

# Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Pemanfaatan *E-Commerce*, dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI

Mega Cantika Deva Ningrum<sup>1</sup>, Kadeni<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Bhinneka PGRI

Email : [cantikamega27@gmail.com](mailto:cantikamega27@gmail.com) [denikdk@gmail.com](mailto:denikdk@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan, Pemanfaatan E-Commerce, dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Digital mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. 118 siswa yang berpartisipasi dalam kewirausahaan adalah populasi penelitian, dan mereka dipilih menggunakan sampel saturasi. Google Formulir digunakan untuk menyebarkan kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dengan SPSS Statistics 21, analisis regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa data. Menurut temuan penelitian, efikasi diri, penggunaan e-commerce, dan orientasi kewirausahaan semuanya berdampak pada minat orang terhadap kewirausahaan digital. Dapat disimpulkan bahwa Orientasi Kewirausahaan, Pemanfaatan E-Commerce, dan Efikasi Diri semuanya berdampak pada 63,1% Minat Kewirausahaan Digital berdasarkan nilai Koefisien Determinasi yang diperoleh.

**Kata Kunci:** *Orientasi Kewirausahaan, Pemanfaatan Ecommerce, Efikasi Diri, Minat Berwirausaha Digital.*

## Abstract

This study aims to describe the effect of Entrepreneurship Orientation, E-Commerce Utilization, and Self-Efficacy on Interest in Digital Entrepreneurship at Bhinneka PGRI University students. This study used a quantitative methodology. 118 students who participated in entrepreneurship were the study's population, and they were selected using saturation samples. Google Forms was used to disseminate the questionnaires that were used to collect the data. With SPSS Statistics 21, multiple linear regression analysis was used to examine the data. According to the study's findings, self-efficacy, e-commerce use, and entrepreneurial orientation all have an impact on people's interest in digital entrepreneurship. It can be deduced that the Entrepreneurial Orientation, E-Commerce Utilization, and Self-Efficacy all have an impact on 63.1% of Digital Entrepreneurship Interest based on the Coefficient of Determination value that was obtained.

**Keywords:** *Entrepreneurial Orientation, Ecommerce utilization, Self-Efficacy, Interest in Digital Entrepreneurship.*

## PENDAHULUAN

Pengangguran merupakan suatu masalah dalam bidang ekonomi bagi negara Indonesia saat ini dan beberapa tahun mendatang (Yanti, 2019). Tingginya jumlah pengangguran di Indonesia terjadi pada kalangan orang yang berpendidikan dan juga orang yang tidak berpendidikan. Tidak bisa dipungkiri, saat ini di Indonesia sedang menghadapi masalah keterbatasan kesempatan kerja yang menyebabkan meningkatnya jumlah pengangguran.

Keengganan masyarakat untuk membuka lapangan kerja sendiri serta jumlah lapangan pekerjaan yang tidak sesuai dengan jumlah angkatan kerja bisa mengakibatkan pengangguran (Prihastomo et al., 2021). Yang menjadi persoalan di masyarakat saat ini adalah masyarakat Indonesia lebih merasa puas dan merasa senang ketika mendapatkan pekerjaan yang tetap serta cenderung untuk mencari pekerjaan seperti menjadi karyawan daripada membuka lapangan pekerjaan sendiri.

Untuk mengatasi permasalahan ekonomi seperti pengangguran dilakukan dengan cara menciptakan lapangan pekerjaan atau berwirausaha (Putri, 2021). Sebagai mahasiswa diharapkan mampu menanggapi permasalahan pengangguran dengan cara mengubah pola pikir yang awalnya pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja salah satunya dengan berwirausaha. Pemerintah saat ini sudah memiliki upaya untuk menumbuhkan minat berwirausaha pada usia produktif agar tidak hanya berfokus untuk seorang menjadi karyawan suatu perusahaan tetapi juga dapat membuka lapangan pekerjaan sendiri.

Kemajuan teknologi di era masa kini sangatlah pesat. Digitalisasi memberikan dampak untuk seluruh sektor di Indonesia salah satunya dunia kewirausahaan. Kewirausahaan digital merupakan suatu fenomena yang berpeluang besar di masa yang akan datang (Hazwardy et al., 2020). Generasi milenial sangat lekat dengan penggunaan market place atau e-commerce. Teknologi informasi dan internet yang berkembang secara cepat dapat memberikan kemudahan dalam transaksi perdagangan. Perkembangan teknologi saat ini dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk memulai suatu kegiatan kewirausahaan digital. Kewirausahaan digital ini sangat cocok diterapkan di lingkungan akademik, khususnya di perguruan tinggi. Wirausaha digital merupakan peluang yang dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha. Dengan adanya kewirausahaan digital diharapkan dapat mengurangi pengangguran di Indonesia.

Menurut (Hassan et al., 2021) orientasi kewirausahaan merujuk pada suatu praktik, proses, dan pembuatan keputusan yang mengarah pada bidang kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan merupakan upaya mempelajari mengenai nilai dan kemampuan seseorang untuk berinovasi. Dengan menerapkan nilai-nilai kewirausahaan di perguruan tinggi diharapkan mahasiswa dapat mandiri dalam berwirausaha sehingga ketika mahasiswa lulus dari universitas dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang nantinya dapat membantu pemerintah untuk meminimalisasi angka pengangguran di Indonesia.

Berkembangnya ekonomi digital di Indonesia dengan memanfaatkan e-commerce dapat membantu menumbuhkan minat mahasiswa untuk ikut terjun ke dunia kewirausahaan digital. E-commerce sebagai proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet. Menurut (Istiqomah, 2020) memanfaatkan e-commerce akan mempermudah komunikasi antara penjual dengan pembeli, mempermudah penyebaran informasi mengenai produk yang akan dijual, mempermudah pemasaran produk, serta mempermudah proses transaksi perdagangan. Selain pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan e-commerce, efikasi diri juga diperlukan dalam menumbuhkan minat wirausaha pada seseorang.

Agar dapat mengembangkan minat wirausaha pada seseorang, harus memantapkan keyakinan diri bahwa ia bisa dan mampu melaksanakan hal tersebut. Selain itu diperlukan generasi muda yang mempunyai efikasi diri. Efikasi diri mempengaruhi seseorang dalam mengembangkan potensinya (Usman Aje et al., 2019). Menurut (Prihastomo et al., 2021) Efikasi diri sebagai sebuah keyakinan terhadap kemampuan orang dalam menjalankan pekerjaan. Apabila seseorang ingin membuka suatu usaha maka diperlukan adanya efikasi diri terhadap kemampuan yang dimiliki dalam berwirausaha sehingga memperoleh keberhasilan dalam berwirausaha yang dilakukan. Proses wirausaha bukanlah suatu hal mudah dilakukan sehingga diperlukan efikasi diri untuk mendorong kesuksesan usahanya.

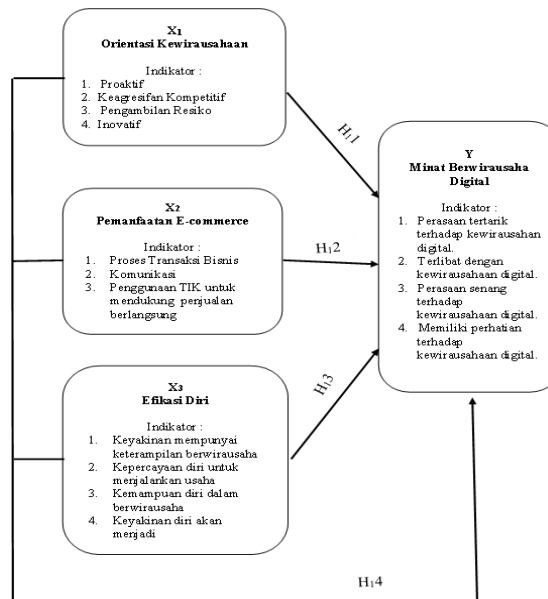
Kewirausahaan merupakan suatu usaha yang dilakukan seseorang untuk dapat menciptakan peluang usaha baru dan harus memiliki kemampuan yang inovatif dan kreatif untuk mencapai suatu kesuksesan (Darwis et al., 2021). Diperlukan keberanian dalam mengambil resiko guna mengatasi berbagai tantangan demi mencapai kesuksesan untuk memulai berwirausaha. Menurut (Perwita, 2021) Kewirausaha digital adalah suatu peluang untuk membuka usaha baru dengan bantuan teknologi internet. Minat wirausaha akan muncul apabila seseorang merasa senang ketika menjalankan kegiatan wirausaha. Minat wirausaha adalah rasa ketertarikan seseorang terhadap kegiatan ekonomi berwirausaha guna menciptakan usaha agar nantinya dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan juga sekitarnya

Sesuai observasi awal yang telah dilakukan pada mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI terhadap beberapa mahasiswa diperoleh data bahwa mahasiswa universitas bhinneka pgri memiliki minat yang cukup tinggi untuk melakukan wirausaha digital namun masih sedikit mahasiswa yang menjadi wirausaha. Orientasi Kewirausahaan adalah suatu faktor yang dapat memberi pengaruh terhadap minat berwirausaha digital. Berdasarkan dari data observasi awal mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI akan berusaha untuk berkreasi dengan cara menciptakan produk baru tetapi mereka masih belum berani melaksanakannya karena sebagian besar dari mereka masih memikirkan modal untuk membuka usaha. Selain orientasi kewirausahaan, pemanfaatan e-commerce juga sebagai faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha digital. Berdasarkan data dari observasi awal, mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI masih sedikit yang memanfaatkan e-commerce untuk melakukan kegiatan wirausaha digital. Efikasi diri adalah faktor internal yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha digital. Berdasarkan data dari hasil observasi awal, efikasi diri mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI tergolong rendah.

## **METODE**

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif sebab data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif merupakan suatu metode penelitian berdasarkan filsafat positivisme, dalam penelitiannya menggunakan populasi atau sampel tertentu analisis data bersifat kuantitatif/statistik (Sugiyono, 2016). Metode ini untuk mengetahui adanya korelasi antara Orientasi Kewirausahaan (X1), Pemanfaatan E-Commerce (X2) dan Efikasi Diri (X3) terhadap Minat Berwirausaha Digital (Y). Dengan kata lain Orientasi Kewirausahaan, Pemanfaatan E-Commerce, dan Efikasi Diri berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Digital, atau Orientasi Kewirausahaan, Pemanfaatan E-Commerce, dan Efikasi Diri sebagai penyebab, sedangkan Minat Berwirausaha Digital menjadi akibat.

Populasi sebesar 118 mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI yang mengikuti kewirausahaan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling non probability sampling dengan jenis sampling jenuh. Teknik tersebut diambil karena semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel.



Berdasarkan dari kerangka berfikir diatas maka dapat dirumuskan hipotesis 1) H<sub>11</sub> Terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha digital, 2) H<sub>12</sub> Terdapat pengaruh pemanfaatan e-commerce terhadap minat berwirausaha digital, 3) H<sub>13</sub> Terdapat pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha digital, 4) H<sub>14</sub> Terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan, pemanfaatan e-commerce, dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha digital.

Pada penelitian ini, indikator yang digunakan untuk minat berwirausaha digital, orientasi kewirausahaan, pemanfaatan e-commerce, dan efikasi diri diukur menggunakan kuesioner. Minat berwirausaha digital merupakan rasa ketertarikan seseorang untuk menjalankan suatu usaha yang berbentuk digital. Indikator minat berwirausaha digital meliputi Perasaan tertarik terhadap kewirausahaan digital, Terlibat dengan kewirausahaan digital, Perasaan senang terhadap kewirausahaan digital, dan Memiliki perhatian terhadap kewirausahaan digital. Orientasi Kewirausahaan adalah kecenderungan seseorang untuk berwirausaha yang bersifat inovatif, kreatif, dan berani mengambil resiko untuk mencapai suatu tujuan. Indikator orientasi kewirausahaan meliputi Proaktif, Keagresifan Kompetitif, Pengambilan Resiko, dan Inovatif. Pemanfaatan e-commerce merupakan transaksi jual beli produk dengan memanfaatkan jaringan internet. Indikator pemanfaatan e-commerce meliputi Proses Transaksi Bisnis, Komunikasi, dan Penggunaan TIK untuk mendukung penjualan berlangsung. Efikasi diri merupakan keyakinan diri seseorang untuk mampu melakukan sesuatu. Indikator efikasi diri meliputi Keyakinan mempunyai keterampilan berwirausaha, Kepercayaan diri untuk menjalankan usaha, Kemampuan diri dalam berwirausaha, dan Keyakinan diri akan menjadi seorang wirausaha yang sukses.

Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang disebar melalui google form. Sumber data primer berupa data jumlah mahasiswa yang mengikuti kewirausahaan yang diperoleh melalui ketua kewirausahaan Universitas Bhinneka PGRI, jumlah mahasiswa yang memiliki usaha sendiri dan alasan mahasiswa tidak melakukan wirausaha yang diperoleh melalui hasil kuesioner yang disebar kepada mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI. Setelah data berhasil diperoleh, data tersebut dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS Statistics 21.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**a. Uji Instrumen Data**

Instrumen bisa disebut valid apabila dapat mengukur dan mengungkap data variabel yang sedang diteliti secara tepat (Ghozali, 2016). Angket dikatakan valid apabila signifikansi  $\alpha < 5\%$  atau jika nilai hitung lebih besar dari tabel (0,3610). Hasil pengujian validitas minat berwirausaha digital menunjukkan bahwa hitung paling kecil yaitu 0,736. Maka instrumen yang diberikan adalah valid. Pada variabel orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa hitung paling kecil yaitu 0,527. Maka instrumen yang diberikan adalah valid. Pada variabel pemanfaatan e-commerce menunjukkan bahwa hitung paling kecil yaitu 0,757. Maka instrumen yang diberikan adalah valid. Pada variabel efikasi diri menunjukkan bahwa hitung paling kecil yaitu 0,571. Maka instrumen yang diberikan adalah valid.

Reliabilitas merupakan alat pengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel ketika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas minat berwirausaha digital menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha sebesar 0,945. Jadi dapat disimpulkan bahwa instrument minat berwirausaha digital dinyatakan reliabel. Pada variabel orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha sebesar 0,900. Jadi dapat disimpulkan bahwa instrument orientasi kewirausahaan dinyatakan reliabel. Pada variabel pemanfaatan e-commerce menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha sebesar 0,953. Jadi dapat disimpulkan bahwa instrument orientasi kewirausahaan dinyatakan reliabel. Pada variabel efikasi diri menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha sebesar 0,934. Jadi dapat disimpulkan bahwa instrument orientasi kewirausahaan dinyatakan reliabel.

**b. Uji Asumsi Klasik**

Adapun hasil pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

**1. Uji Normalitas**

Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		118
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.62588737
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.065
	Positive	.040
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.711
Asymp. Sig. (2-tailed)		.693

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena data memiliki signifikansi 0,693 > 0,05.

**2. Uji Linearitas**

Hasil Uji Linearitas Orientasi Kewirausahaan (X1) terhadap Minat Berwirausaha Digital (Y)

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha	Between Groups (Combined)	2296.00	24	95.667	4.748	.000
	Within Groups		1			

Digital * Orientasi Kewirausahaan	Linearity	1629.14 6	1	1629.14 6	80.859	.000
	Deviation from Linearity	666.855	23	28.994	1.439	.114
Within Groups		1873.77 0	93	20.148		
Total		4169.77 1	117			

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan (X1) terhadap minat berwirausaha digital (Y) nilai signifikansi dari hasil uji linearitas diperoleh nilai sebesar 0,114 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data sudah memenuhi syarat linearitas.

Uji Linearitas Pemanfaatan *E-Commerce* (X2) terhadap Minat Berwirausaha Digital (Y)

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha Digital * Pemanfaatan ECommerce	Between Groups	(Combined)	2578.32 5	22	117.197	6.996	.000
		Linearity	2189.85 8	1	2189.858	130.72 2	.000
		Deviation from Linearity	388.467	21	18.498	1.104	.358
	Within Groups		1591.44 6	95	16.752		
Total		4169.77 1	117				

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan *e-commerce* (X2) terhadap minat berwirausaha digital (Y) nilai signifikansi dari hasil uji linearitas diperoleh nilai sebesar 0,358 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data sudah memenuhi syarat linearitas.

Hasil Uji Linearitas Efikasi Diri (X3) terhadap Minat Berwirausaha Digital (Y)

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha Digital * Efikasi Diri	Between Groups	(Combined)	2356.14 2	24	98.173	5.034	.000
		Linearity	1800.53 0	1	1800.53	92.328 0	.000

	Deviation from Linearity	555.612	23	24.157	1.239	.234
	Within Groups	1813.629	93	19.501		
	Total	4169.771	117			

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan e-commerce (X2) terhadap minat berwirausaha digital (Y) nilai signifikansi dari hasil uji linearitas diperoleh nilai sebesar 0,234 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data sudah memenuhi syarat linearitas.

### 3. Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	3.666	2.554		1.435	.154		
1 Orientasi Kewirausahaan	.214	.085	.213	2.522	.013	.455	2.197
Pemanfaatan ECommerce	.469	.068	.487	6.893	.000	.647	1.546
Efikasi Diri	.203	.081	.221	2.494	.014	.414	2.418

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Digital

Berdasarkan tabel Coefficients<sup>a</sup> menunjukkan bahwa pada variabel Orientasi Kewirausahaan nilai *Tolerance* > 0,10 yaitu sebesar 0,455 dan nilai VIF < 10 yaitu sebesar 2,197. Selanjutnya pada variabel Pemanfaatan E-Commerce nilai *Tolerance* > 0,10 yaitu sebesar 0,647 dan nilai VIF < 10 yaitu sebesar 1,546. Selanjutnya pada variabel Efikasi Diri nilai *Tolerance* > 0,10 yaitu sebesar 0,414 dan nilai VIF < 10 yaitu sebesar 2,418. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel.

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas gletjer

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.855	1.632		1.136	.258
1 Orientasi Kewirausahaan	.068	.054	.172	1.247	.215
Pemanfaatan ECommerce	.017	.044	.045	.390	.697
Efikasi Diri	-.062	.052	-.173	-1.195	.234

Dependent Variable: Abs\_Res

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi Orientasi Kewirausahaan >0,05 yaitu sebesar 0,215. Selanjutnya nilai signifikansi Pemanfaatan E-Commerce >0,05 yaitu sebesar 0,697. Dan nilai signifikansi Efikasi Diri >0,05 yaitu sebesar 0,234. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

**c. Analisis Data**

**1. Analisis Regresi Linear Berganda**

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	3.666	2.554		1.435	.154	
1	Orientasi Kewirausahaan	.214	.085	.213	2.522	.013
	Pemanfaatan Ecommerce	.469	.068	.487	6.893	.000
	Efikasi Diri	.203	.081	.221	2.494	.014

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Digital

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa diperoleh persamaan dari rumus regresi linear berganda yaitu  $Y = 3,666 + 0,214X_1 + 0,469X_2 + 0,203X_3$ . 3,666 merupakan besaran konstanta, jika variabel X sebesar 0 maka variabel Y sebesar 3,666. 0,214 adalah koefisien regresi variabel  $X_1$  jika variabel  $X_1$  naik satu satuan maka variabel Y meningkat sebesar 0,214. 0,469 adalah koefisien regresi  $X_2$  jika variabel  $X_2$  naik satu satuan maka variabel Y meningkat sebesar 0,469. 0,203 adalah koefisien regresi  $X_3$  jika variabel  $X_3$  naik satu satuan maka variabel Y meningkat sebesar 0,203.

**2. Uji Hipotesis**

**1.) Uji t (Parsial)**

Hasil Analisis Uji t Parsial

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	3.666	2.554		1.435	.154	
1	Orientasi Kewirausahaan	.214	.085	.213	2.522	.013
	Pemanfaatan Ecommerce	.469	.068	.487	6.893	.000
	Efikasi Diri	.203	.081	.221	2.494	.014

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Digital

Hasil analisis ketiga variabel bebas menunjukkan bahwa nilai signifikansi >0,05 , artinya variabel tersebut berpengaruh. Secara parsial pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Universitas Bhinneka



PGRI, berdasarkan Nilai signifikansi  $0,013 < 0,05$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Teddy et al., 2022) bahwa terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Artinya Orientasi Kewirausahaan yang tinggi dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil peluang-peluang untuk menjalankan usaha.

Secara parsial pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI, berdasarkan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Istiqomah, 2020) bahwa terdapat pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha. Artinya Pemanfaatan *E-Commerce* semakin meningkat juga minat mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha

Secara parsial pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI, berdasarkan Nilai signifikansi  $0,014 < 0,05$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Santoso et al, 2021) bahwa terdapat pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha. Artinya Dengan adanya efikasi diri dapat membangun rasa keinginan untuk memulai suatu usaha.

## 2.) Uji f (Simultan)

Hasil Analisis Uji F Simultan  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2631.565	3	877.188	65.010	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	1538.206	114	13.493		
Total	4169.771	117			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Digital

b. Predictors: (Constant), Efikasi Diri, Pemanfaatan ECommerce, Orientasi Kewirausahaan

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (65,010) > F_{tabel} (2,68)$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan demikian hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Pemanfaatan *E-Commerce*, dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Digital mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI secara simultan.

## 3.) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.794 <sup>a</sup>	.631	.621	3.673

a. Predictors: (Constant), Efikasi Diri, Pemanfaatan ECommerce, Orientasi Kewirausahaan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa R sebesar 0,794. Hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah R square sebesar 0,631 atau 63,1%. Jadi dapat dikatakan bahwa 63,1% Minat Berwirausaha Digital dipengaruhi oleh Orientasi Kewirausahaan, Pemanfaatan *E-Commerce*, dan Efikasi Diri sedangkan sisanya sebesar 36,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Digital**

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa terdapat terdapat pengaruh yang signifikan Orientasi Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Digital mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI. Orientasi Kewirausahaan yang tinggi dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil peluang-peluang untuk menjalankan usaha.

### **Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Digital**

Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha Digital mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI. Pemanfaatan e-commerce dapat mendorong minat seseorang untuk menjadi seorang wirausahawan, karena dengan memanfaatkan *E-Commerce* pertemuan antara produsen dan konsumen menjadi semakin mudah dan cepat. Semakin tinggi pengetahuan mengenai Pemanfaatan *E-Commerce* semakin meningkat juga minat mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha

### **Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Digital**

Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Digital mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI. Efikasi diri dalam berwirausaha akan mempermudah seseorang dalam membuka usahanya dan mereka akan mampu mengatasi segala resiko yang akan dihadapi kedepannya. Oleh karena itu, untuk membuka usaha diperlukan efikasi diri terhadap kemampuan yang dimiliki agar usaha yang dijalankan dapat mencapai keberhasilan

### **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Pemanfaatan *E-Commerce*, dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Digital**

Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Pemanfaatan *E-Commerce*, dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Digital mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI. Minat wirausaha akan muncul apabila seseorang merasa senang ketika menjalankan kegiatan wirausaha. Minat wirausaha adalah rasa ketertarikan seseorang terhadap kegiatan ekonomi berwirausaha guna menciptakan suatu usaha yang bermanfaat untuk diri sendiri dan lingkungan sekitar.

## **ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN (X1)**

Orientasi kewirausahaan mengacu pada praktik, proses, dan pengambilan keputusan yang mengarah ke bidang kewirausahaan. Menurut (Hassan et al., 2021) Orientasi Kewirausahaan adalah proses untuk meningkatkan pengetahuan kewirausahaan, meningkatkan kesadaran dan pemahaman serta memberikan gambaran kewirausahaan secara keseluruhan. Menurut (Sembiring et al., 2018) Orientasi Kewirausahaan merupakan pandangan yang mendasari pikiran, perhatian dan kecenderungan dalam berwirausaha yang bersifat inovatif, kreatif, mengambil resiko dan tindakan-tindakan untuk mencapai suatu tujuan Orientasi Kewirausahaan yang tinggi dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil peluang-peluang untuk menjalankan usaha. Dari beberapa definisi yang telah dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan kecenderungan seseorang untuk berwirausaha yang bersifat inovatif, kreatif, dan berani mengambil resiko untuk mencapai suatu tujuan.

## **PEMANFAATAN E-COMMERCE (X2)**

Digitalisasi memberikan dampak bagi berbagai sektor di Indonesia salah satunya adalah dunia kewirausahaan. Menurut (B. Sari et al., 2020) *E-Commerce* merupakan suatu proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet. Sedangkan menurut (Veronika, 2020) *E-Commerce* adalah suatu sistem pemasaran yang menggunakan jaringan internet diperangkat mobile untuk melakukan transaksi bisnis. Menurut (Istiqomah, 2020) memanfaatkan *e-commerce* akan mempermudah komunikasi antara penjual dengan pembeli, mempermudah penyebaran informasi mengenai produk yang akan dijual, mempermudah pemasaran produk, serta mempermudah proses transaksi perdangan.

Dari beberapa definisi yang telah dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* merupakan transaksi jual beli produk dengan memanfaatkan jaringan internet.

### **EFIKASI DIRI (X3)**

Menurut (Nuhlasita et al., 2022) efikasi diri merupakan keyakinan diri seseorang untuk mampu melakukan sesuatu. Efikasi diri merupakan sebuah cara agar seorang wirausaha mampu menjalankan bisnisnya dengan baik. Efikasi diri adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki untuk menunjukkan peformasinya yang bisa mempengaruhi kehidupannya (Syamsudin et al., 2019). Seorang wirausaha harus mempunyai efikasi diri yang tinggi karena efikasi diri akan mendorong keberanian, inisiatif, dan rasa percaya diri untuk meningkatkan kinerja dan usaha seseorang. Oleh karena itu, dalam memulai suatu usaha sangat diperlukan efikasi diri yang tinggi terhadap kemampuannya agar usaha yang dilakukan meraih kesuksesan. Dari beberapa definisi yang telah dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan bahwa efikasi diri merupakan keyakinan diri seseorang untuk mampu melakukan sesuatu.

### **EFIKASI DIRI (Y)**

Minat wirausaha dapat didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk menjalankan usahanya sendiri atau bekerja sendiri (Santoso et al., 2021). Minat berwirausaha merupakan langkah awal dari proses berdirinya suatu usaha yang bersifat jangka panjang. Menurut (Putri, 2021) minat berwirausaha adalah rasa tertarik seseorang untuk melaksanakan suatu usaha dengan berusaha mengembangkan usaha tersebut dan mempunyai jiwa keberanian untuk mengambil resiko agar usaha yang dilakukan dapat meraih kesuksesan. Minat wirausaha digital akan muncul ketika seseorang memiliki keinginan untuk bekerja sendiri dan memperoleh keuntungan yang besar dengan biaya atau modal yang rendah. Dengan memanfaatkan media digital, wirausahawan digital akan mampu menangkap peluang serta memajukan ekonomi kreatif. Dari beberapa definisi yang telah dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha digital merupakan rasa ketertarikan sesorang untuk menjalankan suatu usaha yang berbentuk digital.

## **SIMPULAN**

Temuan penelitian ini berdasarkan hasil analisis data diatas, maka kesimpulannya sebagai berikut: Secara parsial terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Digital, karena Orientasi Kewirausahaan yang tinggi dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil peluang-peluang untuk menjalankan usaha. Secara parsial terdapat pengaruh Pemanfaatan E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha Digital, karena semakin tinggi pengetahuan mengenai Pemanfaatan *E-Commerce* semakin meningkat juga minat mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Secara parsial terdapat pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Digital. Untuk memulai suatu usaha dibutuhkan efikasi diri terhadap kemampuan yang dimiliki agar usaha yang dijalankan dapat mencapai keberhasilan. Secara simultan terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Pemanfaatan E-Commerce, dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Digital. Dapat disimpulkan bahwa Orientasi Kewirausahaan, Pemanfaatan E-Commerce, dan Efikasi Diri semuanya berdampak pada 63,1% Minat Kewirausahaan Digital berdasarkan nilai Koefisien Determinasi yang diperoleh

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Darwis, M., Kumar, R., Niswaty, R., & Nasrullah, M. (2021). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.32493/fb.v3i1.2021.31-41.8694>
- Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. M. B., & Hussain, S. A. (2021). Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial

- intention: The mediating role of entrepreneurial motivations. *Industry and Higher Education*, 35(4), 403–418. <https://doi.org/10.1177/09504222211007051>
- Hazwardy, D., & Gunawan, A. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. *Abdimas Dewantara*, 3(1), 81–88. <https://mail.journal.unjani.ac.id/index.php/jkww/article/view/11>
- Istiqomah. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Akk Yogyakarta. *Jurnal Socia Akademika*, 6(2), 109–115.
- Nuhlasita, W. A. M., & Wulandari, R. N. A. (2022). Pengaruh Sikap, Efikasi Diri, dan Karakteristik Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 12(1), 51. <https://doi.org/10.24036/011166370>
- Perwita, D. (2021). Telaah Digital Entrepreneurship: Suatu Implikasi Dalam Mengatasi Permasalahan Ekonomi. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 40–51. <https://ojs.fkip.ummetro.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/4511>
- Prihastomo, G., Eryanto, P. D. H. M., & Usman, D. O. S. M. B. M. M. S. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Kewirausahaan*.
- Putri, E. (2021). Pengaruh Efikasi Diri Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Panca Sakti. *Research and Development Journal of Education*, 7(2), 269. <https://doi.org/10.30998/rdje.v7i2.10385>
- Santoso, T. A., & Almadana, A. V. (2021). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK di Kota Semarang*. July. <https://doi.org/10.35829/econbank.v3i1.132>
- Sembiring, L. S., & Amalia, V. (2018). Hubungan Psychological Capital dan Orientasi Kewirausahaan Pada Mahasiswa Yang Berwirausaha. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 9(2), 138. <https://doi.org/10.24036/rapun.v9i2.102210>
- Syamsudin, A., Hakim, L., & Atmasari, A. (2019). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Jurnal Psimawa*, 2(1), 58–62. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/PSIMAWA/article/view/439>
- Teddy, D. I., & Nuringsih, K. (2022). Pengaruh Entrepreneurial Attitude Orientation dan Latar Belakang Pribadi terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 319. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18226>
- Usman Aje, A., Suryani, L., & Jago Tute, K. (2019). Pengaruh Efikasi Diri Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Tahun Akademik 2018/2019 Universitas Flores Ende, Ntt. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 8(1), 1.
- Veronika, K. (2020). Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan E-Commerce dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.
- Yanti, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 268–283. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3774>