

## **Pengaruh Bisnis E-Commerce dan Self Efficacy terhadap Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang**

**Gia Tania Putri<sup>1</sup>, Oknaryana<sup>2</sup>**

Universitas Negeri Padang

\*Corresponding author, [giatania.gt@gmail.com](mailto:giatania.gt@gmail.com)<sup>1</sup>

*Abstract : This article purposes is to decide the effect of e-commerce business and self-confidence on one's desire to start a business of economic education students at the Padang State University. This research is a descriptive and associative used collected of data although questionnaires. The study population in research is amounted to 362 economics education student class 2017 to 2019. Sample in the study used amounted to 78 students with a error rate 10% and using technique of proportional random sampling. Data analysis used analysis of multiple regression that have previously been tested assumptions of classical. The research result shown that 1) e-commerce business has effect is significant on the interest in becoming entrepreneurs of economic education students shown from sig 0.001 <0.05. 2) self efficacy has a effect of significant on the interest in becoming entrepreneurs of economic education students shown from sig 0.000 <0.05. 3) e-commerce business and self efficacy together have a effect of significant on the interest in becoming entrepreneurs of economic education students seen from sig 0.000 <0.05.*

**Keywords :** e-commerce, self efficacy, minat wirausaha



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2021 by author.

### **PENDAHULUAN**

Pengangguran ialah satu diantara permasalahan serius di Indonesia yang masih sulit diatasi. Ini dikarenakan angka penduduk yang semakin besar dan pertumbuhan penduduk semakin tinggi, tidak diiringi dengan ketersediaan lowongan kerja yang memadai. Berdasarkan data "Badan Pusat Statistik", Indonesia saat ini mempunyai angka penduduk mencapai 265 juta jiwa lebih. Pada Agustus 2018 angkatan kerja Indonesia berjumlah 131,01 juta sedangkan pada

tahun 2019 berjumlah 133,56 juta, ini berarti dalam jangka waktu satu tahun angkatan kerja Indonesia naik sebesar 2,55 juta orang. Angkatan yang bekerja saat ini terdapat penduduk yang melakukan pekerjaan dan menganggur, dari data Agustus 2018 terhadap 131,01 juta angkatan yang bekerja, 7,05 juta diantaranya adalah pengangguran, dan hingga Agustus 2019 angka orang yang menganggur meningkat dengan jumlah 50 ribu orang.

Dikarenakan sedikitnya ruang pekerjaan yang tersedia sedangkan jumlah pekerja yang semakin banyak, populasi yang tinggi akan memunculkan daya saing yang sulit di pasar tenaga kerja, hal ini akan mengakibatkan banyaknya orang terdidik yang menganggur. Mempersiapkan mahasiswa untuk mengembangkan jiwa wirausaha merupakan satu diantara usaha yang dilaksanakan untuk melakukan penurunan angka pengangguran di kalangan lulusan perguruan tinggi (pengangguran terdidik).

Jiwa wirausaha bisa muncul apabila individu memiliki minat pada bagian tersebut. Slameto (2010) menyampaikan “Minat yakni suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh”. Menurut (Walgito, 2010) Orang lebih memperhatikan suatu objek ketika mereka tertarik padanya. Oleh karena itu, minat memiliki kekuatan untuk membuat objek tertentu melakukan apa yang diinginkan. Seseorang yang memiliki minat dalam kewirausahaan akan memiliki keberanian untuk memulai usaha baru sambil menerima risiko dan ketidakpastian dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan dengan melihat kemungkinan dan melakukan gabungan sumber daya yang tersedia. Berdasarkan observasi pertama tentang kemauan melakukan wirausaha mahasiswa “pendidikan ekonomi Universitas Negeri Padang” yang sudah lulus mata kuliah kewirausahaan, didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Observasi Awal tentang Keinginan Melakukan Wirausaha Mahasiswa “Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang”**

Pernyataan/ Pertanyaan	Jawaban	Skor	Persentase (%)
Setelah Tamat Saya Lebih Berkeinginan	Mencari kerja Berwirausaha	24 11	69% 31%
Total		35	100%

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan hasil observasi diatas, bisa dilihat dimana dari total 35 orang responden, 69% dari mereka masih berpikiran untuk mencari pekerjaan setelah tamat dibandingkan memilih untuk berwirausaha. Ini dapat menggambarkan bahwa sebagian besar mahasiswa pendidikan ekonomi masih memiliki pola pikir sebagai pencari kerja dibandingkan menciptakan lapangan pekerjaan itu sendiri. Dari wawancara yang penulis lakukan, sebagian besar mahasiswa ini lebih memilih mencari pekerjaan dibandingkan berwirausaha dikarenakan keterbatasan modal, mereka beranggapan untuk mengawali suatu usaha mesti mempunyai modal yang banyak, oleh karena itu mereka lebih memilih untuk mencari pekerjaan. Alasan lainnya adalah mereka tidak mengetahui wirausaha apa yang akan mereka buka dengan kata lain mereka tidak melihat peluang usaha yang ada.

Menurut (Zimmerer, 2008) terdapat 8 faktor yang dapat mendorong minat seseorang dalam melakukan wirausaha yakni argumen dimana kewirausahaan adalah pahlawan, pendidikan kewirausahaan, populasi dan faktor ekonomi, transisi dari industri ke ekonomi jasa, kemajuan teknologi, gaya hidup berjiwa bebas, e-commerce dan Internet, dan munculnya prospek bisnis global. Azjen dalam (Pamungkas & Mustikawati, 2018) mengatakan keputusan melakukan wirausaha merupakan perilaku dengan keterlibatan tinggi karena memerlukan variabel seperti efikasi diri, kemampuan positif, dan dukungan dari lingkungan saat mengambil keputusan (norma subjektif). Dalam penelitian ini penulis lebih terfokus kepada bisnis *e-commerce* dan *self-efficacy* sebagai faktor yang mempunyai pengaruh akan minat seseorang untuk melakukan wirausaha.

*E-commerce* adalah kegiatan bisnis secara online yang memberikan kemungkinan untuk pemakai dalam melakukan pembelian dan penjualan barang dengan cara elektronik. *E-commerce* memfasilitasi kinerja transaksi antara konsumen dan produsen dengan mudah (Laudon & Laudon, 2009). Setiap orang memiliki potensi yang sama untuk bersaing dan berkembang di bidang bisnis online melalui pemanfaatan *e-commerce*. Pengguna *e-commerce* telah mengalami peningkatan di Indonesia, dilihat dari data “Badan Pusat Statistik”, pada 2018 transaksi yang terjadi pada *e-commerce* terhadap 13.485 usaha, terdapat 24.821.916 kegiatan yang nilainya menuju angka 17,21 triliun rupiah. Informasi tersebut menunjukkan dimana rata-rata masing-masing perusahaan *e-commerce* melaksanakan jual beli pada tahun 2018 sebanyak 1.841 kali, melalui nilai rata-rata transaksi sebesar 694.000 rupiah. Dengan gambaran perputaran uang yang terjadi pada *e-commerce* ini dapat menggambarkan bagaimana usaha ini digemari masyarakat selaku konsumen, dalam hal ini tentu kita dapat memanfaatkannya sebagai peluang bisnis yang menguntungkan.

Bisnis *e-commerce* ini dapat dimanfaatkan oleh kalangan mahasiswa yang berkeinginan menjadi seorang wirausaha, dengan modal yang minim bisnis ini masih tetap bisa dijalani. Peluang usaha yang ada akan mampu dimanfaatkan oleh seseorang dengan adanya minat dari dalam dirinya untuk memulai dan berkeinginan memanfaatkan kesempatan atau peluang tersebut menjadi sumber pendapatan. Namun, minat mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Padang untuk memanfaatkan *e-commerce* ini sebagai bisnis masih sangat rendah, ini bisa ditinjau terhadap observasi yang penulis laksanakan untuk mendapat informasi pengguna *e-commerce* di kalangan mahasiswa “Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang” sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Observasi Awal Mengenai Penggunaan *E-commerce* Mahasiswa “Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang”**

Pernyataan/ Pertanyaan	Jawaban	Skor	Persentase (%)
Pernahkan anda berbelanja online melalui <i>e-commerce</i> ?	Pernah	30	86%
	Belum	5	14%
Total		35	100%
Apakah anda pernah memiliki toko online pada <i>e-commerce</i> ?	Ya	8	23%
	Tidak	27	77%
Total		35	100%

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan hasil observasi diatas bisa dilihat dimana dari 35 orang audiens yang ditanya apakah mereka pernah berbelanja di *e-commerce* 86% dari mereka sudah pernah melakukan transaksi sedangkan 14% nya belum pernah. Dan dari total 35 orang tersebut hanya sebesar 23% yang pernah memiliki toko online pada *e-commerce* dan 77% sisanya tidak pernah memiliki toko online pada *e-commerce*. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa pendidikan ekonomi ini masih berperan besar sebagai konsumen pada *e-commerce* tersebut, hanya sedikit yang telah memanfaatkan atau melihat *e-commerce* ini sebagai bisnis.

Seorang wirausaha selain harus mampu melihat dan mengambil peluang yang ada, juga mesti mempunyai rasa yakin dimana dirinya bisa dalam melakukan perwujudan peluang tersebut menjadi sebuah usaha yang menguntungkan. Kepercayaan terhadap diri sendiri akan kemampuan yang dipunyai ini disebut akan "*self efficacy*" (Laura, 2010) mengatakan "*self efficacy*" merupakan rasa yakin dimana seseorang dapat mengendalikan situasi dan mencapai berbagai efek yang menguntungkan dan berguna. Banyak orang tertarik untuk memulai bisnis mereka sendiri, tetapi mereka mempertimbangkan risikonya dengan hati-hati. Hal ini cenderung membuat orang, terutama mahasiswa, mengambil sikap defensif dan mencegah mereka mengawali usaha.

Efikasi diri bisa memberikan pengaruh akan keyakinan individu. Kepercayaan diri pada kemampuan yang dimiliki akan meningkatkan motivasi seseorang untuk berani mengambil risiko dan membuka usaha. Keyakinan akan kemampuan diri sendiri merupakan modal bagi seorang wirausaha. Kecil kemungkinan seseorang akan berminat dalam berwirausaha jika tidak memiliki kepercayaan diri pada keterampilannya (Fardi & Rani, 2019).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Padang sebenarnya bisa membuka lowongan kerja sendiri melalui penggunaan bisnis *e-commerce* yang ada, dan memilih untuk berwirausaha. Namun, kenyataannya kebanyakan mahasiswa masih berfikir sebagai pencari kerja dibanding menciptakan lapangan pekerjaan itu sendiri. Rendahnya minat berwirausaha mahasiswa ini dikarenakan tidak memiliki modal, tidak percaya akan kemampuan yang mereka miliki, tidak mau mencoba bahkan takut gagal, sehingga mereka mengabaikan peluang yang ada. Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti keadaan yang berlaku dan melakukan penetapan judul penelitian ini yakni: "Pengaruh Bisnis *E-commerce* dan *Self efficacy* terhadap Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang".

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan melakukan analisis: "1) Pengaruh Bisnis *E-commerce* dan *Self Efficacy* akan Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. 2) Pengaruh Bisnis *E-commerce* akan Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. 3) Pengaruh *Self Efficacy* akan Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi".

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan jenis asosiatif. Penelitian asosiatif yakni penelitian dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2010). Pada penelitian ini digunakan data primer yaitu data yang

didapat terhadap mahasiswa “Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang” memakai angket dan data sekunder berupa data mahasiswa “Pendidikan Ekonomi angkatan 2017,2018 dan 2019” yang didapat melalui “Tata Usaha Fakultas Ekonomi”. Teknik dalam mengambil sampel memakai *proportional stratified random sampling*. Banyaknya sampel terpilih pada penelitian ini dengan jumlah 78 orang mahasiswa “Pendidikan Ekonomi”(Arikunto, 2010) Dalam mengumpulkan data memakai *google form* yang dibagikan terhadap responden. Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini yakni analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis memakai SPSS (Idris, 2010) untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana bisnis e-commerce dan efikasi diri mempengaruhi minat mahasiswa ekonomi di Universitas Negeri Padang dalam memulai bisnis mereka sendiri. Syarat utama untuk uji koefisien regresi berganda harus melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yakni pengujian normalitas, pengujian heteroskedastisitas, dan pengujian multikolinearitas, kemudian dilakukan analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis.

Nilai residual *Asymp* diperoleh dari uji normalitas memakai metode Kolmogrov-Smirnov yang menghasilkan hasil yang signifikan ( $0,200 > 0,05$ ). Tingkat signifikansi melebihi 0,05. Oleh sebab itu, bisa diambil kesimpulan dimana penelitian ini mempunyai distribusi yang normal, dan analisis dapat dilanjutkan. Sedangkan varians residual dari pengamatan yang berbeda diuji menggunakan Uji Heteroskedastisitas. Nilai variabel *e-commerce* (X1 signifikan) diketahui sebesar  $0,469 > 0,05$ . Sedangkan nilai signifikansi variabel efikasi diri (X2) sebesar  $0,575 > 0,05$ . Tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam model regresi karena signifikansi kedua variabel bebas lebih dari 0,05. Selain itu, ditentukan dari hasil uji multikolinearitas dimana nilai *tolerance* variabel *e-commerce* dan *self-efficacy* kurang dari 10,00 untuk setiap nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kedua variabel yakni ( $1,386 < 10,00$ ) dan ( $1,386 < 10,00$ ). dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak memiliki permasalahan akan multikolinearitas.

Selain itu, penelitian ini memakai analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis untuk menguji bagaimana bisnis *e-commerce* (X1) dan *self-efficacy* (X2) mempengaruhi minat mahasiswa pendidikan ekonomi dalam berwirausaha (Y).

### Analisis Regresi Berganda

**Tabel 2. Uji F**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	F	Sig.
1 Regression	28,218	.000 <sup>b</sup>

Sumber: Data diolah 2021

Nilai signifikansi dari data uji F tersebut sebesar  $0,000 < 0,05$  yang memperlihatkan dimana H0 ditolak dan H1 diterima, menunjukkan bahwa bisnis *e-commerce* dan efikasi diri memiliki pengaruh yang signifikan akan minat mahasiswa “pendidikan ekonomi” untuk

memulai usaha sendiri. Selanjutnya dilakukan pengujian determinasi untuk mendapat informasi seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary	
Model	R Square
1	.429

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan data pada tabel 3, bisa diketahui dimana nilai *R Square* dengan besar 0,429 yang memperlihatkan dimana bisnis *e-commerce* dan *self-efficacy* masing-masing berkontribusi 42,9 persen dan 0,571 atau 57,1 persen terhadap minat untuk berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi. Kedua faktor yang diteliti dapat digambarkan memiliki pengaruh akan keinginan mahasiswa untuk mengawali usaha sendiri. Hal ini sesuai akan penelitian Azjen dalam (Pamungkas & Mustikawati, 2018) yang mengemukakan Efikasi diri, cara pandang yang positif, dan dukungan lingkungan ialah faktor-faktor yang mempunyai pengaruh akan minat seseorang untuk melakukan wirausaha. Dan (Zimmerer, 2008) juga mengemukakan Keyakinan bahwa kewirausahaan merupakan “pahlawan, pendidikan kewirausahaan, faktor ekonomi dan populasi, transisi dari ekonomi industri ke ekonomi jasa, kemajuan teknologi, gaya hidup bebas, *e-commerce* dan *The World Wide Web*, serta pembukaan bisnis internasional peluang”, yang mana merupakan 8 faktor yang berkontribusi terhadap tumbuhnya minat berwirausaha. Sehingga bisa diambil kesimpulan dimana bisnis *e-commerce* dan *self efficacy* mempunyai pengaruh yang signifikan akan minat menjadi wirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi. Selanjutnya dilaksanakan Uji T untuk meninjau pengaruh setiap variabel bebas akan variabel terikat melalui hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Unstandardized Coefficients	Sig.
	B	
(Constant)	8.375	.042
e-commerce	.179	.001
Self efficacy	.232	.000

Sumber: Data diolah 2021

Nilai koefisien dari setiap variabel tersebut bisa dilakukan distribusi pada persamaan regresi berganda sebagai berikut melalui penggunaan data pada tabel di atas sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 8.375 + 0,179X_1 + 0,232X_2$$

Nilai konstanta sebesar 8.375 menunjukkan bahwa jika variabel bisnis *e-commerce* ( $X_1$ ) yang memiliki nilai koefisien regresi 0,179, dan *self efficacy* ( $X_2$ ) dengan nilai koefisien regresi 0,232 adalah konstan maka nilai minat menjadi wirausaha sebesar 8.375. Koefisien konstan

yang bernilai positif ini menunjukkan apabila variabel bisnis *e-commerce* ( $X_1$ ), dan *self efficacy* ( $X_2$ ) meningkat maka minat menjadi wirausaha ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan dari masing-masing variabel bebas.

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikan variabel bisnis *e-commerce* 0,001, dan variabel *self efficacy* 0,000. Hal ini memperlihatkan dimana bisnis *e-commerce* dan *self efficacy* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan akan minat menjadi wirausaha mahasiswa “pendidikan ekonomi”.

### **Pengaruh Bisnis *E-commerce* dan *Self efficacy* Terhadap Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi**

Berdasarkan hasil olahan statistik pada penelitian ini uji F memperlihatkan adanya kontribusi positif dengan simultan antara bisnis *e-commerce* dan *self efficacy* akan minat menjadi wirausaha mahasiswa “pendidikan ekonomi”, dimana didapat sig 0,000 ini memperlihatkan dimana nilai sig yang didapat  $< 0,05$ . Ini berarti semakin baik pandangan mahasiswa terhadap bisnis *e-commerce* dan semakin besar *self efficacy* dalam diri mahasiswa maka akan memberikan peningkatan minat mereka untuk menjadi wirausaha.

Sesuai dengan yang dikemukakan (Zimmerer, 2008) Keyakinan bahwa kewirausahaan adalah “pahlawan, pendidikan wirausaha, faktor ekonomi dan populasi, transisi dari ekonomi industri ke ekonomi jasa, kemajuan teknologi, gaya hidup bebas, *e-commerce* dan *The World Wide Web*, serta terbukanya paluang bisnis internasional”, yang mana merupakan 8 faktor yang berkontribusi terhadap tumbuhnya minat berwirausaha. Azjen dalam (Pamungkas & Mustikawati, 2018) juga mengemukakan Efikasi diri, cara pandang yang positif, dan dukungan lingkungan merupakan faktor-faktor yang mempunyai pengaruh akan minat seseorang untuk melakukan wirausaha.

Penelitian ini sejalan terhadap penelitian yang dilaksanakan oleh (Yudiantara, 2018) yang meneliti mengenai “Pengaruh *E-commerce*, Penggunaan Sistem akuntansi Dan *self efficacy* Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha” dari hasil Uji F yang dilakukan peneliti, diperoleh hasil bahwa *e-commerce* dan *self efficacy* 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. *Self-efficacy* dapat mendorong kesuksesan individu pada bermacam bidang, terkhusus minat melakukan wirausaha (Luthans, 2008). Oleh sebab itu, kepercayaan diri sangat dibutuhkan ketika memulai sebuah usaha (*self efficacy*).

## **Pengaruh Bisnis E-commerce Terhadap Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi**

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang sudah dilaksanakan, diketahui dimana variabel bisnis e-commerce menunjukkan nilai positif. Berdasarkan hipotesis koefisien sesudah dilakukan pengujian melalui uji regresi berganda, variabel bisnis e-commerce (X1) mempunyai pengaruh yang positif akan minat menjadi wirausaha (Y) yang berarti bahwa bisnis *e-commerce* mempunyai pengaruh signifikan akan minat menjadi wirausaha.

Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis *e-commerce* mampu memberikan dampak positif terhadap minat menjadi wirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNP. 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. Ketika mahasiswa pendidikan ekonomi mempunyai pengetahuan tentang manfaat *e-commerce* maka mereka akan mampu melihat peluang yang dapat mereka manfaatkan sehingga dapat menumbuhkan niat mereka untuk berwirausaha.

Kewirausahaan dapat dimulai ketika seorang mahasiswa masih terdaftar di perguruan tinggi; tidak perlu menunggu sampai setelah lulus, dengan memanfaatkan peluang yang ada seperti bisnis *e-commerce* mahasiswa dapat mengambil kesempatan berwirausaha dengan modal yang kecil bahkan tanpa modal. Hasil penelitian ini sesuai terhadap hasil penelitian yang dilaksanakan oleh (Yadewani & Wijaya, 2017) studi kasus pada AMIK Jayanusa Padang, yang memberikan pernyataan dimana *e-commerce* mempunyai pengaruh akan minat melakukan wirausaha. Juga didukung oleh penelitian (Trihudiyatmanto, 2019) yang memberikan pernyataan *e-commerce* mempunyai pengaruh yang positif akan minat mahasiswa melakukan wirausaha.

## **Pengaruh Self efficacy Terhadap Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi**

Berdasarkan hasil analisis data pengujian hipotesis yang sudah dilaksanakan, diketahui dimana variabel *self efficacy* memperlihatkan nilai yang positif. Berdasarkan hipotesis koefisien sesudah diujikan dengan uji regresi berganda, variabel *self efficacy* (X2) mempunyai pengaruh yang positif akan minat menjadi wirausaha (Y) yang berarti bahwa *self efficacy* mempunyai pengaruh yang signifikan akan minat menjadi wirausaha.

Hal ini memperlihatkan dimana *self efficacy* bisa menyumbangkan dampak positif akan minat menjadi wirausaha mahasiswa “pendidikan ekonomi UNP”. Dengan ini dapat menggambarkan bahwa semakin tinggi kepercayaan diri mahasiswa “pendidikan ekonomi” akan kemampuan yang dimilikinya untuk dapat menjalankan wirausaha maka akan menjadi lebih tinggi pula minat mereka untuk melakukan wirausaha. Kepercayaan diri ini merupakan modal bagi individu yang mau mengawali suatu usaha. Melalui optimisme bahwa dirinya mampu untuk berwirausaha maka ini akan meningkatkan niat mereka.

Menurut (Ormrod, 2008) *Self efficacy* adalah rasa yakin dimana seseorang bisa menjalankan perilaku tertentu dalam meraih tujuan tertentu. (Greogory, 2011) *Self-efficacy* didefinisikan sebagai kepercayaan diri pada kemampuan seseorang sehingga seseorang dapat

menggunakan beberapa tingkat kontrol atas keuntungan pribadi dan kejadian eksternal. Azjen dalam (Pamungkas & Mustikawati, 2018) mengatakan keputusan melakukan wirausaha merupakan perilaku dengan keterlibatan tinggi karena membutuhkan kepercayaan diri (*self efficacy*), bertindak positif (*behaving*), dan dukungan lingkungan saat membuat penilaian (norma subjektif).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh (Mustofa & Muhson, 2014) yang menyampaikan dimana ada pengaruh yang positif dan signifikan *self efficacy* akan minat berwirausaha. Ini juga didukung oleh penelitian (Fardi & Rani, 2019) yang berjudul “pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa diploma 3 teknik sipil bangunan gedung FT UNP” dengan hasil penelitian menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara efikasi diri terhadap minat berwirausaha.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka bisa diambil kesimpulan sebagai berikut, variabel bebas bisnis *e-commerce* dan *self efficacy* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan akan variabel terikat minat menjadi wirausaha mahasiswa “pendidikan ekonomi”. Hal ini bermakna semakin tinggi tingkat variabel bebas maka semakin mengalami peningkatan juga minat menjadi wirausaha mahasiswa. Dengan pandangan yang baik dari mahasiswa untuk melihat bagaimana peluang yang ada pada bisnis *e-commerce* serta dengan keyakinan yang ada pada diri mahasiswa akan kemampuannya (*self efficacy*) diharapkan dapat meningkatkan minat mahasiswa pendidikan ekonomi untuk menjadi wirausaha. dengan adanya bisnis *e-commerce* yang dapat dimanfaatkan mahasiswa untuk berwirausaha ini, diharapkan Universitas dapat menambahkan materi mengenai *market place* pada mata kuliah kewirausahaan sehingga menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa mengenai *e-commerce* dan diharapkan dengan adanya pengetahuan tersebut mahasiswa dapat melihat peluang yang ada untuk berwirausaha. Disamping itu dosen juga diharapkan dapat mendorong meningkatkan kepercayaan diri pada mahasiswanya untuk berwirausaha. Sehingga kedepannya diharapkan adanya perubahan paradigma berfikir di kalangan mahasiswa dari pola pikir sempit sebagai pencari kerja menjadi seorang wirausaha yang bisa membuat lapangan pekerjaan sendiri sehingga minat yang telah ada pada mahasiswa untuk berwirausaha ini dapat terwujud dan terealisasikan dalam dunia usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. 2010. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fardi, Z., & Rani, I. G. (2019). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Diploma 3 Teknik Sipil Bangunan Gedung Ft Unp. *CIVED (Journal of Civil Engineering and Vocational Education)*, 6(4).
- Geogory, J. F. (2011). *Teori Kepribadian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Idris. (2010). *Aplikasi model analisis data kuantitatif dengan program SPSS*. UNP Press.
- Laudon, K., & Laudon, J. (2009). *Management Information Systems: International Edition*, 11/E. KC Laudon, *Management Information Systems: International Edition*, 11.

- Laura, A. K. (2010). Psikologi Umum: Sebuah Pandangan Apresiatif. *Jakarta: Salemba Humanika.*
- Luthans, F. (2008). Perilaku Organisasi, Edisi Kesepuluh, Diterjemahkan oleh Vivin Andhika Yowono, Arie Prabawati, dan Winong Rosari. *Andi. Yogyakarta.*
- Mustofa, M. A., & Muhson, A. (2014). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman. *Skripsi. Yogyakarta: UNY.*
- Ormrod, J. E. (2008). Psikologi pendidikan edisi keenam. *Jakarta: Penerbit Erlangga.*
- Pamungkas, A. P., & Mustikawati, R. I. (2018). Pengaruh Self Efficacy, Pendidikan Kewirausahaan Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi, 6(3).*
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.* PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono, S. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D.* Alfabeta Bandung.
- Trihudiyatmanto, 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.*
- Walgito, B. (2010). Pengantar Psikologi Umum, Edisi Revisi. *Yogyakarta: CV. Andi Offset.*
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi), 1(1), 64–69.*
- Yudiantara, A. (2018). *Pengaruh E-Commerce, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Self Efficacy Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha.* Iib Darmajaya.
- Zimmerer, T. w. (2008). *Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil.* Salemba Empat.