



Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan
Ekonomi Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Negeri Gorontalo

Sindi Astuti Utomo^{1*}, Melizubaida Mahmud², Radia Hafid³, Andi Juanna⁴, Sudirman⁵
¹⁻⁵Universitas Negeri Gorontalo
melizubaidamahmud@ung.ac.id

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of e-commerce on the entrepreneurial interest of economic education students class of 2019, Faculty of Economics and Business, Gorontalo State University. The method used in this research is quantitative descriptive research. The data used is primary data obtained from distributing questionnaires to Economic Education Students Class of 2019. The number of samples drawn in this research was 32 respondents. The data analysis technique uses simple linear regression. The research results show that there is an influence of E-Commerce on the Entrepreneurial Interest of Economic Education Students Class of 2019, Faculty of Economics and Business, Gorontalo State University. The magnitude of the influence of e-commerce on the entrepreneurial interest of economic education students class of 2019 is 0.445%, while the remaining 55.5% is influenced by variables not studied.

Keywords: E-Commerce, Entrepreneurial Interests of Economic Education Students

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Deskriptif kuantitatif, Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019. Jumlah Penarikan Sampel dalam penelitian ini sebesar 32 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo. Besaran Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 0.445% sedangkan sisanya sebesar 55,5% % dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Kata Kunci: E-Commerce, Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

PENDAHULUAN

Wirausaha adalah jalan pekerjaan seseorang yang dijalankan dengan kemungkinan memperoleh keuntungan dan kemungkinan memperoleh kerugian yang tak terhingga berdasarkan skala kualitas seseorang tersebut, sehingga untuk melangkah berwirausaha diperlukan pribadi-pribadi tangguh, pribadi pantang menyerah, percaya diri, kemampuan mental-emosional dan kemampuan membaca peluang.(Alfianto, 2012)

Minat berwirausaha pada seseorang dibentuk melalui pengalaman langsung atau pengalaman yang mengesankan dan hal ini akan menyediakan kesempatan bagi individu untuk mempraktekkan, memperoleh umpan balik dan mengembangkan keterampilan yang mengarah pada efikasi personal dan pengharapan atas hasil yang memuaskan. (Sari, 2019)

Minat berwirausaha Mahasiswa di jurusan Pendidikan ekonomi masih sangat rendah hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan mahasiswa mengenai bagaimana cara berwirausaha yang baik, karena kebanyakan dari mereka hanya ingin menjalankan bisnis yang cepat mendatangkan keuntungan dengan jumlah yang besar, hal ini pula yang menurunkan minat mahasiswa dalam berwirausaha. Sebagian mahasiswa yang sudah peneliti wawancarai melalui grup whatsapp mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019 mengaku bahwa mereka ingin berwirausaha akan tetapi tidak tau memulai dari mana Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan yang didapatkan oleh mahasiswa mengenai cara berwirausaha yang baik sehingga minat mereka terhadap wirausaha kurang,

E-bussinnes atau e-commerce adalah bisnis yang menggunakan perangkat elektronik via internet untuk setiap transaksi bisnis yang dilakukan. Transaksi bisnis tersebut mencakup banyak hal dibidang yang bisa dikerjakan seperti transfer keuangan, pembelian dan penjualan barang, promosi, pertukaran data secara elektronik Electronic Data Interchange (EDI) pengiriman informasi kesepakatan kerjasama bisnis, dan lain sebagainya. E-commerce merupakan seluruh kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen(consumer), manufaktur (manufacture), service providers, dan pedagang perantara (intermediat) dengan menggunakan jaringan komputer (computer network) yaitu internet (Purwaningsih Dkk, 2018).

Adapun Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti didapati bahwa Minat berwirausaha pada kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2019 terbilang masih sangat rendah, hal ini bersesuaian dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2019 yang berjumlah 157 orang terlihat bahwa 13 orang yang kurang berminat untuk melakukan wirausaha dan sisanya lagi 19 orang memiliki minat beriwrausaha. Adapun mahasiswa yang sudah berwirausaha yaitu sebanyak 25 mahasiswa, selanjutnya jumlah mahasiswa yang mengikuti Mata kuliah wirausaha yaitu sebanyak 157. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor baik dari segi Modal, takut Rugi, dan bahkan banyak dari mahasiswa yang kurang berminat dikarenakan untung yang didapatkan dari wirausaha online shop yang minim sehingga membuat minat dari mahasiswa berkurang. Padahal melalui wirausaha kita dapat menyisihkan sedikit demi sedikit keuntungan yang kita dapatkan agar nantinya ditambahkan menjadi modal sehingga keuntungan yang didapatkan juga akan lebih besar dibandingkan sebelumnya, dalam hal wirausaha sebenarnya melalui tahap tahap atau proses agar nantinya menjadi usaha yang lebih besar dengan keuntungan yang lebih besar pula.

Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Deskriptif kuantitatif digunakan untuk menjelaskan atau meringkas suatu fenomena atau kejadian yang dapat di diobservasi, wawancara serta angket. Metode ini digunakan untuk menegetahui apakah terdapat pengaruh E-Commerce terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019. Populasi dari penelitian ini sebanyak 157 orang, dengan sampel 32 orang.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas Instrumen

Hasil uji validitas instrumen model *pearson product moment* pada variabel E-commerce disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1 Uji Validitas Variabel E-Commerce (X)

No.	Item Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Kriteria
1.	Item_1	0.828	0.349	Valid
2.	Item_2	0.475	0.349	Valid
3.	Item_3	0.795	0.349	Valid
4.	Item_4	0.690	0.349	Valid
5.	Item_5	0.834	0.349	Valid
6.	Item_6	0.673	0.349	Valid
7.	Item_7	0.602	0.349	Valid
8.	Item_8	0.684	0.349	Valid
9.	Item_9	0.380	0.349	Valid
10.	Item_10	0.650	0.349	Valid
11.	Item_11	0.475	0.349	Valid
12.	Item_12	0.795	0.349	Valid
13.	Item_13	0.394	0.349	Valid
14.	Item_14	0.775	0.349	Valid
15.	Item_15	0.419	0.349	Valid
16.	Item_16	0.349	0.349	Valid
17.	Item_17	0.511	0.349	Valid
18.	Item_18	0.676	0.349	Valid
19.	Item_19	0.704	0.349	Valid
20.	Item_20	0.551	0.349	Valid

Validitas Variabel Minat Wirausaha (Y)

Hasil uji validitas instrumen model *pearson product moment* pada variabel Minat Wirausaha disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Minat Wirausaha (Y)

No.	Item Pertanyaan	R <i>hitung</i>	R <i>tabel</i>	Kriteria
1.	Item_1	0.661	0.349	Valid
2.	Item_2	0.402	0.349	Valid
3.	Item_3	0.593	0.349	Valid
4.	Item_4	0.710	0.349	Valid
5.	Item_5	0.647	0.349	Valid
6.	Item_6	0.379	0.349	Valid
7.	Item_7	0.426	0.349	Valid
8.	Item_8	0.601	0.349	Valid
9.	Item_9	0.834	0.349	Valid
10.	Item_10	0.786	0.349	Valid
11.	Item_11	0.472	0.349	Valid
12.	Item_12	0.661	0.349	Valid
13.	Item_13	0.692	0.349	Valid
14.	Item_14	0.839	0.349	Valid
15.	Item_15	0.804	0.349	Valid
16.	Item_16	0.647	0.349	Valid
17.	Item_17	0.735	0.349	Valid
18.	Item_18	0.858	0.349	Valid
19.	Item_19	0.811	0.349	Valid
20.	Item_20	0.834	0.349	Valid

Berdasarkan data hasil pengujian validitas instrumen model *pearson product moment* pada tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh butir soal instrumen pada masing – masing variabel baik variabel X (*E-commerce*) dan variabel Y (Minat Wirausaha), mempunyai nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ sehingga instrumen dinyatakan valid.

Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen

Tabel 3 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	Cronbach Alpha	R <i>tabel</i>	Ket
1.	<i>E-commerce</i> (X)	0.909	0,600	Reliabel
2.	Minat Wirausaha (Y)	0.936	0,600	Reliabel

Berdasarkan data hasil pengujian reliabilitas instrumen model *cronbach's alpha* pada tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh butir soal instrumen pada masing – masing variabel baik variabel X (*E-commerce*) dan variabel Y (Minat Wirausaha), mempunyai nilai *cronbach's alpa* dengan nilai yang tinggi dan dinyatakan memenuhi nilai *reliabilitas* yang baik.

Analisis Data Hasil Penelitian

4.1.1. Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel tergantung (dependen) serta memprediksi variabel tergantung (dependen) dengan menggunakan variabel bebas (independen). Setelah dilakukan uji asumsi klasik yaitu normalitas data telah terpenuhi, tahap selanjutnya dilakukan permodelan data dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil analisis dengan menggunakan bantuan program *IBM Statistics SPSS versi 21.0*. ditampikan sebagai berikut:

Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.712	15.471		.886	.383
	commerce	.824	.168	.667	4.906	.000

a. Dependent Variable: minat_wirusaha

Berdasarkan hasil analisis di atas, model regresi linier sederhana yang dibangun adalah:

$$\hat{Y} = 13.712 + 0.824X$$

Dari model tersebut diinterpretasikan hal – hal sebagai berikut:

- Nilai variabel Y (Minat Wirausaha) akan sebesar 13,712 apabila variabel X (*E-commerce*) bernilai 0 atau tidak ada.
- Setiap peningkatan satu satuan variabel X (*E-commerce*), maka jumlah variabel Y (Minat Wirausaha) akan meningkat sebesar 0,824.
- Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel Y (Minat Wirausaha) dan Variabel X (*E-commerce*), semakin naik nilai Variabel X (*E-commerce*) maka akan semakin meningkat nilai Variabel Y (Minat Wirausaha).

Pengujian Hipotesis (uji t)

Tabel. 4 Perbandingan Uji Signifikan

Taraf Signifikansi α	Nilai t_{hitung}	Nilai t_{tabel}	Nilai Signifikansi	Kesimpulan
5%	4,906	2,036	0,000	Signifikan

Berdasarkan hasil uji signifikan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni **4,906 > 2,036** pada taraf signifikansi α sebesar 5%, maka H_0 ditolak H_1 diterima, dengan kesimpulan signifikan. Hal ini memberikan indikasi bahwa *E-commerce* berpengaruh terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019.

Analisis Korelasi

Dengan menggunakan bantuan program *IBM Statistics SPSS versi 21.0* diperoleh nilai koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 5 Analisis Korelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667^a	.445	.427	6.33490

a. Predictors: (Constant), commerce

b. Dependent Variable: minat_wirusaha

Berdasarkan hasil analisis di atas diperoleh nilai *koefisien korelasi pearson* sebesar **0,667**. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang **Kuat** antara *E-commerce* (X) terhadap Minat Wirausaha (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019.

Koefisien Determinasi

Tabel 6 Koefisien Determinasi X terhadap Y

R	R Square	Kontribusi Faktor Lain
0.667	0.445	0.555

Berdasarkan hasil di atas diperoleh *RSquare* sebesar **0.445**. Nilai ini berarti bahwa sebesar **44,5%** variabilitas mengenai variabel Minat Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 dapat diterangkan oleh variabel *E-commerce*, sedangkan sisanya sebesar **55,5%** dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa *E-commerce* berpengaruh terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis e-commerce mampu memberikan dampak positif terhadap minat menjadi wirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi universitas negeri gorontalo. Dapat diartikan bahwa pandangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi mengenai manfaat dan kemudahan pada *e-commerce* sudah baik sehingga dapat mendorong minat mereka untuk memanfaatkannya dalam berwirausaha.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh (Yudiantara, 2018) yang meneliti mengenai “Pengaruh E-commerce dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha” dari hasil Uji F yang dilakukan peneliti, diperoleh hasil bahwa e-commerce secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan akan keputusan melakukan wirausaha. Semakin banyak pengetahuan seseorang terhadap e-commerce semakin baik pula pandangan seseorang terhadap e-commerce maka mereka akan mampu melihat peluang yang dapat mereka manfaatkan untuk berwirausaha. Namun, kemampuan melihat peluang ini harus diiringi dengan tindakan untuk mewujudkan peluang tersebut. Maka, memiliki keyakinan pada kemampuan diri sangat penting untuk memulai bisnis

agar berhasil. Dengan adanya peluang dan keyakinan diri ini akan meningkatkan minat seseorang dalam berwirausaha. *e-commerce* dapat mendorong kesuksesan individu pada bermacam bidang, terkhusus minat melakukan wirausaha (Luthans, 2008). Oleh sebab itu, kepercayaan diri sangat dibutuhkan ketika memulai sebuah usaha.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan oleh peneliti pada bagian sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: Pengujian hipotesis penelitian yang berbunyi “terdapat pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo” dapat diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) dengan interpretasi pengaruh yang **Kuat**. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya persentase pengaruh variabel X (*E-commerce*) terhadap variabel Y (Minat Wirausaha) yaitu sebesar 44,5%.

Saran

Sesuai dengan kesimpulan penelitian ini, beberapa saran berikut perlu dipertimbangkan, yaitu:

1. Bagi mahasiswa

Untuk berwirausaha, mahasiswa harus berani mengambil resiko, maksudnya resiko yang diambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Namun keberanian itu harus diiringi dengan komitmen yang kuat yang mendorong mahasiswa untuk terus berjuang sampai memperoleh hasil. Karena salah satu keberhasilan dari berwirausaha yaitu keberanian seseorang dalam mengambil resiko.

2. Bagi Peneliti Lain

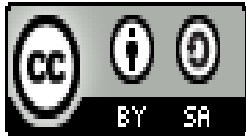
Penelitian yang dilakukan peneliti tentunya memiliki dalam hal pengambilan data. Karena penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi pada angkatan 2019. Oleh karena itu peneliti mengharapkan agar penelitian selanjutnya lebih memperluas objek penelitian, tidak hanya pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi tetapi juga di beberapa tempat lainnya. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan responden dan beberapa variabel lainnya seperti ketersediaan modal, lingkungan dan variabel lainnya.

Daftar Pustaka

- Novitasyari, W., Setiawati, T., & Rahmawati, Y. (2017). Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga Universitas Pendidikan Indonesia. *Media Pendidikan, Gizi, dan Kuliner*, 6(2), 81–93.
- Laudon K, dan Ludon, J. (2009). *Managemen information system: international edition*, 11/E. Pearson Higher Education, 2009.
- Lukman, E. (2014). 5 Model E-Commerce di Indonesia, <https://id.techinasia.com/5-model-bisnis-ecommerce-di-Indonesia>.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan psikologi konsumen implikasi pada strategi pemasaran*, edisi pertama, Graha ilmu, Yogyakarta
- Prasetyo, D.H, 2021. Pengaruh E-commerce penembangan penjualan produk umkm di

desa, *Jurnal Ilmiah USM*.

Ricky, R. D. M., Kawung, E., & Goni, S. Y. V. . (2021). Dampak Aplikasi Belanja Online (Online Shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kelurahan Girian Weru Ii Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah*, 1(ilmiah), 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/36087/33605>



This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Editorial of JEBE : Economic Education Study Program, Faculty of Economics and Business Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia.