

PENGARUH E-COMMERCE, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN KAMPUS TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA

Dwi Fitri Yani ^{1*}, Iskandar Ali Alam ²

Program Studi Manajemen¹, Program Studi Manajemen²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis¹, Fakultas Ekonomi dan Bisnis²
Universitas Bandar Lampung¹, Universitas Bandar Lampung²

*Correspondent Author: dwi.22011239@student.ubl.ac.id ,

Email Author: iskandar@ubl.ac.id

Received: January 28, 2026. **Revised:** February 20, 2026.

Accepted: March 28, 2026. **Issue Period:** Vol.10 No.2 (2026),
Pp.387-397

Abstrak: Tingginya tingkat pengangguran lulusan perguruan tinggi di Indonesia menunjukkan perlunya alternatif solusi melalui penguatan kewirausahaan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh e-commerce, pengalaman kewirausahaan, dan lingkungan kampus terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Universitas Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berskala Likert terhadap 76 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS, yang didahului oleh uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan e-commerce, pengalaman kewirausahaan, dan lingkungan kampus berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Secara parsial, e-commerce dan lingkungan kampus berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, sedangkan pengalaman kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan. Lingkungan kampus merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,723 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan 72,3% variasi minat berwirausaha mahasiswa. Temuan ini menegaskan pentingnya peran teknologi digital dan ekosistem kampus yang kondusif dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa, sementara pengalaman kewirausahaan perlu diperkuat melalui pendekatan pembelajaran yang lebih aplikatif.

Kata kunci: E-Commerce; Lingkungan Kampus; Minat Berwirausaha; Mahasiswa; Kewirausahaan

Abstract: The high unemployment rate of college graduates in Indonesia indicates the need for alternative solutions through strengthening student entrepreneurship. This study aims to analyze the influence of e-commerce, entrepreneurial experience, and the campus environment on the entrepreneurial interest of undergraduate students in Management at Bandar Lampung University. This study uses an associative quantitative approach with a survey



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2289

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

method. Data were collected through a closed-ended Likert-scale questionnaire from 76 respondents selected using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using multiple linear regression using SPSS, preceded by validity and reliability tests, and classical assumption tests. The results show that e-commerce, entrepreneurial experience, and the campus environment simultaneously have a significant effect on students' entrepreneurial interest. Partially, e-commerce and the campus environment have a positive and significant effect on entrepreneurial interest, while entrepreneurial experience has no significant effect. The campus environment is the variable with the most dominant influence. The coefficient of determination (Adjusted R²) value of 0.723 indicates that the three independent variables are able to explain 72.3% of the variation in students' entrepreneurial interest. These findings underscore the importance of digital technology and a conducive campus ecosystem in fostering students' entrepreneurial interest, while entrepreneurship experiences need to be strengthened through more hands-on learning approaches.

Keywords: E-Commerce; Campus Environment; Entrepreneurial Interest; Students; Entrepreneurship

I. PENDAHULUAN

Data Badan Pusat Statistik (BPS 2021) mengungkapkan bahwa jumlah kemiskinan terbuka di Indonesia mencapai 8.746.008 orang pada Februari 2021, menunjukkan peningkatan sebesar 26,3% dibandingkan periode Februari tahun sebelumnya. Dari keseluruhan angka tersebut, sekitar satu juta orang adalah lulusan perguruan tinggi, yang menandakan ketidakmampuan sistem penyerapan tenaga kerja dalam menampung kelompok berpendidikan tinggi secara memadai.

Dalam rangka menanggulangi fenomena ini, pemerintah menerapkan pendekatan strategi berupa pemberdayaan lulusan perguruan tinggi untuk terjun ke bidang kewirausahaan. Wirausahawan profesional menawarkan alternatif karir yang tidak hanya menjamin kemandirian ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja baru serta pengurangan angka kemiskinan secara keseluruhan di tingkat nasional Indonesia. Hal serupa dirumuskan dalam Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, kewirausahaan dikonseptualisasikan sebagai wujud semangat, sikap, perilaku, dan kapabilitas individu dalam mengelola usaha atau kegiatan yang fokus pada eksplorasi, inovasi, serta penerapan metode kerja, teknologi, dan produk baru dengan efisiensi tinggi, guna meningkatkan kualitas pelayanan dan optimalisasi profitabilitas [2].

Trajektori pertumbuhan ekonomi suatu negara pada hakikatnya bergantung pada kuantitas wirausahawan yang ada. Secara normatif, suatu negara idealnya memerlukan minimal 10% populasi dengan orientasi kewirausahaan, mengingat kelompok ini berfungsi sebagai motor penggerak utama dinamika ekonomi nasional. Namun tingkat kewirausahaan di Indonesia masih berada pada ambang yang rendah. Seperti yang diungkapkan Menteri Badan Usaha Milik Negara Erick Thohir (2021), rasio kewirausahaan Indonesia hanya 3,47%, berada di bawah level negara-negara Asia Tenggara lainnya seperti Malaysia (4,74%), Thailand (4,26%), dan Singapura (8,76%). Di sisi lain, Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Teten Masduki (2021) mengusulkan target peningkatan rasio tersebut menjadi 4% pada tahun 2024.

Meskipun demikian, tingkat minat mahasiswa terhadap kewirausahaan masih minim. Sebagian besar siswa cenderung mengadopsi orientasi sebagai pencari kerja (job seeker) setelah menyelesaikan studi, daripada berperan sebagai pencipta lapangan kerja (job pencipta). Ironisnya, mahasiswa mewakili kelompok dengan



potensi optimal untuk kewirausahaan, didukung oleh basis pendidikan formal, kemudahan akses teknologi, dan ekosistem pembelajaran yang layak. [3] menegaskan bahwa paradigma penataan berpikir generasi muda menjadi elemen krusial untuk membentuk ketahanan ekonomi mandiri serta keberanian dalam berinovasi melalui inisiatif bisnis.

Kemajuan teknologi informasi era kontemporer menyediakan akses peluang yang luas bagi pelajar dalam menginisiasi usaha melalui e-commerce. E-commerce didefinisikan sebagai proses pertukaran barang dan jasa secara elektronik melalui saluran internet, televisi, atau jaringan komputer [4]. Dengan memanfaatkan platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Instagram, mahasiswa dapat mengelola operasi bisnis digital dengan biaya modal yang rendah serta jangkauan pasar yang luas. Oleh karena itu, e-commerce dianggap sebagai komponen strategi yang mampu memicu peningkatan minat kewirausahaan di kalangan pelajar [5] [6]

Di sisi lain, pengetahuan kewirausahaan menjadi variabel kunci yang memodulasi minat berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi diantisipasi tidak hanya terfokus pada dimensi teoritis, tetapi juga membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir kewirausahaan [7]. Di Universitas Bandar Lampung (UBL), mata kuliah Kewirausahaan terinspirasi sebagai mata kuliah wajib dalam program S1 Manajemen, yang memberikan pemahaman holistik tentang strategi perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan usaha secara profesional [8].

Lebih jauh, lingkungan kampus memegang peran sentral dalam memupuk minat kewirausahaan. Iklim kampus yang kondusif, yang diperkaya dengan program seperti komunitas wirausaha mahasiswa, inkubator bisnis, pelatihan startup, dan bimbingan dari dosen pakar, dapat memperkuat motivasi serta mendorong mahasiswa untuk melakukan uji coba dalam praktik usaha [9]. Perguruan tinggi yang memfasilitasi inovasi dan kreativitas memiliki kapasitas untuk menghasilkan lulusan yang mandiri dan kompetitif dalam konteks pasar internasional.

Meski begitu, berdasarkan pengamatan awal, sejumlah mahasiswa masih belum memanfaatkan secara maksimal fasilitas dan peluang yang disediakan oleh kampus. Mayoritas dari mereka mengonsepan kewirausahaan sebagai pilihan tambahan, bukan sebagai trayek karir primer. Situasi ini mengimplikasikan bahwa, meskipun infrastruktur digitalisasi dan dukungan institusional telah tersedia secara melimpah, minat kewirausahaan mahasiswa belum sepenuhnya terealisasi.

Dari sintesis uraian di atas, tiga faktor independen utama yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa adalah e-commerce, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan kampus. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul: “Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan Kampus terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Universitas Bandar Lampung).”

II. METODE DAN MATERI

Landasan Teori

Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior/TPB), yang dikembangkan oleh [10] sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action [11], menyatakan bahwa niat (intention) merupakan prediktor terdekat dan paling kuat terhadap perilaku aktual seseorang. Niat ini dibentuk oleh tiga faktor utama yang saling berinteraksi: sikap terhadap perilaku (attitude toward the behavior), yang mencerminkan evaluasi individu terhadap hasil yang diharapkan dari perilaku tersebut berdasarkan keyakinan tentang manfaat atau kerugiannya; norma subjektif (subjective norm), yaitu persepsi individu mengenai tekanan sosial dari orang-orang penting di sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau otoritas, yang memengaruhi rasa kewajiban untuk melakukan atau menghindari perilaku; serta kontrol perilaku yang dirasakan (perceived behavioral control), yang



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2289

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

menggambarkan keyakinan individu tentang kemampuan, sumber daya, dan peluang yang dimiliki untuk melaksanakan perilaku tersebut, termasuk mengantisipasi hambatan potensial. Teori ini menekankan bahwa meskipun niat kuat, perilaku aktual juga dipengaruhi langsung oleh tingkat kontrol yang dirasakan, terutama dalam situasi di mana faktor eksternal seperti akses teknologi atau dukungan lingkungan memainkan peran krusial.

Dalam konteks kewirausahaan, khususnya minat berwirausaha mahasiswa, TPB telah diadaptasi secara luas untuk menjelaskan "entrepreneurial intention" sebagai niat untuk memulai dan mengelola usaha [12]. Misalnya, sikap terhadap perilaku dapat dibentuk oleh pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh melalui pendidikan formal, seperti mata kuliah wajib di Program S1 Manajemen Universitas Bandar Lampung (UBL), yang membentuk persepsi positif tentang manfaat berwirausaha seperti kemandirian ekonomi dan inovasi. Norma subjektif dapat dipengaruhi oleh lingkungan kampus, di mana dukungan dari dosen, rekan sebaya, dan program seperti inkubator bisnis atau komunitas wirausaha menciptakan tekanan sosial positif yang mendorong norma berwirausaha sebagai pilihan karir utama. Sementara itu, kontrol perilaku yang dirasakan dapat ditingkatkan oleh e-commerce, yang menyediakan akses mudah ke platform digital seperti Shopee atau Tokopedia, sehingga mengurangi persepsi kesulitan dalam memulai usaha dengan modal rendah dan jangkauan pasar luas. Integrasi ketiga variabel independen ini e-commerce, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan kampus dalam kerangka TPB memungkinkan analisis pengaruh parsial dan simultan terhadap minat berwirausaha sebagai variabel dependen, di mana niat mahasiswa diukur melalui skala standar seperti pernyataan "Saya berniat memulai usaha setelah lulus" untuk menguji hipotesis regresi.\

Pengetahuan Kewirausahaan

Berdasarkan [13] kewirausahaan sejatinya adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari nilai (value), kemampuan (ability), dan perilaku (behavior) seseorang dalam menghadapi tantangan hidup guna memperoleh peluang risiko yang mungkin dihadapi. Salah satu aspek penting dalam berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan, karena dengan memiliki pengetahuan yang memadai atau cukup maka seseorang akan mampu mengelola usahanya dengan baik [14]. Berdasarkan [15] pengetahuan kewirausahaan adalah segala bentuk informasi (ingatan dan pemahaman) tentang bagaimana menjalankan usaha sehingga menimbulkan keberanian untuk mengambil resiko dalam merintis, menjalankan, dan mengembangkan usaha. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan merupakan pemahaman tentang cara berusaha yang berasal dari dalam diri sendiri untuk mengelola usaha dengan baik.

Lingkungan Kampus

Lingkungan kampus, sebagai faktor eksternal yang krusial, berpotensi memengaruhi perilaku, motivasi, serta minat mahasiswa secara signifikan. Sebagaimana dikemukakan oleh [16], lingkungan kampus yang higienis, nyaman, dan didukung oleh infrastruktur pembelajaran yang memadai dapat secara efektif meningkatkan motivasi belajar serta kreativitas mahasiswa. Studi oleh [9] secara empiris menunjukkan bahwa lingkungan kampus memiliki pengaruh yang substansial terhadap motivasi belajar dan ketertarikan mahasiswa untuk berinovasi. Dalam perspektif kewirausahaan, lingkungan kampus yang kondusif dapat berfungsi sebagai katalisator bagi munculnya konsep bisnis inovatif serta peningkatan keberanian mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas wirausaha.

Minat Berwirausaha

[17] menyatakan bahwa minat adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan atau perbuatan. Berdasarkan [18] menyatakan bahwa wirausaha ditujukan kepada orang dan berwirausaha mengarah pada kegiatan. Menurut [19] berwirausaha adalah tindakan kreatif, untuk menciptakan sesuatu tidak bernilai menjadi berharga yang dilakukan dengan bekerja keras, mandiri, berani mengambil resiko, ataupun menghadapi



tantangan. Maka dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah kecenderungan seseorang melakukan kegiatan atau tindakan untuk menciptakan produk baru sampai dengan memasarkan produknya disertai perasaan senang. Mengukur minat berwirausaha merupakan hal penting yang harus dikelola karena dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah wirausaha yang lulus dari perguruan tinggi [20].

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara variabel independen, yaitu E-Commerce (X_1), Pengetahuan Kewirausahaan (X_2), dan Lingkungan Kampus (X_3) terhadap variabel dependen Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, dengan teknik pengumpulan data utama berupa kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima poin. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Manajemen S1 Universitas Bandar Lampung semester 5 dan 7 dengan jumlah 318 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria mahasiswa aktif yang telah menempuh mata kuliah Kewirausahaan, sehingga diperoleh 76 responden berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui kuesioner serta data sekunder yang bersumber dari literatur, jurnal ilmiah, laporan resmi, dan publikasi statistik yang relevan dengan topik kewirausahaan dan e-commerce.

III. PEMBAHASAN DAN HASIL

Uji Kualitas Data

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan terhadap seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel penelitian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas. Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dan nilai r_{tabel} sebesar 0,225, seluruh butir pernyataan pada variabel E-Commerce (X_1), Pengalaman Kewirausahaan (X_2), Lingkungan Kampus (X_3), serta Minat Berwirausaha (Y) menunjukkan nilai r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} . Nilai r_{hitung} pada masing-masing variabel berada pada rentang yang cukup tinggi, yang mengindikasikan adanya korelasi yang kuat antara skor butir pernyataan dengan skor total variabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat, sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam proses analisis data selanjutnya.

Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel yang seluruhnya berada di atas batas minimum 0,60, yaitu variabel E-Commerce (0,874), Pengalaman Kewirausahaan (0,904), Lingkungan Kampus (0,927), dan Minat Berwirausaha (0,866). Nilai Cronbach's Alpha yang relatif tinggi tersebut mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat keandalan yang kuat dan mampu menghasilkan data yang konsisten apabila digunakan pada pengukuran berulang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian tidak hanya valid tetapi juga reliabel, sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini dan dapat mendukung keakuratan hasil analisis yang diperoleh.

Uji Deskriptif

Tabel 1. Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian

No	Variabel	Skor Maksimum	Rata-rata Riil	Skor	Persentase (%)	Kriteria
1	E-Commerce (X_1)	380	312,5		82%	Baik



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2289

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

2	Pengalaman Kewirausahaan (X ₂)	380	306,8	81%	Baik
3	Lingkungan Kampus (X ₃)	380	317,4	83%	Baik
4	Minat Berwirausaha (Y)	380	322,9	85%	Sangat Baik

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memperoleh tanggapan positif dari responden. Variabel E-Commerce (X₁) memiliki persentase sebesar 82% dengan kriteria baik, yang menunjukkan bahwa mahasiswa menilai penggunaan E-Commerce cukup efektif dalam mendukung aktivitas bisnis. Variabel Pengalaman Kewirausahaan (X₂) memperoleh persentase 81% dengan kriteria baik, yang mengindikasikan bahwa responden telah memiliki pemahaman dan pengalaman kewirausahaan yang memadai. Selanjutnya, variabel Lingkungan Kampus (X₃) menunjukkan persentase sebesar 83% dengan kriteria baik, yang mencerminkan bahwa lingkungan akademik dinilai mampu memberikan dukungan terhadap pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Sementara itu, variabel Minat Berwirausaha (Y) memperoleh persentase tertinggi sebesar 85% dengan kriteria sangat baik, yang menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki minat berwirausaha yang tinggi, baik dari sisi ketertarikan, kesiapan, maupun keinginan untuk memulai dan mengembangkan usaha secara mandiri.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Metode Pengujian	Indikator / Kriteria	Hasil Pengujian	Keterangan
Uji Normalitas	One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) terhadap residual	Asymp. Sig. > 0,05	Asymp. Sig. = 0,713	Residual berdistribusi normal
Uji Multikolinearitas	Tolerance & Variance Inflation Factor (VIF)	Tolerance > 0,10 dan VIF < 10	E-Commerce: Tol = 0,472; VIF = 2,118 Pengalaman Kewirausahaan: Tol = 0,253; VIF = 3,948 Lingkungan Kampus: Tol = 0,243; VIF = 4,110	Tidak terjadi multikolinearitas
Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)	Grafik ZPRED terhadap ZRESID	Titik menyebar acak, tidak membentuk pola	Titik residual menyebar acak di atas dan di bawah nol	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Uji Heteroskedastisitas (Glejser)	Uji Glejser (ABS_RES)	Sig. > 0,05	E-Commerce = 0,975 Pengalaman Kewirausahaan = 0,455 Lingkungan Kampus = 0,653	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang disajikan pada Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh asumsi dasar regresi linier. Hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,713 yang lebih besar dari 0,05, sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal. Selanjutnya, uji multikolinearitas



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2289

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

memperlihatkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, yang mengindikasikan tidak adanya hubungan linier yang kuat antarvariabel bebas. Selain itu, uji heteroskedastisitas baik melalui metode scatterplot maupun uji Glejser menunjukkan bahwa residual menyebar secara acak dan seluruh variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya seluruh uji asumsi klasik tersebut, model regresi dinilai layak dan dapat digunakan untuk analisis regresi linier berganda serta pengujian hipotesis lebih lanjut secara valid dan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah E-Commerce (X_1), Pengalaman Kewirausahaan (X_2), dan Lingkungan Kampus (X_3), sedangkan variabel dependennya adalah Minat Berwirausaha (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 21, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien B	Keterangan Pengaruh
1	E-Commerce (X_1)	0,180	Meningkatkan
2	Pengalaman Kewirausahaan (X_2)	0,042	Meningkatkan
3	Lingkungan Kampus (X_3)	0,515	Meningkatkan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 21, 2025

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

$$Y = 11,859 + 0,180X_1 + 0,042X_2 + 0,515X_3 + e$$

Berdasarkan Tabel 3. hasil uji persamaan regresi linier berganda yang telah diperoleh, maka model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. *Konstanta (a) sebesar 11,859* menunjukkan bahwa apabila variabel E-Commerce (X_1), Pengalaman Kewirausahaan (X_2), dan Lingkungan Kampus (X_3) dianggap konstan atau bernilai nol, maka Minat Berwirausaha (Y) tetap berada pada nilai 11,859.
2. *Koefisien regresi E-Commerce (X_1) sebesar 0,180* bernilai positif, yang berarti bahwa setiap peningkatan E-Commerce sebesar satu satuan akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,180, dengan asumsi variabel lain konstan. Hal ini menunjukkan bahwa E-Commerce berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.
3. *Koefisien regresi Pengalaman Kewirausahaan (X_2) sebesar 0,042* bernilai positif, yang berarti bahwa setiap peningkatan Pengalaman Kewirausahaan sebesar satu satuan akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,042. Namun pengaruh tersebut relatif kecil.
4. *Koefisien regresi Lingkungan Kampus (X_3) sebesar 0,515* bernilai positif, yang berarti bahwa setiap peningkatan Lingkungan Kampus sebesar satu satuan akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,515. Hal ini menunjukkan bahwa Lingkungan Kampus memiliki pengaruh paling besar terhadap Minat Berwirausaha.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Hasil Hipotesis Anova dan Parsial

Jenis Uji	Variabel yang Diuji	Nilai Statistik	Sig.	Kriteria ($\alpha = 0,05$)	Kesimpulan
Uji F (Simultan)	E-Commerce, Pengalaman Kewirausahaan, Lingkungan Kampus → Minat Berwirausaha	Fhitung = 66,295	0,000	Sig. < 0,05	Berpengaruh signifikan secara simultan
Uji t	E-Commerce (X_1) → Minat	thitung =	0,034	thitung >	Berpengaruh



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2289

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Jenis Uji	Variabel yang Diuji	Nilai Statistik	Sig.	Kriteria ($\alpha = 0,05$)	Kesimpulan
(Parsial)	Berwirausaha	2,163		ttabel (1,993)	signifikan
	Pengalaman Kewirausahaan (X_2) → Minat Berwirausaha	thitung = 0,432	0,667	thitung < ttabel (1,993)	Tidak berpengaruh signifikan
	Lingkungan Kampus (X_3) → Minat Berwirausaha	thitung = 5,398	0,000	thitung > ttabel (1,993)	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 21, 2025

Berdasarkan Tabel 4, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan variabel E-Commerce, Pengalaman Kewirausahaan, dan Lingkungan Kampus berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha, yang dibuktikan dengan nilai Fhitung sebesar 66,295 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga model regresi dinyatakan layak digunakan. Secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel E-Commerce (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha dengan nilai thitung 2,163 > ttabel 1,993 dan signifikansi $0,034 < 0,05$, yang mengindikasikan bahwa pemanfaatan E-Commerce mampu mendorong meningkatnya minat berwirausaha. Variabel Lingkungan Kampus (X_3) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai thitung sebesar 5,398 dan signifikansi 0,000, sehingga lingkungan akademik yang kondusif berperan penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. Sebaliknya, variabel Pengalaman Kewirausahaan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha karena nilai thitung $0,432 < ttabel 1,993$ dan signifikansi $0,667 > 0,05$, yang menunjukkan bahwa pengalaman kewirausahaan yang dimiliki responden belum cukup kuat dalam memengaruhi minat berwirausaha secara parsial.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.734	.723	2.87368

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Kampus, E-Commerce, Pengalaman Kewirausahaan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 21, 2025

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,723. Hal ini menunjukkan bahwa variabel E-Commerce, Pengalaman Kewirausahaan, dan Lingkungan Kampus mampu menjelaskan Minat Berwirausaha sebesar 72,3%, sedangkan sisanya sebesar 27,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Pembahasan

Pembahasan ini bertujuan untuk menginterpretasikan hasil pengujian statistik yang telah dilakukan guna mengetahui pengaruh E-Commerce, Pengalaman Kewirausahaan, dan Lingkungan Kampus terhadap Minat



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2289

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Berwirausaha. Hasil penelitian ini diperoleh melalui analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 21, yang meliputi uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2). Pembahasan hasil penelitian ini juga dikaitkan dengan teori serta hasil penelitian terdahulu yang relevan.

Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji t, variabel E-Commerce memiliki nilai t hitung sebesar 2,163 dengan nilai signifikansi $0,034 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Koefisien regresi yang bernilai positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemanfaatan E-Commerce, maka semakin meningkat pula minat berwirausaha. Hasil ini menunjukkan bahwa E-Commerce memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam memulai usaha, seperti kemudahan pemasaran, akses pasar yang luas, serta efisiensi biaya operasional. Keberadaan platform digital memungkinkan mahasiswa untuk menjalankan usaha tanpa harus memiliki modal besar dan lokasi fisik. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian [21] yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital dan E-Commerce mampu meningkatkan minat dan peluang berwirausaha. Penelitian [22] juga menemukan bahwa E-Commerce berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa karena memberikan fleksibilitas dan peluang inovasi bisnis. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa E-Commerce merupakan faktor penting dalam mendorong minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Pengaruh Pengalaman Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Pengalaman Kewirausahaan memiliki nilai t hitung sebesar 0,432 dengan tingkat signifikansi $0,667 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Pengalaman Kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Hasil ini mengindikasikan bahwa pengalaman kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa belum mampu mendorong minat berwirausaha secara nyata. Hal tersebut dapat disebabkan oleh pengalaman yang masih terbatas, bersifat sementara, atau belum diikuti dengan keberhasilan usaha yang signifikan, sehingga belum membentuk kepercayaan diri dan kesiapan untuk berwirausaha secara mandiri. Temuan ini sejalan dengan penelitian [23] yang menyatakan bahwa pengalaman kewirausahaan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha apabila tidak disertai dengan dukungan lingkungan dan motivasi internal. Penelitian [24] juga menemukan bahwa pengalaman kewirausahaan memiliki pengaruh yang lemah terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengalaman kewirausahaan saja belum cukup untuk meningkatkan minat berwirausaha tanpa dukungan faktor lain.

Pengaruh Lingkungan Kampus terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji t, variabel Lingkungan Kampus memiliki nilai t hitung sebesar 5,398 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Lingkungan Kampus berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Nilai koefisien beta yang paling besar menunjukkan bahwa variabel ini merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi Minat Berwirausaha. Lingkungan kampus yang kondusif, seperti adanya mata kuliah kewirausahaan, pelatihan bisnis, dukungan dosen, serta fasilitas pendukung kewirausahaan, dapat membentuk pola pikir dan sikap kewirausahaan mahasiswa. Kampus berperan sebagai ekosistem yang mendorong kreativitas, inovasi, dan keberanian mengambil risiko. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [25] yang menyatakan bahwa lingkungan pendidikan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian [26] juga menemukan bahwa lingkungan kampus merupakan faktor utama dalam menumbuhkan minat berwirausaha dibandingkan faktor individu. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa dukungan lingkungan kampus sangat berperan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.



Pengaruh E-Commerce, Pengalaman Kewirausahaan, dan Lingkungan Kampus terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 66,295 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan E-Commerce, Pengalaman Kewirausahaan, dan Lingkungan Kampus berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,723 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan Minat Berwirausaha sebesar 72,3%, sedangkan sisanya sebesar 27,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti motivasi pribadi, dukungan keluarga, dan kondisi ekonomi. Hasil ini sejalan dengan penelitian [27] yang menyatakan bahwa faktor teknologi, pengalaman, dan lingkungan pendidikan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh E-Commerce, Pengalaman Kewirausahaan, dan Lingkungan Kampus terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Universitas Bandar Lampung, dapat disimpulkan bahwa E-Commerce terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, yang menunjukkan bahwa kemudahan akses pasar, efisiensi biaya, serta peluang usaha yang ditawarkan oleh pemanfaatan teknologi digital mampu mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha. Sebaliknya, Pengalaman Kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha, yang mengindikasikan bahwa pengalaman yang dimiliki mahasiswa belum cukup kuat atau belum terinternalisasi secara optimal dalam membentuk minat berwirausaha. Selain itu, Lingkungan Kampus juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, sehingga lingkungan akademik yang kondusif, dukungan institusi, serta fasilitas dan program kewirausahaan yang tersedia di kampus berperan penting dalam menumbuhkan minat mahasiswa. Secara simultan, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha, yang menegaskan bahwa minat berwirausaha mahasiswa dipengaruhi oleh kombinasi faktor teknologi, pengalaman, dan lingkungan pendidikan.

REFERENSI

- [1] Badan Pusat Statistik (BPS)., "Statistik kemiskinan Indonesia Februari 2021," Jakarta: BPS.
- [2] Kemenkop & UKM RI., *Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil*. 1995.
- [3] F. Qurnain, *Peran Pendidikan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Mahasiswa*. Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, 2015.
- [4] I. B. Pramiswari, Ayu Anggi Dharmadiaksa, "Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.,," Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis.
- [5] Helmalia&Afrinawati, "Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Padang.,," *J. Ekon. dan Bisnis Islam*, pp. 3(1),1–9, 2018.
- [6] K. L. Kotler, P., & Keller, *Manajemen pemasaran (Jilid 1)*, Edisi 13. Erlangga, 2008.
- [7] M. Trihudiyatmanto, *Membangun minat berwirausaha dengan pengaruh faktor e-commerce, pengetahuan kewirausahaan, dan gender*. Jurnal Ilmu Manajemen, 2019.
- [8] B. Nursito, & Nugroho, *Kewirausahaan: Teori dan Praktik untuk Mahasiswa*. Mitra Wacana Media, 2013.
- [9] I. W. S. Sudiksa, I. N., Divayana, D. G. H., & Warpala, "Pengaruh lingkungan kampus terhadap motivasi dan kreativitas mahasiswa," *J. Pendidik. Teknol. dan Kejuru.*, pp. 17(2),87–96, 2020.
- [10] I. Ajzen, "The theory of planned behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- [11] I. Fishbein, M., & Ajzen, "Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research," Addison-Wesley.
- [12] A. L. Krueger, N. F., & Carsrud, "Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior," *Entrepreneurship & Regional Development*.
- [13] S. K. S. Dewi, *Konsep dan pengembangan kewirausahaan di Indonesia*. Deepublish, 2017.
- [14] N. Trisnawati, "Pengetahuan Kewirausahaan dan Dukungan Sosial Keluarga," vol. 2, no. 1, pp. 57–71, 2014.
- [15] H. Anggraeni, B., & Harnanik, "Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha siswa kelas xi smk islam nusantara comal kabupaten pemalang," *Din. Pendidik.*, vol. 10, no. 1, pp. 42–52, 2015.



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2289

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- [16] R. Subagio, A., Mulyani, S., & Muliadi, "Pengaruh lingkungan kampus terhadap motivasi dan kreativitas mahasiswa," *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*.
- [17] W. Sanjaya, *Pembelajaran dalam implementasi kurikulum berbasis kompetensi*. Kencana, 2006.
- [18] A. F. Helmi, "Kewirausahaan di perguruan tinggi dalam perspektif psikologi," *Bul. Psikol.*, vol. 17, no. 2, pp. 57–65, 2009.
- [19] S. Marini, C. K., & Hamidah, "Pengaruh self-efficacy, lingkungan keluarga, dan lingkungan sekolah terhadap minat berwirausaha siswa SMK jasa boga," *J. Pendidik. Vokasi*, vol. 4, no. 2, 2014.
- [20] C. Yohana, "Determinants of Students' Entrepreneurial Intention: A Perspective of Tertiary Education in Indonesia.," *J. Pendidik. Ekon. Dan Bisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 54–63, 2021.
- [21] Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- [22] S. Pratama, A., & Wibowo, "Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 2, pp. 112–121, 2021.
- [23] D. Putri, R. A., & Rahmawati, "Pengaruh Pengalaman Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *J. Pendidik. Ekon.*, vol. 8, no. 1, pp. 45–54, 2020.
- [24] et al Hidayat, A., "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa," *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 15, no. 3, pp. 233–244, 2022.
- [25] A. Wibowo, "Pengaruh Lingkungan Pendidikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *J. Pendidik. Bisnis dan Manaj.*, vol. 4, no. 2, pp. 89–98, 2018.
- [26] B. Lestari, S., & Siswanto, "Lingkungan Kampus sebagai Determinan Minat Berwirausaha Mahasiswa," *J. Ris. Kewirausahaan*, vol. 6, no. 1, pp. 1–10, 2021.
- [27] et al Slamet, R., "Pengaruh Teknologi, Pengalaman, dan Lingkungan Pendidikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 13, no. 2, pp. 156–168, 2020.

