut akan digunakan oleh peneliti dalam mengukur minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

2.1.2 Pengetahuan Kewirausahaan

a. Pengetahuan

Pengetahuan adalah gambaran yang tertanam dalam pikiran seseorang mengenai objek-objek yang ada di sekitarnya. Pengetahuan adalah semua informasi yang diperoleh melalui proses belajar, menghafal, mengingat, dan menyimpan dalam memori otak manusia, berdasarkan pengalaman dan informasi yang diterima sebelumnya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui, kepandaian, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran). Sejalan dengan pendapat Djaali (dalam Noviantoro & Rahmawati, 2018). Pengetahuan (*knowledge*) adalah kemampuan untuk mengingat, menghafal, memahami, dan mengulangi informasi yang pernah diberikan. Menurut Agusra (2021) Pengetahuan merupakan suatu peristiwa yang terjadi dalam diri manusia. Tanpa mengurangi arti bahwasanya pengetahuan ditinjau melalui objek, sedangkan manusia berperan penting sebagai subjek.

Berdasarkan pendapat di atas dapat diketahui, bahwa pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diterima oleh seseorang melalui proses belajar, dengan cara mengingat yang telah terjadi dan dilewati berdasarkan pengalaman.

b. Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan orang yang memiliki kemampuan dalam menciptakan suatu usaha yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya. Sebagaimana pendapat Bambang (2022) Kewirausahaan merupakan semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menjalankan sebuah usaha dalam mencari, menciptakan lapangan pekerjaan dengan menggunakan teknologi untuk menciptakan suatu produk yang dapat memberikan nilai tambah.

Kewirausahaan (*enterprenuership*) adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan dan cara memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya (Suryana & Bayu dalam Anora, 2023). Menurut pendapat Hendro (dalam Anand 2020) menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan yang dimiliki untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri untuk ditingkatkan agar lebih optimal sehingga bisa meningkatkan taraf hidup di masa yang akan datang. Sejalan dengan pendapat Kifly & Kamarudin (2024) menjelaskan bahwa, kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul resiko finansial, psikologi, dan sosial yang menyertainya, serta menerima balas jasa moneter dan kepuasan pribadi.

Kewirausahaan seringkali dianggap sebagai kegiatan yang dapat menciptakan serta meningkatkan lapangan pekerjaan. Hal ini dikarenakan pemerintah mengalami keterbatasan dalam menyediakan lapangan pekerjaan yang tidak sebanding dengan para pencari kerja. Agar dapat mengatasi permasalahan ini dapat dilakukan dengan membekali para pencari kerja dengan ilmu pengetahuan, keterampilan, serta sikap dalam berwirausaha melalui kegiatan kewirausahaan.

Sejalan dengan pendapat Putra (2024) dalam bukunya yang menyatakan bahwa Kewirausahaan adalah kemampuan dan kesiapan seseorang atau kelompok untuk mengembangkan, mengorganisir, dan mengelola usaha bisnis serta menghadapi risiko yang mungkin terjadi dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Seorang wirausahawan tidak hanya menciptakan dan mengelola usaha tetapi juga inovatif dalam memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang

c. Pengetahuan Kewirausahaan

Pengetahuan kewirausahaan adalah pemahaman dan keterampilan yang dimiliki oleh seseorang untuk memulai dan mengelola usaha atau bisnis yang diwujudkan dalam perilaku kreatif, inovatif dan berani mengambil risiko. Menurut Aini & Oktafani (2020) Pengetahuan Kewirausahaan adalah semua informasi yang diperoleh dalam proses pelatihan dan pemahaman, sehingga dapat mengarah pada kemampuan melihat risiko dan keberanian dalam menangani risiko-risiko ini.

Sebagaimana pendapat yang telah dipaparkan oleh para ahli di atas, menurut Abdullah & Septiany (2019) Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang yang diperoleh melalui teori-teori di bangku pendidikan yang berkaitan dengan kewirausahaan maupun bertukar pengalaman dari semua wirausahawan. Selain itu, Suryana dalam Lai & Widjaja (2023) juga berpendapat bahwa pengetahuan kewirausahaan adalah pengetahuan yang diperoleh melalui pemahaman mengenai tata cara wirausaha dengan tujuan melakukan penumbuhan ide baru, mempunyai keberanian dalam pengambilan peluang dan resiko. Pengetahuan mengenai kewirausahaan ini biasanya diperoleh melalui mata kuliah pendidikan kewirausahaan Sejalan dengan pendapat Saragih (2020) bahwa Pengetahuan kewirausahaan melalui mata kuliah kewirausahaan yang diajarkan di perguruan tinggi akan menambah pengetahuan dalam hal teori mengenai kewirausahaan dan

praktik yang berupa terjun langsung untuk menjual produk/jasa yang telah diciptakan.

Pendidikan kewirausahaan penting diajarkan untuk memberikan berbagai ilmu mengenai kewirausahaan sebagai bekal sebelum memulai suatu usaha. Alasan perlunya diajarkan Pendidikan Kewirausahaan Menurut Nuraeni (2022) mengemukakan Pendidikan kewirausahaan perlu diajarkan sebagai disiplin ilmu tersendiri yang independen, karena:

1. Kewirausahaan berisi *body of knowledge* yang utuh dan nyata, yaitu ada teori, konsep, dan metode ilmiah yang lengkap.
2. Kewirausahaan memiliki dua konsep, yaitu *venture start-up* dan *venture growth*, ini jelas tidak masuk dalam kerangka pendidikan manajemen umum yang memisahkan antara manajemen dan kepemilikan usaha.
3. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki objek tersendiri, yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
4. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan berusaha dan pemerataan pendapatan.

Berdasarkan pengertian dari para ahli di atas, dapat diketahui bahwa pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang melalui pemahaman yang mendalam mengenai konsep, prinsip, keterampilan, serta strategi yang dibutuhkan untuk memulai, menjalankan dan mengembangkan usaha. Melalui pengetahuan kewirausahaan, seseorang juga mendapatkan informasi pada saat melakukan percobaan serta pengamatan dilapangan, yang mana informasi tersebut digunakan untuk mengembangkan peluang-peluang usaha dengan cara berfikir kreatif dan inovatif sehingga dapat menciptakan produk baru, serta mendapat dorongan untuk menjalankan usaha

Penelitian terkait pengetahuan kewirausahaan yang dilakukan oleh Suryadi & Samuel (2022) menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap minat wirausaha pada mahasiswa manajemen. Sejalan dengan pendapat Noviantoro

(2017) bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, yang artinya bahwa semakin banyak pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh, maka akan semakin meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

Pengetahuan kewirausahaan ini tidak hanya didapatkan melalui materi-materi yang disampaikan pada saat perkuliahan. Melainkan, pengetahuan kewirausahaan juga didapatkan dari berbagai kegiatan seperti seminar kewirausahaan, program mahasiswa wirausaha, dan lain sebagainya. Tentu melalui pengetahuan ini, mahasiswa mendapatkan bekal mengenai kewirausahaan yang nantinya dapat mendorong seseorang untuk memiliki minat dalam berwirausaha serta menjadi bahan pertimbangan seseorang untuk menentukan masa depan.

d. Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

Indikator pengetahuan kewirausahaan merupakan hal-hal yang dapat dijadikan acuan minat seseorang dalam berwirausaha. Mahasiswa tidak cukup hanya memperoleh pengetahuan kewirausahaan saja di dalam perkuliahan, melainkan pengetahuan kewirausahaan tersebut dapat diperoleh di luar perkuliahan melalui keluarga, lembaga masyarakat bahkan di media massa. Menurut Hartini dkk (2022), terdapat 3 indikator yang memengaruhi pengetahuan kewirausahaan, yaitu:

1. Pengetahuan dasar kewirausahaan.
Minat berusaha perlu diwujudkan melalui informasi dalam menemukan atau menciptakan peluang bisnis sehingga membantu mewujudkan usaha.
2. Pengetahuan ide dan peluang usaha.
Pembentukan minat berusaha dalam menghasilkan suatu usaha memerlukan adanya pemikiran atau hal-hal baru yang terstruktur.
3. Pengetahuan tentang aspek-aspek usaha.
Informasi yang ada akan menciptakan suatu proses melalui berbagai hambatan serta resiko yang akan dilalui untuk mewujudkan usaha mereka.

Indikator lain dari Pengetahuan Kewirausahaan menurut pendapat Suratno (2020) adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan mengenai usaha yang akan dirintis
2. Pengetahuan tentang peran dan tanggungjawab
3. Pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri, dan
4. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.

2.1.3 Pemahaman *E-Commerce*

a. *E-commerce*

Era globalisasi menyebabkan perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat, salah satunya adalah transaksi *online* melalui *e-commerce*. *E-commerce* merupakan kegiatan jual beli melalui media elektronik. Hal ini memudahkan konsumen untuk membeli apa yang mereka butuhkan atau inginkan, dimanapun mereka berada. Sejalan dengan pendapat Nasri (2024) bahwa *e-commerce* merupakan proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui media internet yang mana *web site* dijadikan sebagai wadah dalam melakukan proses tersebut. Selain, kemudahan dalam menggunakan media digital (*e-commerce*) membuat banyak orang, termasuk para pengusaha di seluruh dunia, tertarik untuk menggunakannya dalam berbagai kegiatan. Media digital juga digunakan untuk membangun merk, berbagi promosi, dan melakukan pemasaran. Selain itu, teknologi internet sangat berpengaruh terhadap perkembangan promosi produk, baik barang maupun jasa. (Albet dkk, 2021)

Berdasarkan pendapat para ahli pengertian *e-commerce* memiliki berbagai definisi, namun tetap memiliki maksud dan tujuan yang serupa. Menurut pendapat dari Saswiana (dalam Gultom, 2021), *e-commerce* merupakan suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat *website* yang menyediakan layanan “*get and deliver*”. Romney & Steibart (dalam Lovita & Susanty, 2021) bahwa *e-commerce* merupakan

suatu jenis mekanisme bisnis yang dilakukan secara elektronik yang memfokuskan diri dari transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan jaringan internet sebagai pertukaran barang/jasa melewati kendala ruang dan waktu.

Sejalan dengan pendapat di atas bahwa *E-commerce* menurut Dermawan (2023) adalah transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet. *E-commerce* memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan *traditional commerce*, diantaranya yaitu proses jual beli dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Berdasarkan pendapat dari Rahmati (dalam Rehatalanit, 2021) menyatakan bahwa *E-commerce* adalah singkatan dari *Electronic Commerce* yang artinya sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. *E-commerce* ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan *service* dari sebuah produk yang dilakukan dengan sebuah sistem elektronik seperti internet.

Sebagaimana pendapat di atas menurut pandangan Ardian & Nawawi (2022) *E-commerce* didefinisikan sebagai proses jual beli dilakukan secara elektronik oleh penjual dan pembeli dari satu perusahaan dan perusahaan lain, dengan dukungan industri sebagai sarana pengolahan. Sementara, menurut Zakirasli (2024) *e-commerce* dapat didefinisikan dari berbagai perspektif berikut:

1. Perspektif Komunikasi: *E-commerce* adalah pengiriman barang dan jasa, serta pembayaran melalui jaringan komputer, telepon, atau alat elektronik lainnya.
2. Perspektif Proses Bisnis: *E-commerce* adalah aplikasi teknologi yang memungkinkan transaksi dan aliran kerja perusahaan di otomatiskan
3. Perspektif Online: *E-commerce* mengacu pada kemampuan untuk membeli barang informasi serta jasa lainnya melalui internet.
4. Perspektif online: *E-commerce* berkaitan dengan kemampuan untuk membeli barang dan informasi serta jasa lainnya melalui internet.

Berdasarkan pandangan-pandangan tersebut dapat diketahui bahwa *E-commerce* merupakan sistem pemasaran yang digunakan untuk penjualan, pembelian, serta pembayaran yang diakses secara mudah melalui internet dengan menggunakan *gadget* seperti komputer ataupun *smartphone*. Dengan adanya *e-commerce*, diharapkan menjadi peluang bagi mahasiswa agar dapat memanfaatkan perkembangan dari teknologi informasi untuk memulai usaha baru dan menambah pendapatan.

b. Pemanfaat *E-commerce*

E-commerce hadir dengan berbagai manfaat yang dapat mempermudah para pelaku konsumen maupun produsen dalam melakukan transaksi baik jual maupun beli terhadap barang/jasa. Di dunia *start up*, perkembangan ini diwujudkan dalam bentuk *e-commerce*. Berikut manfaat dari adanya *e-commerce* menurut *e-commerce* menurut Hermawan dkk, (2022):

- a. Efisiensi waktu dan tenaga.
Pembeli dan penjual tidak perlu bertatap muka langsung ketika ingin menyelesaikan transaksi jual beli yang tentunya memakan banyak waktu dan tenaga. Dengan *e-commerce*, hal ini tidak perlu terjadi lagi. Mulai dari proses promosi, pemasaran produk, pemesanan, hingga pembayaran dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun.
- b. Tidak perlu modal dalam jumlah besar.
Penjual tidak perlu memiliki toko fisik (*offline*) karena proses jual beli hanya dapat dilakukan secara *online*, sehingga dapat menekan biaya sewa toko.
- c. Bisnis yang fleksibel.
Dapat dikatakan fleksibel karena pengoperasian dan pengelolannya dapat dilakukan kapan saja, di mana saja, tidak perlu pergi ke toko, membuka dan menutup toko setiap hari.
- d. Memudahkan pengembangan bisnis.
Jika jangkauan bisnis sudah lebih luas, proses pengembangan atau eskpansi bisnis pun bisa dengan mudah direalisasikan. Bahkan bisa dikatakan bahwa *e-commerce* adalah pilihan yang tepat untuk hal ini.
- e. Menjadi bisnis lintas wilayah.
Bisnis lintas wilayah disini maksud nya adalah bisnis yang dijalankan dengan *e-commerce* bisa meraih jangkauan pasar yang lebih luas.

Berdasarkan pemaparan mengenai manfaat adanya *e-commerce* tersebut dapat diketahui bahwa *E-commerce* mempermudah dan memperluas akses belanja, memungkinkan konsumen untuk berbelanja kapan pun dan di mana pun. *E-commerce* juga menawarkan beragam pilihan produk yang lebih luas dan cara yang lebih efisien untuk membandingkan harga serta menemukan penawaran terbaik. Secara keseluruhan, *e-commerce* meningkatkan efisiensi ekonomi, memperbaiki pengalaman belanja, dan membuka peluang baru untuk inovasi serta pertumbuhan bisnis. Selain itu, jika calon wirausaha memahami manfaat dari *e-commerce*, maka mereka dapat meningkatkan minatnya untuk memulai berwirausaha.

c. Metode Pembayaran yang digunakan

Menurut Ramadhani dkk., (2022) beberapa metode pembayaran yang sering digunakan pada *e-commerce* antara lain:

1. Pembayaran menggunakan kartu kredit.
Dalam opsi ini, berbagai jenis kartu kredit dapat digunakan, umumnya konsumen diharuskan mengisi data-data tertentu yang diminta.
2. Transfer Melalui Bank.
Transfer ini sering dilakukan melalui ATM, layanan perbankan mobile atau internet banking.
3. *Cash on Delivery* (COD).
Pada opsi ini, pembayaran biasanya dilakukan setelah barang yang dipesan tiba di alamat yang dituju.
4. *E-wallet*.
Metode ini digunakan untuk menyimpan uang dalam bentuk digital dan umumnya diterapkan transaksi online, seperti *go-pay*, *ovo*, ataupun *T-cash*.

Metode pembayaran *e-commerce* yang beragam memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen, serta membantu penjual menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pembayaran menggunakan kartu kredit, dompet *digital*, transfer bank, *cash on delivery*, dan aplikasi pembayaran memastikan proses transaksi yang aman dan mudah. Dengan menawarkan berbagai

pilihan pembayaran, *e-commerce* tidak hanya memperbaiki pengalaman belanja bagi konsumen tetapi juga meningkatkan efisiensi dan pertumbuhan bisnis.

d. Indikator *E-commerce*

Indikator-indikator yang ada pada variabel *e-commerce* menurut, Pramiswari dan Dharmadiaksa dalam Veronika dkk, (2021) adalah sebagai berikut:

- a. Mudah diakses.
E-commerce dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti android, laptop, komputer dan lainnya. Dengan adanya situs yang responsif, pengguna bisa berbelanja dimana pun mereka berada selama terhubung dengan internet.
- b. Transaksi mudah dilakukan.
Platform e-commerce menyediakan berbagai metode pembayaran seperti transfer bank, kartu kredit, *e-wallet*, hingga pembayaran di tempat atau COD. Dengan demikian, dapat memberikan fleksibilitas bagi konsumen untuk memilih metode pembayaran yang paling nyaman bagi mereka.
- c. Modal
Biaya yang dikeluarkan dalam pembuatan toko *online* lebih rendah daripada toko *offline*. Sementara itu, bagi pemilik usaha yang membuka toko *online* di *marketplace*, tidak perlu mengeluarkan biaya terkait pengadaan sistem pembayaran.
- d. Transaksi aman
E-commerce yang aman ditandai dengan adanya sistem pemantauan yang dapat mendeteksi aktivitas mencurigakan atau transaksi yang tidak biasa. Ini memungkinkan *platform* untuk segera mengambil tindakan jika ada potensi penipuan.
- e. Proses pelayanan cepat.
Platform e-commerce yang baik biasanya memiliki layanan pelanggan yang responsif, baik melalui chat, *email*, atau telepon. Semakin cepat respons yang diberikan dalam menangani pertanyaan atau keluhan pelanggan, semakin baik pula kepuasan pelanggan

2.1.4 *Locus of Control*

Locus of control merupakan keyakinan seseorang terhadap keberuntungan, takdir serta peristiwa yang terjadi pada kehidupannya dan dianggap mampu atau tidaknya seseorang tersebut dalam mengontrol nasib hidupnya. Menurut pendapat Syah (dalam Ramadin & Anova, 2022), *Locus of control* adalah pemahaman pribadi mengenai sebab utama terjadinya suatu kejadian dalam kehidupannya, dapat diartikan juga sebagai keyakinan pribadi mengenai kontrol dalam hidupnya, dimana dalam suatu kejadian pribadi dianggap keberhasilannya merupakan suatu usaha dan kemampuan sendiri ataupun hanya keberuntungan semata.

Sebagaimana pendapat di atas menurut Estuwijaya dkk, (2023) *Locus of control* adalah derajat kendali seseorang pada keyakinan yang kuat dalam mengendalikan takdir mereka sementara, yang lain berfikir bahwa keberuntungan memiliki potensi untuk mempengaruhi bagaimana hidup mereka akan berubah. Manik & Usman (2024), bahwa konsep *locus of control* ini memainkan peran penting dalam kepribadian, motivasi, dan cara individu menanggapi peristiwa hidup. Pengaruh *locus of control* dapat memengaruhi pola pikir, motivasi, serta kecenderungan untuk mengambil risiko atau bertindak proaktif dalam mencapai tujuan.

Sejalan dengan pendapat di atas menurut Nowicki (dalam Anova, 2022) *Locus of control* adalah konsep yang mencerminkan dampak perilaku kita terhadap apa yang terjadi pada kita. Berdasarkan pendapat Hiriyappa dalam Nizma & Siregar (2018) *Locus of control* mengacu pada keyakinan seseorang bahwa apa yang terjadi adalah karena kendali dirinya yaitu internal atau di luar kendali dirinya yaitu eksternal.

a. ***Internal Locus of Control***

Penelitian yang akan dilaksanakan ini berfokus pada *Internal Locus of Control* sebagaimana pendapat Kreitner & Kinicki, (dalam Yanti, 2019) bahwa *locus of control* ini terdiri dari dua jenis yaitu internal dan eksternal, *Internal locus of control* adalah ketika seseorang percaya bahwa segala sesuatu yang terjadi dalam hidupnya berada di bawah kendalinya dan dia selalu berperan aktif serta bertanggung jawab dalam setiap keputusan yang diambil. Sebaliknya, *eksternal locus of control* apabila seseorang meyakini bahwa kejadian dalam hidupnya berada diluar kontrolnya.

Sebagaimana pendapat di atas, menurut Rahman (dalam Naini & Kamalia, 2023) bahwa *internal locus of control* dapat dimaksudkan dengan pribadi yang yakin bahwa ketercapaian atau keterpurukan bisa terjadi di dirinya tetapi, tidak dipungkiri berasal dari aksi, komitmen dan hasil upayanya. Sebagaimana dalam penelitian Sumarni *et.al* (2020) dikatakan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri yaitu *internal locus of control*. Menurut Triyanto & Cahyono (dalam Sumarni *et.al*, 2020) *internal locus of control* merupakan sejauh mana individu percaya bahwa prestasi atau keberhasilan tergantung pada perilaku atau usaha mereka sendiri.

Sejalan dengan pendapat di atas Sarafino & Tomothy (dalam Fauzan, 2019) menyatakan bahwa individu dengan *internal locus of control* yakin bahwa kesuksesan dan kegagalan yang terjadi dalam hidup tergantung pada diri sendiri. Artinya orang yang mempunyai *locus of control* memiliki keyakinan bahwa apa yang terjadi pada dirinya, kegagalan serta keberhasilan karena pengaruh dirinya sendiri. Selain pendapat di atas, menurut Dewi & Susanti (2021) menyatakan bahwa apabila *internal locus of control* seseorang mahasiswa yang berwirausaha baik maka akan dengan mudah mereka mencapai tujuan yang dikehendakinya. Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diketahui

bahwa *internal locus of control* percaya bahwa hasil baik atau buruk yang mereka alami dalam hidup adalah hasil dari kemampuan dan faktor-faktor *internal* yang mereka miliki.

b. Faktor-faktor yang memengaruhi *Locus of Control*

Faktor – faktor yang diyakini dapat memengaruhi *locus of control* menurut Hamedoglu (dalam Fatmaningrum dkk, 2024) adalah sebagai berikut:

1. Faktor keluarga

Lingkungan keluarga di mana seseorang dibesarkan dapat berpengaruh terhadap *locus of control* yang dimilikinya. Orang tua berperan dalam mengajarkan nilai-nilai dan sikap yang mencerminkan kelas sosial mereka. Keluarga menjadi tempat utama kehidupan seseorang. sehingga dapat mengembangkan minat dan bakat yang dimiliki oleh individu, serta mampu berinteraksi sosial dengan baik, percaya diri, dan memiliki minat besar terhadap pengetahuan.

2. Faktor motivasi

Faktor motivasi dalam *locus of control* mengacu pada dorongan-dorongan yang mempengaruhi cara individu memandang dan merespons kontrol atas kehidupan mereka untuk meningkatkan kualitas hidup, kepuasan kerja dan harga diri merupakan motivasi internal.

3. Faktor pelatihan

Program pelatihan dapat berperan penting dalam membantu individu mengembangkan *locus of control internal*, di mana mereka merasa memiliki kontrol yang signifikan terhadap nasib dan hasil hidup mereka serta sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan peserta pelatihan dalam mengatasi hal-hal yang memberikan efek buruk.

c. Indikator *Internal Locus of Control*

Berdasarkan pemaparan di atas Indikator variabel yang digunakan untuk mengukur *locus of control* dalam penelitian ini yaitu:

1. Keyakinan
Keyakinan diri dalam memimpin.
2. Tanggungjawab
Memiliki tanggungjawab untuk menciptakan ide dan dapat mempertanggungjawabkan produk yang sudah dijalankan.
3. Pengambilan keputusan.
Memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan bijak meskipun disituasi sulit dan mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan yang matang.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Berikut hasil penelitian yang relevan terkait pengetahuan kewirausahaan, pemahaman *e-commerce* dan *locus of control* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan ekonomi. Penelitian ini akan digunakan untuk menunjang penyusunan kerangka refleksi, pengembangan dan referensi, serta sebagai gagasan untuk memikirkan permasalahan penelitian.

Tabel 7. Hasil Penelitian Yang Relevan

No	Penulis	Judul	Hasil
1	Kristanti Veronika, Corry Yohana dan Nadya Fadillah (2021) Jurnal Nasional	Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan <i>E-commerce</i> dengn Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta	<p>Hasil Penelitian: Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil yaitu 1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. 2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan <i>E-commerce</i> terhadap minat berwirausaha. Selain itu, terdapat pengaruh yang positif dan simlutan pengetahuan kewirausahaan dan <i>e-commerce</i> terhadap minat berwirausaha.</p> <p>Persamaan Penelitian: Persamaan penelitian ini terletak pada permasalahan yang diambil yaitu: Minat Berwirausaha (Y), dan Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), dan <i>E-commerce</i> (X_2)</p>

Tabel 7. Lanjutan

			<p>Perbedaan Penelitian: Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada lokasi penelitian dan juga teknik pengambilan data sampel.</p> <p>Kebaruan: Pembaharuan penelitian ini yaitu variabel yang akan digunakan tidak hanya pengetahuan kewirausahaan dan <i>e-commerce</i> tetapi juga meneliti variabel <i>locus of control</i> sebagai variabel independen</p>
2	Eny Suprapti, dan Minsar Muhammad (2022) Jurnal Nasional	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan keluarga dan <i>locus of control</i> terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi	<p>Hasil Penelitian: Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil yaitu Dari hasil uji regresi yang telah dilakukan pada hipotesis pertama dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat berwirausaha dapat diterima. Begitu pula dengan hasil uji regresi pada hipotesis kedua dan ketiga disimpulkan bahwa secara teoritis dan statistik dalam penelitian ini, lingkungan keluarga dan locus of control memiliki pengaruh</p> <p>Persamaan Penelitian: Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel yang dipakai yaitu pengetahuan kewirausahaan, <i>locus of control</i> dan juga minat berwirausaha.</p>

Tabel 7. Lanjutan

	<p>Perbedaan Penelitian: Perbedaan penelitian dengan penelitian yang akan dilaksanakan tidak hanya mengenai <i>locus of control</i> dan pengetahuan kewirausahaan tetapi juga meneliti variabel mengenai <i>e-commerce</i> dan minat berwirausaha sebagai variabel dependen</p> <p>Kebaruan: Pada penelitian yang akan dilaksanakan variabel yang diteliti tidak hanya pengetahuan kewirausahaan dan <i>locus of control</i> tetapi juga meneliti variabel lain yaitu <i>e-commerce</i> sebagai variabel independent. Selain itu pengujian yang akan dilakukan berbeda</p>
<p>3 Aprilda Yanti (2020) Jurnal Nasional</p> <p>Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, <i>Self Efficacy</i>, <i>Locus of Control</i> dan Karakter Wirausaha Pada Minat Berwirausaha (Study Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)</p>	<p>Hasil Penelitian: Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1). Terdapat pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan, <i>Self Efficacy</i>, <i>Locus of Control</i> dan karakter wirausaha terhadap minat berwirausaha. 2). Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. 3). Terdapat pengaruh positif dan signifikan <i>self efficacy</i> terhadap minat berwirausaha 4). Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan <i>Locus of Control</i> terhadap minat berwirausaha 5). Terdapat pengaruh positif dan signifikan karakter wirausaha terhadap minat Berwirausaha

Tabel 7. Lanjutan

			<p>Persamaan Penelitian: Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yaitu menggunakan metode survei, dan variabel pendidikan kewirausahaan (X_1), <i>locus of control</i> (X_3), dan berwirausaha (Y).</p> <p>Perbedaan Penelitian: Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terdapat pada lokasi penelitian</p> <p>Kebaruan: Pada penelitian yang akan dilaksanakan variabel yang akan diteliti sebagai variabel independen selain pendidikan kewirausahaan (X_1), <i>Locus of Control</i> (X_3) dan minat berwirausaha (Y) tetapi juga meneliti variabel lain yaitu <i>e-commerce</i> (X_3).</p>
4	Stevany Angelia Manik dan Berto Usman (2024). Jurnal Nasional	Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Sistem Informasi Akuntansi, Lingkungan Keluarga dan <i>Locus of Control</i> terhadap minat berwirausaha Mahasiswa	<p>Hasil Penelitian: Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun <i>e-commerce</i> merupakan aspek penting dalam dunia bisnis modern, pengaruhnya terhadap minat berwirausaha mahasiswa tidak begitu signifikan. Sebaliknya, faktor-faktor seperti sistem informasi akuntansi, lingkungan keluarga yang mendukung, serta <i>locus of control</i> terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.</p> <p>Persamaan Penelitian: Dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan dalam penelitian ini mengenai <i>e-commerce</i> dan <i>locus of control</i> terhadap Minat berwirausaha mahasiswa</p>

Tabel 7. Lanjutan

			<p>Perbedaan Penelitian: Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada teknik pengambilan sample dan juga subjek dan lokasi penelitian yaitu mahasiswa S1 Akuntansi Aktif Universitas Bengkulu. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung</p> <p>Kebaruan: Pada penelitian yang akan dilaksanakan tidak hanya mengenai variabel <i>e-commerce locus of control</i> dan minat berwirausaha tetapi juga pengetahuan kewirausahaan</p>
5.	I Kadek Adi Arta dan I Ketut Sujana (2024) Jurnal Nasional	<i>E-commerce</i> , Literasi Keuangan, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi.	<p>Hasil Pnelitian: Nilai t-hitung pada variabel <i>e-commerce</i> bernilai sebesar 2,545 dengan nilai sig $0,013 < 0,05$ hasil ini berarti bahwa variabel <i>e-commerce</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi. Terbuktinya hipotesis ini mendefinisikan semakin tinggi tingkat pemahaman <i>e-commerce</i> mahasiswa maka akan semakin tinggi pula minat berwirausaha mahasiswa akuntansi</p> <p>Persamaan: Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel yang akan dipakai yaitu <i>e-commerce</i> dan pengetahuan kewirausahaan</p> <p>Perbedaan: Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu terletak pada lokasi penelitian.</p>

Tabel 7. Lanjutan

			<p>Penelitian ini dilakukan di Program Studi Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung</p> <p>Kebaruan: Pada penelitian yang akan dilaksanakan variabel diteliti tidak hanya mengenai <i>e-commerce</i>, pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha tetapi juga mengenai <i>locus of control</i></p>
6	Jeny Puspita (2022) Jurnal Nasional	<p>Pengaruh <i>E-commerce</i>, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha (Studi kasus mahasiswa Kos di Lingkungan Kampus UIN Raden Intan Lampung)</p>	<p>Hasil Penelitian: Sedangkan t hitung untuk <i>e-commerce</i> dilihat dari output olah data adalah 4,391, untuk pengetahuan kewirausahaan sebesar 5,620, dan untuk lingkungan keluarga sebesar 4,246 (t hitung > t tabel) maka berdasarkan uji t ini disimpulkan bahwa secara parsial <i>e-commerce</i>, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa yang kos di lingkungan kampus UIN Raden Intan Lampung</p> <p>Persamaan: Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel yang akan dipakai yaitu <i>e-commerce</i> dan pengetahuan kewirausahaan</p>

Tabel 7. Lanjutan

			<p>Perbedaan: Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu terletak pada lokasi penelitian. Penelitian ini dilakukan di UIN Raden Intan Lampung. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.</p> <p>Kebaruan: Pada penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel pengetahuan kewirausahaan tetapi penulis akan menambahkan variabel <i>e-commerce</i> dan <i>locus of control</i> untuk mengukur minat berwirausaha pada mahasiswa</p>
7	Nawary Saragih, Saut Purba, dan Betniar Purba (2022) Jurnal Nasional	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan	<p>Hasil Penelitian: Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Dari hasil penelitian t-hitung $7,550 > 1,96$ t-tabel dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa</p> <p>Persamaan: Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel yang dipakai yaitu pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha</p> <p>Perbedaan: Perbedaan alam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu terletak pada</p>

Tabel 7. Lanjutan

			<p>tempat penelitian. Tempat penelitian ini di Universitas Santo Thomas Medan. Sedangkan penelitian yang akan di laksanakan ini di Universitas Lampung</p> <p>Kebaruan: Pembaharuan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel yang akan digunakan yaitu pengetahuan kewirausahaan, penulis akan menambahkan variabel <i>e-commerce</i> dan <i>locus of</i> untuk mengukur minat berwirausaha pada mahasiswa</p>
8	Yasin Fitrianto dan Giarti Slamet (2020) Jurnal Nasional	<p>Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta</p>	<p>Hasil Penelitian: Pengetahuan kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta, sehingga dapat ditarik kesimpulan hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian ini terbukti atau dapat diterima</p> <p>Persamaan: Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.</p> <p>Perbedaan: Perbedaan dalam penniselitan ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu terletak pada lokasi penelitian.</p>

Tabel 7. Lanjutan

			<p>Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan di Universitas Lampung.</p> <p>Kebaruan: Pada penelitian yang akan dilaksanakan peneliti menggunakan variabel Pengetahuan kewirausahaan. Selain itu, peneliti juga menambahkan variabel <i>e-commerce</i> dan <i>locus of control</i>. Dimana variabel tersebut akan digunakan untuk mengukur minat berwirausaha pada mahasiswa</p>
9	Wulan Aditya Putri dan Budi Santosa Kramadibrata (2022) Jurnal Nasional	<p>Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan <i>Locus of Control</i> Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Media Nusantara Citra</p>	<p>Hasil Penelitian: Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan signifikansi $0,016 < 0,05$. <i>Locus of control</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Pendidikan kewirausahaan dan <i>locus of control</i> berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikan 0,000 dimana lebih kecil daripada nilai probabilitas yaitu 0,05 dengan nilai <i>RSquare</i> sebesar 0,273.</p> <p>Persamaan Penelitian: Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap minat</p> <p>Perbedaan Penelitian:</p>

Tabel 7. Lanjutan

			<p>Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu terletak pada lokasi penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Media Citra. Sedangkan penelitian yang akan diteliti di Universitas Lampung</p> <p>Kebaruan: Pada penelitian yang akan dilaksanakan peneliti menggunakan variabel <i>Locus of Control</i> Selain itu, peneliti juga menambahkan variabel <i>e-commerce</i>. Dimana variabel tersebut akan digunakan untuk variabel tersebut akan digunakan untuk mengukur minat berwirausaha pada mahasiswa</p>
10	Elida Gultom (2021) Jurnal Nasioanal	<p>Pengaruh <i>E-commerce</i>, Pengetahuan kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekan baru)</p>	<p>Hasil Penelitian: Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha sehingga H2 dalam penelitian ini dapat diterima.</p> <p>Persamaan: Persamaan dalam penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada variabel independent yaitu <i>e-commerce</i> dan pengetahuan kewirausahaan, selain itu variabel dependen yang akan dilaksanakan yaitu sama sama meneliti mengenai minat berwirausaha pada mahasiswa</p> <p>Perbedaan: Perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada lokasi penelitian dalam penelitian Elida berlokasi di Sekolah Tinggi Ilmu</p>

Tabel 7. Lanjutan.

	<p>Ekonomi Riau sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan terletak di Universitas Lampung</p> <p>Kebaruan: Pembaharuan dalam penelitian ini yaitu peneliti menggunakan variabel indenpenden Pengetahuan kewirausahaan (X1), <i>E-commerce</i> (X2), dan <i>Locus of Contol</i> (X3). Selain itu uji yang digunakan untuk menentukan hipotesis juga berbeda</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.3 Grand Teori

2.3.1 Pengetahuan Kewirausahaan (X₁) dengan Minat Berwirausaha (Y)

Pengetahuan kewirausahaan merupakan keseluruhan dari bentuk dari segala informasi yang diolah dan diproses dalam ranah kognitif yang berarti mengenai pemahaman dan ingatan tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian dalam mengambil resiko dalam menangani suatu usaha. Menurut pendapat Fitrianto & Slamet (2020) bahwa dalam berwirausaha terdapat sumber-sumber yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pengetahuan kewirausahaan sehingga hal tersebut dapat menimbulkan minat untuk berwirausaha diantaranya terdapat pelatihan, dan seminar bisnis. Selain itu, pengetahuan kewirausahaan merupakan hasil dari proses belajar yang dialaminya.

Mendorong timbulnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa menjadi salah satu cara untuk mengurangi angka pengangguran, karena melalui kegiatan berwirausaha mahasiswa diharapkan mampu menciptakan peluang kerja atau menjadi seorang wirausahawan. (Putri & Kramadibrata, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Saragih & Purba (2022) membuktikan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki kaitan yang

positif dan signifikan dengan minat berwirausaha. Faktor pendorong dalam pertumbuhan minat berwirausaha di suatu negara terletak pada peranan universitas, hal ini dikarenakan melalui penyelenggaraan pengetahuan kewirausahaan yang baik dalam perkuliahan maupun melalui kegiatan seminar dan praktik kewirausahaan.

2.3.2 Pemahaman *E-commerce* (X_2) dengan Minat Berwirausaha (Y)

Perkembangan teknologi merupakan kemajuan dari penerapan ilmu pengetahuan dan berbagai penemuan untuk menciptakan alat, sistem, produk maupun proses baru yang membawa perubahan cara hidup, bekerja serta berkomunikasi. Menurut Irwansyah (dalam Manik & Usman, 2024) Salah satu perkembangan dari teknologi yaitu sektor perdagangan elektronik atau biasa disebut dengan *e-commerce* yang menjadi sorotan oleh pemerintah, atau *alternative* bagi mahasiswa yang memiliki keinginan untuk memulai usaha dengan memanfaatkan teknologi, serta membuka kesempatan besar untuk memperluas jaringan pemasaran tanpa terikat oleh batasan yang ada. Sejalan dengan teori menurut pendapat Sitorus dkk, (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *e-commerce* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa, hal ini dikarenakan *e-commerce* menyediakan tempat untuk dapat 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.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Veronika dkk, (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha. Kemajuan teknologi dapat landasan bagi perilaku para wirausaha muda dalam memulai berwirausaha dengan menggunakan *e-commerce*, kemudahan serta kelengkapan fitur yang ditawarkan oleh *e-commerce* akan memunculkan minat wirausahawan untuk memulai berwirausaha. Arta & Sujana (2024).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arta & Sujana (2024) juga menunjukkan bahwa *E-commerce* berpengaruh positif pada minat berwirausaha mahasiswa akuntansi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tingginya tingkat *e-commerce* mahasiswa maka akan tinggi pula minat berwirausaha mahasiswa.

2.3.3 *Locus of Control* (X₃) dengan Minat Berwirausaha (Y)

Menurut pendapat Manik & Usman (2024) salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa adalah *locus of control*, dimana *locus of control* itu dapat diartikan sebagai keyakinan individu atas kendali dalam hidupnya, juga terlibat aktif dalam bagaimana individu dalam pengambilan keputusan yang dapat berdampak besar pada minat mereka untuk terlibat dalam aktivitas tertentu, seperti menjadi seorang wirausaha.

Pendapat serupa juga dikemukakan oleh Zuhry (dalam Suprpti & Muhamad, 2022) yang menyatakan bahwa seseorang memiliki *locus of control* kuat biasanya mampu memotivasi dan mengendalikan dirinya sendiri serta mengarahkan tindakannya sesuai dengan minat individu, karena ia menganggap bahwa segala sesuatu yang terjadi pada dirinya adalah hasil dari kepribadian dan usahanya sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Manik & Usman (2024) *locus of control* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hal ini memberikan gambaran bahwa responden memiliki kepercayaan bahwa upaya dan tindakan mereka akan memengaruhi hasil dan keberhasilan usaha mereka. Selain itu, keyakinan diri yang mereka miliki dapat menjadi pendorong kuat mereka untuk berwirausaha.

2.4 Kerangka Pikir

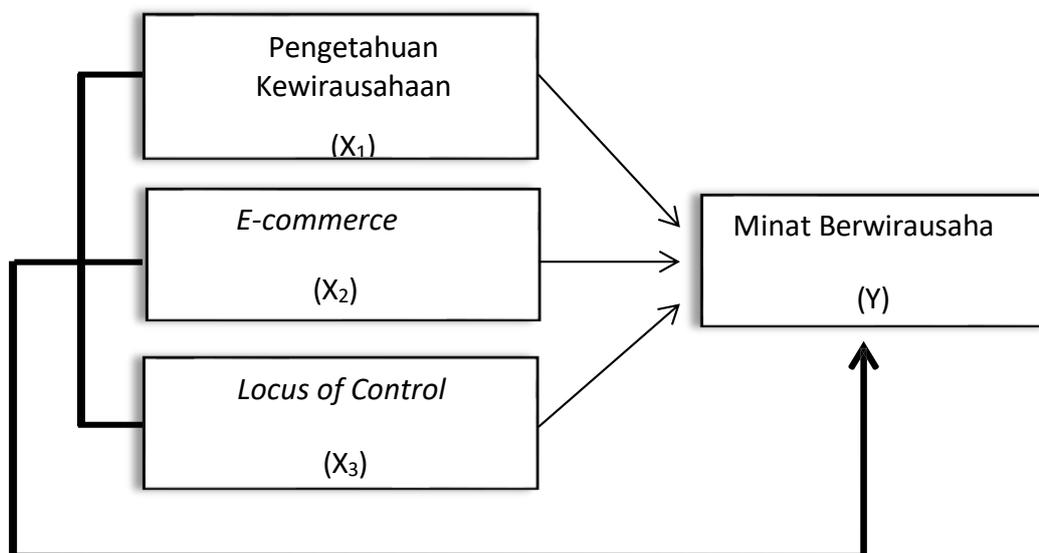
Perkembangan zaman yang terus maju telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan salah satunya adalah dunia wirausaha. Peluang ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai kalangan terutama mahasiswa yang memiliki minat untuk memulai usaha secara online. Minat merupakan ketertarikan pada suatu hal atau kegiatan tanpa adanya dorongan dari orang lain, seseorang yang mempunyai minat akan suatu kegiatan, maka orang tersebut akan melakukan kegiatan dengan rasa senang. Sedangkan minat berwirausaha merupakan ketertarikan atau keinginan seseorang untuk bekerja mandiri atau menjalankan usahanya sendiri, untuk memenuhi kehidupannya tanpa merasa takut akan adanya risiko yang akan terjadi dalam menjalankan usahanya. Minat berwirausaha tidak muncul begitu saja, melainkan terdapat faktor-faktor pendorong seseorang untuk tertarik dalam suatu kegiatan atau aktivitas.

Selain itu, dalam dunia pendidikan di Universitas Lampung khususnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi tidak hanya diajarkan untuk menjadi tenaga pendidik yang profesional saja, tetapi juga diarahkan untuk mampu berwirausaha. Hal yang dilakukan adalah mengarahkan mahasiswa untuk berwirausaha dengan membekali atau memberikan ilmu pengetahuan mengenai kewirausahaan. Pengetahuan kewirausahaan sendiri merupakan pemahaman seseorang terhadap dunia usaha, yang diimplementasikan melalui ide-ide inovatif di dunia nyata, dengan cara yang kreatif dan inovatif, mengembangkan peluang usaha menjadi peluang usaha. Pengetahuan kewirausahaan termasuk ke dalam satuan studi terapan pada perguruan tinggi yang bertujuan untuk memberikan informasi kewirausahaan melalui mata kuliah kewirausahaan. Mata kuliah yang menarik dan menyenangkan akan meningkatkan minat mahasiswa terhadap kewirausahaan. Selain itu, semakin sering seseorang menerima informasi tentang kewirausahaan, semakin besar dampak positifnya dalam meningkatkan minat berwirausaha. Oleh karena itu, dengan semakin mudahnya akses ke berbagai sumber pengetahuan tentang

kewirausahaan, diharapkan minat berwirausaha pada mahasiswa akan meningkat.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan perkembangan zaman, muncul banyak ide baru untuk memaksimalkan penggunaan teknologi layanan internet. Hal ini termasuk dalam bidang perdagangan yang kini banyak beralih ke sistem *online* atau sering disebut dengan *e-commerce*. Saat ini, banyak *marketplace* yang hadir meramaikan dunia jual beli online, masing-masing menawarkan berbagai keunggulan. *E-commerce* menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha, *e-commerce* tidak hanya memudahkan dan mempercepat konsumen atau pembeli dalam melakukan transaksi berbelanja, tetapi *platform* ini juga dapat dimanfaatkan oleh penjual yang baru memulai usahanya dan tidak mempunyai modal besar. Dengan menggunakan *e-commerce* para pemula tidak perlu mengeluarkan modal yang besar untuk memulai usaha, cukup mendaftarkan usahanya pada *platform e-commerce* yang tersedia.

Terdapat beberapa faktor lain yang dapat memengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha seperti, keyakinan diri, keberanian dalam mengambil resiko, pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh seorang mahasiswa merupakan modal awal yang harus dimiliki. Dalam berwirausaha, sangat penting bagi seseorang untuk memiliki keyakinan dalam memulai usaha dan menghadapi risiko, seorang wirausaha yang berani mengambil risiko harus siap untuk menanggung konsekuensinya. Berdasarkan tinjauan landasan teori di atas, maka dapat digambarkan kerangka pikir penelitian dari variabel pengetahuan kewirausahaan (X1), *e-commerce* (X2), *locus of control* (X3), dan minat berwirausaha (Y) sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

2.5 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2012 FKIP Universitas Lampung
2. Terdapat hubungan antara Pemahaman *E-commerce* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung
3. Terdapat hubungan antara *Locus of Control* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung
4. Terdapat hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan, Pemahaman *E-commerce* dan *Locus of control* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penggunaan metode penelitian sangat penting dalam sebuah penelitian. Metode penelitian tersebut digunakan untuk menguji kebenaran, menentukan data penilaian, menemukan dan mengembangkan sebuah pengetahuan serta mengkaji kebenaran suatu pengetahuan sehingga memperoleh hasil yang diharapkan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif asosiatif dengan pendekatan *ex post facto* dan metode angket. Deskriptif asosiatif merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dan metode untuk menguji kebenaran hipotesis. Oleh karena itu, metode deskriptif merupakan metode bagi peneliti untuk membuat gambaran minat berwirausaha (Y) yang sistematis, akurat dan nyata dalam kaitannya dengan pengetahuan kewirausahaan (X_1), Pemahaman *E-commerce* (X_2), dan *Locus of control* (X_3).

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berdasarkan data yang ada ditempat penelitian sehingga menggunakan pendekatan *ex post facto* dan angket. *Ex post facto* merupakan penelitian yang juga menguji hipotesis, dalam arti lain penelitian ini menjelaskan atau menemukan pengaruh dalam variabel-variabel dalam penelitian saling berhubungan atau berpengaruh. Selain itu, peneliti juga menggunakan metode angket untuk memperoleh dan mengumpulkan informasi mengenai populasi secara sistematis dan akurat. Angket merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur yang disebarakan kepada setiap sampel dipopulasi yang telah ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari hubungan antar variabel bebas yaitu Pengetahuan Kewirausahaan, Pemahaman *E-commerce* dan *Locus of control* dengan variabel terikat yaitu Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel adalah kunci dalam mencari dan memperoleh jawaban dari penelitian yang dilakukan. Populasi dan sampel ini terkait dalam upaya menghasilkan temuan penelitian yang akurat. Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok yang menjadi objek penelitian, sementara sampel adalah bagian dari populasi tersebut yang dipilih untuk diambil datanya. Hubungan antara populasi dan sampel sangat penting karena hasil penelitian dari sampel akan digunakan untuk menggambarkan atau membuat kesimpulan tentang keseluruhan populasi.

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2022: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif pendidikan ekonomi angkatan 2021 yang memiliki jumlah mahasiswa sebanyak 89 orang dan memiliki peluang yang sama dalam berwirausaha. Berikut adalah tabel jumlah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021.

Tabel 8. Data Jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Lampung, Angkatan 2021.

No	Angakatan	Jumlah Mahasiswa
1	2021	89
Jumlah		89

Sumber: Sistem Informasi Akademik Universitas Lampung, 2024

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2022: 81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Menurut Rusman (2023) Sampel yaitu bagian dari populasi (contoh), untuk dijadikan sebagai bahan penelaahan dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili (*representative*) terhadap populasinya. Sampel dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 yang berjumlah 89 mahasiswa. Dengan demikian, besarnya sampel yang akan dipakai pada penelitian ini berjumlah 89 orang responden.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *non probability sampling* yaitu teknik sampling jenuh (*saturation sampling*). Teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, teknik ini bergantung pada batasan peneliti dalam mengambil sampel.

Teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel jenuh digunakan ketika populasi penelitian relative kecil. Menurut Arikunto (2017) mengatakan bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, maka seluruh populasi menjadi sampel penelitian. tetapi jika subjeknya lebih dari 100 maka dapat diambil 10-15% atau 15-25% dari jumlah populasinya.

Berdasarkan keterangan tersebut, dengan jumlah populasi 89 maka dengan sampel jenuh dapat dilihat ukuran sampel yang harus dicapai pada penelitian ini adalah 89 mahasiswa. Adapun responden dari penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung.

3.4 Variabel Penelitian

Berdasarkan pendapat (Sugiyono, 2022: 39). Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

3.4.1 Variabel Bebas (*Independent*)

Sugiyono (2022: 39). Menjelaskan bahwa variabel bebas sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor* dan *antecedent*. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau juga menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas ini umumnya dilambangkan dengan X. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Pemahaman *E-commerce* (X_2), dan *Locus of Control* (X_3).

3.4.2 Variabel Terikat (*Dependent*)

Sugiyono (2022:39) menjelaskan variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dalam penelitian ini adalah Minat Berwirausaha (Y).

3.5 Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual merupakan penjelasan teoritis yang memberikan makna dan konteks terhadap variabel dalam suatu penelitian. Definisi konseptual sangat penting untuk memastikan kejelasan dan konsistensi penelitian serta untuk membangun landasan teoritis yang kuat. Definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.5.1 Pengetahuan Kewirausahaan (X₁)

Pengetahuan kewirausahaan adalah pemahaman dan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai konsep, proses, strategi, dan praktik yang berkaitan dengan penciptaan, pengelolaan, dan pengembangan usaha. Ini mencakup pemahaman tentang berbagai aspek seperti identifikasi peluang usaha, pengelolaan sumber daya, inovasi, risiko, dan strategi pemasaran yang diperlukan untuk keberhasilan dan pertumbuhan usaha.

3.5.2 Pemahaman *E-commerce* (X₂)

E-commerce merupakan kemajuan dari Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dibidang perdagangan. yang dapat dimanfaatkan untuk bertransaksi baik penjualan maupun pembelian melalui akses internet dengan menggunakan sistem elektronik. Sebagai transaksi jual-beli *e-commerce* dapat meningkatkan daya saing ekonomi dan mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang berkelanjutan di era *digital*.

3.5.3 *Locus of Control* (X₃)

Locus of Control dalam berwirausaha merupakan keyakinan individu dalam memulai usaha dan menghadapi risiko, karena dalam berwirausaha seseorang yang berani mengambil risiko tentu harus siap menanggung konsekuensinya terhadap kesuksesan dan kegagalan dalam usaha.

3.5.4 Minat Berwirausaha (Y)

Minat berwirausaha aktivitas seseorang terhadap ketertarikan dan keinginan memulai suatu usaha dengan keyakinan untuk memenuhi kehidupannya serta berani mengambil segala resiko yang akan terjadi, dan selalu belajar dari kesalahan.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan secara rinci tentang variabel, indikator variabel, dan skala pengukuran dengan tujuan untuk memperoleh nilai dalam penelitian. Menurut Sugiono (2019:221), definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya:

3.6.1 Pengetahuan Kewirausahaan

Indikator pengetahuan kewirausahaan yaitu pengetahuan dasar kewirausahaan, pengetahuan ide dan peluang usaha, pengetahuan tentang aspek-aspek usaha. Penilaian menggunakan skala interval dengan pendekatan *semantic differential* yaitu penskoran 1, 2, 3, 4, 5, 6, dan 7. Dimana skor 1 menunjukkan skor terendah (negatif/sangat tidak setuju), dan skor 7 menunjukkan skor tertinggi (positif/setuju). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sugiyono (2022:97) yang menyatakan bahwa *semantic differential* digunakan untuk mengukur sikap yang tersusun dalam satu garis kontinum dimana jawaban sangat positif terletak di bagian garis kanan garis, dan jawaban sangat negative terletak di bagian kiri garis, serta memperoleh data interval.

3.6.2 Pemahaman *E-commerce*

Indikator *e-commerce* yaitu mudah diakses, transaksi yang dilakukan, permodalan, transaksi aman, proses pelayanan cepat. Penilaian menggunakan skala interval dengan pendekatan *semantic differential* yaitu penskoran 1, 2, 3, 4, 5, 6, dan 7. Dimana skor 1 menunjukkan skor terendah (negatif/sangat tidak setuju), dan skor 7 menunjukkan skor tertinggi (positif/setuju). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sugiyono (2022:97) yang menyatakan bahwa *semantic differential* digunakan untuk mengukur sikap yang tersusun dalam satu garis kontinum dimana jawaban sangat positif terletak di bagian garis kanan garis, dan jawaban sangat negative terletak di bagian kiri garis, serta memperoleh data interval.

3.6.3 *Locus of Control*

Indikator *locus of control* yaitu keyakinan, tanggungjawab, dan pengambilan keputusan. Penilaian menggunakan skala interval dengan pendekatan *semantic differential* yaitu penskoran 1, 2, 3, 4, 5, 6, dan 7.

Dimana skor 1 menunjukkan skor terendah (negatif/sangat tidak setuju), dan skor 7 menunjukkan skor tertinggi (positif/setuju). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sugiyono (2022:97) yang menyatakan bahwa *semantic differential* digunakan untuk mengukur sikap yang tersusun dalam satu garis kontinum dimana jawaban sangat positif terletak di bagian garis kanan garis, dan jawaban sangat *negative* terletak di bagian kiri garis, serta memperoleh data interval.

3.6.4 Minat Berwirausaha

Indikator minat berwirausaha yaitu perasaan suka, ketertarikan seseorang, perhatian, dan interaksi. Penilaian menggunakan skala interval dengan pendekatan *semantic differential* yaitu penskoran 1, 2, 3, 4, 5, 6, dan 7. Dimana skor 1 menunjukkan skor terendah (negatif/sangat tidak setuju), dan skor 7 menunjukkan skor tertinggi (positif/setuju). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sugiyono (2022:97) yang menyatakan bahwa *semantic differential* digunakan untuk mengukur sikap yang tersusun dalam satu garis kontinum dimana jawaban sangat positif terletak di bagian garis kanan garis, dan jawaban sangat *negative* terletak di bagian kiri garis, serta memperoleh data interval.

Tabel 9. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Skala
1.	Pengetahuan Kewirausahaan (X ₁)	1. Pengetahuan dasar kewirausahaan 2. Pengetahuan ide dan peluang usaha 3. Pengetahuan tentang aspek-aspek usaha <i>(Hartini dkk, 2022)</i>	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>
2	Pemahaman <i>E-commerce</i> (X ₂)	1. Mudah diakses 2. Transaksi mudah dilakukan 3. Permodalan 4. Transaksi aman 5. Proses pelayanan cepat. <i>(Veronika, 2021)</i>	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>
3.	<i>Locus of control</i> (X ₃)	1. Keyakinan 2. Tanggungjawab 3. Pengambilan Keputusan	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>
4.	Minat Berwirausaha (X ₃)	1. Perasaan suka 2. Ketertarikan 3. Perhatian 4. Keterlibatan seseorang <i>(Tambunan & Rizky, 2024)</i>	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Alasan peneliti memilih observasi, kuesioner dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data adalah karena kedua metode ini dianggap relatif, efisien, dan efektif dalam mengumpulkan data yang relevan dengan populasi yang diteliti. Berikut penjelasan lebih rinci mengenai kuesioner dan dokumentasi:

3.7.1 Observasi

Menurut pendapat Hadi (dalam Sugiyono, 2022: 145) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Sugiyono (2022:145). Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui tentang minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021. Penggunaan teknik observasi ini dilakukan pada saat penelitian pendahuluan, observasi yang dilakukan oleh peneliti ialah untuk mencari data awal sebagai dasar penelitian ini dilakukan.

3.7.2 Kuisisioner (Angket)

Sugiyono (2022:142) menyatakan bahwa kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang pengetahuan kewirausahaan, pemahaman *e-commerce*, *locus of control* dan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung Angkatan 2021. Pada penelitian ini, peneliti membagikan kuisisioner secara *online* melalui *google formulir* yang disebar ke semua sampel yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.7.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan berfokus pada berbagai dokumen yang tersedia di lokasi penelitian. Jenis dokumentasi yang dapat dikumpulkan melalui teknik ini meliputi sumber - sumber yang relevan seperti gambar, tulisan artikel, dan dokumen relevan lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Dokumentasi dipilih sebagai

sumber untuk memperkuat sumber-sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menjadi valid, dapat dipertanggungjawabkan dan terpercaya.

3.8 Uji Persyaratan Instrumen

Uji persyaratan instrumen merupakan alat ukur dalam penelitian. Alat ukur yang baik harus memenuhi dua syarat yaitu validitas dan reliabilitas agar data yang diperoleh dapat dipercaya dan valid.

3.8.1 Uji Validitas Instrumen

Uji Validitas ini digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat mengukur apa yang diinginkan. sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas ini penting agar pertanyaan yang diajukan tidak menghasilkan data yang menyimpang dari gambaran variabel yang bersangkutan. Metode uji kevalidan yang sering digunakan dalam penelitian adalah metode *korelasi product moment* dengan cara mengkorelasikan antara masing-masing butir item pertanyaan dengan skor totalnya dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi) (\sum Yi)}{\sqrt{(n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2) (n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy}	= Nilai koefisien korelasi antara variabel X dan Y
N	= Jumlah sampel yang terlibat dalam penelitian
$\sum XY$	= Total nilai perhitungan antara skor item dengan total skor
$\sum X$	= Total skor dari butir pertanyaan yang diajukan
$\sum Y$	= Total skor total
$\sum X^2$	= Jumlah kuadrat dari skor pertanyaan
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat dari skor total

Dengan kriteria pengujian instrument dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dan $dk = n$ sampel yang diteliti, maka alat ukur dapat dikatakan valid, begitupun sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut tidak valid (Rusman, 2023:24).

Berdasarkan data yang telah didapatkan melalui hasil uji coba variabel pada 30 responden, kemudian dihitung menggunakan program SPSS dengan $dk = n = 30$ dan $r = 0,361$ maka diperoleh hasil berikut:

1) Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

Berdasarkan hasil dari pengujian validitas angket pada variabel pengetahuan kewirausahaan dari 15 item pertanyaan yang ada semua dinyatakan valid dimana nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga seluruh pernyataan dapat dipakai dalam penelitian. Berikut hasil rekapitulasi uji validitas instrument variabel pengetahuan kewirausahaan.

Tabel 10. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
X1.1	0,757	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.2	0,829	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.3	0,779	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.4	0,757	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.5	0,523	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.6	0,682	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.7	0,750	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.8	0,489	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.9	0,640	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.10	0,723	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.11	0,867	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.12	0,863	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.13	0,680	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.14	0,814	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.15	0,760	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

2) Pemahaman *E-commerce* (X_2)

Hasil pengujian validitas variabel pemahaman *e-commerce* yang terdiri dari 18 item pernyataan, dinyatakan bahwa semua item valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga seluruh item pernyataan dipakai dalam penelitian.

Tabel 11. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Pemahaman *E-commerce* (X_2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
X2.1	0,591	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.2	0,572	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.3	0,824	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.4	0,773	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.5	0,782	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.6	0,799	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.7	0,725	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.8	0,794	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.9	0,789	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.10	0,835	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.11	0,789	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.12	0,862	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.13	0,750	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.14	0,675	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.15	0,811	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.16	0,835	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.17	0,794	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.18	0,738	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

3) *Locus of Control* (X_3)

Hasil pengujian validitas variabel *locus of control* yang terdiri dari 13 item pernyataan, dinyatakan bahwa semua item valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga seluruh item pernyataan dapat dipakai dalam penelitian.

Tabel 12. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel *Locus of Control* (X_3)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
X3.1	0,630	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.2	0,441	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.3	0,576	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.4	0,511	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.5	0,371	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.6	0,674	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.7	0,815	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.8	0,684	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.9	0,702	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.10	0,709	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.11	0,550	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.12	0,423	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.13	0,422	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

4) Minat Berwirusaha (Y)

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel minat berwirusaha dari 18 item pernyataan, dinyatakan bahwa terdapat 17 item valid dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan 1 item tidak valid. Sehingga hanya 17 item pernyataan yang digunakan dalam penelitian.

**Tabel 13. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian
Variabel Minat Berwirausaha (Y)**

Item Pertanyaan	rhitung	rtabel	Kondisi	Simpulan
Y.1	0,601	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.2	0,599	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.3	0,742	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.4	0,704	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.5	0,794	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.6	0,760	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.7	0,802	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.8	0,834	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.9	0,786	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.10	0,795	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.11	0,820	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.12	0,872	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.13	0,485	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.14	0,475	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.15	0,822	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.16	0,780	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.17	0,636	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Y.18	0,278	0,361	r hitung > r tabel	Tidak Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas di atas terdapat 17 item pernyataan valid dan 1 item pernyataan yang dinyatakan tidak valid, maka peneliti hanya menggunakan 17 item pernyataan yang dinyatakan valid dan 1 item pernyataan yang tidak valid tersebut peneliti hilangkan.

3.8.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah uji metrik yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen pengukur atau tes dapat diandalkan atau konsisten dalam memberikan hasil yang sama pada setiap pengukuran yang dilakukan. Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrument, oleh karena itu walaupun instrument yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi pengujian reliabilitas instrument perlu dilakukan. Dalam buku statistika Rusman (2023) menjelaskan bahwa

banyak pilihan untuk menguji reliabilitas instrument, termasuk model *Alpha Cronbach*

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Tingkat reliabilitas instrument

k = Jumlah banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Jumlah total varians butir pertanyaan

σ^2 = Jumlah varians total

Peneliti menggunakan teknik *Alpha Cronbach* untuk untuk menguji setiap butiran pertanyaan agar dapat dipercaya dan digunakan dalam angket. Dengan adanya hasil perhitungan *Alfa Cronbach* kriteria pengujian, apabila rhitung > rtabel dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 maka pengukuran tersebut dinyatakan reliabel. Begitu pula sebaliknya, apabila rhitung < rtabel dengan tingkat signifikansi 0,05 maka pengukuran tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 14. Daftar Interpretasi Koefisien.

No	Koefisien r	Reliabilitas
1	0,8000-1,0000	Sangat Tinggi
2	0,6000-0,7999	Tinggi
3	0,4000-0,5999	Sedang
4	0,2000-0,3999	Rendah
5	0,0000-0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Rusman, 2023

Berikut adalah hasil analisis uji reliabilitas instrumen penelitian pada masing-masing variabel terhadap 30 responden.

1) Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

Uji reliabilitas dari variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dengan total sampel uji coba sebanyak 30 responden dan dihitung berdasarkan 15 item

pernyataan yang dinyatakan valid, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	15

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen pada variabel pengetahuan kewirausahaan (X_1) diperoleh *r Alpha* sebesar 0,935. Selanjutnya dapat diperoleh bahwa interpretasi koefisien *r* berada pada rentang 0,800-1,000. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki tingkat reliabilitas sangat tinggi.

2) Pemahaman *E-commerce* (X_2)

Uji reliabilitas dari variabel Pemahaman *E-commerce* (X_2) dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dengan total sampel uji coba sebanyak 30 responden dan dihitung berdasarkan 18 item pernyataan yang dinyatakan valid, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 16. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Pemahaman *E-commerce* (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.957	18

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen pada variabel pemahaman *e-commerce* (X_2) diperoleh *r Alpha* sebesar 0,957. Selanjutnya dapat diperoleh bahwa interpretasi koefisien *r* berada pada rentang 0,800-1,000. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki tingkat reliabilitas sangat tinggi.

3) *Locus of Control* (X_3)

Uji reliabilitas dari variabel *Locus of Control* (X_3) dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dengan total sampel uji coba sebanyak 30 responden dan dihitung berdasarkan 13 item pernyataan yang dinyatakan valid, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel *Locus of Control* (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.801	13

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen pada variabel pengetahuan kewirausahaan (X_1) diperoleh *r Alpha* sebesar 0,801. Selanjutnya dapat diperoleh bahwa interpretasi koefisien *r* berada pada rentang 0,800-1,000. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki tingkat reliabilitas sangat tinggi.

4) Minat Berwirausaha (Y)

Uji reliabilitas dari variabel Minat Berwirausaha (Y) dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dengan total sampel uji coba sebanyak 30 responden dan dihitung berdasarkan 17 item pernyataan yang dinyatakan valid, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 18. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel
Minat Berwirausaha (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.936	17

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen pada variabel minat berwirausaha (Y) diperoleh r *Alpha* sebesar 0,936. Selanjutnya dapat diperoleh bahwa interpretasi koefisien r berada pada rentang 0,800-1,000. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki tingkat reliabilitas sangat tinggi

3.9 Uji Persyaratan Analisis Data

Dalam menggunakan alat analisis *statistic parametic* tidak hanya membutuhkan data dalam bentuk interval dan rasio, tetapi juga diperlukan adanya persyaratan uji normalitas dan uji homegenitas.

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dari instrument yang digunakan memiliki distribusi data yang normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas yang dilakukan menggunakan statistik *Kolmogrov-Smirnov*.

Rumusan Hipotesis:

H_0 : Distribusi variabel normal.

H_1 : Distribusi variabel tidak normal

Dengan statistik uji yang digunakan sebagai berikut:

$$D = \max | F_0(X_i) - S_n(X_i) | \quad I = 1,2,3,\dots$$

Dimana:

$F_0(X_i)$ = fungsi distribusi frekuensi kumulatif relative dari distribusi teoritis dalam kondisi H_0 .

$S_n(X_i)$ = distribusi frekuensi kumulatif dari pengamatan sebanyak n .

Rumusan Hipotesis:

H_0 : Data berdistribusi normal.

H_1 : Data tidak berdistribusi normal.

3.9.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang homogen atau tidak. Pada penelitian ini uji homogenitas yang digunakan adalah metode Uji *Levene Statistic*. Dimana data dikatakan homogen apabila nilai signifikansi > nilai alpha yang digunakan adalah 5%.

Rumus *Levene Statistic*

$$W = \frac{(n - k)}{(k - 1)} \frac{\sum_{i=1}^k n_i (\bar{Z}_i - \bar{Z}_{..})^2}{\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (Z_{ij} - \bar{Z}_i)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel penelitian

k = Banyaknya kelompok

Z_{ij} = [$Y_{ij} - Y_i$]

Y_i = Rata-rata dari kelompok ke- i

\bar{Z}_i = Rata-rata dari kelompok Z_i

$\bar{Z}_{..}$ = Rata-rata menyeluruh dari Z_{ij}

Ketentuan dari pengujian ini adalah jika $W < F_{tabel}$, maka data sampel dalam populasi adalah sama/bersifat homogen, namun jika $W > F_{tabel}$, maka disimpulkan bahwa data sampel dalam populasi peneliti adalah

tidak sama/tidak homogen. Tingkat Signifikansi yang digunakan adalah 0.05 dan $dk = n-1$, maka ditentukan rumusan hipotesis berikut:

H_0 : Varians populas adalah homogen

H_1 : Varians populasi adalah tidak homogen.

Kriteria Pengambilan Keputusan:

1. Jika Probabilitas (Sig) > 0.05 maka H_0 diterima, yang berarti bahwa varians data populasi penelitian sama/bersifat homogen. Sebaliknya,
2. Jika Probabilitas (Sig) < 0.05 maka H_1 ditolak, yang berarti varians data populasi penelitian bersifat tidak sama atau tidak homogen.

3.10 Pengujian Hipotesis

Uji Analisis Data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *product moment* dan korelasi berganda, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefesien korelasi X dan Y

N = Jumlah Responden

XY = Produk dari X dan Y

X^2 = Kuadrat X

Y^2 = Kuadrat Variabel Y

Untuk menguji tingkat signifikansi dapat dilakukan dengan stastistik t dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dengan kriteria: Tolak H_0 apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $dk = n - 2$ dan α tertentu, sebaliknya H_0 diterima.

Menurut Sugiyono bahwa korelas ganda yaitu untuk menguji hipotesis tentang hubungan antar variabel independent atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel dependen.

Adapun rumus analisis korelasi berganda (*multiple correlation*) rumusnya sebagai berikut:

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

(Riduwan dalam Rusman 2023:40)

Untuk menguji tingkat signifikansi terhadap koefisien korelasi ganda digunakan statistic F dengan rumus:

$$Fh = \frac{R_{yx_1x_2}^2 / k}{(1 - R_{yx_1x_2}^2) / (n - k - 1)}$$

Kriteria pengujian hipotesis tolak H_0 apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan dk pembilang = k dan dk penyebut = $n - k - 1$ dan α .

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan mengenai pengetahuan kewirausahaan, pemahaman *e-commerce*, dan *locus of control* dengan minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan mahasiswa maka akan semakin tinggi pula ketertarikan mahasiswa untuk berwirausaha, begitupun sebaliknya semakin rendah pengetahuan kewirausahaan maka akan semakin rendah pula ketertarikan mahasiswa untuk berwirausaha.
2. Terdapat hubungan antara variabel pemahaman *e-commerce* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung. Oleh karena itu, Seseorang yang memiliki pemahaman yang baik tentang *e-commerce* cenderung lebih termotivasi dan mampu memunculkan ide-ide baru untuk memulai usaha. Dengan demikian, apabila seseorang memiliki pemahaman *e-commerce* yang baik, kemungkinan besar akan mempunyai minat yang besar juga untuk berwirausaha.
3. Terdapat hubungan antara *locus of control* dengan minat berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi *locus of control* yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin tinggi pula keyakinan dan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dalam hal ini *Locus of control* merupakan keyakinan yang

dimiliki oleh mahasiswa dalam berwirausaha, dimana keyakinan tersebut ditentukan oleh kemampuan dan usahanya sendiri secara mandiri.

4. Terdapat hubungan antara pengetahuan kewirausahaan, pemahaman *e-commerce* dan *locus of control* dengan minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 FKIP Universitas Lampung. Apabila semakin banyak mahasiswa mendapatkan pengetahuan kewirausahaan, memiliki pemahaman yang baik terkait *e-commerce* dan memiliki *locus of control* yang tinggi, maka akan semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk berwirausaha.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengetahuan kewirausahaan, pemahaman *e-commerce* dan *locus of control* dengan minat berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung, maka saran yang ingin disampaikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa dapat meningkatkan pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki dengan mengikuti kegiatan wirausaha yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi seperti seminar, *workshop*, program keaktifitas mahasiswa, ataupun mentoring oleh praktisi bisnis yang dapat memberikan wawasan terkait berwirausaha.
2. Mahasiswa dapat meningkatkan pemahaman *e-commerce* sebagai media untuk berwirausaha agar dapat memberikan keuntungan bagi mahasiswa kelak. Bagi pihak kampus diharapkan untuk dapat meningkatkan kualitas pembelajaran dengan menyediakan sarana dan prasarana yang lebih memadai dalam memberikan pelatihan kewirausahaan yang sesuai dengan perkembangan teknologi. Hal ini dikarenakan *e-commerce* dapat membuat mahasiswa lebih kreatif dan inovatif mengembangkan ide baru untuk berwirausaha, sehingga mahasiswa dapat mempunyai penghasilan sendiri tanpa modal besar dan keterbatasan yang mahasiswa miliki.

3. Mahasiswa dapat meningkatkan *locus of control* dengan berbagai cara salah satunya mahasiswa menjalankan usaha kecil secara mandiri agar terbiasa menghadapi berbagai situasi yang memerlukan pengambilan keputusan. Selain itu, keterlibatan dalam organisasi kemahasiswaan atau komunitas kewirausahaan juga dapat membantu mahasiswa belajar mengelola tanggung jawab dan mengasah keterampilan kepemimpinan.
4. Untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan judul yang serupa diharapkan dapat menambah variabel bebas lainnya, menyempurnakan model penelitian, menambahkan teori pendukung serta menambah jumlah sampel yang lebih besar, sehingga dapat diketahui faktor lainnya yang mampu mempengaruhi minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D., & Septiany, F. R. 2019. Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha: (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka). *Jurnal Co Management*, Vol.1, No. 03, Hal.316-331.
- Agusra, D. 2021. Pengaruh Pengetahuan, Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, Vol. 2, No 1, Hal 68-76.
- Aini, Q., & Oktafani, F. 2020. Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas komunikasi dan bisnis telkom university. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.17, No 02, Hal. 151-159. E-ISSN: 1829-9822.
- Amadea, P. T., & Riana, I. G. 2020. Pengaruh motivasi berwirausaha, pengendalian diri, dan lingkungan keluarga terhadap niat berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No 4, Hal 1594-1613. ISSN: 2302-8912.
- Anand, F., & Meftahudin, M. 2020. Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, Vol 2, No.1, Hal. 88-97. e -ISSN: 2716-2583.
- Anora, S. D. 2023. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Pegawai Negeri Sipil (PNS) Di Kejaksaan Negeri Batanghari). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol. 12, No. 03, Hal.819-832. E-ISSN: 2685-9424
- Anova, N. 2022. Pengaruh Locus of Control Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa di Smart Fast Global Education Pekanbaru. *SAINS AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, Vol. 1, No. 4, Hal. 252-259, e-ISSN: 2829-1697.
- Aputra, A., Sukmawati, S., & Aziz, N. 2022. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *Tata Kelola*, Vol. 9, No.1, Hal.106-125.

- Ardian, F., & Nawawi, Z. M. 2022. Pentingnya Pemahaman E-Commerce Bagi Masyarakat di Era Digital. *Economic Reviews Journal*, Vol.1, No.2, Hal. 109-120, E-ISSN: 2830-6449.
- Arikunto, S. 2017. Pengembangan instrumen penelitian dan penilaian program. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 53.
- Arta, I. K. A., & Sujana, I. K. 2024. E-Commerce, Literasi Keuangan, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi. Vol. 34, No.3, Hal.597-610, e-ISSN: 2302-8556.
- Aqmala, D., Putra, F. I. F. S., & Suseno, R. A. 2020. Faktor-Faktor yang membentuk minat berwirausaha mahasiswa program studi manajemen Universitas Dian Nuswantoro. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, Vol. 22, No. 1, Hal. 60-70
- Bambang Setyo Utomo, B. 2022. Pengaruh Keluarga, Pendidikan dan E-Commerce Pada Peningkatan Minat Wirausaha, Studi pada Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957. *Portofolio: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.1, No. 2, Hal. 133-143, e-ISSN: 2829-6109.
- Bidasari, B., & Maryati, M. R. 2020. Pengaruh Lingkungan, Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan E-commerce pada Peningkatan Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UPI YAI. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, Vol. 3, No. 1, Hal. 20-29.
- Blegur, A., & Handoyo, S. E. 2020. Pengaruh pendidikan kewirausahaan, efikasi diri dan locus of control terhadap intensi berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol 2, No. 1, Hal. 51-61.
- Budiwanto, S. 2017. Metode Statistika. Malang: Universitas Malang
- Cahyaningsih, F., & Erawati, T. 2025. Minat Berwirausaha Mahasiswa: Pemahaman Kemajuan Teknologi E-Commerce Dan Pemahaman Marketplace. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, Vol.9, No.1, Hal.1-10.
- Delvisa, E. 2023. Pengaruh *E-Commerce*, Pengetahuan Kewirausahaan dan Sistem Informasi Akuntansi pada Minat Berwirausaha. *Jurnal EMT KITA*, Vol 7, No. 3, Hal. 630-636.
- Diana, I. K. W., I Komang, W., & Suroto. 2022. Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Kebebasan Dalam Bekerja dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Produktivitas* Vol.9, No. 01, Hal. 17-23.
- Dwijayanti, R. 2015. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Locus of Control, dan Kebutuhan Berprestasi Terhadap Pembentukan Sikap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 2, Hal. 170-180.
- El Fithria, L., Safitri, D., & Sujarwo, S. 2024. Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan Dengan Minat Berwirausaha di Marketplace Pada Mahasiswa Pendidikan IPS

Universitas Negeri Jakarta. *SOSIAL: Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS*, Vol. 2, No2, Hal. 149-159.

Estuwijaya, W., Eryanto, H., & Faslah, R. 2023. Pengaruh *Locus of Control*, *Need for Achievement*, dan *Risk Tolerance* Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 4, Hal. 361-375, e-ISSN: 2623-2634.

Fatmaningrum, A., & Sijabat, R. 2024. Pengaruh Literasi Kewirausahaan, *Locus of Control*, *Self efficacy*, Kepribadian Entrepreneurship Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa FEB UPGRIS. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol.4, No. 1, Hal. 51-68. E-ISSN: 2827-7961.

Fauzan, F. 2019. Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Locus of Control Internal Terhadap Motivasi Berwirausaha Bagi Lulusan Prodi Manajemen Unihaz Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, Vol. 2, No.1, Hal. 25-34. e-ISSN: 2621-10992.

Gheta, A. P., & Meylano, N. H. 2022. Pengaruh faktor motivasi kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat kewirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Nusa Nipa Maumere. *Distribusi-Journal of Management and Business*, Vol. 10, No.1.

Gultom, E. 2021. Pengaruh *E-commerce*, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol. 2, No. 2, Hal. 40-46, e-ISSN: 2716-4128.

Hartini, H., Wardhana, A., Normiyati, N., & Sulaiman, S. 2022. Peran self-efficacy dalam meningkatkan minat berwirausaha women entrepreneur yang dimediasi oleh pengetahuan kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 18, NO. 2, Hal 132-148. e-ISSN: 2502-4578.

Hasniati, H., & Syahrudin, S. 2022. Pengaruh motivasi dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, Vol.22, No.3, Hal. 541-550.

Hermawan, I., Reniawaty, D., Pramuditha, P., & Fussyi, M. I. 2022. Pelatihan E-Commerce Untuk Mendapatkan Peluang Bisnis Bagi Mahasiswa Politeknik LP3I Bandung Pasca Pandemi Covid 19 (bekerjasama dengan UMKM Kirihuci sebagai pelatih e-commerce). *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, Vol.8, No. 1, Hal. 96-106.

Hidayah, N. L., & Fitriyah, H. 2023. Pengaruh *E-Commerce*, Modal Usaha, Ekspektasi Pendapatan, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan

Keputusan Berwirausaha dengan Self-Efficacy Sebagai Variabel Moderasi. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, Vol.19, No.2, Hal.153-164.

- HM, M. A. 2024. *Pengantar Kewirausahaan: Teori dan Aplikasi*. Prenada Media.
- Indriyani, I., & Subowo, S. 2019. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, Vol.8, No.2, Hal.470-484.
- Julindrastuti, D., & Karyadi, I. 2022. Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Tadbir Peradaban*, Vol. 2, No. 1, Hal.7-20, E- ISSN: 2775-1872.
- Kintoko, Rahmawati. D.N. dan Saputra.K.R. 2022. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: UPY Press
- Lai, A., & Widjaja, O. H. 2023. Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi terhadap keberhasilan UMKM kedai kopi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol. 5, No. 3, Hal. 576-584, e-ISSN: 2657-0025.
- Laksmo, R., Toyib, M., Mardiah, A., Utomo, S. B., & Prihadi, D. J. 2024. Pengaruh Digital Marketing, E-Commerce Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenial. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, Vol 4, No.5, ISSN: 2684-2695.
- Lovita, E., & Susanty, F. 2021. Peranan Pemahaman E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Bagi Kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol. 18, No.02, Hal. 47-54, E-ISSN: 2527-8320.
- Manik, S. A., & Usman, B. 2024. Pengaruh E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi, Lingkungan Keluarga, dan Locus of Control terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, Vol. 6, No. 4, Hal. 1827-1843. E-ISSN: 2656-4691.
- Maydiantoro, A., Jaya, M. T. B. S., Hestiningtyas, W., & Rahmawati, R. 2021. Pendampingan UMKM menuju digitalisasi marketing upaya kebangkitan di era new normal. *J. Kreat. Pengabd. Kpd. Masy*, Vol.4, No.6, Hal. 1530-1539. E-ISSN: 2622-6030.
- Maydiantoro, A., Putri, R. D., & Bangun, D. (2015). Analisis Jiwa Kewirausahaan Siswa dan Kompetensi Guru Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Progresif*, Vol5, No.2, Hal. 143-148.
- Melinda, R. D., Yohana, C., & Fadillah, N. 2023. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah*

Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, Vol 2, No.3, Hal.911-924. e- ISSN: 2809-8544.

- Munia, N. S., Ningsih, N. D., Widi, P., Pratiwi, R., & Nuha, M. U. 2023. Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha (Study empiris mahasiswa aktif angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wahid Hasyim). *Konferensi Nasional Ekonomi, Bisnis dan Studi Islam*, 1(1).
- Naini, I. N., & Kamalia, P. U. 2023. Pengaruh Internal Locus of Control, Environment dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Administration and Educational Management (ALIGNMENT)*, Vol. 6, No.2, e-ISSN 252-262.
- Nadya, L., Winatha, I. K., & Nurdin, N. (2018). Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi Berwirausaha, Kreativitas dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha. *JEE (Jurnal Edukasi Ekobis)*, Vol 6, Hal 9.
- Nasri, B. S. 2024. Pengaruh Literasi Digital dan Penggunaan E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha Digital pada Generasi Z. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, No.3, Vol.3, Hal. 305-316, e-ISSN: 2963-5292.
- Nizma, C., & Siregar, D. A. 2018. Analisis Pengaruh *Locus of control, Need For Achievement* dan *Risk Taking* Terhadap Intensi Berwirausaha Alumni Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan. *Ekonis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.19, No. 1, E-ISSN: 2549-5003.
- Noviantoro, G., & Rahmawati, D. 2018. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, Vol. 6, No.1.
- Nuraeni, Y. A. 2022. Peran pendidikan dalam pembentukan jiwa wirausaha: Pendidikan kewirausahaan. *Jurnal Ilmu Pendidikan (ILPEN)*, Vol.1, No. 2, Hal 38-53. e-ISSN: 2830-3709.
- Nursita, L. 2021. Dampak Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, Vol. 7, No 3, Hal. 83-88, E-ISSN:2656-940X.
- Polindi, M. 2019. Pengaruh Karakter Entrepreneur Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Empiris pada Santri di Pondok Pesantren Al-Ittifaq Ciwidey Bandung). *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 1, Hal. 63-82, e-ISSN: 2621-668X.
- Puspita, J. 2022. Pengaruh E-commerce, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha (Studi Kasus

Mahasiswa Kos di Lingkungan Kampus UIN Raden Intan Lampung). *Journal of Accounting Taxing and Auditing (JATA)*, Vol. 3, No. 1, e-ISSN: 2746-2552.

Putra, M. P., Wanda, R., Yatno, S. E., MM, L. D. D., & Kurniawan, M. P. I. 2024. Buku Ajar Kewirausahaan. PT Penerbit Media Indonesia: Medan.

Putri, W. A., & Kramadibrata, B. S. 2022. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan *Locus of Control* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Media Nusantara Citra. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol.2, No.2, Hal. 34-45, e-ISSN: 2827-7961.

Ramadhani, A. N., Fasa, M. I., & Suharto, S. 2022. Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada *E-Commerce*: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Vol.15, No.01, Hal. 111-119. e-ISSN: 2721-7213.

Retnofuri, L., & Mulatsih, N. T. 2024. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Desa Bedoyo. *Excess: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 1, No.02, Hal. 1-13.

Rosmiati, R., Junias, D. T. S., & Munawar, M. 2015. Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 17, No. 1, Hal. 21-30. E-ISSN: 2338-8234.

Rostina, R., & Aransyah, M. F. 2023. Pengaruh Literasi Kewirausahaan Lingkungan Keluarga dan *Locus of Control* terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Mulawarman. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol.11, No.1, Hal. 276-287.

Rusman, T. 2023. *Statistika Inferensial & Aplikasinya SPSS*. Aura: Bandarlampung

Santoso, E., Isro'iyah, L., & Wahyudiantoro, A. K. 2023. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung. *BEMJ: Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, Vol 2, No 1, Hal 21-26. E-ISSN: 2963-4539.

Saragih, N. 2020. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 20, No. 2, Hal.270-280, E-ISSN: 2685-7294.

Saragih, N., Purba, S., & Purba, B. 2022. Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kepribadian dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 22, No. 2, Hal. 414-428, E-ISSN: 2685-7294.

- Setiani, I., Hestiningtyas, W., Winatha, I. K., & Nurdin, N. 2022. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Modal Usaha dan Ekspetasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa. *Edunomia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, Vol 3, No.1, Hal.83-92. E-ISSN: 2746-5586.
- Sitorus, I. F. A. I., Nawawi, Z. M., & Jannah, N. 2024. Pengaruh E-Commerce dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Fresh Graduate dengan Modal Sebagai Variabel Moderating. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol.5, No3, Hal.1237-1252. E-ISSN 2747-0490.
- Slamet, G., & Fitrianto, Y. 2020. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol. 14, No. 02.
- Sore, A. D., Fitriani, M. S., & Suriyanti, Y. 2024. Pengaruh Locus of Control dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha di Era Society 5.0 Pada Mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, Vol.9, No.1, Hal 240-250. E-ISSN 2541-0938.
- Sumarni, S., Abdullah, E., & Nasir, M. 2020. Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Dan *Internal Locus of Control* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Puangrimaggalatung. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, Vol, 5. No.2, Hal. 151-158. E-ISSN: 2541-7088.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpti, E., & Muhammad, M. 2022. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga Dan Locus of Control Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, Vol. 5, No 2, Hal. 90-102.
- Suratno, F. K., & Rosmiati, A. K. 2020. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa/i Pada SMK Negeri 1 Kota Sungai Penuh. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. Vol.1, No. 5, E-ISSN: 2686-4924.
- Suryadi, E., & Samuel, S. 2022. Analisis Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Dan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Management. *Journal of Accounting and Management Innovation*, Vol.6, No.1, Hal. 67-83.
- Tambunan, E. R. B., & Rizky, M. C. 2024. Problem Solving Penggunaan Medi Sosial dan Kreativitas untuk meningkatkan minat berwirausaha Pada. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1 No.02, Hal. 546-554. E-ISSN: 3047-6240.

- Trihudyatmanto, M. 2019).Membangun minat berwirausaha mahasiswa dengan pengaruh faktor *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan gender. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, Vol. 6, No. 2, Hal. 93-103. E-ISSN: 2614-3763.
- Veronika, K., Yohana, C., & Fidhyallah, N. F. 2021. Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan E-Commerce dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, Vol. 2, No. 1, Hal. 309-324.
- Violin, V., & Asdar, M. 2021. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Wirausaha.*YUME: Journal of Management*, Vol.4, No. 3. Hal 469 - 482. E-ISSN: 2614-851X.
- Widnyana, I. W., Widyawati, S. R., & Warmana, G. O. 2018. Pengaruh pemberian mata kuliah kewirausahaan dan pelatihan wirausaha terhadap minat wirausaha ekonomi kreatif pada mahasiswa unmas denpasar.*Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, Vol. 1, No. 1, Hal. 171-177. E-ISSN: 2621-0398.
- Wijaya, A., & Nuringsih, K. 2024. Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan, dan Kreativitas dapat Memengaruhi Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol. 6, No 02, Hal. 284-291. E-ISSN:2657-0025.
- Yanti, A. 2019. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, *Locus of control* dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vol. 2, No.2, Hal. 268-283, e-ISSN: 26223-2634.
- Zakirasli, A. 2024. Pengaruh E-Commerce terhadap minat masyarakat dalam berwirausaha. *Jurnal Nasional Teknologi Komputer*, Vol. 4, No. 1, Hal. 1-10. E-ISSN: 2808-7801