

## PEMANFAATAN *E-COMMERCE* TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA MAHASISWA AKADEMI KESEJAHTERAAN AKK YOGYAKARTA

Istiqomah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Akademi Kesejahteraan sosial AKK Yogyakarta  
E-mail: Istiqomahakk56@gmail.com

### ABSTRAK

Sistem e-commerce yang berfungsi sebagai media pembelian, penjualan, penyebaran informasi, pemasaran barang dan jasa. Alasan ini muncul sebagai salah satu hambatan seseorang menumbuhkan minat berwirausaha. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2020 . Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Akademi Kesejahteraan AKK Yogyakarta berjumlah 110 mahasiswa. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan sistem random sampling berjumlah 30 mahasiswa yang mengambil matakuliah kewirausahaan. Instrumen menggunakan angket dalam media google form. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi 5% ( $0,000 < 0,005$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pemanfaatan e-commerce terhadap minat berwirausaha dengan pemanfaatan e-commerce yang semakin meningkat akan mendorong minat berwirausaha lebih besar lagi pada mahasiswa AKS-AKK

**Kata kunci:** pemanfaatan e-commerce, minat berwirausaha, mahasiswa

### ABSTRACT

*The E-commerce system that serves as a medium of purchase, sale, dissemination of information, marketing of goods and services. This reason arises as one of the obstacles of a person fostering entrepreneurial interest. The purpose of this research is to know the influence of E-Commerce Utilization on Entrepreneurial Interests.*

*This type of research uses descriptive quantitative research This research was conducted in June 2020. The population in this study was 110 students of AKK Yogyakarta Welfare Academy. Samples in this study were taken with a random sampling system of 30 students who took entrepreneurial courses. Instruments use questionnaires in google form media. Data analysis techniques use simple linear regression analysis.*

*The results showed that the significance level of 5% ( $0.000 < 0.005$ ) so that it can be concluded that there is a positive and significant influence between the utilization of e-commerce on entrepreneurial interests and the increasing utilization of e-commerce will encourage greater entrepreneurial interest in AKS-AKK students*

**Keywords:** e-commerce utilization, entrepreneurial interest, students

## PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi semakin sangat berpengaruh terhadap peningkatan bisnis global. Internet merupakan teknologi utama yang membantu dalam memberikan informasi dan juga sebagai media komunikasi. Kemudahan orang mengakses informasi dan melakukan komunikasi disebabkan penggunaan internet. (Yadewani & Wijaya, 2017).

Saat ini informasi dan komunikasi yang meningkat difasilitasi oleh alat komunikasi pendukungnya yang dikenal *smartphone* dan *sosial media*. Dengan adanya media tersebut banyak orang dapat memanfaatkan internet dan juga platform online untuk membantu memberikan informasi dan melakukan komunikasi terutama untuk menjalankan aktifitas bisnis. (Rahayu & Laela, 2018).

Perjalanan bisnis para wirausaha belakangan ini sangat membantu memberikan informasi yang cepat, tepat dan akurat sehingga teknologi informasi ini terus berkembang melalui sistem elektronik. Salah satu sistem ini adalah sistem *e-commerce* yang berfungsi sebagai media pembelian, penjualan, penyebaran informasi, pemasaran barang dan jasa. (Trihudiyatmanto, 2019).

Badan Statistik melakukan sensus ekonomi tahun 2016 mendapati bahwa dalam kurun waktu 10 Tahun Indonesia akan mengalami peningkatan penggunaan *e-commerce* sebesar 17 persen. *e-commerce* pemerintah mendorong generasi muda untuk mempersiapkan perubahan-perubahan dari era konvensional menjadi era digital. dan adanya peraturan yang dibuat pemerintah tercantum dalam Peraturan Presiden (Perpes) Nomor 74 tahun 2017 untuk mengoptimalkan pemanfaatan potensi ekonomi digital dan mendorong percepatan dan pengembangan sistem *e-commerce* (Rahayu & Laela, 2018).

Bisnis dengan memanfaatkan *e-commerce* memiliki manfaat sendiri antara

lain mempermudah komunikasi antara produsen dan konsumen, memudahkan pemasaran barang dan jasa, memperluas jangkauan calon konsumen, mempermudah proses penjualan dan pembelian, mempermudah penyebaran informasi produk barang maupun jasa. (Fauzi, 2020).

*E-Commerce* kini lewat sarana internet tidak hanya melalui website namun konsumen kini disuguhkan dengan berbagai aplikasi *e-commerce* yang dapat diinstal pada setiap *smartphone* masing-masing individu. (Ahmad & Fasih, 2017) Aplikasi *e-commerce* saat ini antara lain Instagram, facebook, twitter, whatsapp web, bukalapak, tokopedia, shopee, JD id, dan sebagainya. Aplikasi *e-commerce* sebagai platform yang berguna bagi bisnis ini tidak hanya dari perusahaan namun juga dari pembisnis individu. (Yusnandar, 2017).

Kelebihan platform tidak serta merta tidak mengalami hambatan, dalam perjalanannya hasil survey yang dilakukan oleh APJII, bahwa hanya 14% pengguna internet Indonesia pernah melakukan penjualan online, dan juga diketahui bahwa alasan 86% pengguna internet lainnya enggan melakukan penjualan online dikarenakan beberapa hal, diantaranya adalah takut penipuan (41,3%), tidak tahu cara menggunakan (27%), dan tidak praktis (22,4%) serta alasan lainnya. (Yusnandar, 2017).

Alasan ini muncul sebagai salah satu hambatan seseorang menumbuhkan minat berwirausaha. Minat memiliki peranan penting untuk memulai suatu pekerjaan, jika seseorang memiliki minat terhadap objek tertentu, maka ia akan cenderung memberikan perhatian yang lebih besar dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan, sehingga dapat dikerjakan dengan hasil yang baik. (Fadhilah et al., 2016).

Minat berwirausaha dipengaruhi oleh banyak faktor antar lain pendidikan lingkungan, fasilitas seperti ketersediaan

internet untuk media informasi dan komunikasi. Minat berwirausaha ini diperlukan untuk mencegah peningkatan pengangguran. (Phani Bhaskar & Prasanna Kumar, 2017).

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. (Fadhilah et al., 2016).

Kemajuan teknologi informasi ini seharusnya bisa digunakan untuk berwirausaha agar dapat mempertahankan hidupnya lebih baik lagi. Sebab di Indonesia minat berwirausaha masih rendah. Pola pikir masyarakat Indonesia tentang bekerja yaitu mencari lapangan pekerjaan, sehingga berdampak pada kenaikan pengangguran dan berdampak besar pula pada perekonomian negara Indonesia. Adanya kemajuan teknologi ini seharusnya minat masyarakat untuk berwirausaha semakin meningkat (Margareta & Setiawati, 2019).

Wirausaha bisa menggunakan *e-commerce* 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).

Adanya aplikasi ini tentunya akan memudahkan wirausaha dalam pemasaran produknya tanpa perlu mengeluarkan biaya yang mahal dalam promosi. Selain itu juga para wirausaha dapat memperkenalkan berbagai produk secara detail kepada masyarakat dengan kemudahan pembayaran. Sistem ini lebih praktis, efektif dan tidak memakan waktu yang lama. (Margareta & Setiawati, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik dalam melakukan penelitian berjudul Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan AKK Yogyakarta

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan. Penelitian ini dilaksanakan di Kampus Akademi Kesejahteraan AKK Yogyakarta pada bulan Juni 2020 . Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Akademi Kesejahteraan AKK Yogyakarta berjumlah 110 mahasiswa. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan sistem random sampling berjumlah 30 mahasiswa yang mengambil matakuliah kewirausahaan. Instrumen menggunakan angket dalam media google form. Instrumen tidak dilakukan validasi sebab peneliti mengadopsi intrumen dari penelitian lain yaitu penelitian milik Kurniawati (2019). Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Berikut kisi-kisi instrument setiap variabel :

**Tabel 1. Kisi-kisi Instrument setia variabel**

| Variabel              | Indikator           | Nomor item |
|-----------------------|---------------------|------------|
| <i>e-commerce</i> (X) | Pemasaran           | 1,2        |
|                       | Kualitas penjualan  | 3,4        |
|                       | Pembayaran          | 5,6        |
|                       | Pemakaian internet  | 7,8        |
|                       | Kepuasan pemakaian  | 9,10       |
|                       | Seleksi dan nilai   | 11,12      |
|                       | Kinerja dan layanan | 13, 14     |

|                  |                            |       |
|------------------|----------------------------|-------|
|                  | Periklanan secara insentif | 15,16 |
|                  | Perhatian personal         | 17,18 |
|                  | Hubungan komunitas         | 19,20 |
|                  | Keamana dan kehandalan     | 21,22 |
| Minat            | Kemauan                    | 1,2   |
| berwirausaha (Y) | Perasaan tertarik          | 3,4   |
|                  | Perasaan senang            | 5,6   |

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji validasi dan realibilitas**

Uji validasi dilakukan dengan menggunakan jumlah responden 30 mahasiswa didapatkan nilai r tabel product moment pearson dengan df (degree of freedom) =n-2 jadi df = 30-2=28 maka r tabel =0,374Butir pertanyaan valid jika nilai r hitung >r tabel. Dapat dilihat

*corrected item total correlation* lebih dari 0,374 sehingga dapat dikatakan semua butir soal valid.

Uji realibilitas dapat dilihat pada nilai cronbach’s alpha, jika nilai Cronbach alpha >0,60 maka dikatakan valid, Berikut hasil dari pengujian realibilitas menggunakan SPSS:

**Tabel 2 Reliability Statistic**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,649             | 2          |

Dari tabel 2 diatas nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,649 diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan instrument reliabilitas yang tinggi.

**Uji prasyarat**

Hasil dan pembahasan mengandung paparan hasil analisis yang terkait uji normalitas

**Tabel 3. Uji normalitas**

| Variabel               | Statistic |    |       |
|------------------------|-----------|----|-------|
|                        | Statistic | df | Sig.  |
| Pemanfaatan E-commerce | 0,972     | 30 | 0,604 |
| Minat Berwirausaha     | 0,928     | 30 | 0,063 |

Uji normalitas menggunakan uji *one sample* Kolmogorov-Smirnov dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 menunjukkan hasil nilai probabilitas signifikan (Asymp.Sig(2-tailed) variabel pemanfaatan e-commerce (0,604) lebih besar dari 0,05. Sedangkan variabel minat berwirausaha (0,063) lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument terdistribusi normal.

**Uji hipotesis**

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi yang pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen dengan tujuan mengestimasi rata-rata populasi variabel dependen berdasarkan nilai variabel independent yang diketahui.

**Rumus analisis Regresi :**

$$Y = a + b_1 X_1$$

Dimana :

Y = minat wirausaha

a = konstanta b1

b1 = koefisien arah regresi linier

X1 = pengaruh e-commerce

**Analisis regresi**

Hasil perhitungan nilai koefisien beta (*Unstandardized Coefficients B*) pada Tabel 4 maka dapat disusun persamaan regresi linear  $Y = 0,619 + 0,270X$

**Tabel 4. Hasil regresi**

| Model                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients Beta | t     | Sig. |
|------------------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|-------|------|
|                        | B                           | Std. Error |                                |       |      |
| 1 (Constant)           | ,619                        | 2,968      |                                | ,208  | ,836 |
| Pemanfaatan E-commerce | ,270                        | ,042       | ,773                           | 6,437 | ,000 |

Koefisien regresi variable Pemanfaatan *e-commerce* (X) sebesar 0,619 bertanda positif, hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel Pemanfaatan *e-commerce* sementara

variabel lainnya tetap maka variable minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,619 dengan arah yang sama.

**Analisis Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 5 koefisien korelasi dan determinasi (R<sup>2</sup>)**

| R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | R Square Change |
|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-----------------|
| ,773 <sup>a</sup> | ,597     | ,582              | 2,03892                    | ,597            |

Pada Tabel 5 diperoleh nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,582. Artinya, 58,2% variasi nilai variabel dependen minat berwirausaha dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel pemanfaatan ecommerce Sisanya sebesar 41,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian.

signifikan pada tabel 4, dengan tingkat signifikansi 5% ( $0,000 < 0,005$ ) yang dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan e-commerce berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dimana nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ .

**Analisis Uji t**

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas

**Analisis Uji F (Uji simultan)**

Perhitungan statistic uji F pada tabel 5 menunjukkan  $F_{hit} (41,4) > F_{tabel} (4,20)$  dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ .

**Tabel 6. Hasil uji F ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 172,266        | 1  | 172,266     | 41,438 | ,000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 116,401        | 28 | 4,157       |        |                   |
|       | Total      | 288,667        | 29 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Pemanfaatan E-commerce

Dilihat dari hasil uji statistic dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima artinya variabel pemanfaatan e-commerce secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.

## PEMBAHASAN

Hasil analisis data dengan regresi hasil tersebut adalah  $Y = -0,619 + 0,270X$  sedangkan hasil uji hipotesis menunjukkan ada pengaruh pemanfaatan e-commerce terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil deskripsi mahasiswa AKS-AKK termasuk memiliki minat berwirausaha dalam kategori baik. Hal ini seharusnya menjadi pendorong utama mahasiswa dapat berwirausaha bahkan sebelum lulus. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha semakin tinggi mengingat saat ini pendidikan vokasi paling banyak diminati.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari dan Rahayu (2020) bahwa pengaruh yang positif dan signifikan antara lingkungan, pendidikan kewirausahaan, dan penggunaan ecommerce dengan minat berwirausaha, baik secara sendiri-sendiri (parsial) maupun bersama-sama (simultan). Lingkungan yang mendukung baik (tinggi), pendidikan kewirausahaan yang semakin baik (tinggi), dan penggunaan ecommerce yang semakin meningkat luas (tinggi) akan mendorong minat berwirausaha lebih besar pula pada mahasiswa FEB UPI-Y.A.I. Jakarta. (B. Sari & Rahayu, 2020)

## SIMPULAN dan SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistic dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pemanfaatan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha dengan pemanfaatan *e-commerce* yang semakin meningkat akan mendorong minat berwirausaha lebih besar lagi pada mahasiswa AKS-AKK

### Saran

Selalu diadakan kegiatan yang berkelanjutan agar menjaga minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha.

Penggunaan *e-commerce* perlu lebih ditingkatkan pengetahuannya dengan workshop agar terarah dan dapat digunakan secara maksimal, hal ini data dilakukan dengan mengadakan pelatihan dan pilot projek agar mahasiswa maksimal dalam meningkatkan minat wirausaha.

Saran bagi peneliti selanjutnya adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kewirausahaan pada mahasiswa baik secara internal maupun eksternal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., & Fasih, S. T. (2017). Attitude of Business Students towards E-Commerce: A Case Study. *International Journal of Experimental Learning And Case Studies*, 2(1), 19–33. <https://doi.org/10.22555/ijelcs.v2i1.1702>
- Fadhilah, S., Wahyuni, S., & Nugroho, jonet A. (2016). Pembelajaran

- Pemasaran Online, Self Efficacy Dan Minat Berwirausaha Online Kelas Xi Pemasaran Smk Negeri Surakarta. *Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Sebelas Maret*, 2(2), 1–18.
- Fauzi, A. N. (2020). *Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Perilaku Berwirausaha Bagi Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah (Pls) Universitas Semarang (UNNES)*. 1–120. <https://lib.unnes.ac.id/35923/>
- Margareta, I. P., & Setiawati, M. E. (2019). *Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Perguruan Tinggi ....* <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/77404>
- Phani Bhaskar, P., & Prasanna Kumar, D. (2017). A study on factors influence towards e-commerce. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 8(9), 478–494.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Sari, B., & Rahayu, M. (2020). Pengaruh Lingkungan, Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan E-commerce pada Peningkatan Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UPI YAI. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 2(3), 20–29.
- Sari, D. C. K., & Wibawa, S. C. (2017). Pengaruh Penggunaan E-commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Ngraho. *It-Edu*, 2(01).
- 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>
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64. <https://doi.org/10.29207/resti.v1i1.6>
- Yusnandar, W. (2017). Analisis determinan minat berbisnis online di kalangan mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(2), 129–138. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1095037>