



Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan *E-commerce* dan Teman Sebaya Terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

Elisa Yena Serni¹, Fernando Saragih^{2*}

^{1 2} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Nusa Cendana

Info Artikel

Sejarah Artikel:

diterima : 03 Agustus 2023

direvisi : 11 Oktober 2023

disetujui : 11 November 2023

Kata-kata Kunci:

*Pengetahuan kewirausahaan,
Penggunaan e-commerce,
Teman sebaya, Intensi
berwirausaha*

*Corresponding Author

fernando.saragih@staf.undana.ac.id

Fernando Saragih

Abstract

Low entrepreneurial intentions are one of the crucial problems that can affect economic conditions. Based on this, researchers are interested in analyzing this problem and looking at the various factors that influence it in terms of the Theory of planned behavior. In this study, researchers focused on the factors of entrepreneurial knowledge, use of e-commerce, and peers. This quantitative approach with the ex post facto method where the analysis uses multiple linear regression with the application of SPSS version 21. This study uses 53 questionnaires (consisting of 14 from X1, 15 from X2, 13 from X3, and 11 from Y) with a sample of 209. Based on data analysis (both multiple linear regression and hypothesis testing) the results show that entrepreneurial knowledge and use of e-commerce have a positive and significant effect, where these two variables will encourage entrepreneurial development and facilitate the entrepreneurial process while peers show negative and negative effects. sig. This influence is formed because the peer environment is not mature enough in responding to various conditions and situations around them.

Abstrak

Rendahnya intensi berwirausaha merupakan salah satu masalah krusial yang dapat mempengaruhi kondisi perekonomian. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis masalah tersebut dan melihat berbagai faktor yang mempengaruhinya dari segi Theory of planned behavior. Pendekatan penelitian ini didasarkan pada kuantitatif (metode ex post facto) dimana analisisnya menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program aplikasi SPSS versi 21. Adapun penelitian ini menggunakan quesioner sebanyak 53 pernyataan (terdiri dari 14 dari X1, 15 dari X2, 13 dari X3 dan 11 dari Y) dengan sampel 209. Berdasarkan analisis data (baik regresi linier berganda maupun uji hipotesis) diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan e-commerce berpengaruh positif dan sig, dimana kedua variabel ini akan mendorong pengembangan wirausaha serta mempermudah proses wirausaha sedangkan teman sebaya menunjukkan pengaruh negatif dan sig. pengaruh ini terbentuk karena lingkungan teman sebaya belum cukup dewasa dalam menyikapi berbagai kondisi dan situasi sekitar

Cara mengutip :

Serni, E.Y. Saragih, F. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan *E-commerce* dan Teman Sebaya terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 10 (2). 120-131.

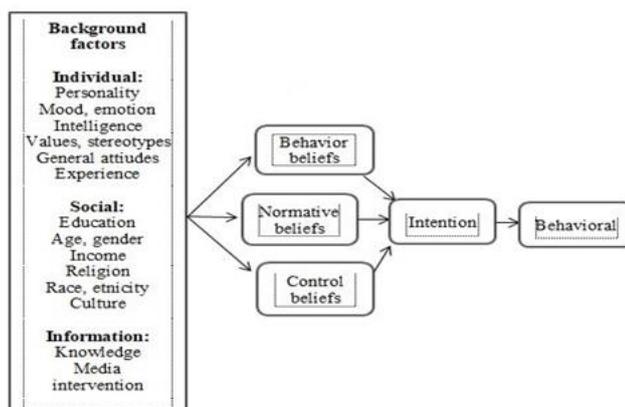
<https://doi.org/10.36706/jp.v10i2.22241>

PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang memiliki kontribusi yang besar dalam perkembangan suatu ekonomi yakni tenaga kerja. Besarnya peranan faktor ini ditentukan pada tingkat kesehatan sampai dengan pendidikan. Selain kedua faktor tersebut, lapangan pekerjaan juga merupakan faktor krusial yang dapat mempengaruhi kontribusi tenaga kerja. Pada nyatanya kondisi lapangan kerja yang sangat terbatas menyebabkan adanya kenaikan tingkat pengangguran. Hal ini sejalan dengan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) yang mencatat bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia pada bulan Agustus 2022 adalah 5,86%. Jumlah tersebut meningkat 0,03% dibandingkan pada bulan Februari 2022 yang mencapai 5,83% (Sadya, 2022). Berdasarkan paparan data di atas, dapat dilihat bahwa Indonesia masih memiliki permasalahan mengenai minat berwirausaha. Hal ini diperkuat dengan hasil pengamatan awal melalui penyebaran kuesioner *online*, yang menunjukkan bahwa terdapat 45 mahasiswa yang tidak mempunyai ketertarikan pada dunia usaha, sedangkan 15 mahasiswa mempunyai ketertarikan pada dunia usaha. Hal ini menunjukkan bahwa intensi berwirausaha yang dimiliki kalangan muda cenderung rendah.

Berdasarkan paparan di atas dapat dilihat bahwa rendahnya jumlah wirausaha memiliki pengaruh yang besar dalam kestabilan ekonomi. Oleh karena itu, salah satu solusi atas permasalahan tersebut adalah dengan memupuk jiwa berwirausaha pada kalangan muda khususnya mahasiswa (Noviantoro & Rahmawati, 2017). Solusi ini merupakan salah satu solusi terbaik yang dapat memberikan efek domino baik pada penurunan tingkat pengangguran maupun memacu perekonomian. Ini sejalan dengan pendapat Wijaya, (2014) yang mengatakan bahwa jumlah pengangguran dapat diperkecil dengan memacu keberanian dalam berwirausaha. Hal ini juga sejalan dengan Gultom, (2021) yang menjelaskan bahwa salah satu cara yang dapat dilakukan pemerintah untuk mengurangi pertumbuhan pengangguran adalah dengan mendorong minat berwirausaha.

Salah satu model yang dapat digunakan untuk menilai intensi individu adalah Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*). Teori perilaku terencana ini merupakan teori yang sudah dipertimbangkan dan menjadi acuan terbaik guna mengetahui transformasi karakter serta menilai intensi berwirausaha. Adapun teori perilaku terencana pertama kali digagas oleh Ajzen, (1991) untuk mengkaji perilaku yang terencana. Adapun gambaran tentang teori ini dijelaskan pada Gambar 1.



Sumber: *The Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991)

Gambar 1. *Theory of Planned Behavior*

Berlandaskan pada gambar di atas, intensi dipengaruhi oleh tiga *background factor*, yang kemudian faktor tersebut akan membentuk tiga determinan dan kemudian akan membentuk *intention* (niat), dimana niat yang sudah terbiasa akan menjadi perilaku (*behavior*). Ajzen, (1991) mengemukakan bahwa teori perilaku terencana dipakai sebagai dasar dalam menimbang intensi individu. Pada teori ini, peneliti berfokus pada 3 faktor yakni pengetahuan kewirausahaan, penggunaan *e-commerce* dan teman sebaya. Faktor ini diambil karena dianggap paling relevan dengan kondisi kalangan muda zaman sekarang. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Hendrawan & Sirine, (2017) yang menyatakan bahwa individu akan menjadi wirausaha apabila mempunyai sikap dan sifat aktif yang diperolehnya melalui pengetahuannya berbagai faktor terkait.

Berdasarkan paparan di atas, salah satu faktor penting dalam memacu minat berwirausaha yakni pengetahuan wirausaha, dimana variabel ini merupakan satu faktor penting dalam berbagai bidang. Jena, (2020) menjelaskan bahwa pengetahuan berwirausaha memiliki peranan khusus dalam menjaga kestabilan ekonomi khususnya dalam mendorong peningkatan minat berwirausaha. Hal ini sejalan dengan pendapat Soetadi, (2010) yang menyatakan bahwa individu yang memiliki keyakinan serta pengetahuan wirausaha baik akan bisa membawanya mencapai taraf baik dalam usahanya. Kuntowicaksono, (2012) juga menjelaskan bahwa peningkatan pengetahuan individu tentang wirausaha akan memberikan kesempatan usaha yang baik bagi pelaku usaha serta akan mendorong terbentuknya kepribadian positif, kreatif dan juga inovatif. Hal yang sama juga dijelaskan Bazkiaei et al., (2020) dimana ia menjelaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan yang tepat akan membantu seseorang dalam pengembangan sikap kewirausahaan dan dapat menyelaraskan keterampilan mereka dengan berbagai kondisi di lapangan. Berdasarkan paparan tersebut dapat dilihat bahwa pengetahuan memiliki peranan khusus dalam peningkatan minat berwirausaha khususnya dalam pembentukan karakter, pengembangan usaha, dan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dalam berbisnis.

Selain pengetahuan berwirausaha, Penggunaan *e-commerce* juga menjadi salah satu faktor pendorong intensi seseorang dalam berwirausaha (Gultom, 2021). Keberadaan *e-commerce* menjadi pendukung dalam berwirausaha. Menurut Pramiswari & Dharmadiaksa, (2017) *e-commerce* sudah membuka kesempatan hampir kepada semua orang untuk berbisnis dengan menjadikan bisnis pada dunia maya yang mempertemukan orang-orang tanpa batas. *E-commerce* dalam kegiatan bisnis diciptakan sebagai wadah atau tempat proses transaksi jual-beli *online* menggunakan pembayaran alat pembayaran elektronik yang memudahkan dan mendorong para wirausahawan dalam melakukan transaksi jual-beli produk dan jasanya kepada konsumen (Yasin, 2022). Menurut Istiqomah, (2020) *e-commerce* sangat membantu perjuangan bisnis para wirausaha melalui pemberian informasi yang cepat, tepat dan akurat.

Selain pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce*, teman sebaya juga menjadi salah faktor pendorong intensi berwirausaha (Yadewani & Wijaya, 2017). Menurut Nurhadifah & Sukanti, (2018) teman sebaya merupakan sumber informasi dan tukar pikiran yang membentuk kelompok remaja serta memiliki minat, nilai-nilai dan pendapat yang sepemikiran yang akan mempengaruhi seseorang untuk terjun ke dunia wirausaha. Sejalan dengan pendapat Tunisa et al., (2021) bahwa teman sebaya sangat mempengaruhi intensi seseorang dalam berwirausaha, dimana teman sebaya cenderung membawa dampak kepada teman yang lainnya sehingga mendorong niat mereka untuk berwirausaha.

Berdasarkan paparan di atas, kajian ini didukung oleh berbagai penelitian sebelumnya. Diantaranya Trihudiatmanto, (2019) yang menjelaskan bahwa intensi berwirausaha dipengaruhi oleh pengetahuan kewirausahaan (positif dan signifikan), hal ini dapat dilihat ketika seseorang mengetahui dan memahami pengetahuan kewirausahaan sehingga menumbuhkan minat mereka untuk menjalankan usaha. Sejalan dengan itu, Suryaningsih & Agustin, (2020) menjelaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan (berpengaruh positif dan signifikan) seseorang jika pengetahuan kewirausahaannya tinggi maka minatnya untuk berwirausaha semakin tinggi. Dan hasil penelitian yang sama juga dijelaskan oleh Wijaya, (2014) dimana hasil penelitiannya diperoleh hasil intensi berwirausaha dipengaruhi pengetahuan kewirausahaan (positif dan signifikan), yang mana ia menjelaskan hasil positif dan signifikan pada penelitian ini disebabkan individu yang mempunyai pengetahuan kewirausahaan yang baik dan tinggi, akan membuatnya merasa siap serta bisa berwirausaha.

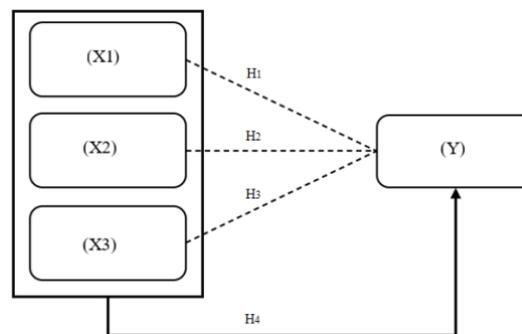
Hal yang sama juga dijelaskan pada variabel penggunaan *e-commerce*, dimana Sari & Rahayu, (2020) menjelaskan bahwa penggunaan *e-commerce* mempunyai dampak yang baik dalam mendorong intensi berwirausaha (berpengaruh positif dan signifikan), selain itu penggunaan *e-commerce* yang semakin meningkat luas atau tinggi akan mendorong intensi berwirausaha seseorang. Hal yang sama juga dipaparkan oleh Puspita, (2022) dimana ia menekankan bahwa *e-commerce* akan mempengaruhi, mempermudah dan mendorong niat seseorang untuk berwirausaha.

Pada variabel teman sebaya hal yang sama juga dijelaskan oleh Sinaga & Kustanti, (2017) dimana pada penelitiannya teman sebaya dapat memacu dan mendorong intensi berwirausaha (berpengaruh positif dan signifikan), dimana ia menjelaskan bahwa tingginya dorongan teman sebaya akan membuat seseorang niat untuk berwirausaha. Hal yang sama juga dijelaskan oleh Astuti, (2021) bahwa teman sebaya mempunyai pengaruh yang

positif dan signifikan dalam menumbuhkan intensi seseorang untuk berwirausaha. Berdasarkan ulasan teori di atas, adapun rumusan masalah yang difokuskan pada penelitian ini, apakah pengetahuan kewirausahaan, penggunaan *e-commerce* dan teman sebaya berpengaruh terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa pendidikan ekonomi. Berbeda dengan beberapa penelitian di atas, penelitian ini berfokus dengan 3 lingkungan yang berbeda serta memiliki interaksi yang cukup tinggi dengan mahasiswa. Selain itu, peneliti juga memiliki sumber sampel yang beragam dan responden cukup banyak sehingga dapat melakukan penelitian secara mendalam dan memperoleh hasil yang lebih detail tentang faktor terkait. Dengan demikian hasil penelitian ini juga dapat dijadikan acuan berbagai kebijakan serta dasar dalam menerapkan kebijakan untuk memacu wirausaha di mahasiswa.

METODE

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan jenis desain *expost facto*. Dimana terdapat 2 jenis variabel yang dipaparkan dalam penelitian ini, yakni variabel bebas (Pengetahuan Kewirausahaan (x1), Penggunaan *E-commerce* (x2) dan Teman Sebaya (x3)) dan variabel terikat (Intensi Berwirausaha (y)). Adapun penelitian ini mempunyai kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka penelitian

Penelitian ini mempunyai 209 sampel (melalui slovin) dari populasi 439 dimana jumlah sampel tersebut ditentukan dengan metode *Accidental Sampling*. Peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian dalam proses pengambilan data. Adapun indikator operasional dipaparkan pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Defenisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Jumlah Kuesioner
Pengetahuan Kewirausahaan (X ₁)	Pengetahuan kewirausahaan adalah segala informasi yang didapat seseorang dengan cara pelatihan dan pengalaman yang mampu mengarahkan pada kemampuan meninjau risiko usaha serta memiliki keberanian mengurus risiko tersebut (Aini & Oktafani, 2020).	- Resiko usaha - Peluang usaha - Penyelesaian masalah - Faedah - Memecahkan masalah - Ketertarikan (Kuntowicaksono, 2012; Suhartini, 2020)	14
Penggunaan <i>E-commerce</i> (X ₂)	<i>E-commerce</i> adalah bentuk sistem bisnis secara elektronik yang mengacu pada transaksi bisnis berdasarkan individu yang memanfaatkan internet menjadi media aliterasi barang dan jasa (Seprina et al., 2018).	- Harga - Kenyamanan - Kelengkapan Produk - Kemudahan - Informasi (Achmad, 2018).	15

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Jumlah Kuesioner
Teman Sebaya (X ₃)	Teman sebaya adalah kumpulan orang berusia dan berstatus setara serta mengharapkan aktivitas yang mandiri saat mencari jati diri (Pangestuti, 2018).	- Interaksi kampus - Partisipasi individu - Dorongan (D. R. C. Sari, 2018)	13
Minat Berwirausaha (Y)	Minat berwirausaha adalah gambaran kecenderungan hati individu untuk tertarik dalam memulai usaha melalui pengorganisasian, pengaturan, penanggungungan risiko dan pengembangan usahanya (Suryana, 2006).	- P. Senang - P. Ketertarikan - Perhatian - Keterlibatan - Realisasi (Friantini & Winata, 2019)	11

Setiap pernyataan di kuesioner terdapat 5 opsi (skala Likert), kemudian diinput dan dianalisis dengan regresi linear berganda menggunakan program aplikasi SPSS 21. Data penelitian ini dikatakan baik karena telah memenuhi uji instrument (nilai validitas > 0.2 dan nilai reliabilitas > 0.7) dan uji asumsi klasik.

Tabel 2. Ringkasan Uji Asumsi Klasik

Model Summary ^b						Coefficients ^a			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	Model	Collinearity Statistics		
							Tolerance	VIF	
1	.686 ^a	.471	.463	3.870	2.163	1	x1	.811	1.233
							x2	.780	1.282
							x3	.948	1.055
a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2									
b. Dependent Variable: y									

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		209
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.84214750
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.046
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		1.269
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Adapun gambaran analisis deskriptif pada penelitian dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	209	29	67	56.96	5.600
X2	209	31	75	59.06	8.429
X3	209	10	64	37.70	12.138
Y	209	15	55	45.55	5.281
Valid N (listwise)	209				

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai variabel x3 memiliki *mean* yang paling rendah di antara keseluruhan variabel. Selanjutnya dengan data yang sama, peneliti dapat melanjutkan analisis penelitian (regresi linier berganda). Adapun hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized	Standardized	Sig.
		Coefficients	Coefficients	
		B	Beta	
1	(Constant)	10.818		.000
	x1	.444	.470	.000
	x2	.206	.328	.000
	x3	-.074	-.173	.001

a. Dependent Variable: y

Sumber: Olahan data SPSS

Berdasarkan pada Tabel 4 diketahui bahwa x_1 dan x_2 memiliki pengaruh positif (0.444 dan 0.206) dan sig (.000) sedangkan pada x_3 diperoleh pengaruh negatif (-0.74) dan sig (0.001). Adapun keseluruhan hasil tersebut dapat dibentuk ke dalam persamaan agar peneliti dapat melihat bagaimana ketiga variabel tersebut berkontribusi, Adapun persamaannya dipaparkan sebagai berikut:

$$Y = 10.818 + 0.44 x_1 + 0.206 x_2 - 0.074 x_3$$

Berdasarkan persamaan di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan jika keseluruhan variabel berpengaruh sebesar 1, maka total pengaruhnya bernilai 11,39. Selain analisis tersebut, peneliti juga memaparkan beberapa uji yang dapat memperkuat hasil regresi linier di atas, salah satunya yakni uji t. Adapun hasil uji t dipaparkan pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5 Hasil Uji t

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	x1	8.335	.000
	x2	5.701	.000
	x3	-3.322	.001

Sumber: Olahan data SPSS

Berdasarkan pada tabel 5 dapat disimpulkan bahwa secara parsial, variabel x_1 dan x_2 memiliki pengaruh positif ($t_{hitung} > 1.652177$) dan sig (.000). Hal yang sama juga terlihat pada variabel x_3 dimana terdapat pengaruh ($t_{hitung} < -1.652177$) dan sig (0.001). Sejalan dengan hasil tersebut, uji t juga didukung oleh uji F yang dipaparkan pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2729.302	3	909.767	60.740	.000 ^b
	Residual	3070.516	205	14.978		
	Total	5799.818	208			

a. Dependent Variable: y
b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

Sumber: Olahan data SPSS

Adapun uji ini berfokus pada kontribusi variabel secara simultan, dimana hasilnya menunjukkan bahwa keseluruhan variabel memiliki pengaruh sebesar 60.740 dan sig (0.00). Hal ini menjelaskan bahwa keseluruhan variabel (independent) berpengaruh secara simultan dengan baik (dependent). Uji ini didukung oleh koefisien determinan pada tabel 6 dimana semua variabel memiliki kontribusi 47,1% (sisanya dipengaruhi variabel lain).

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 ^a	.471	.463	3.870

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2
b. Dependent Variable: y

Sumber: Olahan data SPSS

Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha

Berdasarkan paparan hasil di atas, terdapat 4 hipotesis yang didasarkan pada *TPB*. Teori ini menjelaskan salah *background factor* yang mempengaruhi pembentukan intensi berwirausaha yakni *social* yang berfokus pada *education*. Berdasarkan paparan tersebut, adapun hipotesis pertama menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan sig (baik dari hasil regresi maupun uji t) antara variabel pengetahuan berwirausaha dengan minat berwirausaha. Hasil ini sejalan dengan kondisi nyata dimana pengetahuan wirausaha dapat membantu mahasiswa untuk melihat, mengenali, serta memahami gambaran mengenai dunia kewirausahaan, namun pada prosesnya mahasiswa sering sekali kesulitan dalam memperoleh gambaran secara luas dan detail meskipun demikian pengetahuan ini tetap sangat membantu pembentukan minat berwirausaha dalam diri mahasiswa. Selain itu, hal ini menjadi dasar pengembangan berbagai kegiatan wirausaha yang akan dimulai oleh para mahasiswa. Hal ini sejalan dengan pernyataan Sudarwati & Chalimah, (2022) pembelajaran kewirausahaan akan mendorong peningkatan pengetahuan melalui berbagai kegiatan dalam industri, pengenalan berbagai peluang melalui partisipasi budaya, dan penerapan berbagai teori praktis mengenai kewirausahaan untuk meningkatkan intensi berwirausaha mahasiswa. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Saptono et al., (2020) dimana ia menekankan bahwa pengetahuan kewirausahaan akan membantu pembentukan pola pikir kewirausahaan, persiapan kewirausahaan, dan mampu memediasi berbagai faktor tertentu untuk memacu minat berwirausaha. Ho et al., (2018) juga menjelaskan hal yang sama dimana ia menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat memengaruhi kinerja wirausaha dengan meningkatkan profitabilitas, semangat kewirausahaan, sikap kewirausahaan, dan peluang bertahan (dalam dunia usaha) sehingga dapat memacu minat berwirausaha seseorang, bahkan Hockerts, (2018) menjelaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan yang didasarkan pada keadaan lingkungan dapat meningkatkan minat dalam mengembangkan usaha sesuai dengan kondisi melalui proses pembelajaran dalam suatu komunitas, sehingga pendidikan kewirausahaan tidak hanya mentransfer pengetahuan namun juga meningkatkan kemampuan dalam mengidentifikasi peluang pasar.

Berdasarkan ulasan di atas, Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Alam et al., (2023) dimana ia menjelaskan bahwa pengetahuan berwirausaha dapat mendorong dan memacu munculnya usaha-usaha baru (pengaruh positif dan sig). Ini diperkuat dengan penelitian Yuliyarningsih et al., (2013) bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, selain itu ia menjelaskan bahwa dengan adanya mata pelajaran kewirausahaan dapat menambahkan wawasan serta pengetahuan melalui teori maupun praktik sehingga siswa terdorong untuk memantapkan keinginannya berwirausaha. Hal yang sama juga dijelaskan oleh Indriyani & Subowo, (2019) bahwa pengetahuan kewirausahaan dapat memaksimalkan pembentukan minat berwirausaha (pengaruh positif dan signifikan). Selain itu, ia menjelaskan mahasiswa perlu memperdalam serta memahami pengetahuan kewirausahaan secara menyeluruh melalui kegiatan kewirausahaan seperti seminar dan praktik kewirausahaan yang dapat meningkatkan minat berwirausahanya.

2. Pengaruh penggunaan E-commerce Terhadap Intensi Berwirausaha

Selain pengetahuan berwirausaha, dalam penelitian ini peneliti juga memperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan sig penggunaan *E-commerce* terhadap minat berwirausaha. Adapun dasar pada hipotesis ini didasarkan pada theory of planned behavior, dimana teori ini menjelaskan salah *background factor* yang mempengaruhi pembentukan intensi berwirausaha yakni *information* yang berfokus pada *media*. Berdasarkan paparan tersebut variabel ini merupakan salah satu variabel yang penting dalam hal pengembangan media wirausaha, dimana media ini dapat berperan sebagai aplikasi, pengawas, manager yang dapat mempermudah berbagai kegiatan yang pada akhirnya akan memancing penggunaanya lebih tertarik pada dunia wirausaha. Selain gambaran di atas, peneliti juga melihat penggunaan E-commerce juga dapat menghambat seseorang dalam mengembangkan wirausaha karena kesulitan akses fasilitas serta berbagai administrasi yang harus dilengkapi ditambah lagi rendahnya kemampuan literasi pada beberapa mahasiswa yang semakin menambah binggung dalam membangun dan menjalankan E-commerce. Meskipun demikian, E-commerce tetap menjadi salah satu pilihan jitu dalam mengembangkan wirausaha. Hal ini sejalan dengan pernyataan Sholih et al., (2022) E-commerce memberikan kemudahan dalam menjalankan usaha (pembayaran, koneksi, informasi dan transaksi) yang akan dimulai sehingga penggunaanya lebih tertarik dalam memulai bisnis. Selain itu, E-commerce juga memudahkan seseorang dalam pengambilan keputusan serta meminimalisir resiko (keterbukaan informasi pada E-commerce) (Tetep et al., 2021; Yuwono et al., 2022).

Berdasarkan paparan di atas, maka tidak salah jika dikatakan bahwa variabel *e-commerce* cenderung mendorong minat berwirausaha (Pratama & Nugraha, 2019; Yadewani & Wijaya, 2017). Ini juga dibuktikan oleh Erlinda & Astuti, 2019) mengemukakan bahwa *e-commerce* memacu M. berwirausaha (positif dan signifikan). Selain itu, ia juga menekankan agar mahasiswa lebih meningkatkan lagi pengetahuan, pemahaman dan kemampuannya dalam bidang *e-commerce* sehingga memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap minat berwirausaha. Pramiswari & Dharmadiaksa, (2017) juga menjelaskan hasil yang sama bahwa *e-commerce* dapat mempengaruhi kegiatan wirausaha (berpengaruh positif dan signifikan), pada penelitiannya ia juga menjelaskan bahwa P. mahasiswa tentang *e-commerce* maka memacu M.berwirausaha.

3. Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Intensi Berwirausaha

Selanjutnya yakni teman sebaya, Adapun hipotesis ini didasarkan pada *TPB*, dimana teori ini menjelaskan salah *background factor* yang mempengaruhi pembentukan intensi berwirausaha yakni sosial yang berfokus pada *ethnicity*. Adapun hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel teman sebaya berpengaruh negatif dan sig terhadap minat berwirausaha. Pengaruh tersebut dapat terjadi karena lingkungan teman sebaya cenderung belum matang dalam mengendalikan diri serta berpikir secara dewasa, dimana teman sebaya cenderung menghabiskan waktunya untuk bermain-main bahkan cenderung berperilaku negatif. Hal ini menyebabkan teman sebaya akan menghambat perkembangan minat berwirausaha karena adanya ledakan antara teman sebaya yang mau memulai berwirausaha (bullying). Hal tersebut sejalan dengan pendapat Kurniawan & Sudrajat, (2010) dimana interkasi teman sebaya yang belum matang seperti bullying, merokok akan menghambat pengembangan potensi seseorang. Bahkan perilaku remaja yang ini juga akan mempengaruhi berbagai kegiatan serta tanggung jawab seseorang (Fauzyah, 2019). Selain itu, teman sebaya juga cenderung belum dapat membedakan dan memilah berbagai

informasi atau hal negatif salah satunya mengenai Tindakan konsumtif yang dianggap wajar oleh Sebagian remaja serta kurangnya dukungan teman sebaya dalam hal literasi ekonomi (Maris & Listiadi, 2021).

Kholiq, (2021) yang menjelaskan teman sebaya berpengaruh negatif dan sig dengan minat berwirausaha, dimana teman akan cenderung menghambat intesi berwirausaha. Hasil yang sama juga terlihat pada penelitian Saragih et al., (2022) dimana ditemukan pengaruh yang negatif antara teman sebaya dan minat berwirausaha, hasil ini dapat terjadi karenanya situasi covid 19 memberikan batasan dan ketakutan dalam segi interaksi dan kegiatan ekonomi sehingga minat berwirausaha rendah

4. Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha, penggunaan *E-commerce* dan Teman Sebaya terhadap Intensi Berwirausaha

Terakhir, kajian ini juga menjelaskan bahwa secara simultan seluruh variabel bebas mampu mendorong minat berwirausaha (baik dari uji f maupun koefisien determinan). Hal ini didasarkan pada *TPB*, dimana ketiga variabel ini dijelaskan pada *background factor*. Adapaun ketiga faktor ini memiliki peranan yang berbeda-beda, dimana peranan pengetahuan berwirausaha yang menjadi dasar dalam memulai minat berwirausaha, peranan penggunaan *E-commerce* yang mendorong berbagai kemudahan dalam menjalankan wirausaha serta peranan teman sebaya yang seharusnya mendorong dan memberikan masukan dalam kemajuan wirausaha. Hal yang sama juga dijelaskan oleh Suebuddin, (2021) dimana pada bagian pengetahuan berwirausaha ia menekankan pada pentingnya pengetahuan kewirausahaan dalam berbagai bentuk teori maupun praktek yang dapat menjadi dasar memulai bisnis, selain itu, pada faktor penggunaan *E-commerce* Indartha et al., (2021) menjelaskan bahwa penggunaan faktor ini dapat memudahkan pelayanan serta membantu pebisnis dalam memahami dunia bisnis dan terakhir teman sebaya, peranan teman sebaya menjadi lingkungan yang paling dekat untuk sharing (Saragih, 2020).

SIMPULAN

Berdasarkan kajian di atas diketahui bahwa pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* merupakan faktor yang dapat mendorong M. berwirausaha, dimana kedua variabel ini memiliki peranan yang berbeda-beda. Pada pengetahuan kewirausahaan, peranannya berfokus pada pembentukan karakter, pengembangan usaha, dan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dalam berbisnis. Pada variabel *e-commerce* cenderung berfokus sebagai kemudahan proses, serta meminimalisir resiko. Namun pada variabel teman sebaya ditemukan pengaruh yang berbeda yakni pengaruh negatif. Hal ini dapat terjadi karena lingkungannya kurang dewasa dan hanya berfokus pada kegiatan bersenang-senang.

Selain itu, berdasarkan gambaran hasil di atas. Peneliti menyarankan adanya peningkatan pelatihan baik dari segi teori maupun praktik. Hal ini dilakukan agar wirausaha muda lebih tertarik pada dunia wirausaha. Selain hal ini juga dapat memudahkan wirausaha muda untuk memahami dunia wirausaha. Selain itu, peneliti juga perlu menekankan kedewasaan pada wirausaha muda dalam hal berinteraksi sehingga dapat memilah interaksi dan pergaulan dengan teman sebaya. pada penelitian ini juga peneliti menyadari keterbatasan untuk mengkaji beberapa faktor penting (khususnya faktor internal) karena waktu dan kemampuan peneliti sehingga ini dapat menjadi masukan kepada peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad. (2018). Pengaruh Pengguna E-Commerce terhadap Transaksi Online Menggunakan Konfirmasi Faktor Analisis. *Faktor Exacta*, 11(1), 7–16.
- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151–159.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

- Alam, A. A., Eryanto, H., & Fadillah, N. (2023). The Effect of entrepreneurial knowledge and Entrepreneurship Motivation on Entrepreneurial Intention Mediated by the Utilization of Media Social. *Research Trend in Management and Technology*, 1(2), 68–82.
- Astuti, M. E. (2021). Pengaruh Keluarga, Etnis, Kepribadian, Gender, Dan Teman Sebaya Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(2), 162–183. <https://doi.org/10.52859/jbm.v9i2.155>
- Bazkiaei, H. A., Heng, L. H., Khan, N. U., Saufi, R. B. A., & Kasim, R. S. R. (2020). Do entrepreneurial education and big-five personality traits predict entrepreneurial intention among universities students? *Cogent Business & Management ISSN:*, 7(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1801217>
- Erlinda, & Astuti, R. (2019). Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha yang Dimoderasi oleh Pendidikan Kewirausahaan (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh). *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh (JIMMA)*, 9(2). <https://doi.org/10.37598/jimma.v9i2.985>
- Fauzyah, R. (2019). Pengaruh Kelompok Teman Sebaya dan Perhatian Orang Tua Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik. *Jurnal Informasi Dan Komunikasi*, 3(1), 19–36.
- Friantini, R. N., & Winata, R. (2019). Analisis Minat Belajar pada Pembelajaran Matematika. *Jurnal Pendidikan Matematika Indonesia*, 4(1), 6–11.
- Gultom, E. (2021). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 40–46.
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE-Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 02(03), 291–314. <https://doi.org/10.1097/SCS.0b013e318240fa84>
- Ho, M.-H. R., Uy, M. A., Kang, B. N. Y., & Chan, K.-Y. (2018). Impact of Entrepreneurship Training on Entrepreneurial Efficacy and Alertness among Adolescent Youth. *Frontiers in Education*, 3(13), 1–10. <https://doi.org/10.3389/educ.2018.00013>
- Hockerts, K. (2018). The Effect of Experiential Social Entrepreneurship Education on Intention Formation in Students The Effect of Experiential Social Entrepreneurship Education on Intention Formation in Students. *Journal of Social Entrepreneurship*, 9(3), 234–256. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1498377>
- Indartha, A. W., Sunarsih, A., Purwandari, T. A., & Ayu, P. P. (2021). Peranan E-Commerce di Berbagai Kalangan di Indonesia dalam Berbagai Bidang Perekonomian Akibat dari Dampak Pandemi Covid-19. *Journal of Education and Technology*, 1(1), 6–11.
- Indriyani, I., & Subowo. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 470–484. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31493>
- Istiqomah. (2020). Pemanfaatan E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan AKK Yogyakarta. *Jurnal Socia Akademika*, 6(2), 109–115.
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>
- Kholiq, M. H. (2021). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Teman Sebaya, dan Internal Locus Of Control Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Ketingan Universitas Sebelas Maret Tahun Angkatan 2015*. Universitas Sebelas Maret (UNS).
- Kuntowicaksono. (2012). Pengaruh Pengetahuan Wirausaha dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *Journal of Economic Education*, 1(1), 46–52.
- Kurniawan, Y., & Sudrajat, A. (2010). Peran teman sebaya dalam pembentukan karakter siswa madrasah tsanawiyah. *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 15(2), 149 – 163.

- Maris, W. Y., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh lingkungan teman sebaya , status sosial ekonomi orang tua , dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan locus of control sebagai variabel intervening. *Akuntabel*, 18(3), 574–584.
- Noviantoro, G., & Rahmawati, D. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 135(January 2006), 989–1011.
- Nurhadifah, S. N., & Sukanti. (2018). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Teman Sebaya Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, XVI(2), 82–98.
- Pangestuti, E. (2018). *Pengaruh Interaksi Teman Sebaya dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Siswa Kelas XII SMK Negeri 10 Merangin*. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan. Universitas Jambi.
- Pramiswari, D. A. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20, 261–289.
- Pratama, I. M., & Nugraha, N. (2019). Increase Interest in Entrepreneurship Seen from Financial Literature , Self Efficiency and E-Commerce. *1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)*, 65, 34–37.
- Puspita, J. (2022). Pengaruh E-commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa untuk Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Kos di Lingkungan Kampus UIN Raden Intan Lampung). *Journal of Accounting Taxing and Auditing (JATA)*, 3(1), 60–73.
- Sadya, S. (2022). *Tingkat Pengangguran Indonesia Capai 5,86% pada Agustus 2022*.
- Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Karyaningsih, R. P. D., & Yanto, H. (2020). Does entrepreneurial education matter for Indonesian students' entrepreneurial preparation: The mediating role of entrepreneurial mindset and knowledge. *Cogent Education*, 7(1), 1–16.
<https://doi.org/10.1080/2331186X.2020.1836728>
- Saragih, F. (2020). Pengaruh Lingkungan terhadap Kemandirian Belajar. *Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 1(2), 62–72.
- Saragih, F., Munawar, A., Simanungkalit, E. F. B., & Sihotang, J. A. T. (2022). Lingkungan dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *JURNAL PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 9(2), 73–83.
- Sari, B., & Rahayu, M. (2020). Pengaruh Lingkungan, Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan E-commerce pada Peningkatan Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UPI YAI. *IKRA-ITH Ekonomi*, 3(2).
- Sari, D. R. C. (2018). Pengaruh Pengalaman PPP, Lingkungan Keluarga, dan Teman Sebaya terhadap Minat menjadi Guru pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3), 161–168.
- Seprina, L., Suroyo, H., & Komalasari, D. (2018). Pengaruh Efektivitas Penggunaan E- Commerce pada Peningkatan Motivasi Berwirausaha pada Siswa SMK Bina Jaya Palembang. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer*, 8(2), 2089–0265.
- Sholih, M. W., Prayogo, I., Ubaidillah, M., Wardhani, A. P., & A'yun, A. Q. (2022). The Effect of Entrepreneurship Education and E-Commerce on Entrepreneurship Interest Moderated by Android-Based Accounting Information Systems. *International Journal of Finance, Economics and Business*, 1(3), 220–230.
- Sinaga, D. H., & Kustanti, E. R. (2017). Hubungan Antara Dukungan Sosial Teman Sebaya Dengan Efikasi Diri Wirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Univeristas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 6(1), 74–79.
- Soetadi, I. (2010). *Kewirausahaan*. Erlangga.
- Sudarwati, N., & Chalimah. (2022). Technopreneurship Intention : A Study of Economic Education Study Program Students Influenced by Entrepreneurial Learning. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 11(4), 698–706.

- Suebuddin, M. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Menanamkan Jiwa Leadership Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Sinau*, 7(1), 1–12.
- Suhartini, C. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa (Survey pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia FKIP Universitas Kuningan). *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(2), 36–43. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02>.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Suryaningsih, T., & Agustin, T. M. (2020). Pengaruh Kepribadian dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 42–49. <https://doi.org/10.17977/um014v13i12020p042>
- Tetep, T., Suherman, A., Susanti, Y., Nisa, A., & Fatah, G. A. (2021). E-Commerce Knowledge in the Digital Era on Students ' Entrepreneurial Interest. *6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)*, 220, 47–50.
- 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>
- Tunisa, L. J., Kusmuriyanto, & Santoso, J. T. B. (2021). Pengaruh Self Efficacy , Pendidikan Kewirausahaan , dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Minat Berwirausaha. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 2(2), 199–214.
- Wijaya, U. T. (2014). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Konsep Diri Terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, 2(2), 79–86.
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang). *Jurnal Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi (Jurnal Resti)*, 1(1), 64–69.
- Yasin, A. F. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, E-commerce dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Pasca Pandemi Covid-19 Pada Wanita Generasi Z Di Kota Medan. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kerirausahaan (JMPK)*, 3(1), 1–8.
- Yulianingsih, I. P., Susilaningsih, & Jaryanto. (2013). Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan Persepsi Peluang Kerja di Bidang Akuntansi dengan Minat Berwirausaha. *Jupe UNS*, 2(1), 131–145.
- Yuwono, D. C., Murtini, W., & Subarno, A. (2022). Pengaruh E-Commerce dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Efisiensi : Kajian Ilmu Administrasi*, 19(2), 139–148.