
Pengaruh E-Commerce Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan Xx Tanjung Mulia

Siti Asyraini

Universitas Amir Hamzah
asyra.panggabean@yahoo.com

Khairunnida

Universitas Amir Hamzah
khairunnidamsi@gmail.com

Indra Surya

Politeknik Ganesha Medan
indrasurya@polgan.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah E-Commerce berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha masyarakat lingkungan xx tanjung mulia, mengetahui apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha masyarakat lingkungan xx tanjung mulia, dan mengetahui apakah E-Commerce dan Pengetahuan Kewirausahaan, sama-sama berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha masyarakat lingkungan xx tanjung mulia. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat lingkungan xx tanjung mulia sebanyak 40 orang. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan $\text{Minat Berwirausaha} = 15,486 + 0,613 \text{ E-Commerce} + 0,220 \text{ Pengetahuan Kewirausahaan} + e$. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa E-Commerce memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat lingkungan xx tanjung mulia berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 6,150 > 2,02439$. Hasil analisis menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat lingkungan xx tanjung mulia berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 5,192 > t_{tabel} 2,02439$. Hasil penelitian menunjukkan E-Commerce dan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat lingkungan xx tanjung mulia berdasarkan hasil uji hipotesis secara serempak yaitu sebesar $F_{hitung} 104,047 > F_{tabel} 3,25$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai $R \text{ Square} = 0,849$ atau 84,9% yang artinya bahwa E-Commerce dan Pengetahuan Kewirausahaan secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 84,9% terhadap Minat Berwirausaha. Sedangkan sisanya sebesar 15,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dan dibahas dalam penelitian ini seperti Profesionalisme dan Integritas..

Keyword : E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan, Minat Berwirausaha,.

I. PENDAHULUAN

Pada awalnya E-Commerce penggunaan internet hanya sebatas menampilkan produk, untuk transaksi pembayaran antara penjual dan konsumen harus bertemu. Namun, pada perkembangannya, fokus pada perdagangan E-Commerce melalui sarana internet bergeser mendekati konsumen-konsumen individual. Untuk saat ini E-Commerce tidak hanya saja menggunakan website saja namun juga dapat melalui sosial media, seperti facebook, whatsapp, instagram, twiter dan lainnya. Saat ini tekanan komunikasi bisnis ialah melibatkan produsen dan konsumen individual dalam perdagangan E-Commerce. Namun E-Commerce tidak hanya untuk perusahaan-perusahaan akan tetapi juga dilakukan oleh pembisnis individual.

Berdasarkan hasil prasarvei dan wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti dimana data yang sudah diperoleh minatnya masyarakat pada lingkungan XX tanjung mulia ditemukan bahwa banyaknya minat berwirausaha pada masyarakat tersebut dari tahun ketahun mengalami peningkatan minat berwirausaha. Berikut data yang diperoleh:

Tabel 1.1
Data masyarakat yang minat Berwirausaha

No	Tahun	Jumlah masyarakat	Penambahan	Masyarakat yang berminat
1	2017	378	-	378 perkepala keluarga
2	2018	-	3	381 perkepala keluarga
3	2019	-	9	390 perkepala keluarga
4	2020	-	38	428 perkepala keluarga
5	2021	-	40	458 perkepala keluarga

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Maka E-Commerce akan semakin memberikan peluang, kepercayaan diri serta minat masyarakat untuk berwirausaha online sesuai dengan bekal pengetahuan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, E-Commerce juga diharapkan dapat menjadi peluang besar bagi masyarakat dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian degan judul “PENGARUH ECOMMERCE DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MASYARAKAT LINGKUNGAN XX TANJUNG MULIA.”

II. LITERATURE REVIEW

Pengertian Minat Berwirausaha

Menurut Dinda vebrina (2021:401), Minat berwirausaha adalah seseorang yang memiliki minat dalam berwirausaha akan lebih siap dalam menanggung setiap resiko yang mungkin terjadi ketika memutuskan untuk berwirausaha.

Menurut Dharmawati (2016:6), Minat Berwirausaha adalah suatu kemampuan untuk mengelolah sesuatu dalam diri untuk dimanfaatkan dan di tingkatkan agar lebih optimal sehingga bisa meningkatkan taraf hidup dimasa mendatang.

Menurut Josia Sanchaya Hendrawan (2017:297), Minat Berwirausaha adalah kemampuan untuk mendorong diri sendiri dan berbuat sesuatu untuk memenuhi kebutuhan hidup serta pemecahan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya.

Menurut Dorris Yadewani (2017:65), Minat Berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakan. Indikator Minat Berwirausaha

Sebelum seseorang mengambil keputusan untuk berwirausaha, tentu saja memiliki minat yang kuat dalam dirinya, adapun indikator minat berwirausaha menurut Dinda Vebriana (2021:401):

1. Perasaan tertarik wirausaha.
2. Mencari informasi
3. keterampilan tentang wirausaha.
4. Memiliki motivasi untuk berwirausaha.
5. Keinginan untuk berwirausaha.

Pengertian E-Commerce

Menurut Dhiraj (2021:11), Electronic Commerce adalah aktivitas penjualan, pembelian, pemasaran produk dan penyebaran, dengan memanfaatkan teknologi jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer untuk memudahkan proses jual beli. Menurut Adhi Prasetya (2021:5), E-Commerce adalah penjualan atau pembelian barang atau jasa, yang dilakukan melalui jaringan computer dengan metode yang secara spesifik dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pesanan

Menurut Chandra Ahmadi dan Dadang Hermawan (2013:7), E-Commerce adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya, yang di lakukan melalui komputer pada media jaringan.

Menurut Shely (2007:83), E-Commerce atau kependekan dari Electronic Commerce (perdagangan secara elektronik), merupakan suatu transaksi jual beli yang dilakukan melalui sistem elektronik berupa web.

Menurut Dewa Ayu dan Ida bagus (2017:263), E-Commerce merupakan sebuah sistem yang digunakan apabila jaringan internet tersedia, dan bisa digunakan untuk proses pembelian, penjualan, pemasaran, transfer jika terdapat jaringan computer.

Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Fahmi dalam jurnal Angreni (2018:999) bahwa kewirausahaan dapat diartikan sebagai ilmu yang mengkaji tentang perkembangan dan pembangunan semangat kreatifitas serta berani menanggung resiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut.

Menurut Josia dan Hani (2017:299) pengetahuan kewirausahaan adalah intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individual melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seseorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha.

Menurut Trihudiyatmanto (2019:95) pendidikan kewirausahaan, dapat membentuk pola pikir, sikap dan perilaku untuk tertarik menjadi seorang wirausaha (entrepreneur) yang

dilakukan secara sadar agar mempunyai sikap, semangat, perilaku, juga kemampuannya sehingga dapat mengarahkan mereka untuk memilih karier menjadi seorang wirausaha.

Menurut Irawan (2019:15) pengetahuan kewirausahaan merupakan segala sesuatu yang berkenaan dengan proses, pembentukan, atau pertumbuhan suatu bisnis yang menyediakan barang atau jasa baru yang kreatif maupun inovatif, serta dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

III. RESEARCH QUESTIONS

Pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, disinyalir identifikasi masalah sebagai berikut:

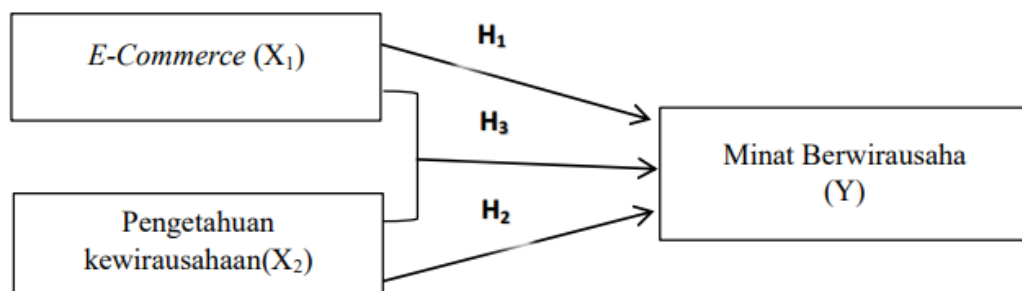
1. Masih banyak masyarakat pada lingkungan XX tanjung mulia yang kurang berminat dalam berwirausaha sendiri di karenakan masih banyak masyarakat yang kurang mengetahui teknologi sekarang
2. Masyarakat masih belum mengenal berwirausaha melalui E-Commercee dikarenakan kurangnya pengetahuan akan teknologi.

Berdasarkan latar belakang diatas serta pentingnya E-Commerce serta Pengetahuan kewirausahaan saat ini, maka penelitian merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pemanfaatan E-Commerce oleh Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan kewirausahaan oleh Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.
3. Pengaruh Seberapa besar pemanfaatan E-Commerce dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha bagi Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka konseptual

IV. METHOD

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner ke masyarakat lingkungan xx tanjung mulia dan data sekunder diperoleh dari data-data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat lingkungan xx tanjung mulia sebanyak 40 orang. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda

V. DISCUSSION

Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil perhitungan uji secara parsial (t test) variabel E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha diperoleh hasil bahwa E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dimana thitung E-Commerce sebesar 6,150 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$. Nilai thitung $>$ ttabel atau $6,150 > 2,02439$, sehingga dapat dinyatakan hipotesis pertama (H1) yang menyatakan adanya pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dorris Yadewani dan Reni Wijata (2021), dimana hasil analisis regresi secara simultan (F test) variabel independen E-Commerce Parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (studi kasus masyarakat lingkungan xx tanjung mulia). Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui E-Commerce memiliki peran penting dalam Minat Berwirausaha. Hal ini dikarenakan fungsi adanya E-Commerce yang baik dapat Meningkatkan Minat Berwirausaha.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil perhitungan uji secara parsial (t test) variabel Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha diperoleh hasil bahwa Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berwirausaha masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dimana thitung Pengetahuan kewirausahaan sebesar 5,192 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$. Nilai thitung $>$ ttabel atau $5,192 > 2,02439$, sehingga dapat dinyatakan hipotesis kedua (H2) yang menyatakan adanya pengaruh Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha dapat diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elide Gultom (2021), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Penggunaan

pengetahuan kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan (Minat) Berwirausaha. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui Pengetahuan kewirausahaan memiliki peran penting dalam meningkatnya Minat Berwirausaha. Hal ini dikarenakan Pengetahuan kewirausahaan disuatu tempat dapat meningkatkan tingkat Minat Berwirausaha.

Pengaruh E-Commerce dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil analisis regresi secara simultan (F test) variabel independen E-Commerce dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha diperoleh hasil bahwa secara simultan E-Commerce dan Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia. Hal ini diperoleh dari hasil uji F dimana Fhitung sebesar 104,407 dan nilai Ftabel untuk $df_1 = k-1 \Rightarrow 3-1 = 2$ dan $df_2 = N-k \Rightarrow 40-3 = 37$ yaitu sebesar 3,25. Karena Fhitung > Ftabel dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan adanya Pengaruh E-Commerce dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yunita Niqrisah Dwi Pratiwi (2021), dimana hasil analisis regresi secara simultan (F test) variabel independen Pembelajaran E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (studi kasus Mahasiswa di Solo Raya). Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui Pembelajaran E-Commerce dan Pengetahuan Kewirausahaan memiliki peran penting dalam Meningkatkan tingkat Minat Berwirausaha. Hal ini dikarenakan adanya Pengaruh Pembelajaran E-Commerce yang bagus dan adanya Pengetahuan Kewirausahaan dan Sistem Informasi Akuntansi yang maju dan modern disuatu tempat dapat meningkatkan tingkat Minat Berwirausaha.

VI. CONCLUSIONS

Hasil analisis memberikan persamaan Minat Berwirausaha = $15,486 + 0,613 \text{ E-Commerce} + 0,220 \text{ Pengetahuan Kewirausahaan} + e$. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa E-Commerce memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat lingkungan xx tanjung mulia berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu thitung $6,150 > 2,02439$. Hasil analisis menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat lingkungan xx tanjung mulia berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu thitung $5,192 > ttabel 2,02439$. Hasil penelitian menunjukkan E-Commerce dan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat lingkungan xx tanjung mulia

berdasarkan hasil uji hipotesis secara serempak yaitu sebesar $F_{hitung} 104,047 > F_{tabel} 3,25$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai $R\ Square = 0,849$ atau $84,9\%$ yang artinya bahwa E-Commerce dan Pengetahuan Kewirausahaan secara simultan mempunyai pengaruh sebesar $84,9\%$ terhadap Minat Berwirausaha. Sedangkan sisanya sebesar $15,1\%$ dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dan dibahas dalam penelitian ini seperti Profesionalisme dan Integritas. Kata Kunci: E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan, Minat Berwirausaha

REFERENCES

- Astuti, E. d. (2019). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA YANG. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh (JIMMA)*, 9, 101-114.
- Dorris Yadewani, R. W. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang). Vol. 1 No. 1 (2017) 64 – 69, 1, 64-69.
- Fazariyawan, B. P. (2020, februari). Analisa Faktor – Faktor E-Commerce dalam membentuk Customer Satisfaction Millenial Bukalapak. *RISET & JURNAL AKUNTANSI*, 4, 311-321.
- Yunilasari, Indah. (n.d.). ANALISA PENGARUH FAKTOR GENDER DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA (studi pada mahasiswa program S1 manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Diponeo.
- Hermawan, c. a. (2013). E-Business & E-commerce . PENERBIT ANDI.
- Josia Sanchaya Hendrawan, H. S. (2017). PENGARUH SIKAP MANDIRI, MOTIVASI, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). Vol. 02, No. 03, September 2017, 02, 291-314.
- Dewa Ayu Pramiswari & Ida Bagus Dharmadiaksa. (2017). PENGARUUH ECOMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK BERWIRAUSAHA. *Ejurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20, 261-289.
- Sawlani, D. K. (2021). kuputusan pembelian online:kualitas website, keamanan dan kepercayaan. surabaya: SCOPINDO media pustaka.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian PT Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.

- Sinaga, H. D. E., Gultom, P., & Suhpina, S. (2024). PENGARUH PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI PT. INDAH SAKTI MOTORINDO. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 7(1), 38-43.
- Ahmadi, Candra., Dadang Hermawan. 2013. *E-Busiess & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi
- dkk, R. (2019). *E-COMMERCE : implementasi, strategi & inovasinya*. yayasan kita menulis.
- Prasetio, A., & dkk, A. P. (2021). *Konsep Dasar E-commerce*. yayasan kita menulis.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Angreni, Yayu. 2018. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Modal, dan Pemilihan Lokasi yang Mendorong Keberhasilan Usaha pada Toko Emas di Kota Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, 2018, 6 (3): 997-1010, ISSN 2355-5408
- Irawan, Rudi. 2019. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner Jalan Halat Medan. Skripsi. Universitas Sumatera Utara
- Hanifati, Kinanti. 2017. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi Sosial dan Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Usaha (Studi pada Rumah Makan di Kecamatan Tembalang, Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JIAB)*, Volume 6, Nomor 3
- Vebrina, D. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan. *jurnal education and development*, vol.9, 400-405.