

Pengaruh *E-commerce*, Kepribadian dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Ditinjau dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)

Eka Fitri ^a, Khairul Amri ^{b*}, Azimah Dianah ^c

^{a,b*,c}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia.

ABSTRACT

The number of university graduates in Indonesia is increasing every year but it is not proportional to the number of available jobs so it has an impact on increasing educated unemployment. One of the efforts to reduce the unemployment rate among the educated is by cultivating an entrepreneurial spirit in students. This study aims to determine the effect of e-commerce, personality, and income expectations on FEBI students' entrepreneurial interests partially or simultaneously. The data analysis technique in this study was multiple linear regression analysis by distributing questionnaires to 91 respondents. The results of this study state that e-commerce, personality, and income expectations have a positive and significant effect on FEBI students' entrepreneurial interests. Simultaneously or together with e-commerce, personality, and income expectations have a positive and significant effect on FEBI student entrepreneurship interest.

ABSTRAK

Jumlah lulusan perguruan tinggi di Indonesia setiap tahunnya yang semakin meningkat namun tidak sebanding dengan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia, sehingga berdampak pada meningkatnya pengangguran terdidik. Salah satu upaya untuk mengurangi tingkat pengangguran di kalangan terdidik yaitu dengan menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh e-commerce, kepribadian dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI secara parsial maupun simultan. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menyebarkan kuesioner kepada 91 responden. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa e-commerce, kepribadian dan ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI. Secara simultan atau secara bersama-sama e-commerce, kepribadian dan ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI.

ARTICLE HISTORY

Received 11 March 2023

Accepted 25 April 2023

Published 30 May 2023

KEYWORDS

E-Commerce Impact;
Entrepreneurial Interest; Islamic
Economic Perspective; FEBI
Student Study.

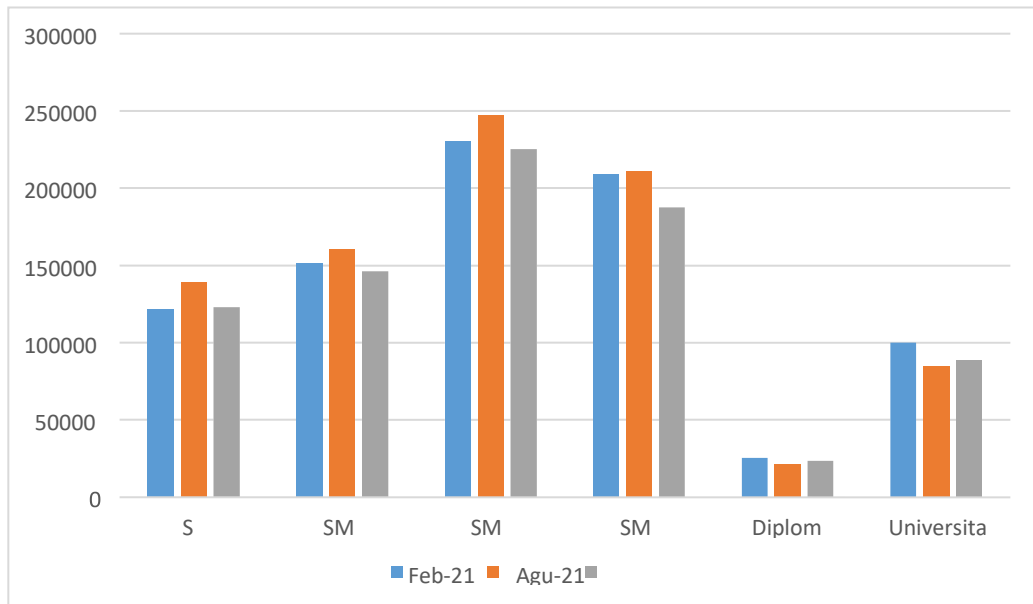
KATA KUNCI

Dampak E-Commerce; Minat
Wirausaha; Perspektif Ekonomi
Islam; Studi Mahasiswa FEBI.

1. Pendahuluan

Jumlah lulusan perguruan tinggi di Indonesia setiap tahunnya semakin meningkat. Seiring dengan meningkatnya jumlah lulusan perguruan tinggi namun tidak setara dengan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia, sehingga berdampak pada meningkatnya pengangguran terdidik. Pengangguran bukanlah sebuah pilihan untuk tidak bekerja melainkan akibat dari sulitnya untuk mendapatkan pekerjaan. Banyak lulusan perguruan tinggi yang lebih memilih menjadi pegawai dibandingkan menjadi wirausahaan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) di Indonesia jumlah angkatan kerja nasional (Sakernas) pada agustus 2022 sebanyak 143,72 juta orang, dan sebanyak 55,06 juta orang (40,69 persen) bekerja pada kegiatan formal adapun

tingkat pengangguran terbuka (TPT) Agustus 2022 sebesar 5,86 persen adapun tingkat pengangguran terbuka berdasarkan tingkat pendidikan (Universitas) pada tahun 2022 sebesar 4,80 persen. Berikut ini merupakan grafik pengangguran terbuka menurut Pendidikan tertinggi yang ditamatkan pada tahun 2021-2022 dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan (Orang)

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan data dari (BPS) diatas pengangguran lulusan perguruan tinggi pada tahun 2022 masih cukup tinggi. Hal ini mengidentifikasi bahwa lulusan perguruan tinggi ikut menyumbang bertambahnya pengangguran di Indonesia. Dimana jumlah pengangguran bertambah yaitu pada Agustus tahun 2021 tercatat 848.657 dan pada Februari 2022 meningkat menjadi 884.769. Jumlah tersebut menandakan bahwa lulusan universitas tidak sepenuhnya dapat menjadikan seseorang memiliki pekerjaan. Oleh karena itu peran dari perguruan tinggi sangat diperlukan untuk dapat mengarahkan lulusannya untuk dapat mandiri dengan menciptakan lapangan pekerjaan salah satunya yaitu dengan membuat suatu usaha.

Dikhawatirkan pengangguran kalangan terdidik yang berstatus sarjana semakin meningkat apabila perguruan tinggi tidak mampu mengarahkan mahasiswa untuk dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Salah satu upaya untuk mengurangi tingkat pengangguran di kalangan terdidik yaitu dengan menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa perguruan tinggi karena sarjana diharapkan dapat menjadi wirausahaan yang terdidik dan mampu merintis usahanya sendiri yang dapat bermanfaat bagi dirinya sendiri maupun lingkungan sekitarnya. Banyak lulusan sarjana yang menjadi pengangguran, namun hanya sedikit yang berminat dan tertarik untuk memulai bisnis mereka sendiri.

Indonesia memiliki potensi demografi yang sangat besar untuk penguatan dan pengembangan wirausaha muda yang produktif dan berkualitas. Mahasiswa merupakan sumber daya manusia yang berkualitas dan kreatif layak menjadi sumber penguatan dan pengembangan wirausaha dari kalangan anak muda atau yang sering disebut sekarang ini anak muda milenial. Mahasiswa yang merupakan bagian dari generasi milenial yang memiliki kemampuan dalam pemanfaatan kemajuan teknologi

dalam segala bidang, kemajuan teknologi dapat dijadikan mahasiswa sebagai tempat menuangkan ide kreatif dan inovatif yang dapat berkontribusi serta berperan dalam membangun perekonomian bangsa.

Kewirausahaan memiliki peranan penting dalam mengurangi pengangguran dan berdampak pada perekonomian negara. Kehadiran dan peranan wirausaha dapat menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, meningkatkan pemerataan pendapatan, serta dapat memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal. Wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru (Sari, *et al.*, 2020). Seorang wirausahaan adalah orang yang mampu melihat peluang serta memanfaatkan peluang tersebut dengan menciptakan sebuah organisasi.

Minat wirausaha merupakan gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha dengan perasaan senang karena dapat bermanfaat bagi dirinya (Ulfa, 2015). Minat berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung macam-macam resiko yang berkaitan dengan tindakan berusaha yang dilakukannya, bersedia belajar untuk mengembangkan usaha diinginkannya. Agar industri-industri dapat tumbuh berkembang dan pengangguran berkurang maka minat berwirausaha juga sangat diperlukan dalam hal ini. Minat berperan penting dalam memulai suatu pekerjaan, apabila seseorang memiliki minat terhadap objek tertentu, maka ia akan lebih fokus serta lebih cenderung memberi perhatian lebih agar dapat mencapai tujuan yang telah di tetapkan, sehingga mendapat hasil akhir yang baik dari pekerjaan tersebut. terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha seseorang yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah yang berasal dari luar diri wirausahaan seperti *e-commerce*. Sedangkan faktor internal adalah yang berasal dari dalam diri wirausahaan seperti kepribadian dan ekspetasi pendapatan.

E-commerce merupakan suatu media yang dapat digunakan oleh seseorang dalam mempermudah suatu usaha. Menurut Aldrin & Alam, (2020) *e-commerce* sebagai proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dengan menggunakan teknologi elektronik dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, jasa dan informasi secara elektronik. Secara sederhana *e-commerce* yaitu suatu bentuk perdagangan yang dilakukan secara online dengan menggunakan internet. Kehadiran *e-commerce* sebagai media transaksi yang baru, cepat dan mudah ini tentunya menguntungkan banyak pihak baik pihak konsumen, maupun pihak produsen dan penjual. Kemudahan yang diberikan *e-commerce* dapat mendorong minat seseorang untuk menjadi seorang wirausahaan. hal tersebut sesuai dengan Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahayu, (2022) yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Namun berbeda dengan penelitian Eka, (2020) yang menyatakan bahwa variabel *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dalam penelitian ini variabel *e-commerce* menjadi faktor yang sangat penting untuk diteliti karena untuk mengetahui apakah *e-commerce* mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha.

Kepribadian merupakan karakter yang dimiliki oleh seseorang. Rasa percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko, berjiwa kepemimpinan, diorisinan merupakan suatu kepribadian dari seseorang. Dalam menumbuhkan minat berwirausaha seseorang harus menyesuaikan karakter yang ia miliki agar dapat menjadi wirausahaan.

Apabila dengan adanya rasa percaya diri maka seseorang akan ingin menjadi seorang wirausahaan. Semakin mendekati karakter seorang wirausaha maka semakin besar pula minat seseorang untuk menjadi wirausaha. hal ini sejalan dengan penelitian Safitri & Rustiana, (2016) yang menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha secara simultan dan parsial. Namun berbeda dengan

penelitian Parista, (2022) menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Maka dari penjelasan tersebut pengetahuan menjadi faktor penting untuk diteliti agar dapat melihat bagaimana pengaruh kepribadian tersebut terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN- Ar-Raniry.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang adalah ekspektasi pendapatan karena semakin besar ekspektasi pendapatan seseorang maka semakin besar pula minat berwirausaha. Ekspektasi pendapatan merupakan harapan untuk memperoleh penghasilan yang tinggi sehingga dengan adanya ekspektasi yang pendapatan yang tinggi maka mahasiswa akan lebih tertarik (Kardiana & Melati, 2019). Menjadi wirausahaan dapat menjadi salah satu upaya untuk mendapatkan penghasilan yang tinggi, dengan menjadi wirausahaan seseorang dapat menjadi manajer yang biasanya menghasilkan tinggi. Sejalan dengan penelitian Putri, (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha. Namun penelitian yang dilakukan oleh Saputri, (2019) menyatakan bahwa variabel ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Dalam penelitian ini variabel ekspektasi pendapatan merupakan faktor penting untuk diteliti guna mengetahui apakah ekspektasi pendapatan mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi wirausahaan.

Islam merupakan agama yang paling sempurna dalam segala hal. Islam mengharuskan umatnya agar bekerja dan berbisnis sesuai dengan perintah dan menjauhi larangan Allah SWT. Berdagang merupakan salah satu pekerjaan yang sangat mulia dan utama selama berada di jalan yang sesuai dengan atauran dan tidak melanggar batas-batas syariat yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Islam sangat menganjurkan umatnya untuk berwirausaha serta dalam pelaksanaannya mengedepankan akhlakul kharimah. Menjadi wirausahaan merupakan salah satu bentuk yang dapat dilakukan seorang muslim untuk mencari rizki. Konsep berwirausaha dalam perspektif islam harus didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi islam. Dalam islam untuk menjadi wirausaha bukanlah sekedar hanya memperoleh keuntungan namun keberkahan harus diperoleh dengan menerapkan prinsip islam. Sebagai seorang wirausahaan tetap harus menjalankan perintah Allah SWT dalam seluruh aspeknya termasuk dalam kegiatan bisnis

dengan menjaga yang halal dan menjauhi yang haram. Serta seorang wirausaha harus menjaga moral dan etika terhadap bisnis karena moralitas sangat penting dan memiliki nilai utama bagi seorang wirausahaan dalam menjalankan bisnis.

Pemilihan FEBI sebagai tempat penelitian karena dalam kurikulum pembelajarannya terdapat materi mengenai kewirausahaan yang menjadikan mahasiswa memiliki pengetahuan lebih mengenai kewirausahaan yang berpeluang bagi mahasiswa untuk menjadi seorang wirausahaan serta diharapkan FEBI dapat melahirkan entrepreneur yang bermutu, islami, dan mampu memberikan peranan yang besar bagi perekonomian Indonesia.

1.1 Minat Berwirausaha

Minat merupakan ketertarikan seseorang pada bidang tertentu (Saifuddin, 2020). Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan terhadap kegiatan berwirausaha yang menciptakan suatu usaha yang bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan sekitar (Khotimah, *et al.*, 2022). Minat berwirausaha dipengaruhi oleh adanya soft skills yang tinggi karena menjadi seorang wirausaha dibutuhkan berbagai keterampilan dalam karakter pribadi yang kuat. Selain itu minat wirausaha adalah ketertarikan individu untuk melakukan suatu usaha dengan mengorganisir, mengatur, dan menanggung risiko serta dapat mengembangkan usaha. Minat wirausaha ada karena keinginan, ketertarikan dan kesediaan untuk melakukan suatu pekerjaan, kemauan dan fokus untuk memenuhi kebutuhannya, tidak takut gagal dan siap menghadapi risiko (Putri, *et al.*, 2022).

Menurut Hanum, (2015) Minat berwirausaha adalah kemampuan untuk

memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Adanya pengetahuan dan informasi mengenai kewirausaha biasanya akan memunculkan minat berwirausaha serta timbulnya keinginan untuk secara langsung berpartisipasi secara langsung. Minat berwirausaha dari ketersediaan untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung berbagai risiko yang mungkin terjadi, dapat berinovasi, serta mampu bersaing dalam dunia usaha. Sebagaimana menurut Yadewanil & Wijaya, (2017) yang menyatakan bahwa minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya sendiri.

Dalam ajaran islam bekerja atau berusaha merupakan bagian yang tidak terpisahkan di dalamnya. Seorang mukmin diwajibkan bekerja untuk menghasilkan keuntungan finansial demi mencukupi kebutuhan diri dan juga keluarga baik itu bekerja secara tetap maupun berwirausaha. Nabi Muhammad SAW diutus oleh Allah SWT ke dunia untuk menyampaikan risalah islam sebagai pegangan hidup dan solusi dalam permasalahan kehidupan manusia. Namun demikian Nabi Muhammad juga mengajarkan perdagangan dan cara berbisnis yang halal dan barokah sebagai salah satu bentuk ajaran islam. Nabi Muhammad sangat menganjurkan kepada umatnya berbisnis (berdagang) karena dapat menumbuhkan jiwa kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga dan meringankan beban orang lain.

1.2 Keterkaitan Antar Variabel

1) Pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Ekonomi Islam

E-commerce didefinisikan sebagai proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, jasa dan informasi secara elektronik (Aldrin & Alam, 2020). Adapaun konsep dari *e-commerce* ini penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung dalam bertransaksi. penggunaan *e-commerce* yang semakin tinggi akan meningkatkan minat berwirausaha. Islam menjelaskan bahwa transaksi apapun dan bagaimanapun kreasinya, selama tidak mengandung hal-hal yang menyebabkan terjadinya kerugian pada salah satu pihak bertransaksi dan barang yang diperjualbelikan bukanlah barang yang terlarang baik oleh hukum agama seperti halnya barang atau benda najis dan haram semisalnya narkoba dan ataupun barang oleh hukum negara seperti halnya barang curian, korupsi, pencucian uang maka diperbolehkan. Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, (2022) menunjukan bahwa variable *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Sejalan dengan penelitian Sapitri & Fatimah, (2020) menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. hal ini menunjukan semakin tinggi penggunaan *e-commerce* maka semakin tinggi pula minat dalam berwirausaha. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Gultom, (2021) menunjukan bahwa secara parsial *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha karena terdapat variabel lain yaitu pengetahuan kewirausahaan yang secara parsial mempengaruhi minat berwirausaha. Terdapat perbedaan hasil dari penelitian tersebut sehingga pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha menjadi menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

2) Pengaruh Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Ekonomi Islam

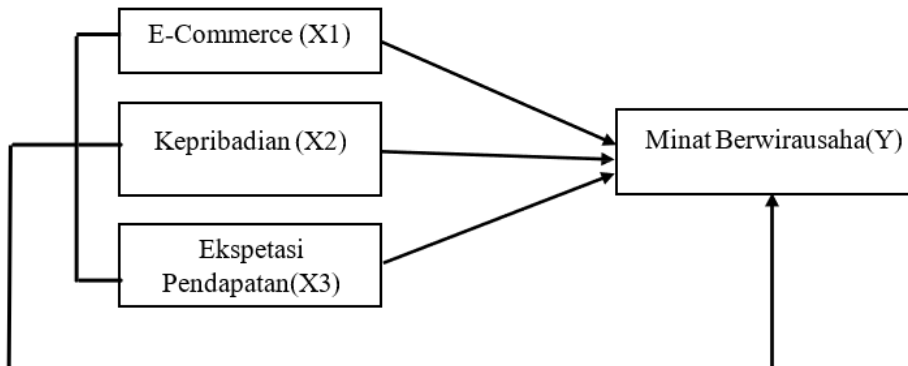
Minat seseorang dalam berwirausaha dapat dilihat dari berbagai aspek seperti watak, sikap, dan perilaku seseorang. Menurut Sari, (2018) kepribadian adalah

karakter yang dimiliki oleh seseorang yang terbentuk dari lingkungan dan bersifat unik. Kepribadian seseorang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha. Sebagai umat islam kita memiliki contoh teladan dalam berbisnis yaitu Nabi Muhammad SAW. Beberapa karakter Nabi Muhammad SAW yang dapat dijadikan contoh dalam berbisnis antara lain shidiq, amanah, fahtnah, tabligh dan istiqomah. Hasil penelitian Idriyani & Margunani, (2018) menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Penelitian Safitri & Rustiana, (2016) juga menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha secara simultan dan parsial. Dimana semakin tinggi kepribadian mahasiswa terhadap minat berwirausaha maka akan berdampak pada peningkatan minat berwirausaha. Begitu juga sebaliknya jika kepribadian mahasiswa menurun maka akan berdampak pada menurunnya minat berwirausaha seseorang. Namun berbeda dengan penelitian Parista, (2022) menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha hal ini membuktikan bahwa kepribadian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha karena terdapat variabel lain yang mempengaruhinya secara signifikan. Maka dari itu akan diteliti lebih lanjut mengenai pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha.

3) Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Ekonomi Islam

Ekspektasi pendapatan merupakan suatu harapan untuk memperoleh penghasilan yang lebih tinggi sehingga dengan adanya ekspektasi pendapatan yang tinggi maka minat berwirausaha akan semakin meningkat (Kardiana & Melati, 2019). Dalam pandangan islam pendapatan adalah penghasilan dari usaha yang jelas dan halal. Penghasilan halal dapat mendatangkan keberkahan yang diberikan oleh Allah Swt. Kekayaan dari kegiatan pencurian, korupsi bahkan transaksi ilegal telah menyebabkan bencana di dunia bahkan hukuman akhirat. Padahal harta halal membawa berkah dunia dan membawa keamanan akhirat. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Noor & Anwar, (2022) menyatakan bahwa variabel ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Pada penelitian Putri, (2019) juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif ekspektasi pendaptan terhadap minat berwirausaha. hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi ekspektasi pendapatan mahasiswa melalui wirausaha, maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha. Namun penelitian yang dilakukan oleh Saputri, (2019) menyatakan bahwa variabel ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha karena terdapat variabel lain yang mempengaruhinya. Maka dari itu akan diteliti lebih lanjut mengenai pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha.

1.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2. Skema Pengaruh Antar Variabel

2. Metode

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikannya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya (Siyoto & Sodik, 2015). Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *survei*. Penelitian *survei* adalah penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data (Djaali, 2020). Dalam hal ini kuesioner yang akan di sebarakan dalam bentuk pertanyaan. Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

2.2 Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada angkatan 2019 dan 2020 yang terdiri dari tiga prodi yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, dan Ilmu Ekonomi.

Tabel 1. Populasi Penelitian Angkatan 2019 dan 2020

Prodi	Jumlah Mahasiswa
Perbankan Syariah	452
Ekonomi Syariah	404
Ilmu Ekonomi	205
Total	1.061

Sumber: Siakad UIN Ar-Raniry (2023).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purpose sampling* dikarenakan populasi yang di pakai menggunakan kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah : mahasiswa aktif FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan mahasiswa angkatan 2019 dan 2020. penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus slovin. Rumus slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 1.061 mahasiswa. Berdasarkan rumus tersebut dengan tingkat kesalahan 10% maka diperoleh sampel penelitian sebanyak 91,38 dan dibulatkan menjadi 91 sampel.

2.3 Operasional Variabel

1) Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dari penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup dimana dalam kuesioner penelitian ini terdapat beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, dimana nantinya responden akan diminta untuk memilih jawaban yang terdapat dalam kuesioner tersebut.

2) Instrument penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan upaya untuk memastikan tingkat ke validan atau keahihan instrument yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas diukur dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk $df = n-2$ dengan $\alpha = 0,10$ adapun dasar pengambilan keputusan dari uji validitas yaitu:

- Jika r hitung $> r$ tabel, maka kuesioner tersebut dinyatakan valid
- Jika r hitung $< r$ tabel, maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu variabel. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Yuliati & Mu'ammal, 2022). Realibel atau tidaknya suatu variabel dapat dilihat melalui Cronbach Alpha > 0.60.

3) Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data dalam penelitian tersebut berdistribusi normal atau tidak, sebuah data akan terlihat bagus digunakan untuk menganalisis dalam menjawab dan menjelaskan fenomena yang terjadi jika data penelitian terdistribusi normal atau melebihi normalitas data. Dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas data dengan melihat nilai dari signifikan di bagian Kolmogorov-Smirnov. Menurut Ghozali, (2016) Dasar dalam pengambilan uji normalitas yaitu:

- Jika nilai signifikan > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal
- Jika nilai signifikan < 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antara variabel independent dalam model regresi (Pianda, 2018). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Dikatakan terjadi multikolinearitas apabila terdapat nilai tolerance < 0.10 dan nilai VIF >10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Sunarto, Isnaini, & Yunus, 2018). Untuk mengetahui heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan melihat grafik atau scatterplot.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berfungsi untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dengan skala pengukuran rasio dalam suatu persamaan linear. Dalam penelitian ini variabel independen (X) yang digunakan adalah e-commerce, kepribadian dan ekspektasi pendapatan. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah minat berwirausaha.

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Berwirausaha

α = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

x_1 = Variabel e-commerce

x_2 = Variabel Kepribadian

x_3 = Variabel Ekspektasi Pendapatan

e = Error

4) Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial ini menggunakan untuk mengetahui apakah variabel independent tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Dan untuk membuktikan sejauh mana variabel independent tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan uji parsial yaitu:

- Jika signifikan (probalitas) < 0.05 atau $t \text{ hitung} > t \text{ table}$ maka, H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika signifikan (probalitas) > 0.05 atau $t \text{ hitung} < t \text{ table}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima. Artinya variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji Statistik (Uji F)

Uji statistik digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dari uji statistic yaitu:

- Jika H_o ditolak dan H_a diterima atau $f \text{ hitung} > f \text{ table}$ atau nilai signifikan < 0.05 . artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika H_o diterima dan H_a ditolak atau $f \text{ hitung} < f \text{ table}$ atau nilai signifikan > 0.05 . artinya variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Koefesien Determinasi (R^2)

Koefesien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent atau variabel terikat (Riyanto & Hatmawan, 2020). Nilai koefesien determinasi memiliki interval antara 0 dan 1. Apabila nilai koefesien determinasi tersebut semakin mendekati 1 maka hasil regresi tersebut baik dan dapat hamper memberikan semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen. Dan apabila nilai koefesien determinasi semakin mendekati 0, maka secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2013).

2.4 Karakteristik responden

Pada bagian ini menjelaskan mengenai karakteristik responden penelitian untuk menggambarkan data-data deskriptif yang diperoleh dari responden. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini yaitu: jenis kelamin, tahun angkatan dan program studi. Dalam Penelitian ini responden yang diambil adalah mahasiswa/i FEBI. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	45
Perempuan	46
Jumlah	91

Sumber: Data Diolah (2023).

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 45 orang dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 46 orang.

Adapun responden yang karakteristiknya berdasarkan tahun angkatan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Jumlah Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah
2019	46
2020	45

Sumber: Data diolah (2023).

Dari Tabel 3 dapat kita ketahui jumlah responden pada angkatan 2019 berjumlah 46 orang dan pada angkatan 2020 berjumlah 45 orang. Responden terbanyak berasal dari angkatan 2019 yaitu sebanyak 46 orang. Adapun responden yang karakteristiknya berdasarkan program studi yaitu:

Tabel 4. Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah
Ekonomi Syariah	30
Ilmu Ekonomi	30
Perbankan Syariah	31
Jumlah	91

Sumber: Data diolah (2023).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Tabel 5. Hasil uji validitas dan reliabilitas

Variabel	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
	R hitung	R tabel (n = 89)	Keterangan	Nilai Cronbach alpha	Keterangan
E-commerce	0,772	0.1735	Valid	0,703	Reliable
	0,659				
	0,574				
	0,760				
	0,685				
Kepribadian	0,702	0.1735	Valid	0,782	Reliable
	0,662				
	0,518				
	0,435				
	0,698				
	0,455				
	0,586				
	0,534				
	0,608				
	0,665				

Variabel	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
	R hitung	R tabel (n = 89)	Keterangan	Nilai Cronbach alpha	Keterangan
Ekspektasi Pendapatan	0,811	0.1735	Valid	0,757	Reliable
	0,839				
	0,655				
	0,753				
	0,508				
Minat berwirausaha	0,517	0.1735	Valid	0,711	Reliable
	0,579				
	0,491				
	0,600				
	0,409				
	0,470				
	0,474				
	0,337				
	0,614				
	0,671				

Sumber: Data Primer (diolah), 2023.

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dijelaskan bahwa R hitung pada seluruh indikator penyusunan variabel penelitian lebih besar dari nilai R tabel yakni sebesar 0,1735. Artinya keseluruhan indikator dalam penelitian ini valid dan dapat menjelaskan variabel tersebut. Sehingga data dalam penelitian ini layak di uji pada pengujian selanjutnya. Berdasarkan Tabel 5 menunjukan bahwa nilai Cronbach alpha dari variabel *e-commerce* (X1) sebesar 0,703 , nilai dari variabel kepribadian (X2) sebesar 0,782, nilai dari variabel ekspektasi pendapatan (X3) adalah sebesar 0,757 dan nilai dari minat berwirausaha (Y) adalah 0,711. Data data tersebut dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian atau pernyataan yang digunakan sebagai indikator baik variabel ataupun pernyataan yang digunakan sebagai indikator baik variabel X maupun Y, merupakan alat ukur yang Reabilitas.

3.2 Uji Normalitas

Tabel 6. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,33537485
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,061
	Negative	-,041
Test Statistic		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah SPSS versi 25 (2023).

Berdasarkan Tabel 7 Dapat diketahui nilai signifikan dibagian *test statistic* yaitu sebesar 0,061 yaitu lebih besar dar 0,05 ($0,061 > 0,05$) dan *Asymp Sig* sebesar 0,200 yaitu lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel terikat dan variabel bebas dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

3.3 Uji Multikolinearitas

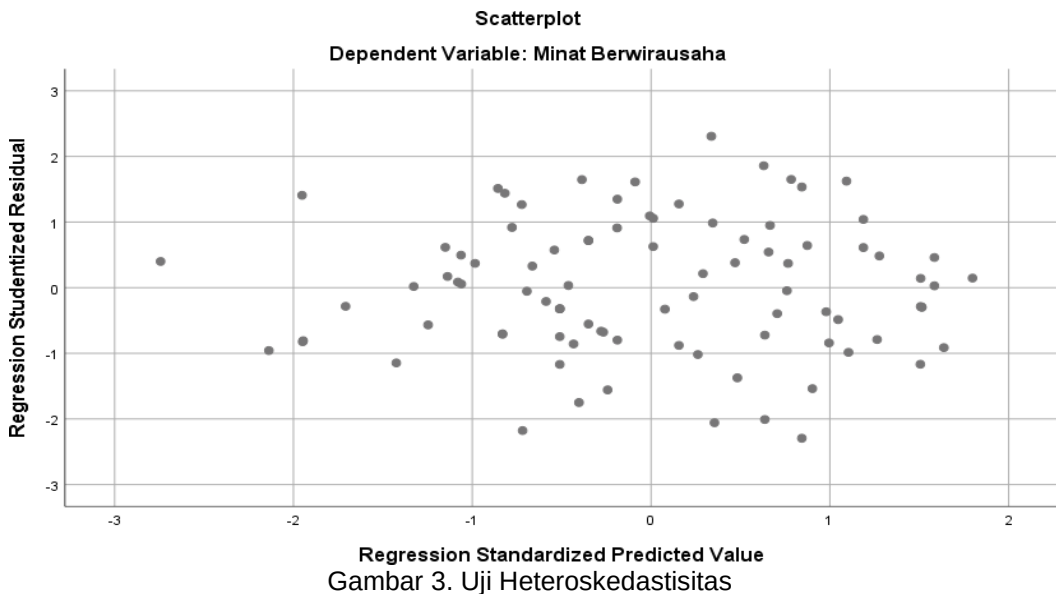
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
E-Commerce (X1)	0,672	1,487
Kepribadian (X2)	0,588	1,701
Ekspektasi Pendapatan (X3)	0,590	1,696

Sumber: Data diolah SPSS versi 25 (2023).

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel *e-commerce* (X1) adalah 0,672, nilai *tolerance* variabel kepribadian (X2) adalah 0,588, dan nilai *tolerance* variabel ekspektasi Pendapatan (X3) adalah 0,590. Ketiga variabel memiliki nilai *tolerance* di atas 0.10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dengan model regresi ini. Sedangkan nilai VIF variabel *e-commerce* (X1) adalah 1,487, nilai VIF variabel kepribadian (X2) adalah 1,701 dan nilai VIF variabel ekspektasi pendapatan 1,696. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas anatar variabel bebas dalam model regresi ini.

3.4 Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan pada Gambar 3 dapat dilihat pada dalam grafik *scatterplot* terjadi penyebaran data yang tidak teratur dan tidak membentuk pola. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga model regresi ini layak digunakan untuk menganalisis hubungan antara *e-commerce* , kepribadian dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha.

3.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil estimasi pengaruh ecommerce, kepribadian dan ekpektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha

Constanta dan independent variable	Dependent Variabel: Minat berwirausaha				
	Koef. Estimasi	Standar Error	T hitung	sig	T tabel
(Constant)	9,412	2,595	3,627	,000	
E-Commerce	,265	,126	2,112	,038	1,987
Kepribadian	,593	,072	8,227	,000	1,987
Ekspektasi Pendapatan	,392	,140	2,798	,006	1,987
R	847 ^a				
R ²	,718				
F hitung (sig)	73,656 (0,000)				
F tabel	2,709				

Berdasarkan Tabel 8 maka diperoleh persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$y = 9,412 + 0,265x_1 + 0,593x_2 + 0,392x_3 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai kostanta (α) yang di dapat adalah sebesar 9,412 jika nilai koefisien *e-commerce* (X1), kepribadian (X2) dan ekspektasi pendapatan (X3) tidak bertambah maka nilai koefisien minat berwirausaha (Y) sebesar 9,412
- 2) Nilai koefisien variabel *e-commerce* (X1) adalah 0,265. Hal ini menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha, setiap penambahan pada variabel lainnya dianggap konstan. Maka variabel Y akan bertambah sebesar 0,265.
- 3) Nilai koefisien kepribadian (X2) adalah 0,593. Hal ini menunjukan bahwa kepribadian berpengaruh dan setiap penambahan 1 nilai pada variabel kepribadian (X2) dan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y yaitu minat berwirausaha akan bertambah sebesar 0,593
- 4) Nilai koefisien Ekspektasi Pendapatan (X3) adalah 0,392. Hal ini menunjukan bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh dan setiap penambahan 1 nilai pada variabel kepribadian (X2) dan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y yaitu minat berwirausaha akan bertambah sebesar 0,392

Berdasarkan hasil yang diperoleh melalui analisis regresi linear berganda yang dilakukan pada aplikasi SPSS maka dapat disimpulkan hipotesis secara parsial sebagai berikut:

- 1) Variabel *e-commerce* (X1) terhadap minat berwirausaha (Y)
Uji parsial pada tabel 8 diketahui bahwa variabel *e-commerce* (X1), memperoleh t hitung sebesar 2,112 dan t tabel sebesar 1,987. sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2,112 > 1,987$) dengan nilai signifikan 0,038 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,038 < 0,05$). Maka Ha1 diterima dan H01 ditolak artinya (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y).
- 2) Variabel kepribadian (X2) terhadap minat berwirausaha (Y)
Uji secara parsial pada tabel 8 diketahui bahwa variabel kepribadian (X2) memperoleh t hitung sebesar 8,227 dan t tabel sebesar 1,987, sehingga t hitung

lebih besar dari t tabel ($8,227 > 1,987$) dengan nilai signifikan 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak artinya (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y)

3) Variabel ekspektasi pendapatan (X3) terhadap minat berwirausaha (Y)

Uji parsial pada tabel 8 diketahui bahwa ekspektasi pendapatan (X3) memperoleh t hitung sebesar 2,798 dan t tabel sebesar 1,987, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2,798 > 1,987$) dengan nilai signifikan 0,006 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,006 < 0,05$). Maka H_{a3} diterima dan H_{o2} ditolak artinya (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y)

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa f hitung sebesar 73,656 dan f tabel 2,709 sehingga nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($73,656 > 2,709$) dan signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *e-commerce* (X1), kepribadian (X2) dan ekspektasi pendapatan (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Berdasarkan Tabel 11 dapat diketahui bahwa hasil uji R^2 (koefisien determinasi) yang diperoleh sebesar 0,718. Hal ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh *e-commerce* (X1), kepribadian (X2) dan ekspektasi pendapatan (X3) sebesar 71,8% dan 28,2 % lagi dipengaruhi oleh faktor lain selain *e-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen secara baik.

3.6 Pembahasan

1) Pengaruh E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry

Berdasarkan hasil uji parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel nilai t hitung sebesar 2,112 dan t tabel sebesar 1,987. sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2,112 > 1,987$) dengan nilai signifikan 0,038 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,038 < 0,05$). Maka H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak artinya (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *e-commerce* (X1) terhadap minat berwirausaha. Sehingga hipotesis yang terdapat pengaruh terhadap minat berwirausaha dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce* merupakan hal yang penting serta dapat mempengaruhi minat berwirausaha. *E-commerce* merupakan proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, jasa dan informasi secara elektronik (Rerung, 2018). *E-commerce* merupakan dampak dari berkembangnya teknologi pada sekarang ini sehingga dapat merubah cara manusia dalam berinteraksi dengan lingkungannya, seperti halnya terkait dengan sistem perdagangan. Hasil penelitian ini adalah positif dan signifikan hal ini membuktikan bahwa mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry setuju dengan manfaat yang diperoleh dengan menggunakan *e-commerce* dapat menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen menjadi cepat, mudah dan memiliki peran penting dalam berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yadewanil & Wijaya, 2017) menunjukkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Dalam islam perdagangan melalui media elektronik (*e-commerce*) diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan dan sejenisnya. Terdapat beberapa nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan pada *e-*

commerece yaitu bersikap profesional, jujur, amanah, serta bersikap ramah dan sopan. Dalam menggunakan e-commerce sebagai alat dalam berwirausaha seorang wirausaha harus memberikan kemudahan pada penggunaannya, seorang wirausaha harus memiliki tanggung jawab serta mengutamakan kejujuran. Sebab islam memandang suatu wirausaha sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah SWT untuk itu suatu wirausaha tidak boleh terlepas dari syariat islam. secara keseluruhan e-commerce dalam islam diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan syariat islam serta menerapkan nilai-nilai islam dalam pelaksanaannya. e-commerce sebagai salah satu cara untuk melakukan kegiatan usaha dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa. Dengan adanya manfaat yang diberikan seperti kemudahan layanan akan menimbulkan ketertarikan mahasiswa untuk membangun suatu wirausaha.

2) Pengaruh kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry

Berdasarkan hasil uji parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel. Nilai t hitung sebesar 8,227 dan t tabel sebesar 1,987, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($8,227 > 1,987$) dengan nilai signifikan 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_a2 diterima dan H_o2 ditolak artinya (X^2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh kepribadian dengan minat berwirausaha diterima. Hal ini menunjukan bahwa kepribadian merupakan faktor penting untuk mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Kepribadian adalah keseluruhan kombinasi yang menggambarkan karakteristik watak yang menyebabkan manusia secara alamiah bersifat unik (Kartono, 2019). Dalam pemilihan karir sebagai wirausaha, kepribadian akan memainkan peranan penting. Seseorang dapat dikatakan dapat memiliki minat berwirausaha dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti karakteristik, watak, sikap dan perilaku seseorang. Kepribadian seorang wirausahaan adalah ketika mempunyai rasa percaya diri, memiliki jiwa kepemimpinan, berorientasi pada masa depan dan juga memiliki keorisilinan. Dengan memiliki kepribadian seorang wirausaha yang tinggi maka mahasiswa akan lebih berani untuk melakukan suatu usaha dan akan dilakukan dengan baik. Adapun hasil penelitian ini adalah kepribadian berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha yang artinya mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry memiliki rasa percaya diri, berjiwa kepemimpinan, berorientasi pada masa depan dan keorisilinan yang tinggi di dalam dirinya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Idriyani & Margunani, 2018) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Dalam melakukan suatu usaha seorang muslim harus memiliki kepribadian yang baik. Kepribadian dalam islam yang baik merupakan kepribadian yang memiliki ciri khas dari keseluruhan tingkah laku, sikap dan Hasrat yang baik dengan menjadikan ajaran islam sebagai pedoman dalam berperilaku. Kepribadian dalam islam merupakan akumulasi dari berbagai karakter dan sifat yang melekat diri seseorang yang berwujud pada perilaku sehari-hari yang mengarah pada nilai-nilai islam. Adapaun dalam melakukan suatu usaha seorang wirausahaan muslim harus memiliki nilai-nilai islam di dalam dirinya seperti memiliki ketakwaan dalam dirinya, bersikap jujur, mandiri dan dalam melakukan suatu usaha dengan memprioritaskan kehalalan dari segala aspek baik pelaksanaannya maupun produk yang tawarkannya. Karena dalam islam bukan hanya berorientasi pada keuntungan finansial semata namun juga mengharapkan keberkahan dari suatu hal yang dilakukan. Dari hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat bahwasannya mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry memiliki nilai-nilai islam dalam

dirinya yaitu ketakwaan, jujur, mandiri dan memprioritaskan kehalalan dalam berwirausaha.

3) Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry

Berdasarkan hasil uji parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel. Nilai t hitung sebesar 2,798 dan t tabel sebesar 1,987, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2,798 > 1,987$) dengan nilai signifikan 0,006 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,006 < 0,05$). Maka H_a3 diterima dan H_o2 ditolak artinya ($X3$) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh ekspektasi pendapatan dengan minat berwirausaha diterima. Ekspektasi pendapatan merupakan suatu harapan untuk memperoleh penghasilan yang lebih tinggi sehingga dengan adanya ekspektasi pendapatan yang tinggi maka minat berwirausaha akan semakin meningkat (Kardiana & Melati, 2019). Semakin tinggi pendapatan yang diharapkan dari wirausaha maka semakin tinggi pula minat seseorang dalam berwirausaha. Dalam penelitian ini, ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha yang artinya ekspektasi pendapatan dapat menjadi pendorong mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry dalam meningkatkan minat menjadi wirausahaan. Menjadi seorang wirausahaan dengan cara memanfaatkan segala kreatifitas dan kemampuan yang dimiliki untuk membuka suatu usaha dapat membuat mereka memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. Besar kecilnya pendapatan yang diperoleh dari berwirausaha tergantung pada hasil kerja atau usaha yang dilakukan. Keinginan untuk mendapatkan pendapatan yang tinggi inilah yang dapat menimbulkan minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry. Mahasiswa dapat memanfaatkan kemampuan dan kreatifitas yang dimiliki untuk membuka suatu usaha yang dapat membuat mereka memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Noor & Anwar, 2022) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Memperoleh pendapatan sebanyak-banyaknya tidak dilarang dalam islam, besar kecil pendapatan yang diterima tergantung pada usaha yang dilakukan. Setiap orang dapat berusaha untuk mendapatkan penghasilan yang diinginkan sesuai dengan kemampuan dan keterampilannya. Namun upaya yang dilakukan tersebut dilakukan secara adil dan legal yaitu sah menurut hukum dan benar menurut standar moral karena usaha yang dilakukan untuk mendapatkan kekayaan juga merupakan suatu amanah yang harus dipertanggung jawabkan. Pendapatan yang diperoleh merupakan pendapatan halal dan \dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan. Dalam berekspektasi terhadap pendapatan dalam islam tidak dipermasalahkan namun ekspektasi juga harus diiringi dengan usaha. Dalam mendapatkan pendapatan yang tinggi dalam islam mahasiswa harus memperhatikan kehalalan pendapatan yang diperoleh serta harus memanfaatkan pendapatan dengan sebaik baiknya seperti halnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

4. Kesimpulan dan Saran

Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut :

- 1) E-commerce secara parsial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry. Hal ini dapat di Tarik kesimpulan bahwa e-commerce berperan penting dalam minat berwirausaha.

- 2) Kepribadian secara parsial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry. Hal ini dapat di Tarik kesimpulan bahwa kepribadian berperan penting dalam minat berwirausaha.
- 3) Ekspektasi pendapatan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry. Hal ini dapat di Tarik kesimpulan bahwa kepribadian berperan penting dalam minat berwirausaha.
- 4) E-commerce, kepribadian dan ekspektasi pendapatan secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry.

Saran dalam penelitian ini adalah diharapkan mahasiswa agar dapat memiliki motivasi yang besar sehingga dapat mendorong seseorang menjadi wirausahaan, dengan cara mengikuti seminar tentang pengusaha sukses serta memperluas pandangan dan pengetahuan agar dapat memiliki wawasan yang lebih banyak dan luas mengenai wirausaha. cara lain yang dapat di lakukan adalah dengan berkomunikasi dan bergaul dengan para pebisnis-pebisnis sukses sehingga pola pikir seseorang sedikit demi akan berubah kearah yang lebih dalam bidang wirausaha maupun lainnya namun tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip islam.

Referensi

- Aldrin, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Alwisol. (2018). *Psikologi Kepribadian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Batilmurik, R. W. (2021). *Kinerja Penyidik Polri Analisis Peran Kepribadian dan Komitmen Organisasi*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Raja Wali Persada.
- Eka, R. (2020). Pengaruh Financial Technology Dan Business Trend E-Commerece Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Skripsi*.
- Hanum, A. N. (2015). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha. *Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 1-11.
- Kardiana, T. C., & Melati, I. S. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepercayaan Diri, dan Ekspetasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 1182-1197.
- Kartono. (2019). *Kepribadian Dan Politik Bank Perkreditan Rakyat*. Yogyakarta: Deepublisher.
- Khotimah, et al., (2022). *Kewirausahaan (Sejarah, Peluang, dan Tantangan)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Noor, & Anwar, S. (2022). Pengaruh Motivasi, Ekspetasi Pendapatan, Dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Berwirausaha dengan Pemahaman Akuntansi Sebagai Variabel Moderating.

- Nurjanah, D.O. (2021) Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Teknik UNJ. *Skripsi*.
- Parista, P. (2022). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Dalam Prespektif Manajemen Bisnis Islam. *Skripsi*.
- Pramiswari, D. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Pengaruh E-commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.20.1, 261-289.
- Putri, J. P. (2019). Pengaruh Ekspetasi Pendapatan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2015 Institusi Agama Islam Negeri Metro). *Skripsi*.
- Putri, *et al.*, (2022). *Kewirausahaan*. Padang:Global Eksekutif Teknologi.
- Rahayu, E. (2022). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Prespektif Ekonomi Islam.*Skripsi*.
- Rerung, R. R. (2018). *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ridwan. (2021). *Tingkat Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Menjalin Kerukunan Umat Beragama*. Azka Pustaka.
- Safitri, A. S., & Rustiana, A. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Jurusan Pemasaran. *Economic Education Analysis Journal*, 889-901.
- Saifuddin, A. (2020). *Penyusun Skala Psikologi*. Jakarta: Prenada Media.
- Saputri, A. P. (2019). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha.*Skripsi*.
- Sari, N. (2018). Analisis Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Studi Kasus Pada Siswa/i SMK Purnama 1 Jambi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol 5, 293-98.
- Sari, *et al.*, (2020). *Kewirausahaan dan Koperasi*. Medan:Yayasan Kita Menulis.
- Septiani, D. (2016). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Ekspetasi Pendapatan Terhadap Minat berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 1-7.
- Setiawan, D. (2016). Pengaruh Ekspetasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Profita Kajian Ilmu Akuntansi*.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:Literasi Media Publishing.

- Suryani, L. (2022). *Peningkatan Komitmen Profesi Melalui Iklim Organisasi, Kepribadian Dan Kepuasan Kerja Dosen*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Ulfa, N. (2015). Minat Wirausaha Kaum Santri Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal on Islamic Economics*, 91-121.
- Yadewanil, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 65-69.