

# PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI IKIP PGRI BOJONEGORO

Toni Ahmad<sup>1)</sup>, Ayis Crusma Fradani<sup>2)</sup>, sujiran<sup>3)</sup>.

<sup>1</sup>2pendidikan Ekonomi, IKIP PGRI Bojonegoro, Indonesia.  
email: [ahmadtonay123@gmail.com](mailto:ahmadtonay123@gmail.com), [avis.ikip@gmail.com](mailto:avis.ikip@gmail.com)

<sup>3</sup>pendidikan matematika, IKIP PGRI Bojonegoro, Indonesia.  
email: [sujiran@ikippgribojonegoro.ac.id](mailto:sujiran@ikippgribojonegoro.ac.id)

## ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze whether E-Commerce has an effect on Entrepreneurial Interest of Economic Education Students of IKIP PGRI Bojonegoro. This research has a quantitative research type. With a population of economic education students IKIP PGRI Bojonegoro with a total of 188 respondents. With the sampling technique according to Arikunto, the sample was taken from a population of 25%, then 47 samples were found. The data analysis technique used in this study used an online questionnaire using google form. The reliability test was used to measure a questionnaire which was an indicator of a variable. Simple linear regression is an equation that describes the relationship between one independent variable (X) and one dependent variable (Y). Hypothesis testing used in testing the hypothesis is to do the t test. Based on the results of this study, it shows that there is a significant positive effect of e-commerce on student entrepreneurship interest. This is based on the results of hypothesis testing, it is known that  $t_{\text{arithmetik}} > t_{\text{table}}$  is  $3.987 > 1.972$  with a significant value of  $0.000 < 0.05$  so that the hypothesis  $H_a$  is accepted. So it can be concluded that there is a significant positive effect of E-Commerce on the Entrepreneurial Interest of Economic Education students of IKIP PGRI Bojonegoro.

**Keyword:** E-Commerce, Entrepreneurship, Interest in Entrepreneurship.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa apakah *E-Commerce* berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Penelitian ini memiliki jenis penelitian kuantitatif. Dengan populasi mahasiswa pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro dengan jumlah 188 responden. Dengan teknik pengambilan sample menurut Arikunto yaitu sampel di ambil dari populasi sebesar 25%, maka ditemukan sample sebanyak 47 sampel. Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini menggunakan kuisioner online dengan menggunakan *google form*, Uji Reliabilitas reliabilitas dipergunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Regresi linier sederhana persamaan yang mendeskripsikan hubungan satu variabel bebas (X) dengan satu variabel terikat (Y). Uji Hipotesis yang dipakai dalam pengujian hipotesis adalah dengan melakukan uji t. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini didasarkan pada hasil uji hipotesis diketahui bahwa  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  yaitu  $3,987 > 1,972$  dengan nilai signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$  sehingga hipotesis  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro

**Kata kunci:** *e-commerce*, wirausaha, minat berwirausaha

## PENDAHULUAN

Perjalanan bisnis para wirausaha belakangan ini sangat membantu memberikan informasi yang cepat, tepat dan akurat sehingga teknologi informasi ini terus berkembang melalui system elektronik. Salah satu sistem ini adalah sistem *e-commerce* yang berfungsi sebagai media pembelian, penjualan, penyebaran informasi, pemasaran barang dan jasa, menurut Trihudiyatmanto (dalam Istiqomah 2020:110).

Menurut Dorris Yadewani, Reni Wijaya, (2017:65) *E-Commerce (Electronic Commerce)* adalah proses transaksi jual beli yang menggunakan alat elektronik seperti telepon dan internet. *E-commerce* lebih dari sekedar membeli dan menjual produk secara online. *E-commerce* meliputi seluruh proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis di seluruh dunia.

Menurut Fadhilah et al., (2016) Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan. Seseorang terhadap ide-ide untuk bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi sehingga, menerima tantangan, percaya diri, lebih kreatif dan inovatif serta memiliki kemampuan dan keterampilan untuk memenuhi kebutuhannya. Ungkap Fuadi, Eko dan Murdani (2009: 93) Salah satu strategi agar mahasiswa dapat berwirausaha dengan mudah dan murah adalah perlu menggunakan teknologi dan sistem informasi.

Dari survey yang dilakukan peneliti, menemukan bahwa dalam membangun minat wirausaha mahasiswa biasanya banyak menemukan kendala salah satunya seperti mahasiswa belum mengetahui apa itu *e-commerce* dan apa manfaat dari *e-commerce*. Dengan adanya *e-commerce* wirausahawan bisa menggunakannya sebagai bagian dalam pengembangan bisnisnya. Menggunakan *e-commerce* tidaklah sulit dan *e-commerce* sangat mudah di aplikasikan dalam bisnis. Hal yang dilakukan wirausaha cukup membuat

web di internet untuk menjual produknya sehingga banyak masyarakat luas yang bisa mengetahui produk baru yang akan kita tawarkan ke pasar. (D. C. K. Sari & Wibawa, 2017).

Dengan adanya *E-Commerce* diharapkan dapat memberikan peluang, kepercayaan diri serta minat mahasiswa untuk berwirausaha sesuai dengan bekal pengetahuan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, *e-commerce* juga di harapkan dapat menjadi peluang besar bagi mahasiswa untuk dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai penambahan penghasilan dll. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro”

## METODE PENELITIAN

Variabel yang diuji dalam penelitian ini yaitu *E-Commerce* sebagai variabel dependen dan variabel minat berwirausaha sebagai variabel independen. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif sebagai data primer. Data primer yang dimaksud adalah jawaban dari responden atas pernyataan kuesioner yang disebarkan kepada para responden mahasiswa pendidikan Ekonomi yang ada di IKIP PGRI Bojonegoro yang selanjutnya diukur dengan menggunakan skor skala likert (1- 5).

Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang terdapat dalam setiap variabel yang telah disusun sebelumnya. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam riset ini adalah penyebaran kuesioner dengan menggunakan google forms. Berdasarkan penyebaran kuesioner tersebut diperoleh jawaban kuesioner sebanyak 47 sampel mahasiswa. Variabel bebas (X1) adalah *E-Commerce* yaitu transaksi jual dan beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dengan menggunakan koneksi jaringan (internet). *E-Commerce* dapat diukur dengan indikator 1. Perspektif komunikasi, 2. Perspektif proses bisnis, 3. Perspektif

layanan, 4. Perspektif online. (Yadewani dan Wijaya, 2017:65)

Variabel terikat (Y) yang disebut juga variabel output merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat berwirausaha. Berwirausaha atau wirausahawan mengacu pada orang yang memiliki inovasi dan kreatifitas serta berani mengambil risiko dalam menghasilkan/menjual suatu produk atau jasa. Minat berwirausaha dalam penelitian ini diukur dengan indikator yang telah dimodifikasi sebagai berikut: 1. Perasaan senang, 2. perhatian, 3. kesadaran, 4. kemauan. (Suryana, 2014:22)

Setiap butir pertanyaan kuesioner telah melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas yaitu alat analisis yang berfungsi untuk mengukur valid atau tidaknya suatu butir pertanyaan. Sedangkan uji reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas dari data berupa skor hasil persepsi suatu variabel, baik variabel independen maupun variabel dependen. Selanjutnya dilakukan uji normalitas data dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dua arah (2 tailed). Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak.

Selanjutnya Tahap analisis data yakni menentukan besarnya nilai koefisien determinasi yang akan menunjukkan seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yakni nol dan satu. Jika nilai R<sup>2</sup> mendekati satu, maka variabel-variabel bebas dapat memberikan pengaruh terhadap variabel terikat, dan sebaliknya jika nilai R<sup>2</sup> sama dengan 0 maka variabel bebas tidak dapat memberikan pengaruh terhadap variabel terikat.

Kemudian dilakukan analisis regresi linier sederhana, merupakan suatu contoh persamaan yang mendeskripsikan hubungan satu variabel bebas (X) dengan satu variabel terikat (Y). Persamaan regresi linier sederhana secara matematik diekspresikan oleh :

$$Y = \alpha + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

$\alpha$  = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel bebas

Selanjutnya tahap analisis data dilakukan untuk menguji tingkat signifikan atau keeratan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat, yakni dengan menggunakan berbagai uji statistik. Uji parsial (uji T) dilakukan untuk menguji dan mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji T pada penelitian kali ini digunakan untuk menguji apakah *E Commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha secara signifikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Uji Instrumen

Hasil uji instrument penelitian diperoleh dari instrument penelitian yang diberikan ke mahasiswa pendidikan Ekonomi tingkat 1-4 IKIP PGRI Bojonegoro yang berjumlah 47 mahasiswa. Uji instrumen tersebut terbagi menjadi dua tahap yaitu, uji validitas dan uji realibilitas dimana dalam pengolahan data menggunakan bantuan SPSS 25 For windows dengan rincian sebagai berikut :

#### a. Uji Validitas

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan data dinyatakan valid apabila nilai Corrected Item-Total Correlation lebih dari R Tabel. karena nilai Corrected Item-Total Correlation lebih dari R Tabel yaitu lebih besar dari 0,287. Maka dapat disimpulkan bahwa dari tabel diatas menyatakan bahwa indikator dan item pertanyaan atau pernyataan variable e-commerce (X) dan minat berwirausaha (Y) keseluruhan dinyatakan valid.

#### b. uji reabilitas.

Data dinyatakan Reliabel apabila nilai Cronbach's lebih dari 0,6. Dari data diatas (Reliability statistics) diketahui nilai Cronbach's Alpha variable e-commerce (X) sebesar 0,877 dan variable minat berwirausaha (Y) sebesar 0,845. Karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.6 maka data diatas dinyatakan reliable.

### 2. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05. Dari output diatas dapat dilihat bahwa signifikansi (asympt sig) sebesar 0,200. Karena nilai asympt sig lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

### 3. Uji Koefisien dan Regresi

#### a. Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat ditentukan dengan nilai R square.

Dari hasil analisis yang dilakukan diperoleh nilai Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,424. Artinya variabel E-commerce (X) memberikan kontribusi terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y) sebesar 42,4%. Sedangkan sisanya 57,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel bebas di penelitian ini.

#### b. Uji Koefisien Korelasi (R)

Uji koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat korelasi variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terkait). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilainya mendekati 1, Maka hubungan semakin erat. Sebaliknya jika mendekati 0, maka hubungan akan semakin lemah.

Masuk kedalam interval 0,60-0,799 dengan tingkat hubungan yang kuat. Di dapatkan nilai R sebesar 0,651, artinya Hal ini berarti terjadi hubungan yang kuat. korelasi antara E-commerce (X) dengan Minat Berwirausaha (Y) sebesar 0,651.

## SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro adalah sebagai berikut:

Pengaruh E-commerce terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa bernilai positif karena adanya e-commerce membuat mahasiswa perguruan tinggi sedikit banyak dapat bertransaksi secara online

#### c. Uji Regresi Linier Sederhana

Dari hasil uji analisis regresi linier sederhana yang dilakukan, ditemukan data sebagai berikut:

$$Y = 10,806 - 0,579 X + e$$

Dimana X = e-commerce

$$Y = \text{minat berwirausaha}$$

Jika nilai X = 0 akan diperoleh Y = 10,806

Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 10,806. Nilai ini menunjukkan bahwa e-commerce (X) bernilai Nol atau tidak meningkat, maka minat berwirausaha (Y) akan tetap bernilai 10,806. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,579 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya jika e-commerce ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,579 satuan.

#### d. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (UJI T)

Uji parsial (uji T) digunakan untuk mengetahui apakah model regresi pada E-commerce (X) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). perhitungan statistic dalam uji parsial (uji T) menggunakan software SPSS versi 25.

Dari hasil uji yang dilakukan ditemukan bahwa hasil pengujian variabel E-commerce (X) menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,752 lebih besar dari t tabel yaitu 2,011 dengan taraf signifikan 0,000. Taraf signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel E-commerce (X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

dibandingkan sebelum menggunakan e-commerce. Dengan adanya E-commerce sehingga dapat mempermudah mahasiswa dalam melakukan kegiatan berwirausaha akan mendorong minat berwirausaha lebih besar lagi bagi mahasiswa. Jadi E-Commerce (X) secara parsial berpengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). dari hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini dapat terbukti dan dapat diterima.

## DAFTAR RUJUKAN

Istiqomah, Mrs. "Pemanfaatan E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan AKK Yogyakarta." *Jurnal Socia Akademika* 6.2 (2020): 109-115.

Yadewani, Dorris, and Reni Wijaya. "Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha." *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)* 1.1 (2017).

Fadhilah, Shofiana, Sri Wahyuni, and Jonet Ariyanto Nugroho. "Pembelajaran Pemasaran Online, Self Efficacy Dan Minat Berwirausaha Online Kelas Xi Pemasaran Smk Negeri Surakarta." *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi* 2.2 (2016).

Sari, Diah Chandra Kartika. "Pengaruh Penggunaan E-commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK

*Ngraho.* "It-Edu: Jurnal Information Technology And Education 2.01 (2017).

Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Trihudyatmanto, M. (2019). *Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Gender.* *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 93–103. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.678>.