

**PENGARUH PENGETAHUAN TEKNOLOGI
INFORMASI DAN E-COMMERCE TERHADAP
MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA
FEBI UIN SYAHADA PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**AYU INSAINI HARAHAP
NIM. 20 402 00123**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**PENGARUH PENGETAHUAN TEKNOLOGI
INFORMASI DAN E-COMMERCE TERHADAP
MINAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWA
FEBI UIN SYAHADA PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**AYU INSAINI HARAHAP
NIM. 20 402 00123**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**PENGARUH PENGETAHUAN TEKNOLOGI
INFORMASI DAN E-COMMERCE TERHADAP
MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA
FEBI UIN SYAHADA PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

AYU INSAINI HARAHAP
NIM. 20 402 00123

PEMBIMBING I

Aliman Syahury Zein, M.E.I
NIDN. 2028048201

PEMBIMBING II

Nur Mutiah, M.Si.
NIDN. 2023069204

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. Ayu Insaini Harahap

Padangsidimpuan, 27 Januari 2025

Kepada Yth :

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN SYAHADA

Di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n Ayu Insaini Harahap yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi dan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

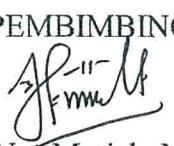
Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawab-kan skripsinya.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I

Aliman Syahury Zein, M.E.I
NIDN. 2028048201

PEMBIMBING II

Nur Mutiah, M.Si.
NIDN. 2023069204

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Insaini Harahap
NIM : 20 402 00123
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi dan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Pasal 14 Ayat 12 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 3 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 27 Mei 2025

Saya yang Menyatakan,



Ayu Insaini Harahap
NIM. 20 402 00123

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Insaini Harahap

NIM : 20 402 00123

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Hak Bebas Royalty Nonekslusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi dan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan”

Dengan Hak Bebas Royalty Nonekslusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Padangsidimpuan
Pada Tanggal: 27 Mei 2025

Saya yang Menyatakan,



Ayu Insaini harahap
Nim. 20 402 00123



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : AYU INSAINI HARAHAP
NIM : 2040200123
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi Dan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Febi Uin Syahada Padangsidimpuan

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A.
NIDN. 2012058401

Sekretaris

Nur Mutiah, M.Si.
NIDN. 2023069204

Anggota

Nur Mutiah, M.Si.
NIDN. 2023069204

Hamni Fadlilah Nasution, M.pd.
NIDN. 2017038301

Adanan Murroh Nasution, M.A
NIDN. 2104118301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Senin/ 16 Juni 2025
Pukul : 08.30-10.00 Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 77,25 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,28
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPuan
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

- Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi Dan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan
- Nama : Ayu Insaini Harahap
NIM : 2040200123

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah



Juni 2025

Prof. Dr. Darwis Harahap, S. HI., M. Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Ayu Insaini Harahap
Nim : 2040200123
Judul : Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi dan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan.

Pada era digitalisasi saat ini, peluang berwirausaha sangat besar. Namun masih banyak mahasiswa yang tidak memanfaatkan peluang dari teknologi informasi dalam membuka sebuah usaha, padahal teknologi informasi telah menyediakan teknologi yang maju yaitu dengan tersedianya *e-commerce* yang lebih praktis dan dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2021. Faktor yang mempengaruhi mahasiswa kurang berminat dalam berwirausaha yaitu mahasiswa kurang memiliki wawasan dalam berwirausaha dan mahasiswa kurang mampu mengelola keuangan yang dimiliki. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah teknologi informasi dan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce* berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEBI UIN syahada Padangsidimpuan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 156 mahasiswa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 61 responden. Teknik pengumpulan sampel yaitu purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, angket/kuisisioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien regresi secara parsial (uji t), uji koefisien regresi secara smultan (uji f) dan uji koefisien determinasi (uji R²). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan teknologi informasi tidak pengaruh terhadap minat berwirausaha program studi Ekonomi Syariah UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021. *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Ekonomi UIN Syahada Padangsidimpuan. Pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Ekonomi Syariah UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.

Kata Kunci: Pengetahuan Teknologi Informasi, E-Commerce, Minat Berwirausaha

ABSTRACT

Name : Ayu Insaini Harahap

Reg. Number : 20 402 00123

Thesis Title : The Influence of Information Technology and E-Commerce Knowledge Towards Entrepreneurial Interest in FEBI UIN Students Syahada Padangsidimpuan

*There are still many students who do not take advantage of opportunities from information technology in opening a business, even though information technology has provided advanced technology, namely the availability of e-commerce which is more practical and can increase students' interest in entrepreneurship, especially at the Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI) Sharia Economics Study Program. Factors that influence students' lack of interest in entrepreneurship are that students lack insight into entrepreneurship and students are less able to manage their finances. The purpose of this study is to find out whether information technology and e-commerce have an effect on the entrepreneurial interest of FEBI students of UIN Syahada Padangsidimpuan. The formulation of this research problem is whether information technology and e-commerce knowledge has an effect on entrepreneurial interest in FEBI students of UIN Syahada Padangsidimpuan? The type of research used is a quantitative type. The population in this study is 156 students. The sample used in this study was 61 respondents. The sample collection technique is purposive sampling. The data collection techniques used in this study are observation, interviews, questionnaires, and documentation. The data analysis techniques used were validity test, reliability test, descriptive statistics, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, partial regression coefficient test (*t* test), smultan regression coefficient test (*f* test), and determination coefficient test (*R*² test). The results of the research show that partially information technology knowledge has a negative and significant effect on interest in entrepreneurship, partially e-commerce has a positive and significant effect on interest in entrepreneurship. Knowledge of information technology and e-commerce simultaneously has a positive and significant effect on interest in entrepreneurship among FEBI students of the Sharia Economics study program at UIN Syahada Padangsidimpuan.*

Keyword: Information Technology Knowledge, E- Commerce, Entrepreneurial Interest

ملخص البحث

الاسم	:أيو إنسيني حراهاب
رقم التسجيل	:٢٠٤٠٢٠٠١٢٣
رقم التسجيل	أثر المعرفة بتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية على الاهتمام بريادة الأعمال لدى طلاب جامعة فيبي في سيهادا بادانغسيديمبوان

لا يزال هناك العديد من الطلاب الذين لا يستغلون الفرص التي توفرها تكنولوجيا المعلومات في فتح مشروع تجاري، على الرغم من أن تكنولوجيا المعلومات قد وفرت تكنولوجيا متقدمة، وهي توفر التجارة الإلكترونية التي تعتبر أكثر عملية ويمكن أن تزيد من اهتمام الطلاب بريادة الأعمال، خاصة في برنامج دراسة الاقتصاد الشعري بكلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية. العوامل التي تؤثر على عدم اهتمام الطلاب بريادة الأعمال هي أن الطلاب يفتقرن إلى المعرفة العميقه بريادة الأعمال وأن الطلاب أقل قدرة على إدارة شؤونهم المالية. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد ما إذا كانت تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية تؤثر على الاهتمام بريادة الأعمال لدى طلاب جامعة فيبي سيهادا بادانغسيديمبوان. وصياغة هذه المشكلة البحثية هي ما إذا كانت معرفة تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية تؤثر على الاهتمام بريادة الأعمال لدى طلاب جامعة فيبي سيهادا بادانغسيديمبوان؟ كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد ما إذا كان هناك تأثير للمعرفة بتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية على الاهتمام بريادة الأعمال لدى طلاب جامعة سيهادا بادانغسيديمبوان الإسلامية الحكومية في فيبي. تتعلق المناقشة في هذه الدراسة بنظرية ريادة الأعمال. فيما يتعلق بالنهج المتبع هي النظريات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية والاهتمام بريادة الأعمال. إن ريادة الأعمال من خلال التجارة الإلكترونية هي أحد أنواع معاملات البيع والشراء التي تستخدم وسائل الإنترنت في مبيعاتها مع العديد من الفوائد التي يتم الحصول عليها من نموذج البيع. نوع البحث المستخدم هو البحث الكمي. وكان عدد السكان في هذه الدراسة ٦٥١ طالباً وطالبة. وكانت العينة المستخدمة في هذه الدراسة ٦٥ مبحوثاً تقنية جمع العينات هي أخذ العينات الهدفية. تقنيات جمع البيانات المستخدمة في هذا البحث هي الملاحظة والمقابلات والاستبيانات والوثائق. تقنيات تحليل البيانات المستخدمة هي اختبار الصلاحية، اختبار الموثوقية، الإحصاء الوصفي، اختبار الحالة الطبيعية، اختبار الخطية المتعددة، اختبار التغير، اختبار الانحدار الخطى المتعدد، اختبار معامل الانحدار الجزئي (ختبار t)، اختبار معامل الانحدار المترافق (ختبار f) ومعامل التحديد. (اختبار) R٢. ((وأظهرت نتائج البحث أن المعرفة بتكنولوجيا المعلومات جزئياً لها تأثير سلبي وكبير على الاهتمام بريادة الأعمال، وجزئياً للتجارة الإلكترونية تأثير إيجابي وكبير على الاهتمام بريادة الأعمال. إن معرفة تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في وقت واحد له تأثير إيجابي وهام على الاهتمام بريادة الأعمال بين طلاب فيبي في برنامج دراسة اقتصاديات الشريعة في سيهادا بادانغسيديمبوان. لذلك يمكن الاستنتاج أن القيام بالأنشطة التجارية من خلال التجارة الإلكترونية يمكن أن يوفر العديد من الفوائد، خاصة للطلاب، مما يولد اهتمام الطلاب أو اهتمامهم باستخدام التجارة الإلكترونية لبدء أعمال تجارية جديدة للطلاب.

الكلمات المفتاحية: المعرفة بتكنولوجيا المعلومات، التجارة الإلكترونية، الاهتمام بريادة الأعمال

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi dan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan”. Sholawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah. Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya. Secara rinci ungkapan terima kasih ini disampaikan kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Prof Dr.H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Bapak Prof Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, serta Bapak Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S. HI, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik dan kelembagaan, Ibu Dr. Rukiah, M.Si., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, serta seluruh Civitas Akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak Aliman Syahuri Zein, M.E.I sebagai pembimbing I dan Ibu Nur Mutiah, M.Si sebagai pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
6. Kepala perpustakaan Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M.Hum serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidimpuan yang telah membantu peneliti dalam hal mengadakan buku-buku penunjang skripsi.

7. Kepada yang Teristimewa Surgaku, Elpina Sari Ritonga. Sosok wanita yang selama ini begitu ikhlas dan tidak pantang menyerah merawat, membesarkan dan mendidik anak-anaknya. Begitu banyak do'a dan kerja keras yang telah dicurahkan hanya sekedar ingin melihat anak-anaknya bahagia. Tanpa do'a dan restunya aku bukanlah siapa-siapa. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keselamatan. Maaf ibu sampai saat ini peneliti belum bisa memberikan yang terbaik dan peneliti berharap do'a dan harapan yang ibu sampaikan disetiap sujud bisa terwujud dan menjadi kekuatan bagi peneliti.
8. Kepada yang Teristimewa Duniaku, Khaidir Ahmad Harahap. Kepadanya aku sangat berterima kasih telah memberiku pengalaman hidup yang tak banyak didapatkan oleh sebagian orang. Denganmu saya belajar menjadi seseorang yang kuat dan ikhlas. Seribu maaf kuucapkan untuk bapak, maaf untuk sekujur tubuh yang tak pernah lepas dari keringat karena untuk masa depanku, maaf bapak juga harus rela mempertaruhkan nyawa setiap waktu. Dan terima kasih untuk sejuta kasih yang bapak berikan hingga saya tak pernah merasa kurang.
9. Abangku, Taliansyah Harahap. yang telah menyayangi, dan mengasihi adik-adiknya, senantiasa memberikan do'a, motivasi, dorongan, semangat, dan memberi material ataupun inmaterial menjadi garda terdepan untuk melindungi serta menjadi satu-satunya alasan peneliti untuk menjadi orang

yang memiliki mimpi yang tinggi sehingga selalu berusaha untuk menjadi lebih baik sehingga peneliti semakin bersungguh-sungguh dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Teruntuk kakak ipar saya, Melda Julita Batubara. Terima kasih sudah memberikan doa, semangat, motivasi, dan perhatiannya yang sangat luar biasa kepada peneliti.
11. Kepada cinta kasih kedua adikku, Hadiansyah Harahap dan Amru Satria Harahap yang selalu menjadi penghibur untuk peneliti dan memberikan peneliti semangat dan motivasi dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
12. Teruntuk keluarga besar dari pihak Bapak Harahap/ Ibu Ritonga yang tidak dapat disebutkan satu persatu, dengan tulus dan penuh rasa syukur peneliti ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada kalian yang senantiasa memberikan perhatian, kasih sayang, do'a dan dukungan yang tiada hentinya, terima kasih sudah menjadi *support system* dalam setiap langkah peneliti.
13. Teruntuk teman peneliti, semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesaiya skripsi ini.
14. Ayu Insaini Harahap, ya! diri saya sendiri. Apresiasi yang sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik untuk usaha mulia peneliti ini. Akhir kata, peneliti berterima kasih kepada Allah SWT karena telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa mereka memiliki kemampuan dan pengalaman yang terbatas. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk membantu menyempurnakan karya tersebut.

Padangsidimpuan, 27 Mei 2025
Peneliti,

Ayu Insaini Harahap
NIM.20 402 00123

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
	Ba	B	Be
	Ta	T	Te
	ša	ś	es (dengan titik di atas)
	Jim	J	Je
	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
	Kha	Kh	kadan ha
	Dal	D	De
	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
	Ra	R	Er
	Zai	Z	Zet
	Sin	S	Es
	Syin	Sy	Es dan ye

	ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
	ǵad	ǵ	de (dengan titik dibawah)
	ṭa	ṭ	te (dengan titik dibawah)
	ẓa	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
	‘ain	. ‘.	Koma terbalik di atas
	Gain	G	Ge
	Fa	F	Ef
	Qaf	Q	Ki
	Kaf	K	Ka
	Lam	L	El
	Mim	M	Em
	Nun	N	En
	Wau	W	We
	Ha	H	Ha
	Hamzah	.. ’ ..	Apostrof
	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
/ \	fathah	A	A
\ /	Kasrah	I	I
\ ُ	dommah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.... ُ .. ُ	fathah dan ya	Ai	a dan i
..... ُ ُ	fathah dan wau	Au	a dan u

c. *Maddah*

Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.. .. ó .!. .. ó	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
... ፻.. ፻	kasrah dan ya	í	i dan garis di bawah
.... ፻	dommah dan wau	ú	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua yaitu:

- a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasenya adalah /t/.

- b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasenya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

Jl. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan a postrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa Alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang

dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*.

Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA MUNAQASYAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Perumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian	10
G. Manfaat Penelitian.....	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
1. Minat Berwirausaha	13
2. Pengetahuan Teknologi Informasi	19
3. <i>E-Commerce</i>	23
B. Penelitian Terdahulu.....	30
C. Kerangka Pikir	34
D. Hipotesis.....	35
 BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37

B. Jenis Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	37
D. Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	41
G. Teknik Analisis Data	42
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 48
A. Hasil Penelitian	48
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 64
A. Kesimpulan	64
B. Implikasi	64
C. Saran	66
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Mahasiswa Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Angkatan 2021 Prodi Ekonomi Syariah ..	5
Tabel I.2	Defenisi Operasional Variabel	8
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel III.1	Indikator Skor Angket.....	41
Tabel IV.1	Jumlah Mahasiswa Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Angkatan 2021 Prodi Ekonomi Syariah .	49
Tabel IV.2	Uji Validitas Pengetahuan Teknologi Informasi (X1)	50
Tabel IV.3	Uji Validasi <i>E-commerce</i> (X2).....	50
Tabel IV.4	Uji Validitas Minat Berwirausaha (Y)	51
Tabel IV.5	Uji ReabilitasVariabel Pengetahuan Teknologi Informasi (X1) Reliability Statistics	52
Tabel IV.6	Uji ReabilitasVariabel E-commerce (X2)	52
Tabel IV.7	Uji Reabilitas Variabel Minat Berwira Usaha (Y)	53
Tabel IV.8	Analisis Statistik Deskriptif (Uji t)	53
Tabel IV.9	Uji Normalitas.....	55
Tabel IV.10	Uji Multikolinearitas	56
Tabel IV.11	Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel IV.12	Uji Analisis Regresi Berganda	57
Tabel IV.13	Uji Parsial (uji t).....	59
Tabel IV.14	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	60
Tabel IV.15	Uji Koefisien Determinasi	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era sekarang ini wirausahawan menjadi pusat perhatian di dunia karena menjadi motor penggerak perekonomian terbesar dunia karena membuka peluang lowongan pekerjaan yang menghasilkan kemajuan.¹ Dilansir dari *edukasi.kompas.com* negara-negara yang mendapatkan peringkat dengan tingkat kompetensi global wirausaha terbaik Swiss, Singapura, Amerika Serikat, Norwegia, Denmark, Finlandia, Swedia, Belanda, Inggris Dan Lexembourg. Negara-negara tersebut merupakan negara maju yang masuk dalam peringkat sepuluh besar didunia, Indonesia belum termasuk didalamnya namun Indonesia berada diperingkat ke 67 dari 137 negara. Peringkat tersebut menunjukkan Indonesia lebih unggul dari negara Asia seperti Mexiko, Brazil, India, Dan Iran.

Indonesia masih memiliki persentase wirausaha muda yang sangat rendah. Laporan keadaan angka pengangguran yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) pada februari 2022 yang menunjukkan angkatan kerja sebanyak 144,01 juta, naik 4,20 juta dari tahun sebelumnya, dengan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) juga naik 0,98 poin persentase.² Hal itu ditunjukkan dengan lebih sedikitnya pelajar Indonesia yang tertarik untuk memulai bisnis dibandingkan dengan pelajar di negara kawasan lainnya.

¹ Anisa Fitri Nurhayati, "Pengaruh Ekspetasi Pendapatan, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kemajuan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ips Fkip Universitas Lampung", Skripsi, 2023. Hlm 56.

² Mansury, P.N. (2022), *Jumlah Wirausaha Muda Indonesia Sedikit, MES: Edukasi Dan Sosialisasi Entrepreneurship Harus Masif*. Jakarta: Tribunnews.Com. Hlm 24.

Sebagai sarana pendorong kewirausahaan tersebut diperlukan peranan Universitas melalui penyelenggara pendidikan kewirausahaan. Jiwa kewirausahaan diharapkan akan tumbuh sikap dan kemauan mandiri demi mendapatkan kehidupan yang lebih baik tanpa harus bergantung pada orang lain. Adapun langkah untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan adalah dengan menanamkan minat berwirausaha. Minat inilah nanti yang akan menimbulkan keputusan untuk berwirausaha.³

Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir namun berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor minat berwirausaha meliputi karakteristik (gender dan usaha), lingkungan (keluarga, pendidikan dan masyarakat), kepribadian dan motif berwirausaha (bekerja, teknologi dan penyaluran ide kreatif).⁴ Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau kemauan keras untuk berdikari atau berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa rasa takut dengan resiko yang akan terjadi.⁵

Oleh karena itu, mahasiswa membutuhkan yang namanya *entrepreneurial skill* untuk bisa menekan sekecil mungkin tingkat kemiskinan yang tinggi. Salah satu kunci dari wirausahawan memiliki kepribadian yang unggul dimana kepribadian tersebut membedakan dari

³ Fatul Jannah. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Pgsd Melalui Mata Kuliah Kewirausahaan" *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.9 No.2 Maret 2022. Hlm 399.

⁴ Fatrika Et Al. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Teknik SEM" *Jurnal Matematika Unand*. Vol.01 No.2 Desember 2019. Hlm 5-12.

⁵ Fu'adi, I.F. Eko,B. and Murdani. "Hubungan Minat Berwirausaha Dengan Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas XII Teknik Otomotif SMK negeri 1 Adowerna Kabupaten Tegal", *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*. Vol. 9 No.2, 2019. Hlm 9.

banyak orang. Semakin maju suatu Negara dilihat dari semakin banyak orang yang terdidik dan semakin dirasakan pentingnya dunia usaha.⁶

Keberhasilan berwirausaha akan terjadi apabila pendidikan kewirausahaan merupakan suatu keharusan bagi mahasiswa sehingga para mahasiswa dapat menjalankan bisnis mereka sendiri bukan hanya simulasi dalam pembelajaran melainkan mahasiswa juga harus diberikan kesempatan untuk terlibat dan berkomitmen dalam mengembangkan ilmu bisnis, sehingga mahasiswa dapat menghayati karakteristik dalam berwirausaha.

Selanjutnya, minat berwirausaha dapat meningkat dengan adanya perkembangan teknologi. Dimana perkembangan teknologi diera modern ini dapat mempengaruhi minat berwirausaha dari segi pemasaran saat ini. Pemasaran yang digunakan secara tradisional berubah menjadi modern dengan peningkatan media digital. Teknologi internet semakin luas membuat pelaku bisnis saat ini memilih strategi pemasaran dengan memanfaatkan internet untuk berkomunikasi, memberikan informasi, dan mempromosikan bisnisnya kepada konsumen menjadi lebih mudah meskipun persaingan terus meningkat seperti, mulai munculnya para pesaing baru dengan inovasi produk dan model bisnis yang berbasis teknologi.

Jumlah pengguna internet Indonesia terus tumbuh dari tahun ke tahun. Menurut survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 215,63 juta pengguna internet didalam negeri pada periode

⁶ Alma Buchari. *Kewirausahaan*. (Bandung: Alfabetha).2019. Hlm 2.

2020-2023. Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang. Hal itu membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%.

Teknologi informasi memberikan terobosan untuk merubah pola pikir dilingkungan mahasiswa untuk menjadi wirausahawan. Mudahnya mengakses informasi yang dilakukan oleh mahasiswa untuk menyaring informasi tersebut baik melalui media *smartphone* maupun internet lainnya. Istilah umum dari teknologi yang dapat mempermudah mahasiswa menyebarluaskan, menyimpan, membuat, mengubah dan mengomunikasikan suatu informasi. Dengan memanfaatkan komputer dan telekomunikasi yang lahir dari dorongan-dorongan yang kuat untuk menciptakan inovasi dan kreativitas yang dapat mengatasi segala kemalasan dan kelambatan kinerja mahasiswa.⁷

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa yang menggunakan internet bahkan untuk membeli barang secara *online* maka hal ini menjadi peluang bisnis untuk membuka *online shop* sebagian dari *e-commerce*. *E-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.⁸

⁷ Bayu Rinto, *Dasar-Dasar Pengantar Teknologi Informasi*, (Depok:PT Raja Grafindo Persada) 2020. Hlm 3.

⁸ Mufarizzaturrizkiyah, *E-Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa muslim*, (Cirebon: Cv Elsi Pro) 2020, Hlm 16

E-commerce adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis yang dilakukan secara elektronik yang mempusulkan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan jaringan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai pertukaran barang atau jasa melewati kendala ruang dan waktu.⁹ Mengaplikasikan teknologi dalam melaksanakan bisnis dengan *e-commerce* tidak hanya mencakup transaksi penjualan dan pemberian barang, termasuk juga aktivitas pendukung yakni periklanan, pemasaran, pelayanan pelanggan, keamanan, pengantaran dan pembayaran.

Tabel I.1 Jumlah Mahasiswa Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Angkatan 2021 Prodi Ekonomi Syariah

Angkatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
2021	42 Orang	114 Orang	156 Orang

Sumber : Siakad UIN Syahada Padangsidimpuan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal peneliti pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan diketahui bahwa masih sedikit mahasiswa yang memanfaatkan *e-commerce* untuk menjadi pelaku usaha, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Prodi Ekonomi Syariah. Rendahnya minat berwirausaha karena adanya faktor-faktor tertentu, misalnya kurang memiliki wawasan dalam berwirausaha.¹⁰

Hasil lain juga didapatkan dari mahasiswa FEBI UIN Syahada Pangsidimpuan yang mana mahasiswa kurang mampu mengelola keuangan yang dimilikinya dan tidak dapat menjalankan bisnis tanpa memiliki tujuan

⁹ Rosalina, “ Pengaruh Pemahaman E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen Medan Tahun 2023”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Entrepreneurship*, Vol 1. No 3. 2023. Hlm3.

¹⁰ Afandy Tanjung, *Mahasiswa Wawancara UIN Syahada Padangsidimpuan* 11juni 2024. Pukul 10.25 Wib

yang jelas.¹¹ Wawancara akhir pada mahasiswa lain bahwa sedang memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana usaha yang mana proses kerjanya cukup meminimalkan waktu renggang disaat hari kuliahannya.¹²

Hasil wawancara peneliti dengan beberapa mahasiswa UIN Syahada Padangsidimpuan Prodi Ekonomi syariah angkatan 2021. Ditemukan hasil bahwa mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan khususnya prodi Ekonomi Syariah masih sedikit mahasiswa yang menjadi pelaku usaha. Hal ini disebabkan bahwa kepercayaan diri mahasiswa masih rendah padahal sudah dibekali ilmu kewirausahaan, *bussines plan* dan kegiatan belajar lainnya. Faktor lain yang dapat mempengaruhi mahasiswa kurang berminat untuk berwirausaha yaitu kurang memiliki wawasan dalam berwirausaha, kurang mampu mengelola keuangan yang dimilikinya, dan tidak dapat menjalankan bisnis tanpa memiliki tujuan yang jelas.

Pada penelitian Alawi Fathan Yasin menyatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh negatif terhadap minat berwirausaha.¹³ Sedangkan pada penelitian lainnya menyatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.¹⁴

¹¹ Adriani, *Mahasiswa Wawancara UIN Syahada Padangsidimpuan* 11juni 2024. Pukul 10.47 Wib

¹² Amelisya, *Mahasiswa Wawancara UIN Syahada Padangsidimpuan* 11juni 2024. Pukul 10.58 Wib

¹³ Alawi Fathan Yasin, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, E-Commerce, Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Pasca Pandemi Covid19 Studi Penelitian Pada Wanita Generasi Z Di Kota Med,” *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (JPMK)*, Vol. 3, No. 1 (2022), Hlm.1–8.

¹⁴ Muchayatin, “Analisis Self Affecacy Sebagai Intervening, Pengetahuan Berwirausaha Dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UNTAG Semarang”. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*. Vol 2. No 1. 2022. Hlm 1-17.

Pada penelitian Endang Rahayu menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan positif terhadap minat berwirausaha.¹⁵ Penelitian lainnya menyatakan bahwa *E-Commerce* berpengaruh signifikan negatif terhadap minat berwirausaha.¹⁶

Berdasarkan rangkaian permasalahan dan inkonsistensi studi terdahulu yang diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi dan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dituliskan, peneliti memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Rendahnya minat mahasiswa dalam berwirausaha
2. Mahasiswa kurang memiliki wawasan yang luas dalam melakukan berwirausaha
3. Mahasiswa kurang mampu mengelola keuangan yang dimilikinya
4. Mahasiswa tidak dapat menjalankan bisnis tanpa memiliki tujuan yang jelas
5. Tidak memiliki target pasar yang jelas

¹⁵ Endang rahayu, “Analisis Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2018), Skripsi. 2022. Hlm 69.

¹⁶ Alvi Nabilah Et Al., “Pengaruh *E-Commerce*, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Dan Ilmu Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha,” *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, Vol. 2, No. 2. 2024, Hlm. 348.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan penelitian ini berfokus pada permasalahan yang akan diteliti dari identifikasi masalah. Maka dalam penelitian ini dibatasi terhadap 3 variabel, yaitu variabel dependen atau variabel bebas, Pengetahuan Teknologi Informasi (X_1), dan *E-Commerce* (X_2) serta variabel independen atau variabel terikat yaitu Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa (Y). Peneliti membatasi masalah hanya pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan khususnya prodi Ekonomi Syariah angkatan 2021.

D. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel merupakan penjabaran dari variabel penelitian, dimensi, dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut. Pada bagian ini peneliti menjelaskan secara operasional tentang setiap variabel yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

Tabel I.2 Defenisi Operasional Variabel

No	Jenis Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Minat Berwirausaha (Y)	Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesadaran untuk bekerja keras dengan adanya pemusatan perhatian untuk berusaha	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Pengetahuan 4. Keyakinan dan Pendirian. ¹⁸	Ordinal

		memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan resiko yang akan dihadapi. ¹⁷		
2	Pengetahuan Teknologi Informasi (X ₁)	Pengetahuan teknologi informasi adalah kemampuan atau kepandaian segala sesuatu yang diketahui dan dikuasai akuntan berkenaan dengan teknologi informasi yang membantu melakukan tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. ¹⁹	1. Kecepatan 2. Konsistensi 3. Ketepatan 4. Kehandalan. ²⁰	Ordinal
3	E-Commerce(X ₂)	E-commerce adalah suatu kegiatan menjual atau membeli produk secara online oleh konsumen dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer atau perangkat elektronik sebagai	1. Antar Muka 2. Navigasi 3. Isi 4. Kehandalan Pelayanan 5. Teknis. ²²	Ordinal

¹⁷ Endang Rahayu, “Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam” Skripsi 2022, Hlm. 54.

¹⁸ Endang Rahayu, “Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam” Skripsi 2022, Hlm. 47

¹⁹ Muttaqien, M. Zain dan Eka Kusmayadi, *Pengenalan Teknologi Informasi*, (Malang: Universitas Terbuka 2019), Hlm. 16

²⁰ Muttaqien, M. Zain dan Eka Kusmayadi, *Pengenalan Teknologi Informasi*, (Malang: Universitas Terbuka 2019), Hlm. 24

²¹ Devano Empathanussa dan Iing Sri Hardiningrum, ‘Pengaruh Penggunaan ECommerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan ProdukProduk Busana’, *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, Vol.2, No.1 Maret 2023, Hlm. 72.

		perantara transaksi bisnis. ²¹		
--	--	---	--	--

E. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah dan batasan masalah yang dipaparkan di atas, maka peneliti dapat menentukan suatu rumusan masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Apakah pengetahuan teknologi informasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.
2. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.
3. Apakah pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan teknologi informasi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.

²² Devano Empathanussa dan Iing Sri Hardiningrum, ‘Pengaruh Penggunaan *ECommerce* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan ProdukProduk Busana’, *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, Vol.2, No.1 Maret 2023, Hlm. 79.

2. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce* secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.

G. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat memperoleh hasil yang maksimal sehingga memberikan manfaat bagi peneliti maupun pihak lain yang membutuhkannya. Adapun manfaat penelitian yaitu:

1) Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini menjadi penerapan ilmu manajemen bisnis yang diperoleh dari bangku kuliah dan sebagai penerapan ilmu manajemen pada lingkup masyarakat secara langsung. Selain itu, peneliti juga bisa memperoleh ilmu-ilmu dan pengalaman-pengalaman baru dari fenomena yang ditemui selama proses penelitian.

2) Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan sebagai konstribusi atau referensi untuk penelitian selanjutnya. Serta menjadi bermanfaat untuk kampus dalam pengembangan keilmuan dan berguna untuk kemajuan pendidikan dengan pengembangan minat berwirausaha mahasiswa

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menjadi referensi untuk menambah rujukan, informasi,

pengetahuan, wawasan ataupun masukan terhadap penelitian selanjutnya dan sebagai pembelajaran serta menumbuhkan motivasi mahasiswa dalam menumbuhkan minat berwirausaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Minat Berwirausaha Mahasiswa

a. Pengertian Minat Berwirausaha Mahasiswa

Minat adalah sebagai suatu kecenderungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus-menerus.²³ Pada dasarnya minat merupakan penerimaan akan suatu hubungan antar diri sendiri dengan sesuatu diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar minatnya.

Wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Dari defenisi ini dapat ditekankan bahwa wirausaha adalah orang yang melihat peluang kemudian menciptakan organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut.²⁴ Jadi minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesadaran untuk bekerja keras dengan adanya pemasukan perhatian untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan resiko yang akan dihadapi.²⁵

²³ Meity H. Idris dan Izul Ramadani, *Menumbuhkan Minat Membaca Pada Anak Usia Dini* (Jakarta: PT. Luxima Metro Media, 2019. Hlm. 9

²⁴ Aris Slamet Widodo, *Buku Ajar Kewirausahaan* (Yogyakarta: Jaring Inspiratif, 2012), Hlm. 1

²⁵ Endang Rahayu, “Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam” *Skripsi* 2022, Hlm. 54.

b. Menumbuhkan Minat Berwirausaha

Minat seseorang dapat tumbuh karena beberapa faktor, yaitu faktor internal dan eksternal

1) Faktor internal antara lain:

- a) Kehilangan pekerjaan
- b) Ada suber daya
- c) Mengikuti latihan
- d) Dorongan dari keluarga

2) Faktor eksternal antara lain:

- a) Merasa tidak puas dengan pekerjaan yang dimiliki
- b) Senang coba-coba
- c) Keinginan untuk mandiri
- d) Keinginan kuat untuk mewujudkan mimpi.²⁶

c. Faktor Pendorong Keberhasilan Kewirausahaan

Keberhasilan kewirausahaan ditentukan oleh 3 faktor yaitu, yang mencakup sebagai berikut:

1) Kemampuan dan Kemauan

Orang yang memiliki kemampuan tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemampuan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses. Namun sebaliknya, orang yang memiliki kemampuan dan dilengkapi kemauan akan menjadi

²⁶ Slamet Widodo Aris, *Buku Ajar Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Jaring Inspitarif,2012)
Hlm 17-19.

orang yang sukses.

2) Tekat dan Kerja Keras

Keduanya sangat penting apabila dilakukan dengan seimbang bagi wirausahawan.

3) Kesempatan dan Peluang

Ada solusi ada peluang, begitu juga sebaliknya tidak ada solusi tidak akan ada peluang. Peluang jika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari ataupun menunggu. Keberhasilan berwirausaha akan tercapai apabila seseorang berpikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama dengan cara-cara yang baru.

Jadi merujuk pada sifat, watak, ciri-ciri, yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatifnya kedalam dunia usaha yang nyata dapat didefinisikan sebagai kemampuan kreatif dan inovatif untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan perjuangan untuk menghadapi tantangan hidup dan usaha.²⁷

d. Indikator Minat Berwirausaha Mahasiswa

Indikator yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa terdiri dari empat faktor yaitu:

²⁷ Alexander Thian, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Umum*, (Yogyakarta: CV Andi Offset,2021) Hlm. 6-7.

1) Motivasi

Motivasi yaitu dorongan seseorang untuk bertindak guna memuaskan kebutuhannya sehingga dapat mengurangi ketegangan yang dimilikinya.

2) Persepsi

persepsi yaitu proses seseorang individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan untuk menciptakan gambaran yang bermakna.

3) Pengetahuan

Pengetahuan yaitu pembelajaran yang meliputi perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

4) Keyakinan dan Pendirian

Hal ini dapat diperoleh seseorang melalui bertindak dan belajar.²⁸

e. Minat Berwirausaha dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam merupakan agama yang komprehenship (*Syumul*) yang mengatur kehidupan ummat manusia, baik itu dengan dunia maupun akhirat. Maka dari itu, islam juga mendorong ummatnya untuk berwirausaha. Sebab sudah sewajarnya bagi setiap muslim memiliki jiwa kewirausahaan, bahkan seharusnya menjadi bagian dari sebuah kehidupan. Sebagai seorang muslim berwirausaha bukan lagi hal yang asing, karena Nabi Muhammad SAW sendiri telah berdagang

²⁸Niluh Putuh Widhiastuti, "Minat Berwirausah Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya", *Jurnal Riset Akuntansi*, Vol. 10, No. 2 September 2020, Hlm. 199.

sejak beliau belum diangkat menjadi Rasul, yaitu sejak 12 tahun.

Beliau ikut berdagang dengan pamannya Ali bin Abi Thalib ke negara-negara seperti Suriah dan Yaman dengan memperdagangkan barang-barang milik Khadijah binti Khuwailid

Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan.²⁹

Di dalam dunia wirausaha konvensional bahwa minat berwirausaha diukur dari komponen kognitif sebagai pengetahuan yang bersumber dari pengalaman, komponen afektif yakni tentang perasaan seseorang, dan konatif yang berupa perbuatan.³⁰ Sedangkan minat berwirausaha cenderung mengarah kepada tujuan untuk memperoleh laba, meraih kebebasan dan mendapatkan kepuasan. Islam memandang minat berwirausaha jauh lebih komprehensif.

Dalam ilmu ekonomi, perdagangan secara konvensional diartikan sebagai proses saling tukar menukar yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Mereka yang terlibat dalam aktivitas perdagangan dapat menentukan keuntungan maupun kerugian dari kegiatan tukar menukar secara bebas itu. Sebaliknya,

²⁹Afif Nur Rahmadi And Budi Heryanto, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri,” *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, Vol. 1, No. 2 (2016), Hlm. 155.

³⁰ Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor:Ghalia Indonesia, 2019), Hlm. 147.

prinsip dasar perdagangan menurut islam adalah adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi tukar menukar, tetapi kegiatan tersebut tetap disertai dengan harapan diperolehnya keridhoan Allah SWT dan melarang terjadinya pemaksaan. Dimana jual beli merujuk pada pertukaran harta dengan harta yang kemudian berpindah kepemilikan yang disertai ijab dan qabul menurut ketentuan syariat islam.³¹ Hal ini dijelaskan dalam surah An-Nisa ayat 29, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مُّنْكَرٌ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسُكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا . ٢٩

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.³²

Tafsir dari ayat diatas yaitu menekankan peraturan-peraturan yang ditetapkan dan tidak melakukan apa yang dilarang, yakni pelanggaran terhadap ketentuan agama atau persyaratan yang disepakati. Selain itu, ayat ini menekankan adanya kerelaan kedua belah pihak. Walaupun kerelaan adalah suatu hal yang tersembunyi tetapi indikator ataupun tanda-tanda dapat terlihat. Hubungan timbal balik yang harmonis, peraturan dan syariat yang mengikat, serta sanksi yang menanti merupakan tiga hal yang selalu berkaitan dengan bisnis, dan diatas ketiga hal tersebut ada etika yang menjadikan

³¹ Darwis Harahap Dkk, *Fiqih Muamalah 1*, Medan, Merdeka Kreasi Group, 2021, Hlm. 33.

³² Q.S An-Nisa (4) : 29.

pelaku bisnis tidak sekedar menuntut keuntungan materi tetapi juga berlandaskan Al-Qur'an.³³

Mencari harta dibolehkan dengan cara bermiaga atau berjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan. Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun ada bayaran atau penggantinya. Dalam upaya mendapatkan kekayaan tidak boleh ada unsur zalim kepada orang lain, baik individu atau masyarakat. Oleh karena itu, agar diperoleh suatu keharmonisan dalam sistem perdagangan, diperlukan suatu perdagangan yang bermoral. Rasulullah SAW secara jelas telah banyak memberi contoh tentang sistem perdagangan yang bermoral ini, yaitu perdagangan yang jujur dan adil serta tidak merugikan kedua belah pihak.

2. Pengetahuan Teknologi Informasi

a. Pengertian Teknologi Informasi

Istilah umum untuk teknologi apapun yang membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, mengomunikasikan atau menyebarkan informasi.³⁴ Pengetahuan Teknologi adalah kemampuan atau kepandaian segala sesuatu yang diketahui dan dikuasai akuntan berkenaan dengan teknologi informasi yang membantu melakukan tugas yang berhubungan

³³ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, Tangerang, Penerbit Lentera Hati, (2002), Vol. 2, Hlm. 413.

³⁴ Mambang, "Buku Ajar Konsep Dasar Teknologi Informasi", (Jawa Tengah: Cv Pena Persada,2021), Hlm 1.12.

dengan pemprosesan informasi.³⁵

Sumber daya dengan cara yang berbeda dan lebih potensial dalam melakukan meluaskan jaringan pemasaran. Penguatan pemanfaatan teknologi informasi pesatnya perkembangan teknologi informasi akan membuka peluang dan tantangan untuk menciptakan, mengakses, mengolah, dan memanfaatkan informasi secara tepat dan akurat. Informasi merupakan suatu komoditi yang sangat berharga di era globalisasi untuk dikuasai dalam rangka meningkatkan daya saing suatu organisasi (termasuk pemerintah daerah) secara berkelanjutan.

Pengetahuan teknologi informasi mengalami perkembangan yang demikian pesat dari hari ke hari, hal ini memberikan pengaruh yang demikian besar dalam seluruh aspek kehidupan manusia sekarang ini fungsinya tidak saja digunakan pada bidang pendidikan seperti untuk mempermudah proses belajar mengajar, namun teknologi informasi saat ini juga dimanfaatkan sebagai salah satu strategi bisnis untuk mendapatkan pangsa pasar.

Dengan adanya perkembangan teknologi dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan masyarakat pelaku usaha dalam memanfaatkan penggunaan teknologi informasi, berbagi pengalaman teknik dan strategi dalam melakukan promosi dan memasarkan produk atau jasa para pelaku usaha melalui aplikasi

³⁵ Muttaqien, M. Zain dan Eka Kusmayadi, *Pengenalan Teknologi Informasi*, (Malang: Universitas Terbuka 2019), Hlm. 16.

sosial media, memberikan trik dan tips dalam bersaing dan mengemas produk atau jasa bagi pelaku usaha.

Perubahan teknologi informasi menjadi sumber yang penting dalam kewirausahaan karena dapat mengalokasikan mampu meningkatkan pembentukan kemandirian usaha melalui minat berwirausaha, artinya apabila pemanfaatan teknologi informasi semakin baik maka dapat meningkatkan tumbuhnya minat berwirausaha yang akhirnya mampu menciptakan peningkatan kemandirian usaha bagi pelaku usaha mahasiswa.

b. Indikator Pengetahuan Teknologi Informasi

Indikator pengetahuan teknologi informasi yaitu:

1) Kecepatan (*Speed*)

Dengan menggunakan komputer pekerjaan dapat dilakukan dengan cepat, jauh lebih cepat dibandingkan apabila dilakukan oleh manusia. Misalnya melakukan perhitungan yang rumit, menemukan kembali data yang tersimpan dalam jumlah yang banyak, mengirim data dari satu lokasi ke lokasi yang lain.

2) Konsistensi (*Consistency*)

Pengolahan data menggunakan komputer lebih konsisten dibandingkan manusia, terutama untuk pekerjaan yang dilakukan secara berulang. Sedangkan manusia biasanya sulit menghasilkan sesuatu yang persis sama, apalagi jika dilakukan berulang-ulang.

3) Ketepatan (*Precision*)

Komputer dapat mendekripsi sesuatu perbedaan yang sangat kecil, yang tidak mampu dilihat dan dilakukan oleh manusia.

4) Kehandalan (*Reliability*)

Ketelitian, konsistensi dan ketepatan akan menghasilkan kehandalan kinerja. Yang diperlukan dalam pencarian informasi adalah kecepatan, konsistensi dan ketepatan tertentu sehingga akan dapat dihasilkan informasi yang lebih dipercaya.³⁶

c. Pengetahuan Teknologi Informasi Dalam Perspektif Islam

Sekarang ini kita berada dalam zaman yang sering terjadi perjumpaan antara agama dan budaya yang berbeda sementara itu penghayatan agama pun semakin personal dan eksistensial. Setiap orang merasa bertanggung jawab atas agama yang dianutnya sendiri. Lebih lanjut masyarakat dewasa ini dikondisikan oleh apa yang kita kenal sebagai “budaya global”.

Islam tidak menghambat kemajuan Iptek, tidak anti produk teknologi, tidak akan bertentangan dengan teori-teori pemikiran modern yang teratur dan lurus, asalkan dengan analisis-analisis yang teliti, objektif dan tidak bertentangan dengan dasar Al-Quran. Teknologi ini lahir dari pengamatan terhadap fenomena alam, yang mana telah di jelaskan dalam al-quran surah Al-Jaatsiyah ayat 13 sebagai berikut:

وَسَخَّرَ لَكُمْ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مُّنْهَىٰ إِنْ فِي ذٰلِكَ لَا يَلِتِ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ۚ ۱۳

³⁶Muttaqien, M. Zain dan Eka Kusmayadi, *Pengenalan Teknologi Informasi*, (Malang:Universitas Terbuka 2019), Hlm. 16.

Artinya: ”Allah menundukkan untukmu apa yang ada di langit dan di bumi dan allah memperintahkan kamu memperhatikan alam raya, membaca dan meneliti yang demikian itu benar terdapat tanda kebesaran allah bagi kaum yang berpikir”,³⁷

Tafsir dari ayat diatas yaitu menjelaskan tentang perintah perintah allah yang jika diterapkan itulah yang menghasilkan teknologi, karena teknologi itu adalah kemampuan manusia menciptakan alat melalui pengetahuannya sehingga alam raya ini bagaikan tunduk kepadanya. Seperti allah menundukkan panas untuk manusia melalui teknologi lahirlah alat teknologi tersebut. Keterbatasan pandangan manusia melalui teknologi bisa menjadi melebar dan meluas pandangannya.³⁸

d. Manfaat Pengetahuan teknologi

Manfaat pengetahuan teknologi informasi dalam minat berwirausaha adalah untuk mengurangi kesenjangan diantara manusia melalui perkembangan teknologi. Teknologi ini penting dalam menginspirasi semangat minat mahasiswa untuk berwirausaha. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang pentingnya pengetahuan teknologi informasi dalam minat berwirausaha.³⁹

3. E-Commerce

a. Pengertian E- Commerce

Kata E dalam *e-commerce* berarti elektronik yang artinya kegiatan pemasaran yang dimaksud dilaksanakan secara elektronik lewat internet.

³⁷ Q.S Al-Jaatsiyah(45):13.

³⁸ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, Jakarta, Penerbit Lentera Hati, (2002).

³⁹Muhammad Azis, "Pemanfaatan Teknologi dalam Mendorong Jiwa Berwirausaha di Era Society", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sebangka*, Vol. 1, No. 2, September 2023, Hlm. 356.

E-commerce adalah kegiatan penggunaan internet dan komputer dengan *browser web* untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk.⁴⁰ *E-commerce* merupakan suatu kegiatan menjual atau membeli produk secara online oleh konsumen dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer atau perangkat elektronik sebagai perantara transaksi bisnis.⁴¹

Secara garis besar *e-commerce* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui internet.⁴² Dengan semakin maraknya penggunaan internet, semakin marak pula perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) dijalankan oleh pelaku bisnis dalam berbagai ukuran, mulai dari perusahaan raksasa sampai online shop (*toko online*) rumahan. Pembeli dan penjual mudah dapat terkoneksi secara cepat hingga melakukan transaksi, dan apa yang diinginkan pembeli dapat cepat pula ditanggapi oleh penjual sehingga tercapai kepuasan pelanggan dan peningkatan keuntungan bagi penjual.

E-commerce meliputi seluruh proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis diseluruh dunia. Sistem *e-commerce* sangat bergantung pada sumber daya internet dan banyak teknologi informasi lainnya untuk mendukung setiap proses

⁴⁰ Mufarizzaturrizkiyah, *E-Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim*, (Cirebon: Cv Elsi Pro, Juli 2020). Hlm. 16.

⁴¹ Devano Empathanussa dan Iing Sri Hardiningrum, ‘Pengaruh Penggunaan ECommerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan ProdukProduk Busana’, *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, Vol.2, No.1 Maret 2023, Hlm. 72.

⁴² Y.L.R Rehatalanit, "Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis", *Jurnal Universitas surya darma*, Vol. 8, No. 4, 2020, Hlm. 63.

ini.⁴³ Penggunaan internet dipilih oleh kebanyakan orang sekarang ini karena kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh jaringan internet, yaitu: Internet sebagai jaringan publik yang sangat besar (*widespread network*), layaknya yang dimiliki suatu jaringan publik elektronik, yaitu murah, cepat dan kemudahan akses.

b. Peran *E-Commerce*

Ada beberapa peran *e-commerce* diantaranya:

- 1) Meningkatkan kesetiaan pelanggan (*Custumer Loyalty*)
- 2) Meningkatkan manajemen pemasok (*Supplier Management*)
- 3) Memperpendek waktu produksi
- 4) Meningkatkan rantai nilai (*Value Chain*).
- 5) Meningkatkan *Market Exposure*
- 6) Menurunkan biaya operasional (*Operating Cost*)
- 7) Melebarkan jangkauan (*Global Reach*).⁴⁴

c. Indikator *E-Commerce*

Indikator *E-commerce* dapat dibagi menjadi 4 jenis yaitu sebagai berikut:

- 1) Antarmuka

Antarmuka adalah bentuk tampilan grafis yang berhubungan langsung dengan pengguna (*user*).

⁴³I. E. Mujiyana, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online", *Jurnal Teknologi Informasi*, Vol. VIII, no. 3, 2019, Hlm. 143-152.

⁴⁴Josua Julio Brenda Lumintang, Grace Adonia Josefina Rumagit, And Melissa Lady Gisela Taroreh, "Kajian Manfaat *E-Commerce* Pada Penjualan Produk Usaha 'Snacking' Di Kota Manado," *Agri-Sosioekonomi*, Vol. 16, No. 3 (2020), Hlm. 415.

2) Navigasi

Navigasi adalah situs web *e-commerce* mengacu pada cara pengguna menjelajahi dan menjelajahi toko online anda.

3) Isi

Isi dalam *e-commerce* dapat memberikan ke mudahan akses dalam bertransaksi bagi pengguna.

4) Keandalan Pelayanan

Keandalan pelayanan adalah kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

5) Teknis

Teknis adalah aspek reabilitas teknologi elektronik sebagai inti serta piranti pendukungnya dalam hubungannya sebagai media niaga.⁴⁵

d. Kelebihan dan Kekurangan *E-commerce*

Ada beberapa kelebihan dan kekurangan pada *e-commerce* antara lain:

1) Kelebihan *E-commerce*

Beberapa kelebihan yang didapat dari penggunaan *e-commerce* adalah sebagai berikut:

a) *Revenue Stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi

⁴⁵Devano Empathanussa dan Iing Sri Hardiningrum, "Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk Produk Busana", *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, Vol.2, No.1 Maret 2023, Hlm. 75.

tradisional.

- b) Dapat meningkatkan *market exposure*.
 - c) Menurunkan biaya operasional.
 - d) Melebarkan jangkauan.
 - e) Meningkatkan *customer loyalty*.
 - f) Meningkatkan *supplier management*.
 - g) Memperpendek waktu produksi.
 - h) Meningkatkan *value chain*.
- 2) Kekurangan *E-commerce*

Adapun kekurangan atau kerugian yang didapat dari penggunaan *e-commerce* antara lain:

- a) Mudah terjadi kecurangan baik dari barang yang tidak sesuai deskripsi maupun kecurangan saat proses pembayaran.
- b) Rawan terjadi pencurian informasi rahasia yang berharga.
- c) Gangguan pelayanan dapat menyebabkan kehilangan kesempatan bisnis yang sangat merugikan baik konsumen maupun produsen.
- d) Penggunaan akses ke sumber oleh oknum yang tidak berhak, misalnya data digunakan *hacker*.
- e) Kehilangan kepercayaan konsumen akibat disengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan dengan memberikan ulasan buruk terkait produk yang dijual.
- f) Kerugian yang tidak terduga, disebabkan oleh gangguan internet atau pun pihak yang sengaja melakukan praktik bisnis tidak

sehat.⁴⁶

e. *E-Commerce Dalam Perspektif Islam*

Untuk mengetahui kesesuaian transaksi *e-commerce* dengan keabsahan akad dalam perspektif islam, maka ada beberapa hal yang perlu ditinjau lebih lanjut dalam hal ini. Dalam rukun akad dijelaskan bahwa suatu akad akan sah jika subjek, barang dan sifat memenuhi beberapa ketentuan.⁴⁷

Terdapat beberapa nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu:

- 1) Profesional (*fathanaah*)

Profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan. Seseorang yang bekerja sesuai dengan profesiannya maka akan menghasilkan sesuatu yang baik bagi orang lain. Selain itu tidak melupakan akhirat ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat.

- 2) Jujur (*Siddik*)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur adalah kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberitakan, sama halnya pada jual

⁴⁶Devano Empathanussa dan Iing Sri Hardiningrum, "Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk BusanA", *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, Vol.2, No.1 Maret 2023, Hlm. 74-75.

⁴⁷Siti khlijah, "Transaksi *E-Commerce* Dalam Perspektif Ekonomi Syariah", *Jurnal Eksyda I* Vol.1, No. 01. 2020. Hlm. 108,

beli online yang dalam penulisan spesifikasi deskripsi barang haruslah sesuai apa adanya. Tidak di lebih-lebihkan, tidak menipu (*Kadzib*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.

3) Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah berarti terpercaya dan bertanggung jawab. Amanah dapat diaplikasikan dalam bentuk pelayanan yang optimal dan ihsan (berbuat yang terbaik), termasuk yang memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat baik dalam bentuk nyata maupun berbasis *online*.

4) Keramahan dan Kesopanan (*Tabligh*)

Tabligh artinya komunikatif dan argumentative. Orang yang memiliki sifat *tabligh* akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat. Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Dalam hal ini *customer service* pada pelayanan elektronik wajib memberikan pelayanan informasi dengan baik, ramah dan sopan dengan memakai tutur kata yang baik, sehingga menjadikan orang yang dilayani akan merasa puas. Selain itu melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.

B. Kajian/ Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan merupakan hal sangat penting sebagai perbandingan penelitian ini dan penelitian sebelumnya karena dijadikan sebagai acuan dalam penelitian. Maka pada bagian ini peneliti akan memaparkan mengenai penelitian terdahulu yang digunakan sebagai dasar pedoman dan referensi penelitian, ada beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan judul ini, dengan kata lain sebagai referensi sebagai wawasan dan tambahan untuk mengembangkan penelitian ini. Adapun penjabarannya terdapat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Masalah Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rosalina Pane, dan Dapot Tua Manullang,(2023). ⁴⁸ Jurnal PendidikanEkonomi dan Entrepreneurship.	Pengaruh Pemahaman <i>E-Commerce</i> Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan Tahun 2023.	Pengaruh Pemahaman <i>E-Commerce</i> Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa ekonomi stanbuk 2019 dan 2020.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pemahaman <i>e-commerce</i> terhadap minat berwirausaha dengan tingkat signifikan senilai $0,007 < 0,05$.
2.	Titandia Maharani Juliananta dan	Determinasi Minat	Indonesia mengalami	Hasil penelitian mengemukakan

⁴⁸Rosalina, "Pengaruh Pemahaman E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP NOMMENSEN Medan Tahun 2023," *JurnalPendidikan Ekonomi Dan Entrepreneurship*, Vol.1 No.3 Tahun 2023. Hlm 1-13.

	Nafik Umurul Hadi 2023. ⁴⁹ Jurnal <i>Economina</i> .	Berwirausaha Ditinjau dari Intensitas Penggunaan <i>E-commerce</i> dan Modal Sosial.	penurunan angka dan proporsi pengangguran sebesar 0,43 persen dari februari 2021 ke februari 2022	bahwa: 1. Intensitas penggunaan <i>e-commerce</i> mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha. 2. Modal sosial mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha. 3. Intensitas penggunaan <i>e-commerce</i> dan modal sosial secara simultan mempengaruhi minat berwirausaha.
3.	Gia Tania Putri dan Oknaryana 2022. ⁵⁰ Jurnal <i>Salingka Nagari</i> .	Pengaruh Bisnis <i>E-commerce</i> dan <i>Self Efficacy</i> Terhadap Minat Menjadi Wirausaha	Pengangguran menjadi masalah yang sulit diatasi dikarenakan angka penduduk yang semakin	Hasil penelitian ini untuk mengetahui bagaimana bisnis <i>e-commerce</i> dan efikasi diri mempengaruhi

⁴⁹Titandia Maharani Juliananta dan Nafik Umurul Hadi , "Determinasi Minat Berwirausaha Ditinjau dari Intensitas Penggunaan *E-commerce* dan Modal Sosial", *Jurnal Economina* vol 9 No11 Vovember 2023, Hlm 1-5.

⁵⁰Gia Tania Putri dan Oknaryana, "Pengaruh Bisnis *E-Commerce* dan *Self Efficacy* Terhadap Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang", *Jurnal Salingka Nagari*, Vol.1 No.2, 2022, Hlm. 1-7.

		Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang	besar dan pertumbuhan penduduk semakin tinggi, tidak diiringi dengan ketersediaan lowongan kerja yang memadai.	minat mahasiswa ekonomi di Universitas Padang.
4.	Istiqomah 2021. ⁵¹ Jurnal Social Akademika	Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademik Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta.	Negara Indonesia saat ini diklaim masih memiliki wirausaha sebesar 0,18% dari seluruh penduduk di Indonesia, hal ini masih menggambarkan bahwa penduduk Indonesia tertinggal jauh dari Negara lain.	Hasil penelitian ini menyatakan adanya pengaruh pengetahuan digital marketing terhadap minat berwirausaha mahasiswa Akademik Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta.
5.	Niluh Anik Sapitri dan Emmi Sri	Pengaruh <i>E-commerce</i> dan	Masalah perekonomia	Hasil penelitian ini menyatakan

⁵¹Istiqomah, "Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademik Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta", *Jurnal Social Akademik*, Vol 7, No1, 26 Juni 2020, Hlm. 1-6..

	Rahayu Fatimah 2020. ⁵² Jurnal Kajian Ekonomi Syariah.	Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Pedagang Online di Kota Makassar Dalam Perspektif Islam.	Minat Indonesia sudah membentuk akibat yang menjadikan banyak perusahaan di Indonesia melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) karyawan secara sepihak.	di bahwa e-commerce dan pengetahuan kewirausahaan memberikan pengaruh yang besar terhadap minat berwirausaha pada pedagang online di Kota Makassar dalam perspektif islam.
6.	M. Trihudiyatmanto 2019. ⁵³ Jurnal Ppkm.	Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Gender	Rendahnya minat berwirausaha dikalangan mahasiswa.	Hasil penelitian ini membuktikan e-commerce mempunyai pengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha. Gender tidak mempunyai

⁵² Niluh Anik Sapitri, "Pengaruh E-Commerce dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Berwirausaha Online dalam Perspektif Islam pada Pedagang Online di Kota Makassar Sulawesi Selatan", *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* Vol.4 No. 1 Tahun 2020, Hlm. 1-8.

⁵³ M. Trihudiyatmanto, " Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Gender", *Jurnal Ppkm*, Vol. 6, No 2 Tahun 2019. Hlm 94.

				pengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha.
7.	Nurul Fadilah 2019. ⁵⁴ Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi	Problem Solving Menumbuhkan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Melalui Penggunaan <i>E-Commerce</i>	Rendahnya minat mahasiswa dalam berwirausaha disebabkan masih belum memiliki kepercayaan diri.	Hasil penelitian ini yaitu mahasiswa harus membangun komunitas kewirausahaan yang aktif berbagi pengetahuan dan sumber daya sesama sehingga dapat mengembangkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

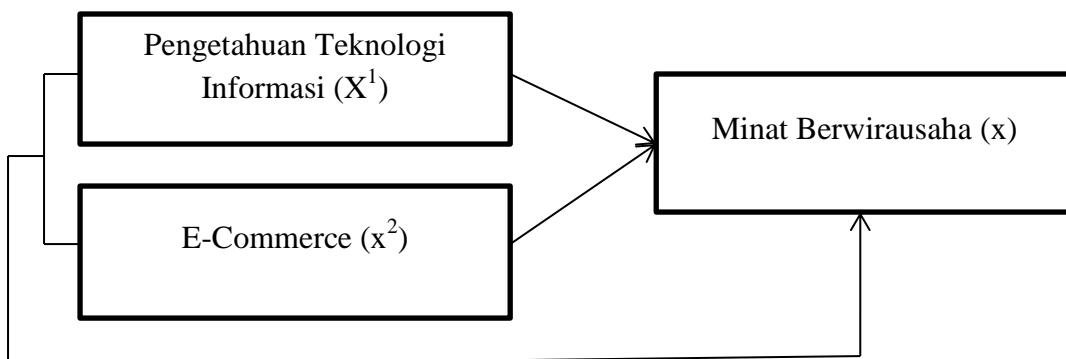
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis antara variabel yang diteliti. Kerangka pemikiran merupakan landasan dari keseluruhan proses penelitian. Secara logis mengembangkan, menguraikan dan menjelaskan hubungan-hubungan yang terjadi antara

⁵⁴Nurul Fadilah “Problem Solving Menumbuhkan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Melalui Penggunaan *E-Commerce*”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*.Vol.1.No. 2 Juli 2019 Hlm 539.

variabel yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel X yaitu Pengetahuan teknologi informasi, dan *e-commerce* yang akan dihubungkan pengaruhnya terhadap variabel Y yang dalam penelitian ini yaitu Minat berwirausaha. Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

Gambar I.2 Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan sementara mengenai satu atau lebih, populasi yang perlu dibuktikan keabsahannya melalui prosedur pengujian hipotesis.⁵⁵ Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Sebagai jawaban sementara hasil penulis sehubung dengan permasalahan yang telah dirumuskan maka hipotesis di penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

Ha₁: Ada pengaruh pengetahuan teknologi informasi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.

⁵⁵ Jim Hoy Yam and Ruhiyat Taufik, “Hipotesis Penelitian Kuantitatif,” *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi* 3, no. 2 (2021): 96–102.

Ha₂: Ada pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.

Ha₃: Ada pengaruh pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce* secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adanya lokasi penelitian pada penelitian ini adalah di kampus UIN Syahada Padangsidimpuan yang beralamat lengkap di Jalan T. Rizal Nurdin, Km. 4,5 Sihitang. Padangsidimpuan, Kode Pos 22733. Adapun waktu penelitian ini dilakukan yaitu sejak diterbitkannya izin penelitian sampai data diperoleh, yaitu April 2024 sampai dengan Mei 2025.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur secara statistik dari suatu pengukuran. Penelitian kuantitatif juga dianggap sebagai penelitian untuk menguji teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel yang biasanya diukur dengan instrument penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis menggunakan prosedur-prosedur statistik.⁵⁶

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari beberapa elemen atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang

⁵⁶Nur Fadilah Amin,"Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Peneleitian", *Jurnal Ekonomi* Vol. 14, No.1 Juni 2023, Hlm. 16.

memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.⁵⁷ Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa/i di FEBI UIN Syahada khususnya prodi ekonomi syariah Padangsidimpuan. Populasi sasaran adalah populasi yang benar-benar dijadikan sumber data. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i yang menggunakan *e-commerce* di FEBI UIN Syahada khususnya prodi ekonomi syariah Padangsidimpuan Angkatan 2021 yang berjumlah 156 orang.⁵⁸

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi dimana, besar sampel harus mencukupi untuk menggambarkan populasinya.⁵⁹ Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling. Random sampling adalah metode pengambilan sampel dari suatu populasi di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih.⁶⁰ Sehingga peneliti hanya perlu menghubungkan unit sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan khususnya prodi Ekonomi Syariah tahun ajaran 2021 untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Sampel merupakan bagian dari populasi dimana, besar sampel harus mencukupi untuk menggambarkan populasinya.⁶¹

⁵⁷ Eddy Roflin And Iche Andriyani Liberty, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran* (Penerbit NEM, 2021), Hlm. 5.

⁵⁸ Siakad UIN Syahada Padangsidimpuan

⁵⁹ Roflin and Liberty, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*.Hlm. 11.

⁶⁰ Ihda Hilyati, Pengaruh Metode Pembelajaran Outdoor Study Terhadap Hasil Belajar IPA Di SD Negeri 232 Palembang, *JURNAL DUNIA PENDIDIKAN* Volume 4 Nomor 1November 2023.

⁶¹ Roflin and Liberty, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*.Hlm. 11.

Ukuran pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan rumus Slovin sebagai berikut.⁶²

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{156}{1 + 156(0,1)^2}$$

$$n = \frac{156}{1+156(0,01)^2}$$

$$n = \frac{156}{1+1,56}$$

$$n = \frac{156}{2,56}$$

$$n = 60,9375$$

$$n= 60,9375 \text{ dibulatkan menjadi } 61$$

Keterangan: n= Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e= Nilai Signifikan 10%.

Maka perhitungan rumus slovin diatas menentukan jumlah sampel diperoleh sebanyak 61 sampel atau responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

D. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti dari orang yang bersangkutan. Data primer dalam penelitian ini

⁶² Putri Sakinah, “Pengaruh Nilai Taksiran Dan Ujrah Terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Barang Gadai Emas (Rahn) Dengan Pelayanan Sebagai Variabel Moderating Pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Padangsidimpuan”, (Padangsidimpuan,2022), Hlm. 41.

adalah data primer penelitian yang diperoleh dari sumber asli hasil kuesioner yang disebarluaskan pada Mahasiswa/i FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan khususnya prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah:

1. Observasi atau Pengamatan

Observasi adalah suatu proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis, logis, objektif dan rasional mengenai berbagai fenomena, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan untuk mencapai tujuan tertentu.⁶³ Observasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa/i FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan khususnya prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021.

2. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari responden yang terkait. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan narasumber, dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya. Narasumber dalam penelitian ini bertujuh pada Mahasiswa/i FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan khususnya prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021.

⁶³ Ariesu Putra Ilham, “Pengamatan Sinoptik Terhadap Proses Pembentukan Awan Serta Gejala–Gejala Alam Di Langit Dan Prakiraan Cuaca Oleh Badan Meteorologi, Klimatologi, Dan Geofisika Bogor,” *Karya Tulis*, 2022, Hlm. 6.

3. Angket

Angket merupakan sekumpulan pertanyaan yang terstruktur yang digunakan untuk memperoleh informasi dan data dari responden terkait dengan pribadinya maupun hal-hal lain yang terkait sebuah materi penelitian tersebut.⁶⁴ Untuk keperluan analisis kuantitatif peneliti, maka peneliti memberikan lima alternatif jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai 5 yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.⁶⁵

Tabel III.1 Indikator Skor Angket

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mengukur apa yang hendak terukur.⁶⁶ Uji validitas dilakukan dengan dua analisis yakni korelasi *Pearson dan Corrected Item Total Correlation*. Teknik uji validitas laitem dengan korelasi

⁶⁴Eko Nugroho, *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuisisioner* (Malang:UB Press,2018), Hlm. 19.

⁶⁵ H Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Suka-Press Uin Sunan Kalijaga, 2021), Hlm. 98.

⁶⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7* (Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hal. 53.

Pearson yakni dengan cara mengorelasikan skor item dengan skor total item. Kemudian, pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi dengan uji dua sisi. Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item dapat dinyatakan valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.⁶⁷

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten. Prinsip reliabilitas yakni memiliki kesamaan bila dilakukan berulang-ulang dalam waktu yang berbeda. Dapat dinyatakan reliabel atau konsisten apabila mempunyai nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$.⁶⁸

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generasi. Analisis deskriptif juga bertujuan untuk menunjukkan nilai maximum, minimum, dan standar *deviation*, dari data yang terkumpul.⁶⁹

⁶⁷Susilowati, *Pengujian Statistik Dengan SPSS* 2022.

⁶⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7 (Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hal. 42.

⁶⁹Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Trepraktis* (Yogyakarta: ANDI, 2014), Hlm. 30.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak.⁷⁰ Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Pengambilan keputusan dari uji normalitas yang menggunakan metode uji *Kolmogrov-Smirnov*. Kriteria pengujian *kolmogrov-smirnov* yaitu:

- 1) Jika $\text{Sig} > 0,1$ maka terdistribusi normal.
- 2) Jika $\text{Sig} < 0,1$ maka terdistribusi tidak normal.⁷¹

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas.⁷² Uji multikolinearitas ini diterapkan untuk analisis regresi linear berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas, dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Uji

⁷⁰ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya* (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 272.

⁷¹ Duwi Priyatno, SPSS 22 : *Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hal. 30.

⁷² Duwi Prayanto, SPSS Pengolahan Data Terpraktis (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hlm. 99.

multikolinearitas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan koefisien korelasi anta variabel bebas. Kriteria yang digunakan adalah:

- 1) Jika nilai VIF < 10 atau memiliki toleransi $> 0,1$ maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi.
- 2) Jika koefisien korelasi antar variabel bebas kurang dari 0,1 maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.⁷³

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian kuantitatif uji asumsi heteroskedastisitas bertujuan untuk adanya ketidak samaan varian dari residual pada semua pengamatan yang dilakukan terhadap model regresi tersebut.⁷⁴ Dasar pengambilan keputusan ada dua. Pertama, dikatakan terjadi heteroskedastisitas apabila hasil regresi membentuk pola tertentu yang teratur seperti, melebar, bergelombang atau bahkan menyempit. Kedua, dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika pola dari hasil uji regresi menyebar di atas atau di bawah sumbu angka 0 pada sumbu Y.

⁷³ Imam Ghazali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), Hlm 105.

⁷⁴ Nur Asnawi dan Masyuri, Op., Cit, hlm. 178.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan linear antara dua variabel atau lebih, variabel independen (pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce*) dengan variabel dependen (minat berwirausaha). Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen pengetahuan teknologi informasi (X_1) dan *e-commerce* (X_2) terhadap variabel dependen yaitu minat berwirausaha (Y) berpengaruh positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.⁷⁵

e. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat dan melihat signifikansi dari koefisien regresi suatu model.⁷⁶ Uji parsial dalam penelitian ini menggunakan nilai *level of significance* (α) 0,1, dimana dapat dinyatakan berpengaruh parsial apabila nilai signifikansi dari $t_{hitung} < 0,1$.

⁷⁵ Zulaika Matondang Dan Hamni Fadila Nasution , Praktik Analisis: *Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan Spss* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2021), Hlm 16.

⁷⁶ Duwi Priyatno, SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hal. 180.

2) Uji Simultan (Uji f)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara keseluruhan berpengaruh terhadap variabel terikat.⁷⁷ Uji simultan dalam penelitian ini menggunakan nilai *level of significance* (α) 0,1, dimana dapat dinyatakan berpengaruh simultan apabila nilai signifikansi dari $F_{hitung} < 0,1$.

3) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Semakin tinggi koefisien determinasi, maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tidak bebas.

Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai satu. Apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas semakin kuat, yang berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel tidak bebas. Sedangkan nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dengan menjelaskan

⁷⁷ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakon, 2008), hal. 157.

variasi variabel tidak bebas adalah terbatas.⁷⁸

⁷⁸ Agus Widarjono, *Ekometrika* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2013), hal. 26.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan

Lokasi penelitian ini terletak di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang merupakan bagian dari Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. FEBI UIN Syahada berada di Kota Padangsidimpuan, Indonesia. Kampus ini memiliki fasilitas yang memadai untuk mendukung kegiatan akademik, termasuk ruang kuliah, perpustakaan, laboratorium komputer, dan fasilitas olahraga. FEBI UIN Syahada menjadi tempat yang ideal untuk melakukan penelitian terkait dengan bidang akuntansi, karena kampus ini menyediakan lingkungan yang kondusif untuk mempelajari aspek-aspek teoritis dan praktis dari akuntansi, baik dalam konteks bisnis konvensional maupun Islam.

Mahasiswa Ekonomi Syariah tahun ajaran 2021 menjadi objek penelitian karena mereka merupakan kelompok yang relevan untuk memahami bagaimana faktor-faktor seperti *e-commerce* dan pemahaman sistem ekonomi dapat memengaruhi minat mereka dalam berwirausaha. Dengan demikian, penelitian dilakukan dengan melibatkan mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan khususnya prodi Ekonomi Syariah tahun ajaran 2021 sebagai responden atau subjek penelitian, yang mungkin terdiri dari berbagai tingkat pendidikan dan latar belakang.

2. Deskripsi Data Penelitian

1. Karakteristik Responden

Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan data primer, dengan menggunakan instrumen angket untuk mengetahui pengaruh pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa UIN Syahada Padangsidimpuan dengan jumlah responden 61 mahasiswa. Penyebaran angket dilakukan secara langsung. Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan khususnya prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021.

Tabel IV.1 Jumlah mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Angkatan 2021 Prodi Ekonomi Syariah.

Angkatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
2021	42 Orang	114 Orang	156 Orang

Sumber : Siakad UIN Syahada Padangsidimpuan.

3. Pengujian dan Hasil Analisis Data

a. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1) Uji Validitas

Setelah angket disebarluaskan maka akan diperoleh hasil dari jawaban resfonden dari setiap pertanyaan yang menyangkut tentang variabel yang akan diteliti. Sebelum angket dianalisis terlebih dahulu di uji validitas. Berikut ini hasil uji variabel pengetahuan teknologi informasi.

Tabel IV.2
Uji Validitas Pengetahuan Teknologi Informasi (X_1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{Tabel}	Kesimpulan
1	0,899	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=61$. Pada taraf signifikan 1% dengan nilai r_{tabel} statistik, maka r_{tabel} sebesar =0,2126	Valid
2	0,842		Valid
3	0,842		Valid
4	0,498		Valid
5	0,899		Valid
6	0,681		Valid
7	0,842		Valid
8	0,601		Valid

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (data dolah)

Berdasarkan tabel IV.2 dapat diperoleh kesimpulan bahwa item pernyataan 1-8 untuk variabel Pengetahuan Teknologi Informasi adalah valid. Hal ini ditunjukkan dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil untuk uji validitas *E-commerce* (X_2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.3
Uji Validasi *E-commerce* (X_2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{Tabel}	Kesimpulan
1	0,388	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=61$, pada taraf signifikan 1% dengan nilai r_{tabel} statistik, maka r_{tabel} sebesar =0,2126	Valid
2	0,728		Valid
3	0,725		Valid
4	0,494		Valid
5	0,650		Valid
6	0,608		Valid

7	0,682		Valid
8	0,423		Valid
9	0,388		Valid
10	0,449		Valid

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.3 dapat diperoleh kesimpulan bahwa item pernyataan 1-10 untuk variabel *E-commerce* adalah valid. Hal ini ditunjukkan dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Hasil untuk uji validitas Minat Berwirausaha (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.4
Uji Validitas Minat Berwirausaha (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{Tabel}	Kesimpulan
1	0,763	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 61$, pada taraf signifikan 1% dengan nilai r_{tabel} statistic, maka r_{tabel} sebesar = 0,2126	Valid
2	0,573		Valid
3	0,755		Valid
4	0,669		Valid
5	0,718		Valid
6	0,448		Valid
7	0,496		Valid
8	0,653		Valid

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.1 dapat diperoleh kesimpulan bahwa item pernyataan 1-8 untuk variabel Minat Berwirausaha (Y) adalah valid. Hal ini ditunjukkan dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2) Uji Reliabilitas

Uji reabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran tetap konsisten bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama

a) Uji Reabilitas Pengetahuan Teknologi Informasi

**Table IV.5
Uji Reabilitas Variabel Pengetahuan Teknologi
Informasi (X_1) Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,888	8

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan uji reabilitas di atas dapat dilihat hasil *output* reabilitas menunjukkan bahwa pernyataan yang digunakan pada variabel pengetahuan teknologi informasi memiliki nilai *cronbach alpha* dengan nilai koefisien reabilitas sebesar 0,888.

Nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan pada variabel pengetahuan teknologi informasi dapat diterima.

b) Uji Reabilitas *E-commerce*

**Tabel IV.6
Uji Reabilitas Variabel *E-commerce* (X_2)
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,721	10

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan uji reabilitas di atas dapat dilihat hasil *output* reabilitas menunjukkan bahwa pernyataan yang digunakan pada variabel *e-commerce* memiliki nilai *cronbach alpha*

dengan nilai koefisien reabilitas sebesar 0,721. Nilai *cronbach alpha* > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan pada variabel *e-commerce* dapat diterima.

c) Uji Reabilitas Minat Berwirausaha

Tabel IV.7 Uji Reabilitas Variabel Minat Berwira Usaha (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,785	8

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (data diolah).

Berdasarkan tabel IV.7 uji reabilitas di atas dapat dilihat hasil *output* reabilitas menunjukkan bahwa pernyataan yang digunakan pada variabel minat berwirausaha memiliki nilai *cronbach alpha* dengan nilai koefisien reabilitas sebesar 0,785. Nilai *cronbach alpha* > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan pada variabel minat berwirausaha dapat diterima.

b. Analisis Data

1) Analisis Deskriptif

Adanya analisis deskriptif pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV.8 Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan Teknologi Informasi	61	27	40	33,6066	3,70710
<i>E-Commerce</i>	61	33	50	42,1803	3,28891

Minat Berwirausaha	61	28	40	34,2459	3,02024
Valid (listwise)	N	61			

Sumber : Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskritif pada tabel IV.8 di atas

menunjukkan bahwa :

- a) Variabel Pengetahuan Teknologi Informasi (X_1), dari data di atas dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 27 sedangkan nilai maximum sebesar 40 dan nilai rata-rata sebesar 33,6066 serta standar deviasi data Pengetahuan Teknologi Informasi adalah 3,70710.
 - b) Variabel *E-commerce* (X_2), dari data di atas menunjukkan bahwa nilai minimum sebesar 33 nilai maximum sebesar 50 nilai rata-rata sebesar 42,1803 dan standar deviasi data sistem akuntansi adalah 3,28891.
 - c) Variabel minat berwirausaha (Y) dari data di atas menunjukkan bahwa nilai minimum sebesar 28 nilai maximum sebesar 40 nilai rata-rata sebesar 34,2459 dan standar deviasi data minat berwirausaha sebesar 3,02024.
- c. Uji Asumsi Klasik

Penelitian dianggap baik apabila memiliki sebaran data yang normal, sebaran dianggap berdistribusi secara normal apabila memiliki nilai $\text{sig} > 0,1$. Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 23,0 didapatkan hasil sebagai berikut :

1) Hasil Uji Normalitas

Tabel IV.9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,50913881
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,056
	Negative	-,067
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.9 dapat dilihat hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikan (*Asymp.Sig. 2-tailed*) yaitu sebesar 0,200. Nilai signifikansi lebih dari 0,1 (0,200 > 0,1). Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi asumsi distribusi normal.

2) Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan koreksi antara variabel independen. Variabel pengetahuan teknologi informasi (X_1), *e-commerce* (X_2), merupakan faktor independen dalam penelitian ini. Penelitian model regresi dianggap baik apabila tidak terdapat gejala multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai toleransi dengan nilai VIF (*Variance Inflation*

Factor). Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 23 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel IV.10 Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,606	3,023		1,193	,238		
	Pengetahuan Teknologi Informasi	-.088	,054	-.107	-1,633	,108	,995	1,005
	E-Commerce	,796	,060	,867	13,182	,000	,995	1,005

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV. 10 nilai VIF Pengetahuan Teknologi Informasi dan *E-Commerce* adalah 1,005. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel tersebut $< 0,1$. Sementara itu nilai tolerance variabel Pengetahuan Teknologi Informasi dan *E-Commerce* adalah 0,995. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari kedua variabel tersebut $> 0,1$. Kesimpulan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel Pengetahuan Teknologi Informasi dan *E-commerce* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.

3) Uji Heterokedastisitas

Dalam penelitian ini untuk menguji apakah model regresi terhindar dari tanda-tanda heterokedastisitas atau tidak di uji dengan menggunakan *Uji Glejer*. Suatu penelitian dianggap terhindar dari gejala heterokedastisitas apabila memiliki nilai sig $> 0,1$. Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 23 didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel IV.11 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.138	2.965		1.058	.294
	Pengetahuan Teknologi Informasi	.005	.065	.010	.079	.938
	E-Commerce	-.031	.056	-.074	-.554	.581

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Hasil output SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.11 dapat dilihat bahwa nilai variabel independen memiliki nilai signifikan lebih dari 0,1 dimana pengetahuan teknologi informasi $0,938 > 0,1$ *e-commerce* $0,581 > 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

1) Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menilai dampak potensial variabel pengetahuan teknologi informasi (X_1), *e-commerce* (X_2), terhadap variabel minat berwira usaha (Y). berikut temuan dari hasil pengujian menggunakan SPSS versi 23 sebagai berikut:

Tabel IV.12 Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,606	3,023		1,193	<,001
	Pengetahuan Teknologi Informasi	-.088	,054	-.107	-1,633	.119
	E-Commerce	,796	,060	,867	13,182	.458

Sumber : Hasil output SPSS 23 (data diolah)

$$Y = a + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2$$

$$Y = 3,606 + (-0,088) + 0,796$$

Persamaan model regresi di atas menunjukkan bahwa :

1. Nilai konstanta (*a*) bernilai positif sebesar 3,606 dapat diartikan bahwa jika variabel pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce* diasumsikan 0 maka minat berwirausaha nilainya sebesar 3,606.
2. Nilai koefisien pengetahuan teknologi informasi sebesar -0,088 artinya jika variabel pengetahuan teknologi informasi ditambah 1 satuan, maka minat berwirausaha bertambah sebesar -0,088 satuan. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara pengetahuan teknologi informasi dengan minat berwirausaha.
3. Nilai koefisien variabel *e-commerce* sebesar 0,796 artinya jika variabel *e-commerce* mengalami ditambah 1 satuan, maka minat berwirausaha mengalami bertambah sebesar 0,796 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas produk dengan minat berwirausaha.

4) Uji Hipotesis

a. Uji t Parsial

Tes ini digunakan untuk menentukan apakah hipotesis dalam penelitian ini benar atau tidak. H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai $\text{sig} < 0,1$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ begitu pula sebaliknya. Perhitungan t_{tabel} didapat dari pengolahan pada SPSS 23. Berikut hasil dari pengolahannya:

Tabel IV.13 Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,606	3,023		1,193	,238
	Pengetahuan Teknologi Informasi	-.088	,054	-.207	-1,633	,108
	E-Commerce	,796	,060	.098	13,182	,000

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV. 13 di atas hasil dari uji parsial dapat dilihat bahwa t_{tabel} diperoleh dari rumus $t = (a/2 : n-k-1) = 0,1 : 58 = 1,671$ hasil yang diperoleh dari t_{hitung} sebesar 1,671. Hasil dari t_{hitung} dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) t_{hitung} pengetahuan teknologi informasi sebesar $-1,633 < 1,671$ dengan signifikan $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh pengetahuan teknologi informasi terhadap minat berwirausaha
- 2) t_{hitung} *e-commerce* sebesar $13,182 > 1,671$ dengan signifikan $< 0,1$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

b. Uji F (Simultan)

Uji ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak. Jika nilai sig $< 0,1$ dan nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya. Perhitungan F_{tabel} didapat dari pengolahan pada program SPSS 23. Berikut ini adalah pengolahannya:

Table IV.14 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	410,661	2	205,331	87,151	,000 ^b
	Residual	136,650	58	2,356		
	Total	547,311	60			

a. Dependent Variable: Minat Berusaha

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

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV. 14 diatas, hasil dari uji simultan (uji F) diperoleh F_{hitung} sebesar 87,151 dan F_{tabel} dapat dilihat bahwa pada tabel statistik dengan derajat kebebasan $df_1 = n-k-l$ dan $df_2 = n-k-l$ ($61-2-1$) = 58 yang diperoleh nilainya sebesar 3,156.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($87,151 > 3,156$).

Maka H_{o3} ditolak dan H_{a3} diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara pengaruh variabel pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan teknologi informasi (X_1), *e-commerce* (X_2), dan minat berwirausaha (Y). Sebagai berikut hasil pengujian menggunakan SPSS versi 23:

Table IV.15 Uji Koefesien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,866 ^a	,750	,742	1,53494

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

Sumber: Hasil *output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.15 di atas dapat diketahui bahwa nilai R= sebesar 0,866. Nilai *Adjusted R square* sebesar 0,742 artinya kontribusi variabel pengetahuan teknologi informasi, dan *e-commerce* dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Penjelasan dari setiap pengaruh variabel dijelaskan di bawah ini:

1. Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi terhadap Minat Berwirausaha.

Bersumber dari hasil analisis oleh data hipotesis dalam penelitian,di peroleh nilai t_{hitung} -1,633 dengan nilai $sig > 0,1$. Hal ini menunjukkan jika t_{hitung} (-1,633) $< t_{tabel}$ (1,671) dan nilai sig 0,108 $> 0,1$ maka H_0 diterima H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Pengetahuan Teknologi Informasi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gia Tania Putri dan Oknaryana yang berjudul pengaruh bisnis *e-commerce*, dan *self efficacy* terhadap minat menjadi wirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi universitas negeri Padang, hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha hal ini dapat disebabkan karena ketertarikan setiap mahasiswa berbeda, persepsi mengenai resiko ketika akan memulai usaha, keterbatasan pengalaman mahasiswa, kurangnya dukungan dan

bimbingan serta minimnya pemahaman mengenai kewirausahaan.⁷⁹

2. Pengaruh *E-commerce* terhadap Minat Berwirausaha.-

Bersumber dari hasil analisis oleh data hipotesis dalam penelitian, diperoleh nilai t_{hitung} (13,182) dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan t_{hitung} (13,182) > t_{tabel} (1,671) dan nilai sig 0,000 < 0,1 maka H_0 ditolak H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *E-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini berpengaruh pada mahasiswa UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021 karena selalu memperhatikan kinerja, daya tahan, kesesuaian dan spesifikasi, fitur, realibilitas, estetika, kesan kualitas.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosalina Pane dan Dapot Tua Manullang menyatakan kesimpulan bahwa secara simultan ada pengaruh antara *e-commerce* terhadap minat berwirausaha⁸⁰. Kemudian dalam penelitian Titandia Maharani Juliananta dan Nafik Umurul Hadi, menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha hal ini dapat disebabkan akses mahasiswa ke pasar online lebih luas, biaya yang dikeluarkan bisa lebih rendah, kemudahan yang diberikan pada *e-commerce* dalam memulai usaha dan fleksibilitas waktu dan lokasi yang diberikan ketika membuka usaha secara *online*.

⁷⁹Gia Tania Putrid an Oknayana, “Pengaruh Bisnis E-Commerce dan Self Efficacy Terhadap Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang” *Jurnal Salingka Nagari*, Vol. 1 no. 2, (2022), Hlm 1-7

⁸⁰Rosalina Pane dan Dapot Tua Manullang, “Pengaruh Pemahaman *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen” *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Entrepreneurship* (2023), Hlm 1-13

3. Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi dan *E-Commerce* secara bersama-sama terhadap Minat Berwirausaha

Bersumber dari hasil analisis oleh data hipotesis terhadap pengetahuan teknologi informasi dalam penelitian, diperoleh F_{hitung} sebesar 87,151 dan F_{tabel} nilainya sebesar 3,156. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($87,151 > 3,156$). Maka H_{03} ditolak H_{a3} diterima diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara pengaruh variabel pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini berpengaruh pada mahasiswa UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021 karena selalu memperhatikan kinerja, daya tahan, kesesuaian dan spesifikasi, fitur, realibilitas, estetika, kesan kualitas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini, maka penelitian mengambil beberapa kesimpulan:

1. Pengetahuan teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha program studi Ekonomi Syariah UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.
2. *E-commerce* berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Ekonomi UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.
3. Pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce* sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Ekonomi Syariah UIN Syahada Padangsidimpuan Angkatan 2021.

B. Implikasi Penelitian

Implikasi hasil penelitian adalah dampak atau akibat dari hasil penelitian yang mungkin terjadi ketika hasil tersebut diterapkan, digunakan, atau diimplementasikan. Penelitian yang bagus akan memberikan dampak baik bagi dilaksanakannya penelitian tersebut. Implikasi yang dapat menjadi studi lanjutan maupun studi banding bagi peneliti lainnya.

Implikasi hasil penelitian pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan setelah peneliti melakukan penelitian diantaranya:

1. Implikasi Positif

- 1) Peningkatan kesadaran wirausaha: Pengetahuan pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce* meningkatkan kesadaran akan peluang wirausaha.
- 2) Pengembangan keterampilan: Meningkatkan keterampilan teknis dan manajemen bisnis.
- 3) Peningkatan akses pasar: *E-commerce* memperluas akses pasar dan meningkatkan kemampuan bersaing.

2. Implikasi Negatif

- 1) Ketergantungan teknologi: Ketergantungan berlebihan pada pengetahuan teknologi informasi dapat mengurangi kreativitas.
- 2) Persaingan ketat: *E-commerce* meningkatkan persaingan, membuat sulit bagi wirausaha pemula.
- 3) Kebocoran data: Risiko kebocoran data pribadi dan keamanan transaksi.

3. Implikasi pada Kebijakan

- 1) Pendidikan dan pelatihan: Meningkatkan kesadaran dan keterampilan pengetahuan teknologi informasi dan *e-commerce*.
- 2) Regulasi keamanan data: Mengatur keamanan data dan transaksi online.

- 3) Dukungan keuangan: Menyediakan dukungan keuangan untuk wirausaha.
- 4) Promosi wirausaha: Meningkatkan kesadaran dan minat berwirausaha.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini menjadi penerapan ilmu manajemen bisnis yang diperoleh dari bangku kuliah dan sebagai penerapan ilmu manajemen pada lingkup masyarakat secara langsung. Selain itu, peneliti juga bisa memperoleh ilmu-ilmu dan pengalaman-pengalaman baru dari fenomena yang ditemui selama proses penelitian.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan sebagai kontribusi atau referensi untuk penelitian selanjutnya. Serta menjadi bermanfaat untuk kampus dalam pengembangan keilmuan dan berguna untuk kemajuan pendidikan dengan pengembangan minat berwirausaha mahasiswa.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menjadi referensi untuk menambah rujukan, informasi, pengetahuan, wawasan ataupun masukan terhadap penelitian selanjutnya

dan sebagai pembelajaran serta menumbuhkan motivasi mahasiswa dalam menumbuhkan minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandy Tanjung, Mahasiswa, Wawancara (UIN SYAHADA 11 Juni 2024. Pukul 10.25 WIB).
- Amelisya, Mahasiswi, Wawancara (UIN SYAHADA Padangsidimpuan, 11 Juni 2024. Pukul 14.11 WIB).
- Andriana, Mahasiswi, Wawancara (UIN SYAHADA Padangsidimpuan, 11 Juni 2024. Pukul 10.47 WIB).
- Bayu Rianto, *DASAR-DASAR PENGANTAR TEKNOLOGI INFORMASI*, Jl. Ki Ageng Gribig, Gang Kaserin MU No. 36 (Malang 65138: CV. Multimedia Edukasi Juni 2020). hlm. 15-17.
- Devano Empathanussa, "Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana", *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, Vol.2, No.1 Maret 2023, hlm. 75.
- Devano Empathanussa dan Iing Sri Hardiningrum, "Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana", *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, Vol.2, No.1 Maret 2023, hlm. 75.
- Dwi Ristiani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019) ,hlm. 64.
- Eman Suherman, *Desain Pembelajaran Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 6-7.
- Gia Tania Putri dan Oknaryana, "Pengaruh Bisnis E-Commerce dan Self Efficacy Terhadap Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang", *Jurnal Salingka Nagari*, Vol.1 No.2, 2022, hlm. 1-7.
- I. E. Mujiyana, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online", *Jurnal Teknologi Informasi*, Vol. VIII, no. 3, 2019, hlm. 143-152.

- Istiqomah, "Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademik Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta", *Jurnal Socia Akademik*, Vol 7, No1, 26 Juni 2020, hlm. 1-6.
- Juhriyansyah Dalle, *PENGANTAR TEKNOLOGI INFORMASI*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada 2020), Hlm. 3.
- Lita Sari Marita, *Mudah Memahami Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, (Yogyakarta: TEKNOSAIN, 2021), hlm. 16.
- Mambang, *Buku Ajar Konsep Dasar Teknologi Informasi*, (Jawa Tengah: Cv Pena Persada, 2021), hal.12.
- Meity H. Idris dan Izul Ramadani, *Menumbuhkan Minat Membaca Pada Anak Usia Dini* (Jakarta: PT Luxima Metro Media,2019), hlm. 9.
- Mufarizzaturrizkiyah, *E-COMMERCE PERILAKU GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA MUSLIM*, (Cirebon: CV. ELSI PRO, 2020), Hlm. 16.
- Mufarizzaturrizkiyah, *E – COMMERCE PERILAKU GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA MUSLIM*, (Cirebon: CV. ELSI PRO Juli 2020). Hlm, 16.
- Mufarizzaturrizkiyah, *E-Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim*, (Cirebon: CV. ELSI PRO, 2020), hlm. 21.
- Muhammad Azis, "Pemanfaatan Teknologi dalam Mendorong Jiwa Berwirausaha di Era Society", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sebangka*, Vol. 1, No. 2, September 2023, hlm. 356.
- Muttaqien, M. Zain dan Eka Kusmayadi, *Pengenalan Teknologi InfSormasi*, (Malang: Universitas Terbuka), 2019, hlm. 16.
- Muttaqien, M. Zain dan Eka Kusmayadi, *Pengenalan Teknologi Informasi*, (Malang: Universitas Terbuka), 2019, hlm. 16.
- Niluh Anik Sapitri, "Pengaruh E-Commerce dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Berwirausaha Online dalam Perspektif Islam pada Pedagang Online di Kota Makassar Sulawesi Selatan", *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*. Vol.4 No. 1 Tahun 2020. hlm. 1-7.
- Nurul Amalina, "Minat Entrepreneur Pada Mahasiswa Muslim: Inspirasi Dari Al-Qur'an Dan Hadits Tentang Motivasi Berdagang", *Jurnal Ayat dan Hadits Ekonomi*, Volume 1, Nomor 2, Bulan April-Juni, Tahun 2023, Hal. 44-52.

Rahmawati, Ita, Lailatus Sa'adah, dan M Nur Chabib. *Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Kerja Karyawan*, (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020).

Rahmawati, Sa'adah, dan Chabib, *Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Kerja Karyawan*.

Raihanah Sari, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa PgSD Melalui Mata Kuliah Kewirausahaan", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9 No. 2 Maret 2022, hlm. 398-399.

Rika Septiana, "Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Self Efficacy Terhadap Kesiapan Berwirausaha Di Era Revolusi industri Dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi 2022), hlm. 21.

Rosalina Pane dan Dapot Tua Manullang, "Pengaruh Pemahaman E- Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan", *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Entrepreneurship*, Vol 8 No. 3,2023 hlm. 1-13.

Saputra, Chalid, dan Budianto, *Metode Ilmiah dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)*.

Saputra, Mohammad Ronaldy Aji, Fitria Idham Chalid, dan Heri Budianto. *Metode Ilmiah dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)*. Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2023.

Setiawan, Ady. *Financial Engineering Pada BUMD Air Minum*. Sleman: Deepublish, 2022.

Setiawaty Nuralamy dan Farida Japar, "Setiawaty Nuralamy dan Farida Japar., „Analisis Pengaruh Iklan Terhadap Minat Pembelian Konsumen", *Jurnal Manajemen Trisakti* 2 2, no. 1 (2019): 66, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4235>." *Jurnal Manajemen Trisakti* 2 2, no. 1 (2019): 66, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4235>., t.t.

Setiawaty Nuralamy dan Farida Japar, "Setiawaty Nuralamy dan Farida Japar. „Analisis Pengaruh Iklan Terhadap Minat Pembelian Konsumen", *Jurnal Manajemen Trisakti* 2 2, no. 1 (2019):hlm. 66,

- Silvia Andresta Siregar, "Analisis Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi UPGRISBA Angkatan 2018 dan 2019", *Jurnal Menara Ilmu* Vol. XVII, No. 01, Juli 2023, hal. 126,
- Sri Rezeki Widya Ritonga, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Bisnis Islam Melalui Motivasi", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 02, 3022, hlm. 2.
- Sukirman, Z. A, "Analisis Kemandirian Usaha Mahasiswa Melalui inovasi Produk, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Minat Berwirausaha", *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, Vol. 11, No. 1, 2020, hal. 73- 83.
- Susilowati, Fajar. *Pengujian Statistik dengan SPSS*. Jakarta: Pustaka Rumah Cinta, 2020.
- Titandia Maharani Juliananta dan Nafik Umurul Hadi, "Determinasi Minat Berwirausaha Ditinjau dari Intensitas Penggunaan E-commerce dan Modal Sosial", *Jurnal Economina* vol 9 No11 Vovember 2023, hlm 1-5.
- Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2019),hlm. 147.
- Wati, "Analisis Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Upgrisba Angkatan 2018 Dan 2019", *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, Vol. XVII No.01 Juli 2023, hlm. 126.
- Wikipedia. (2019, November). Riset Pasar. Dipetik October 20, 2019, dari https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Riset_Bab_1_Pendahuluan_457_pasar&oldid=14375940 hlm. 3.
- Y.L.R Rehatalanit, "Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis", *Jurnal Universitas surya darma*, Vol. 8, No. 4, 2020, hlm. 63.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama	:	Ayu Insaini Harahap
Nim	:	20 402 00123
Jenis Kelamin	:	Wanita
Tempat Tanggal Lahir	:	Simatorkis Pondala, 16 April 2002
Agama	:	Islam
Anak Ke	:	2 dari 4 Bersaudara
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Status	:	Mahasiswa
Fakultas/ Jurusan	:	Ekonomi dan bisnis islam / Ekonomi syariah
Alamat	:	Simatorkis pondala
E-Mail	:	ayuisnaini122@gmail.com
No. Hp	:	083850176322

B. Nama Orangtua

Ayah	:	Khaidir Ahmad Harahap
Pekerjaan	:	Petani
Alamat	:	Simatorkis Pondala
Ibu	:	Elpina Sari Ritonga
Pekerjaan	:	Petani
Alamat	:	Simatorkis Pondala

C. Pendidikan

1. SD Negeri 200410Simapil-apil (2008-2014)
2. SMP Negeri 9 Padangsidimpuan (2014-2017)
3. SMA Negeri 4 Padangsidimpuan (2017-2020)
4. Tahun 2020 melanjutkan Pendidikan Program S-1 di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan (UIN Syahada) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam(FEBI).

D. Motto Hidup

“LAMBAT BUKAN BERARTI GAGAL”

Lampiran 1: Bentuk Angket/Kuesioner Penelitian

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Saudara/i Responden

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidimpuan, saya:

Nama : Ayu Insaini Harahap

NIM : 20 402 00123

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi Dan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Febi Uin Syahada Padangsidimpuan**”. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan sebenarnya. Informasi yang saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh-sungguh.

Atas bantuan dan kerjasama Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidimpuan, Desember 2024
Hormat Saya

Ayu Insaini Harahap
Nim. 20402 00123

KUESIONER (ANGKET) PENELITIAN

Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi Dan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Febi Uin Syahada Padangsidimpuan

A. IDENTITAS RESPONDEN

Kami mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab beberapa pernyataan berikut ini, dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda *check list* (✓) atau tanda silang (X) pada kotak yang tersedia.

Nama : _____

Nim : _____

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Setiap pernyataan mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:

No.	Tanggapan Responden	Skor Pernyataan
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

4. Semua jawaban Saudara/i dijamin kerahasiannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

C. DAFTAR PERNYATAAN

1. Angket Minat Berwirausaha (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Motivasi					
1.	Saya berminat berwirausaha karena adanya keinginan memiliki aktivitas yang lebih bebas, dalam menentukan waktu bekerjanya.					
2.	Saya berminat berwirausaha karena adanya keinginan untuk menerapkan ide-ide baru dalam berbisnis.					
	Persepsi					
3.	Saya berminat berwirausaha karena ingin mendapatkan kepuasan lebih dengan menjalankan usaha sendiri.					
4.	Saya berminat berwirausaha karena berkeinginan untuk memperoleh pendapatan yang lebih baik.					
	Pengetahuan					
5.	Saya memiliki ilmu wirausahaan yang menumbuhkan ketertarikan untuk melakukan wirausaha, dan mempelajari kegiatan berwirausaha tanpa adanya paksaan.					
6.	Saya mengikuti perkembangan mengenai kegiatan berwirausaha.					
	Keyakinan dan Pendirian					
7.	Saya ingin terlibat dalam kegiatan berwirausaha, karena saya ingin membuka lapangan pekerjaan sendiri.					
8.	Saya berkeinginan untuk melakukan wirausaha, karena untuk mendapatkan keuangan yang lebih baik.					

2. Angket Pengetahuan Teknologi Informasi (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	KS	T S	STS
	Kecepatan					
1.	Saya merasa bahwa teknologi informasi mengintegrasikan data dari berbagai bagian dan mempercepat penyajian data yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan.					
2.	Saya senang dengan teknologi informasi karena memberikan secara otomatis informasi setelah sistem selesai di proses.					
	Konsistensi					
3.	Saya merasa bahwa konsistensi dalam teknologi dapat mempermudah hasil pengolahan yang tidak berubah-ubah.					
4.	Saya merasa bahwa konsistensi dalam teknologi informasi dapat membantu dalam memperoleh informasi yang akurat.					
	Ketepatan					
5.	Saya merasa ketepatan waktu menyelesaikan pekerjaan menjadi andalan mahasiswa sehingga teknologi informasi diharapkan dapat memenuhi kebutuhan.					
6.	Saya senang dengan informasi yang disediakan secara sistematis dan teratur.					
	Kehandalan					

7.	Saya merasa kehandalan yang dihasilkan lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan dilakukan oleh manusia.					
8.	Saya senang dengan teknologi informasi dikarenakan dapat menyimpan informasi untuk penggunaan waktu yang akandatang.					

3. Angket *E-Commerce* (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
AntarMuka						
1.	Saya merasa desain antar muka pengguna yang menarik akan membuat pelanggan nyaman menggunakan <i>e-commerce</i> .					
2.	Informasi dari media membuatsaya tertarik untuk melakukan transaksi menggunakan <i>e-commerce</i> .					
Navigasi						
3.	Saya sangat senang dengan navigasi di <i>e-commerce</i> karena dapat membantu pengunjung menemukan apa yang mereka cari dengan mudah.					
4.	Sistem navigasi dalam <i>e-commerce</i> membantu saya dalam mengambil keputusan untuk bertansaksi.					
Isi						
5.	Saya rasa isi dalam <i>e-commerce</i> sangat lengkap, sehingga saya dengan mudah mendapatkan apa saja yang saya butuhkan.					

6.	Saya senang melakukan pembelian die-commercekarenamenberikan kemudahan akses dalam bertransaksi bagi pengguna.					
Keandalan Pelayanan						
7.	Saya senang dengan keandalan pelayanan di <i>e-commerce</i> karena mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.					
8.	Saya tidak merasa kesulitan dalam mempelajari cara bertransaksi di <i>e-commerce</i> .					
Teknis						
9.	Saya yakin bahwateknisdalam <i>e-commerce</i> itu dapat memfasilitasi integrasi perangkat lunak sehingga dapat membangun aplikasi <i>e-commerce</i> yang lebih baik.					
10.	Saya yakin bertransaksi menggunakan <i>e-commerce</i> memiliki kebijakan teknis yang cukup baik,danmemilikijaminan keamanan yang cukup.					

Responden

()

DAFTAR LAMPIRAN
Hasil Output SPSS 23
Correlations
Variabel Pengetahuan Teknologi Informasi (X^1)
Uji Validitas

$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} = \text{Valid}$

r tabel responden 60-64 : 0, 2126

	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
--	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary			
	N	%	
Cases	Valid	61	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	61	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,888	8

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	29,5410	9,086	,842	,854
X2	29,3115	11,085	,799	,866
X3	29,3115	11,085	,799	,866
X4	29,5738	11,949	,367	,900
X5	29,5410	9,086	,842	,854
X6	29,3115	11,018	,575	,882
X7	29,3115	11,085	,799	,866
X8	29,3443	11,130	,473	,894

Variabel E-Commerce (χ^2) Uji Validitas

$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$

r_{tabel} responden 60-64 : 0, 2126

Correlations												
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1 ,079	- ,038	-,074	-,150	-,069	,047	1,00 0**	 ,184	,388**	,388**	
	Sig. (2-tailed)		,545	,769	,570	,250	,600	,721	,000	,156	,002	,002

Reliability

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	61	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	61	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,721	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	37,9180	9,543	,193	,732
X2.2	37,9016	8,857	,652	,669
X2.3	37,8852	8,837	,647	,669
X2.4	38,1311	9,249	,340	,706
X2.5	38,1311	8,083	,476	,682
X2.6	37,8852	8,737	,468	,685
X2.7	37,8361	8,673	,577	,671
X2.8	37,8689	9,616	,277	,714
X2.9	37,9180	9,543	,193	,732
X2.10	38,1475	9,195	,246	,726

DAFTAR LAMPIRAN
Hasil Output SPSS 23
Correlations
Variabel Pengetahuan Teknologi Informasi (X^1)
Uji Validitas

$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} = \text{Valid}$

r tabel responden 60-64 : 0, 2126

	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
--	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary			
	N	%	
Cases	Valid	61	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	61	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,888	8

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	29,5410	9,086	,842	,854
X2	29,3115	11,085	,799	,866
X3	29,3115	11,085	,799	,866
X4	29,5738	11,949	,367	,900
X5	29,5410	9,086	,842	,854
X6	29,3115	11,018	,575	,882
X7	29,3115	11,085	,799	,866
X8	29,3443	11,130	,473	,894

Variabel E-Commerce (χ^2) Uji Validitas

$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$

r_{tabel} responden 60-64 : 0, 2126

Correlations												
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1 ,079	- ,	-,038	-,074	-,150	-,069	,047	1,00 0**	,184	,388**	,388**
	Sig. (2-tailed)		,545	,769	,570	,250	,600	,721	,000	,156	,002	,002

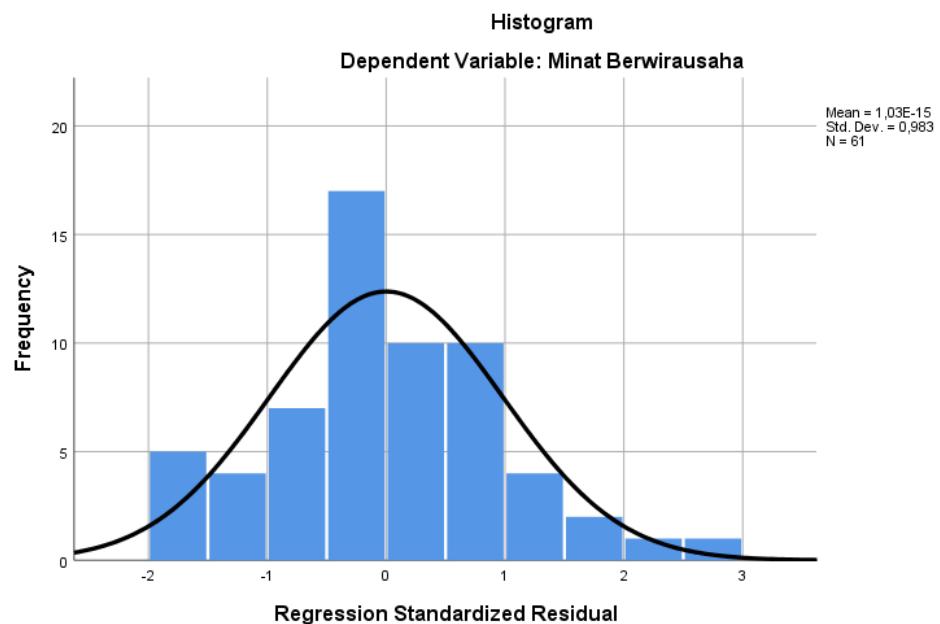
Reliability

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	61	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	61	100,0

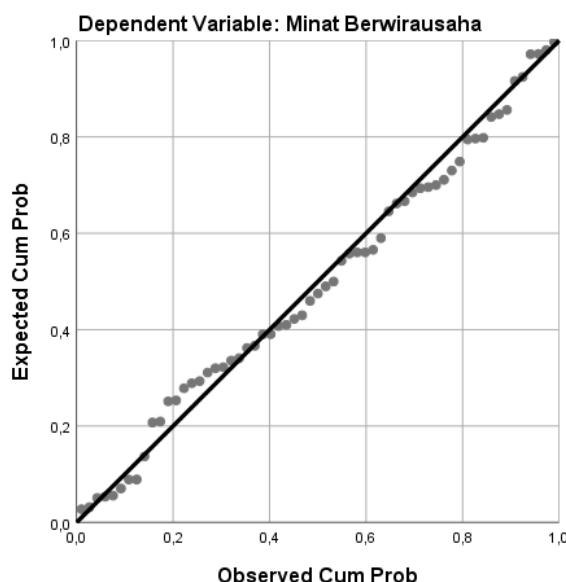
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,721	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	37,9180	9,543	,193	,732
X2.2	37,9016	8,857	,652	,669
X2.3	37,8852	8,837	,647	,669
X2.4	38,1311	9,249	,340	,706
X2.5	38,1311	8,083	,476	,682
X2.6	37,8852	8,737	,468	,685
X2.7	37,8361	8,673	,577	,671
X2.8	37,8689	9,616	,277	,714
X2.9	37,9180	9,543	,193	,732
X2.10	38,1475	9,195	,246	,726



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,50913881
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,056
	Negative	-,067

Test Statistic	,067
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,866 ^a	,750	,742		1,53494

- a. Predictors: (Constant), E-Commerce, Pengetahuan Teknologi Informasi
- b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	410,661	2	205,331	87,151	,000 ^b
	Residual	136,650	58	2,356		
	Total	547,311	60			

- a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha
- b. Predictors: (Constant), E-Commerce, Pengetahuan Teknologi Informasi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,606	3,023		1,193	
	Pengetahuan Teknologi Informasi	-,088	,054	-,107	-1,633	
	E-Commerce	,796	,060	,867	13,182	

Coefficients ^a	
Model	Sig.

1	(Constant)	,238
	Pengetahuan Teknologi Informasi	,108
	E-Commerce	,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

$$Y = a + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2$$

$$Y = 3,606 + (-0,088) + 0,796$$

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,866 ^a	,750	,742	1,53494	

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

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	410,661	2	205,331	87,151	,000 ^b
	Residual	136,650	58	2,356		
	Total	547,311	60			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

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

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,606	3,023		1,193	
	Pengetahuan Teknologi Informasi	-,088	,054	-,107	-1,633	
	E-Commerce	,796	,060	,867	13,182	

Coefficients ^a		Sig.
Model	(Constant)	
1	(Constant)	,238

	Pengetahuan Teknologi Informasi	,108
	E-Commerce	,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,866 ^a	,750	,742	1,53494

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

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Dokumentasi









KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2515 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/11/2024

08 November 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth. Bapak/Ibu;

1. Aliman Syahuri Zein, M.E.I

: Pembimbing I

2. Nur Mutiah, M.Si

: Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Ayu Insaini Harahap

NIM : 2040200123

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi **Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi dan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan.**

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Tembusan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPuan

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 1724 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/06/2025

11 Juni 2025

Sifat : Biasa

Hal : Surat Keterangan Selesai Riset

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si

NIP : 197905252006041004

Pangkat/Gol.Ruang : Pembina Tk.I /IVb

Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ayu Isaini Harahap

NIM : 2040200123

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar yang bersangkutan telah melakukan riset di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pada tanggal 23 September 2024 s.d 08 Oktober 2024 dengan Judul "**Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi dan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan**".

Demikian surat ini disampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

an. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP 197905252006041004

Tembusan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

21 %

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

17 %

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	5%
2	etd.uinsyahada.ac.id Internet Source	4%
3	Submitted to Universitas Muhammadiyah Palembang Student Paper	3%
4	Submitted to IAIN Bengkulu Student Paper	1 %
5	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	1 %
6	etd.iain-padangsidiimpuan.ac.id Internet Source	1 %
7	Submitted to Universitas Jambi. Student Paper	<1 %
8	Submitted to UIN Sultan Syarif Kasim Riau Student Paper	<1 %
9	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
10	Submitted to Universitas Riau Student Paper	<1 %
11	Submitted to Sogang University Student Paper	