Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (2) 2025, Page: 4253-4263

Jejak Pengalaman Wirausahawan: Menguak Dinamika Keputusan Pemasaran pada *Startup Business*

Sanny Tanner Sapulete[1], Meike Elsa Toisuta[2]
[1,2]Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Ambon
Corresponding Author: Sanny Tanner Sapulete, e-mail: s.tanner0312@gmail.com

Published: May, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pengetahuan dan pengalaman kerja terhadap proses pengambilan keputusan dalam berwirausaha. Metode yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan dan pengalaman kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan kewirausahaan ($p < 0,05$). Namun, uji multikolinearitas mengidentifikasi nilai tolerance sebesar 0,000 pada variabel pengetahuan, yang mengindikasikan terjadinya multikolinearitas sempurna dengan variabel pengalaman kerja. Oleh karena itu, variabel pengetahuan dieliminasi dari model karena tidak memberikan kontribusi independen terhadap variabel dependen. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman kerja memiliki pengaruh dominan dalam proses pengambilan keputusan berwirausaha, karena memberikan keterampilan praktis dan pemahaman kontekstual yang lebih aplikatif dibandingkan pengetahuan teoritis semata. Dengan demikian, pengalaman kerja terbukti memainkan peran yang lebih substansial dalam mendorong individu mengambil keputusan kewirausahaan secara efektif.

Kata kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Pengalaman Kewirausahaan, Keputusan Pemasaran, *Startup Business*

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of knowledge and work experience on entrepreneurial decision-making. The research employed multiple linear regression analysis. The results indicate that knowledge and work experience simultaneously have a significant effect on entrepreneurial decision-making ($p < 0.05$). However, multicollinearity testing revealed a tolerance value of 0.000 for the knowledge variable, indicating perfect multicollinearity with the work experience variable. As a result, the knowledge variable was excluded from the model due to its lack of independent contribution to the dependent variable. These findings suggest that work experience exerts a more dominant influence in entrepreneurial decision-making, providing practical skills and contextual understanding that surpass the impact of theoretical knowledge alone. Thus, work experience plays a more substantial role in enabling individuals to make effective entrepreneurial decisions.

Keywords: Entrepreneurial Knowledge, Entrepreneurial Experience, Marketing Decisions, Startup Business

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

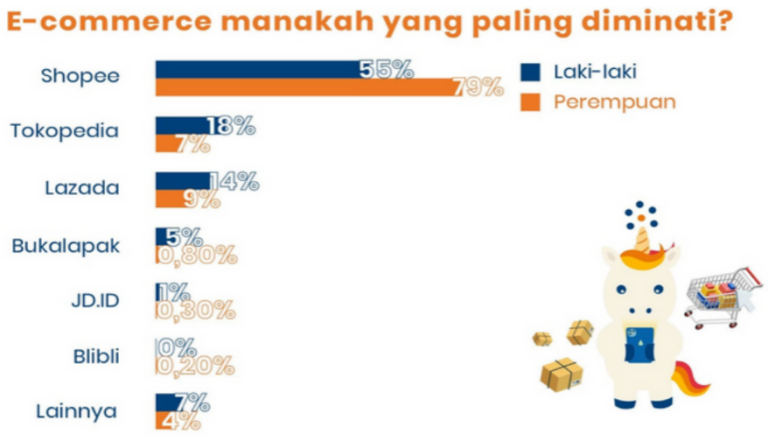
Perkembangan bisnis melalui media *online* sudah sangat pesat dengan banyaknya para wirausaha yang mengembangkan bisnis mereka (barang atau jasa) karena didukung oleh teknologi informasi yang menyediakan internet yang menyeluruh dan cepat. Hal ini tentunya menimbulkan bertambahnya perdagangan binis baru yang dikatakan sebagai bisnis *StartUp*.

Bisnis Startup menjadi bisnis yang marak bagi para wirausaha tetapi ada yang tidak mampu bertahan lama dan gagal dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola bisnis. Bisnis Startup merupakan wadah untuk mengembangkan produk atau layanan yang inovatif dan dikenal

karena fokusnya pada pertumbuhan yang cepat dan skalabilitas yang tinggi (Mendrofa, dkk (2024:2)). Ciri utama dari bisnis Startup adalah inovasi untuk menciptakan sesuatu yang baru atau berbeda dan memiliki nilai atau manfaat yang signifikan (Mendrofa, dkk (2024:2)).

Adapun jenis-jenis bisnis startup menurut Suhadarliyah, dkk (2024:15) yakni, Startup teknologi, Startup gaya hidup dan Startup sosial sehingga fokus penelitian ini mengacu pada startup teknologi yakni *e-commerce*. *E-commerce* adalah proses jual beli produk yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan internet (Laudon & Traver, (2017) dalam Dermawan, Mulyanti (2023:80)).

Berdasarkan data dari Populix untuk bisnis Startup *e-commerce* dengan persentase terbanyak diraih oleh Shopee. Shopee adalah salah satu *e-commerce* di Indonesia yang mudah diakses melalui *smartphone* yang menyediakan berbagai macam produk.



Sumber : data survey Populix

Seorang wirausahawan harus memiliki pengalaman dalam bidang kewirausahaan untuk mengatasi segala permasalahan yang bisa menghalangi perkembangan bisnisnya. Pengalaman merupakan salah satu karakteristik orang yang menggeluti profesi kewirausahaan (Elisha., Putri, Francisca Fortuna (2021:112)). Pengalaman yang banyak akan menciptakan seorang wirausaha yang kuat dan berhasil dalam menjalankan bisnisnya karena mampu untuk menghadapi segala tantangan. Selain pengalaman, pengetahuan sangat penting karena mencerminakan kemampuan kognitif seorang wirausahawan seperti kemampuan mengenal, memahami, menyadari dan menghayati pekerjaan (Suhartini, Yati (2015)).

Dalam menjalankan bisnis Startup tidak semudah dibayangkan karena banyak pelaku usaha yang tidak memahami konsep-konsep apa yang harus dipakai dalam menjalankan bisnisnya. Penelitian ini menggali lebih dalam lagi terkait seberapa banyak pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh seorang wirausahawan pada bisnis Startup (Shopee). Pemasaran media *online* semakin populer dengan demikian dibutuhkan sebuah strategi yang dapat menarik perhatian konsumen, mendorong konsumen untuk melakukan transaksi. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor

yang mempengaruhi Keputusan pemasaran bisnis Startup berdasarkan pengalaman dan pengetahuan wirausahawan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini diperoleh data primernya dengan mengambil secara acak para wirausahawan (responden) yang memasarkan produk mereka di Shopee. Penelitian ini menggunakan Uji Analisis Regresi Berganda dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, dimana teknik pengukurannya menggunakan skala likert dengan pemberian skor 1 untuk pilihan Sangat Tidak Setuju (STS), skor 2 untuk pilihan Tidak Setuju (TS), skor 3 untuk pilihan Netral (N), skor 4 untuk pilihan Setuju (S), dan skor 5 untuk pilihan Sangat Setuju (SS).

Tinjauan Pustaka

Menurut Slamet dan Bintoro (2019:95) dalam Elisha., Putri, Francisca Fortuna (2021:113)). indikator dari pengalaman kewirausahaan yang dimiliki oleh seorang pengusaha adalah mampu membaca dan menganalisa keadaan, mampu mengurangi kesalahan di masa lalu dalam menjalankan usaha, berhati-hati dalam pengambilan keputusan, mampu meningkatkan dan mengasah kemampuan dalam menjalankan usaha, mampu keluar dari kesulitan atau permasalahan, mampu belajar dari pengusaha lain dalam menjalankan usaha.

Pengetahuan Kewirausahaan

Pengetahuan kewirausahaan mengacu pada semua informasi yang dikumpulkan selama proses pembelajaran dan pengembangan yang digunakan sebagai pembelajaran serta pemahaman untuk meningkatkan kemampuan mengenali risiko dan pengambilan keputusan. Pengetahuan yang diperoleh melalui pengalaman dan pendidikan dikenal sebagai pengetahuan kewirausahaan. Ada tiga aspek yang mempengaruhi pengetahuan kewirausahaan, yaitu:

a) Mengambil resiko usaha

b) Menganalisis Peluang usaha

c) Merumuskan solusi masalah

Pengetahuan kewirausaan ini menjadi pondasi awal dalam menjalankan wirausaha, banyak hal yang harus dipelajari dalam berwirausaha, terkait kode etik dalam berwirausaha, belajar bagaimana membangun kepercayaan konsumen, konsisten dalam *branding*, dan memahami berbagai karakter yang dimiliki oleh para konsumen (Suebuddin, Marfua (2021)).

Suhartini, Yati (2015) Pengetahuan dalam penelitian ini diukur dengan indikator: a) Pemahaman tentang cakupan pekerjaan; b) Pemahaman terhadap cara pelaksanaan pekerjaan; c) Kesesuaian variasi pengetahuan yang dimiliki, dengan pengetahuan dalam pelaksanaan tugas; d) Pemahaman tentang tantangan dalam pelaksanaan pekerjaan.

Pengalaman Kewirausahaan

Wahyuni (2015) dalam Firdarini, Khoirunnisa Cahya (2019) menyatakan bahwa pengalaman dalam menjalankan usaha merupakan prediktor terbaik bagi keberhasilan, terutama bila usaha baru itu berkaitan dengan usaha sebelumnya. Pengalaman tersebut akan sangat diperlukan oleh pelaku usaha seiring dengan meningkatnya kompleksitas lingkungan.

Riyanti (2013) dalam Ananda, Yudha., Machasin., Fitri Kurniawaty (2023) menjelaskan terkait indikator pengalaman yakni Keterlibatan dengan kegiatan usaha sebelumnya, Penguasaan terhadap pekerjaan, Penguasaan terhadap peralatan yang digunakan dan Pengalaman tentang Keuangan.

Pengambilan Keputusan Pemasaran (Berwirausaha)

Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Pengambilan keputusan melibatkan pemilihan dan evaluasi berbagai pilihan dalam menghadapi ketidakpastian. Ketika dihadapkan pada kebutuhan untuk membuat prediksi tentang masa depan, seseorang mengambil keputusan dengan memilih salah satu dari sekian banyak alternatif. Pengambilan keputusan melibatkan pendekatan metodis terhadap masalah yang dihadapi (Uyoto, 2018). Adapun indikator pengambilan keputusan berwirausaha menurut (Sihombing & Sulistyo, 2021): 1) Tidak Ada Ketergantungan. 2) Membantu Lingkungan Sosial. 3) Jiwa Kepemimpinan. 4) Berorientasi pada Masa Depan. 5) Ketertarikan Menjadi Wirausaha. 6) Memiliki Tekad Memulai Usaha (Anggraeni, Wiwik Dwi., Firdaus Muhammad., Ilmi Mainatul (2023)).

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Penelitian Okthafiani, Dwi., Mranani Muji., Pramita, Yulinda Devi (2024:46) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang. Mahasiswa akan mempunyai keputusan berwirausaha apabila mahasiswa mengetahui secara benar tentang karakteristik dalam dunia usaha. Sedangkan Penelitian Saputri, Wardana, & Kusdiyanti (2019) mengatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha (Saputri et al., 2019).

Pengaruh Pengalaman Kewirausahaan terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

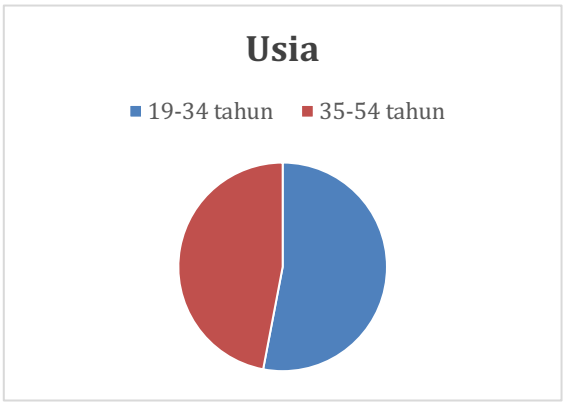
Menurut Riyanti (2013) dalam Ananda, Yudha., Machasin., Fitri Kurniawaty (2023) menyatakan bahwa seorang wirausaha yang memiliki pengalaman wirausaha akan berhasil dalam menjalankan usahanya. Ketika seorang wirausaha aktif dalam kegiatan kewirausahaan seperti manajemen keuangan,

pemasaran, manajemen staf, produksi maka seseorang ttersebut dapat memperoleh pengalaman kewirausahaan. Hasil penelitian Ananda, Yudha., Machasin., Fitri Kurniawaty (2023) menyatakan bahwa pengalaman usaha berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM dimana para wirausaha telah memulai usaha dengan waktu yang cukup lama sehingga membentuk pengalaman usaha.

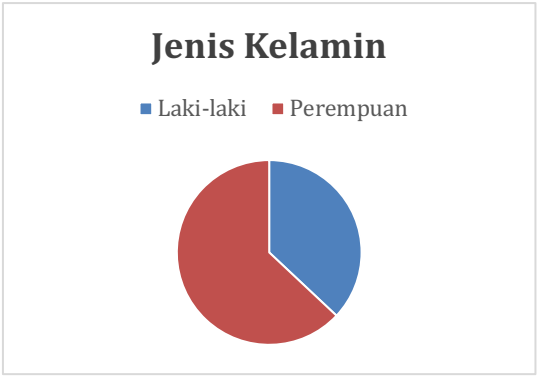
Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Sumber
1.	Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	1) Pemahaman tentang cakupan pekerjaan; 2) Pemahaman terhadap cara pelaksanaan pekerjaan; 3) Kesesuaian variasi pengetahuan yang dimiliki, dengan pengetahuan dalam pelaksanaan tugas; 4) Pemahaman tentang tantangan dalam pelaksanaan pekerjaan	Suhartini, Yati (2015)
2.	Pengalaman Kewirausahaan (X2)	1) Keterlibatan dengan kegiatan usaha sebelumnya, 2) Penguasaan terhadap pekerjaan, 3) Penguasaan terhadap peralatan yang digunakan dan 4) Pengalaman tentang Keuangan.	Riyanti (2013) dalam Ananda, Yudha., Machasin., Fitri Kurniawaty (2023)
3.	Keputusan Pemasaran (Y)	1) Tidak Ada Ketergantungan 2) Membantu Lingkungan Sosial. 3) Jiwa Kepemimpinan. 4) Berorientasi pada Masa Depan. 5) Ketertarikan Menjadi Wirausaha. 6) Memiliki Tekad Memulai Usaha	Anggraeni, Wiwik Dwi., Firdaus Muhammad., Ilmi Mainatul (2023)

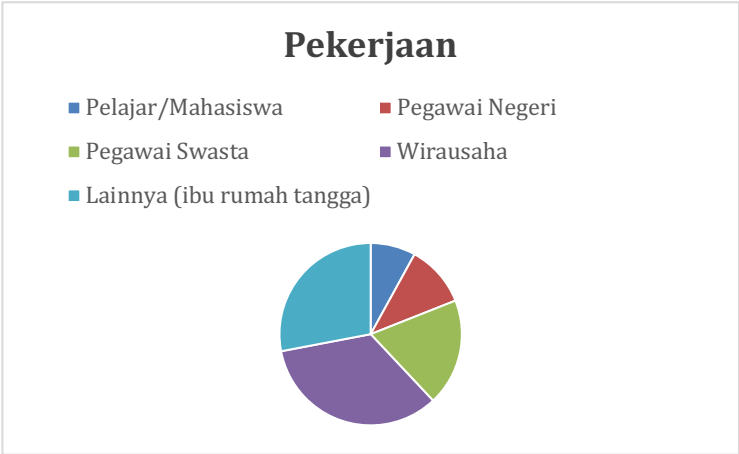
Hasil dan Pembahasan
Usia



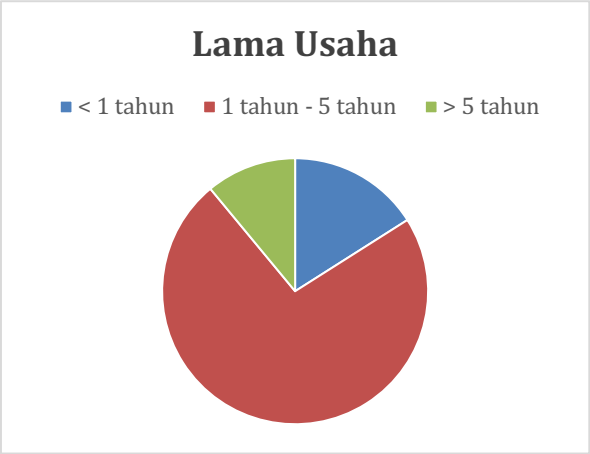
Pengguna bisnis *e-commerce* (Shopee) didominasi oleh kelompok usia 19-34 tahun, yang mencakup 53% dari total pengguna. Sedangkan, kelompok usia 35-54 tahun menyumbang 47% dari keseluruhan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna binsis *e-commerce* (Shopee) berasal dari kalangan muda dewasa, meskipun pengguna dari kelompok usia yang lebih tua juga memiliki proporsi yang signifikan.



Data diatas menunjukkan bahwa distribusi pengguna bisnis *e-commerce* (Shopee) didominasi oleh perempuan, dengan persentasenya 63% dari total pengguna. Sementara itu, pengguna laki-laki hanya mencapai 37%. Hal ini mengindikasikan bahwa perempuan lebih aktif dalam menggunakan bisnis *e-commerce* (Shopee) dibandingkan laki-laki.



Data diatas menunjukkan bahwa distribusi pengguna bisnis *e-commerce* (Shopee) didominasi oleh responden dengan pekerjaanya sebagai Wirausaha, dengan persentasenya 34%, Lainnya (ibu Rumah Tangga) sebesar 28%, Pegawai Swasta 19%, Pegawai Negeri 11%, dan Pelajar 8%. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna bisnis seorang Wirausaha bukan hanya memperdagangkan barang daganganya melalui toko offline tetapi kesempatan besar mereka dapatkan melalui bisnis *e-commerce* (Shopee).



Data diatas menunjukkan bahwa distribusi pengguna bisnis *e-commerce* (Shopee) sudah digunakan oleh para pebisnis selama 1 tahun - 5 tahun dengan persentase 73%. Hal ini dapat terjadi karena pasca pandemi Covid-19, konsumen lebih banyak berbelanja *online* sehingga tidak sedikit Wirausaha yang lebih memilih menjalankan bisnisnya pada bisnis *e-commerce* (Shopee).

Uji Validitas

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TotalX2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TotalY
	Pearson Correlation	1	1.000**	.831**	.162	.947**	1.000**	1.000**	.831**	.162	.947**	1.000**	1.000**	.831**	.162	1.000**	1.000**	.980**
X1.1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.107	.000	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	1.000**	1	.831**	.162	.947**	1.000**	1.000**	.831**	.162	.947**	1.000**	1.000**	.831**	.162	1.000**	1.000**	.980**
X1.2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.107	.000	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.831**	.831**	1	.204*	.913**	.831**	.831**	1.000**	.204*	.913**	.831**	.831**	1.000**	.204*	.831**	.831**	.893**
X1.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.042	.000	.000	.000	.000	.042	.000	.000	.000	.000	.042	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.162	.162	.204*	1	.404**	.162	.162	.204*	1.000**	.404**	.162	.162	.204*	1.000**	.162	.162	.316**
X1.4	Sig. (2-tailed)	.107	.107	.042		.000	.107	.107	.042	.000	.000	.107	.107	.042	.000	.107	.107	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.947**	.947**	.913**	.404**	1	.947**	.947**	.913**	.404**	1.000**	.947**	.947**	.913**	.404**	.947**	.947**	.992**
TotalX1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.831**	.162	.947**	1	1.000**	.831**	.162	.947**	1.000**	1.000**	.831**	.162	1.000**	1.000**	.980**
X2.1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.107	.000		.000	.000	.107	.000	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.831**	.162	.947**	1.000**	1	.831**	.162	.947**	1.000**	1.000**	.831**	.162	1.000**	1.000**	.980**
X2.2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.107	.000	.000		.000	.107	.000	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.831**	.831**	1.000**	.204*	.913**	.831**	.831**	1	.204*	.913**	.831**	.831**	1.000**	.204*	.831**	.831**	.893**
X2.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.042	.000	.000	.000		.042	.000	.000	.000	.000	.042	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.162	.162	.204*	1.000**	.404**	.162	.162	.204*	1	.404**	.162	.162	.204*	1.000**	.162	.162	.316**
X2.4	Sig. (2-tailed)	.107	.107	.042	.000	.000	.107	.107	.042		.000	.107	.107	.042	.000	.107	.107	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

	Pearson Correlation	.947**	.947**	.913**	.404**	1.000**	.947**	.947**	.913**	.404**	1	.947**	.947**	.913**	.404**	.947**	.947**	.992**
TotalX2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.831**	.162	.947**	1.000**	1.000**	.831**	.162	.947**	1	1.000**	.831**	.162	1.000**	1.000**	.980**
Y1.1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000	.000	.107	.000		.000	.000	.107	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.831**	.162	.947**	1.000**	1.000**	.831**	.162	.947**	1.000**	1	.831**	.162	1.000**	1.000**	.980**
Y1.2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000	.000	.107	.000	.000		.000	.107	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.831**	.831**	1.000**	.204*	.913**	.831**	.831**	1.000**	.204*	.913**	.831**	.831**	1	.204*	.831**	.831**	.893**
Y1.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.042	.000	.000	.000	.000	.042	.000	.000	.000		.042	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.162	.162	.204*	1.000**	.404**	.162	.162	.204*	1.000**	.404**	.162	.162	.204*	1	.162	.162	.316**
Y1.4	Sig. (2-tailed)	.107	.107	.042	.000	.000	.107	.107	.042	.000	.000	.107	.107	.042		.107	.107	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.831**	.162	.947**	1.000**	1.000**	.831**	.162	.947**	1.000**	1.000**	.831**	.162	1	1.000**	.980**
Y1.5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000	.000	.107		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.831**	.162	.947**	1.000**	1.000**	.831**	.162	.947**	1.000**	1.000**	.831**	.162	1.000**	1	.980**
Y1.6	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000	.000	.107	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.980**	.980**	.893**	.316**	.992**	.980**	.980**	.893**	.316**	.992**	.980**	.980**	.893**	.316**	.980**	.980**	1
TotalY	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Berdasarkan hasil uji Validitas menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan sebagai pernyataan dalam penelitian adalah Valid dengan tingkat signifikansinya 0.05 (uji dua arah) dengan hasilnya > 0.1986.

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	14

Uji Reabilitas

Hasil uji Reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha > 0.60 yakni 0.969.

Analisis Regresi Berganda

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TotalX2[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: TotalY

b. Tolerance = .000 limits reached.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992[a]	.985	.985	.349

a. Predictors: (Constant), TotalX2

R Square = 0.992 → berarti 99% variasi Y dijelaskan oleh X1 dan X2

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	768.570	1	768.570	6308.117	.000[b]
	Residual	11.940	98	.122		
	Total	780.510	99			

a. Dependent Variable: TotalY

b. Predictors: (Constant), TotalX2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.299	.363		-3.576	.001
	TotalX2	1.583	.020	.992	79.424	.000

a. Dependent Variable: TotalY

Excluded Variables[a]

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	TotalX1	.[b]	.	.	.	.000

a. Dependent Variable: TotalY

b. Predictors in the Model: (Constant), TotalX2

Pada tabel ANOVA menunjukkan bahwa Nilai Signifikansi (Sig.) = 0.000 < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan Pengetahuan dan Pengalaman Kerja berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha. Selanjutnya, Jika seseorang tidak memiliki pengalaman kerja sama sekali (X = 0), maka nilai pengambilan keputusan berwirausaha (Y) diprediksi bernilai -1.299. Akan tetapi, Variabel X1 memiliki nilai tolerance sebesar 0.000, yang menandakan adanya multikolinearitas sempurna antara pengetahuan dengan variabel X2 (pengalaman kerja). Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang dikandung oleh variabel pengetahuan telah sepenuhnya dijelaskan oleh variabel pengalaman kerja, sehingga tidak memberikan kontribusi unik dalam memprediksi pengambilan keputusan berwirausaha sehingga dikeluarkan. Penyebabnya dikarenakan seseorang yang sudah memiliki pengalaman kerja tentunya memiliki pengetahuan dalam pengambilan keputusan Berwirausaha sedangkan Pengetahuan yang tidak disertai dengan Pengalaman maka bisa saja mengalami kekelirusan dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Dengan demikian, secara kontekstual Pengalaman kerja memiliki pengaruh langsung karena melatih keterampilan praktis, memberikan pemahamn real tentang bagaimana strategi berwirausaha yang tepat. Sementara pengetahuan, seringkali tidak langsung diterapkan dan bersifat teori. Seseorang dengan pengalaman kerja, cenderung lebih siap mengambil keputusan berwirausaha daripada mereka yang hanya memiliki pengetahuan teori.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa secara simultan variabel pengetahuan dan pengalaman kerja berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi pada tabel ANOVA sebesar 0.000 < 0.05. Namun demikian, variabel pengetahuan memiliki nilai tolerance sebesar 0.000, yang mengindikasikan adanya multikolinearitas sempurna dengan variabel pengalaman kerja. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang dibawa oleh pengetahuan telah sepenuhnya dijelaskan oleh pengalaman kerja, sehingga tidak memberikan kontribusi unik dalam model regresi dan dikeluarkan dari persamaan regresi oleh sistem.

Secara kontekstual, hal ini dapat dijelaskan bahwa pengalaman kerja memberikan pengaruh langsung terhadap kesiapan seseorang dalam mengambil keputusan berwirausaha, karena melalui pengalaman kerja seseorang memperoleh keterampilan praktis dan pemahaman nyata tentang strategi dan dinamika dunia usaha. Sebaliknya, pengetahuan yang bersifat teoritis tanpa didukung pengalaman praktis berisiko menimbulkan kekeliruan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengalaman kerja memiliki peran yang lebih kuat dan relevan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan untuk berwirausaha dibandingkan hanya memiliki pengetahuan (teori).

DAFTAR PUSTAKA

Ananda, Yudha., Machasin., Fitri Kurniawaty (2023). Pengaruh Pengalaman Usaha, Teknologi Informasi dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru. Jurnal Daya Saing Vol. 9 No. 2, p.ISSN: 2407 - 800X; e.ISSN: 2541-4356 https://ejournal.kompetif.com/index.php/dayasaing/article/view/1108/910

Anggraeni, Wiwik Dwi., Firdaus Muhammad., Ilmi Mainatul (2023). Pengaruh e-commerce, Sistem Informasi Akuntansi, Dukungan Keluarga, Dukungan Kampus dan Ketersediaan Modal terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa ITS Mandala). Jurnal RIEMBA Vol.1, No.1 Hal 166-182.

Dermawan, Diki Tri Bagus., Mulyanti Dety (2023). *E-commerce:* Definisi, Perkembangan dan Hukum dalam Pandangan Agama Islam. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Vol. 29, No.1, Hal 79-84. e-ISSN: 2964-5816; p-ISSN: 0853-8778. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/108834127/69-libre.pdf?1702397545=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DE_Commerce_Definisi_Perkembangan_Dan_Huk.pdf&Expires=1737021982&Signature=FEXdXj2~LjC2tLikBrPoij7WrtrcwF8fyxAXtBU0PoZM3~RHweRA-IY1PIvDDzBB4W13Q97sWHbckdGXYGsrHGuk1fNSFoTaXSbPTOFPyoXfdJTLZi1-P79~JqP1DSTLzEV5AWKN9aD9hu6IXS2A8jxz5yG-Zz9I7~-sJoBrGlMdqasNZ5wDIJVB9LXOvCktV9JwgmoBXiMGRKcyXdjBGfJ4DKVlRSZ~q-A0dG4yZqZrs6Sw~P4B8f5LQfbHvy1lRsDHDh05I4Ft4-LdrV834BDPRK6a6u0KCa6Nh1Q0vOPcnyokZpPMz4-ARDrxTvj9LqW3E46kC79K3r~6uU8s8g__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Firdarini, Khoirunnisa Cahya (2019). Pengaruh Pengalaman Usaha dan Penggunaan Informasi Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah terhadap Keberhasilan Usaha. Jurnal Riset Manajemen Vol. 6, No. 1, Januari 2019, 25 - 37

file:///C:/Users/HP/Downloads/adminjurnal,+JRM_V6No1_Januari2019+C.pdf

Handayani, D., Rusmana, O., & Warsidi, W. (2023). Pengaruh Perkembangan E-Commerce , Modal Usaha , Pengetahuan Kewirausahaan, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (The Influence of E-Commerce Development, Business Capital , Entrepreneurial Knowledge , Vol. 2(2), 95-104, ISSN 2798-3293

Mendrofa, Syah Abadi, dkk (2024) Bisnis Startup. Penerbit CV. Mega Press Nusantara, Jawa Barat https://www.google.co.id/books/edition/Bisnis_Startup/tCceEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=BISNIS+STARTUP&pg=PA178&printsec=frontcover

Okthafiani, Dwi., Mranani Muji., Pramita, Yulinda Devi (2024). Pengaruh E-Commerce, Sosial Media, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha. Jurnal FEB ENEFECIUM *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology.* Universitas Muhammadiyah Magelang. *e-ISSN: 2828-0725 https://doi.org/10.31603/conference.11865*

Saputri, I. N. A., Wardana, L., & Kusdiyanti, H. (2019). The Effect Of Entrepreneurship Knowledge And Personality Personnel Against Business Readiness Through Entrepreneurial Interest In The Prospective Purnawirawan East Java Police Unit. International Journal of Business, Economics and Law, 20(5), 120-126.

Suebuddin, Marfua (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan menanamkan jiwa Leadership terhadap Minat Berwirausaha. Jurnal SINAU Vol. 7, No. 1, ISSN: 2685-1679 file:///C:/Users/HP/Downloads/56-Article%20Text-249-1-10-20210424.pdf

Suhadarliyah, dkk (2024). Manajemen Bisnis Startup dalam Pendekatan Konsep Dasar Kinerja. Penerbit SEVAL, Anggota IKAPI, Nusa Tenggara Barat https://repository.usd.ac.id/50582/1/11371_HKI%2B%2B%2BBukti%2BKinerja%2BBC%2BManajemen%2BBisnis%2BStartup%2BM2024.pdf#page=26

Suhartini, Yati (2015). Pengaruh Pengetahuan, Keterampilan dan Kemampuan Karyawan terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Industri Kerajinan Kulit di Manding, Bantul, Yogyakarta). Jurnal AKMENIKA Vol 12, No. 2. DOI: https://doi.org/10.31316/akmenika.v12i2.1245.

Sunijati, Elisha., Putri, Francisca Fortuna (2021). Pengaruh Pengalaman Usaha, Perilaku Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Tenun Ulos di Kabupaten Toba. Jurnal Ilmiah Simantek Vol 5. No.4 Institut Bisnis IT&B, Medan ISSN. 2550-0414. https://www.simantek.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/361/338