

Artikel - Pengaruh E commerce

by Adi Santoso

Submission date: 19-Feb-2022 11:35AM (UTC+0700)

Submission ID: 1765959884

File name: engaruh_E-Commerce,_Innovation_Capability_dan_Family_Support.pdf (507.13K)

Word count: 4363

Character count: 29203

**Pengaruh *E-Commerce*, *Innovation Capability* dan *Family Support*
Terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan
Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Norma Hapsary¹, Umi Farida², Adi Santoso³

Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Email : normahapsari194@gmail.com*

Dikirim : 17 Maret 2021

Diterima : 14 April 2021

ABSTRACT

This research discussed the effect of E-Commerce, Innovation Capability and Family Support on entrepreneurial decisions college student majoring Management at Muhammadiyah University Ponorogo. The population of this research is college student majoring Management batch year 2016 to 2018 with a total of 694 collage students. Determination of this sample used is based on percentage, while the sampling technique in this research uses Purposiv Sampling totaly 60 respondent. Retrieval of data in this study by distributing questionnaires to all respondents. The method of analyze in this research is multiple linier regression. The result of study indicate : (1) E-Commerce has a positive and significant effect on entrepreneurial decisions (2) Innovation Capability has a positive and significant effect on entrepreneurial decisions (3) Family Support has a positive and significant effect on entrepreneurial decisions (4) E-Commerce, Innovation Capability and Family Support has a simultaneously positive and significant effect on entrepreneurial decisions.

Keyword : *E-Commerce, Innovation Capability, Family Support and entrepreneurial decisions*

ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh *E-Commerce*, *Innovation Capability* dan *Family Support* terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa jurusan management Tahun Angkatan 2016-2018 yang berjumlah 694 mahasiswa. Penentuan Sampel yang digunakan yaitu berdasarkan presentase sedangkan tehnik pengambilan sampel menggunakan *Purposiv Sampling* dengan jumlah 60 responden. Pengambilan data pada penelitian ini dengan cara menyebar kuisisioner pada seluruh responden. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa : (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *E-Commerce* terhadap Keputusan Berwirausaha, (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Innovation Capability* terhadap Keputusan Berwirausaha, (3) Terdapat

pengaruh positif dan signifikan *Family Support* terhadap Keputusan Berwirausaha. (4) Terdapat pengaruh signifikan *E-Commerce*, *Innovation Capability* dan *Family Support* secara simultan terhadap Keputusan Berwirausaha.

Kata Kunci : *E-Commerce*, *Innovation Capability*, *Family Support* dan Keputusan Berwirausaha

A. PENDAHULUAN

Berdasarkan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) yang terdapat pada data Badan Pusat Statistik (BPS) (Agustus, 2020) menunjukkan angka tingkat pengangguran terdidik dipertahunnya terus meningkat. Pada tahun 2017 per februari dan agustus jumlah pengangguran lulusan universitas sebanyak 398.298 dan 496.143 sedangkan ditahun 2018 naik menjadi 565.402 dan 653.587 hingga ditahun 2019 dibulan jumlah pengangguran terdidik mencapai sebesar 695.304. Salah satu solusi yang dapat ditempuh dalam mengatasi pengangguran di Indonesia yaitu dengan cara berwirausaha (Sudrajat, 2012). Namun hal ini masih berbanding terbalik dengan keinginan mahasiswa yang setelah lulus dari perguruan tinggi lebih memilih sebagai pencari kerja (*job seeker*) dari pada menciptakan lapangan pekerjaan (*job creator*) (Adetia, 2017). Hal ini juga selaras dengan penelitian yang menyatakan, banyak lulusan dari perguruan tinggi masih belum mampu dan kurang berminat dalam berwirausaha (Ginting & Yuliawan, 2015). Para mahasiswa cenderung lebih berfikir bagaimana caranya bisa bekerja sesuai dengan gelar sarjananya bahkan mereka tidak enggan untuk menganggur sementara daripada mendapatkan pekerjaan yang tidak sesuai yang mereka harapkan. Padahal menumbuhkan jiwa wirausaha khususnya dikalangan mahasiswa merupakan hal yang dipercaya bisa menanggulangi permasalahan yang ada sumber daya manusia yang bermutu, serta memiliki pandangan kedepan untuk menciptakan peluang bisnis kreatif tanpa melupakan potensi lokal yang dimiliki dalam menghadapi persaingan global.

Rendahnya tingkat keputusan mahasiswa dalam berwirausaha juga terjadi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Universitas Muhammadiyah Ponorogo merupakan kampus yang mengusung tema kewirausahaan di Ponorogo serta berupaya memasukan mata kuliah kewirausahaan sebagai perkuliahan wajib disemua fakultas. Terutama mahasiswa di jurusan Manajemen sangat dekat dengan kegiatan kewirausahaan. Bahkan prodi Manajemen mempunyai misi dalam menghasilkan lulusan yang terampil dalam berwirausaha. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti bersama dengan Ketua Lembaga Sertifikasi Mahasiswa (LSM) yang bertugas dalam menangani kegiatan Kewirausahaan (KWU) memperoleh informasi bahwa dalam mengikuti kegiatan praktik kewirausahaan mahasiswa terlihat kurang antusias dan merasa terbebani. Hal ini dapat dilihat dari setiap proses pembelajaran yang berlangsung hanya terdapat beberapa mahasiswa saja yang berperan aktif dan kreatif, selebihnya hanya bertumpu pada teman sekelompoknya.

Faktor yang diduga dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam berwirausaha diantaranya yaitu kurangnya kecakapan *skill* dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi yang disuguhkan dalam memudahkan kegiatan berwirausaha sehingga kurang menangkap peluang berbisnis menggunakan *E-Commerce* yang saat ini digadang menjadi warna baru didunia wirausaha. Selain itu, rendahnya *Innovation Capability* didalam dirinya mengakibatkan dapat mempengaruhi keputusan dalam memilih produk yang akan dipasarkan sehingga dalam menjalankan bisnisnya menjadi kurang inovatif dan kurang kompetitif dalam memenangkan pasar. Serta kurangnya dukungan keluarga atau *Family Support* mengakibatkan rasa percaya diri mahasiswa rendah dalam memutuskan keinginannya untuk berwirausaha, keluarga cenderung menginginkan anaknya untuk berkerja di sebuah instansi atau menjadi pegawai negeri sehingga diduga dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam berwirausaha.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain : (1) Apakah *E-Commerce* berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?, (2) Apakah *Innovation Capability* berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?, (3) Apakah *Family Support* berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?, (4) Apakah *E-Commerce, Innovation Capability* dan *Family Support* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?

B. KAJIAN LITERATUR

Teori *Enterpreneurship*

Entrepreneurship yaitu suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi guna memecahkan serta mencari peluang dari permasalahan yang dihadapi seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari (Suryana, 2014). Didalam buku ini dijelaskan kreatifitas merupakan kemampuan untuk menggabungkan atau mengkombinasikan ide baru, mengubah atau merekonstruksi ide-ide lama untuk menciptakan ide baru, sedangkan inovasi merupakan penerapan penemuan proses produksi baru atau memperkenalkan dari penemuan suatu proses produksi baru yang belum pernah dirasakan konsumen sebelumnya.

Keputusan Berwirausaha

Keputusan merupakan pendekatan sistematis untuk opsi alternatif yang sedang dihadapkan dan mengambil tindakan yang cepat dan telah diperhitungkan (Siagian, 2012). Wirausaha adalah seseorang yang mempelajari kemampuan untuk menggunakan dan memanfaatkan sumber daya seperti barang mentah,

keuangan, tenaga kerja, informasi dan keterampilan (Husaini, 2012). Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan keputusan berwirausaha yaitu seseorang yang memilih mengambil resiko untuk mendirikan, mengolah, dan mengembangkan suatu usaha yang bertujuan menghasilkan keuntungan bagi dirinya maupun oranglain. Keputusan berwirausaha dapat diukur menggunakan indikator menurut (Suryana, 2014) antara lain :

1. Keinginan untuk mendapat pendapatan yang tinggi.
2. Keinginan untuk mendapat kepuasan karir.
3. Keinginan untuk mendapat prestis dari keberadaan bisnisnya.
4. Keinginan untuk segera mewujudkan ide dan konsep baru.
5. Keinginan untuk mengembangkan kekayaan jangka panjang.

E-Commerce

E-Commerce (Electronic Commerce) adalah saluran *online* yang dapat dijangkau oleh pebisnis dalam menjalankan aktivitas bisnisnya serta dipergunakan konsumen untuk memperoleh informasi produk dalam menentukan pilihan dan bisa konsumen beli dengan menggunakan media elektronik (Kotler & Armstrong, 2012). *E-Commerce* diartikan juga sebagai proses pembelian, penjualan, dan pemasaran barang atau jasa melalui melalui sistem elektronik (Wong, 2010). *E-Commerce* memberi cara baru dalam menjalankan bisnis, siapapun bisa dimanfaatkan untuk berwirausaha. Melalui *E-Commerce* kegiatan jual beli barang dilakukan tanpa bertatapmuka artinya semua kegiatan transaksi dilakukan dengan cara *online* dan terjamin keamanannya. Produsen dapat mengakses produk yang akan ditawarkan bisa kapanpun produsen menghendaki memasarkan produknya dan jika kosumen menginginkan produk bisa jangkau kapanpun saat konsumen butuhkan dengan tersambung diinternet. Oleh karena itu berwirausaha akan semakin mudah dan dapat dikerjakan kapan saja dan dimana saja. Disisi lain, perluasan pasar akan jauh lebih mudah dan cepat jika dibandingkan dengan pemasaran cara tradisional. Konsumen dapat melihat informasi produk yang digunakan pada gambar dan deskripsi dengan detail serta bisa menanyakan informasi yang berkaitan dengan produk kepada produsen, sehingga kedua belah pihak tidak ada yang merasa dirugikan. *E-Commerce* dapat diukur menggunakan indikator menurut (Yawedani & Wijaya, 2017) antara lain:

1. Minat Jual
2. Minat menggunakan *E-Commerce*
3. Minat Referensi

Innovation Capability

Innovation Capability merupakan kemampuan untuk menerapkan sumber daya dalam berproses menciptakan nilai pelanggan, melakukan pengembangan,

meningkatkan dan mengkomersilkan produk serta layanan yang belum pernah ada maupun yang sudah ada, menurut (Terziovski, 2007) dalam bukunya. Inovasi merupakan sebuah hal yang belum pernah dirasakan oleh konsumen sebelumnya demi menambah nilai dari produk atau jasa yang dihasilkan. Tanpa adanya sebuah inovasi sebuah bisnis tidak akan bertahan lama. Hal ini disebabkan keutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan yang berubah-ubah yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itu diperlukan adanya inovasi yang berkelanjutan agar sebuah bisnis tetap berdiri dan berkembang dalam menjalankan usahanya yang bertujuan untuk memenangkan pasar. *Innovation Capability* dapat diukur menggunakan indikator menurut (Kuratko & Hottgetts, 2019) antara lain:

1. Penemuan
2. Pengembangan
3. Duplikasi
4. Sintesis

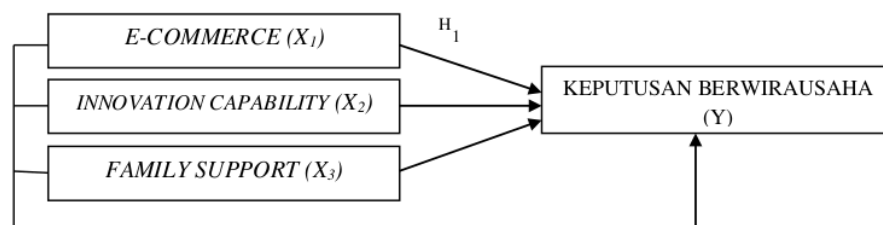
Family Support

Dukungan keluarga (*Family Support*) adalah sikap, tindakan dan penerimaan keluarga terhadap sesama anggota keluarganya (Fiedman, 2010). Jadi dukungan keluarga merupakan suatu bentuk hubungan baik dalam bersikap dan bertindak antar sesama didalam sebuah hubungan keluarga yang saling mendukung dan mempedulikan. Anggota keluarga dianggap bagian yang tidak terpisahkan pada tatanan keluarga. Intinya, keluarga diharapkan berfungsi sebagai perwujudan dari proses peningkatan timbal balik rasa cinta dan kasih sayang antar anggota keluarga. *Family Support* dapat diukur menggunakan indikator menurut (Periera et al., 2017) antara lain :

1. Dukungan Emosional
2. Dukungan Penilaian (Penghargaan)
3. Dukungan Instrumental
4. Dukungan Informasional

Kerangka Konseptual

Penelitian ini berfokus pada pengaruh *E-Commerce*, *Innovation Capability* dan *Family Support* terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa jurusan manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo dengan kerangka konseptual sebagai berikut:



H₂

H₃

H₄

Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Merupakan jawaban atau dugaan sementara terhadap perumusan masalah dalam sebuah penelitian yang dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah pada penelitian (Sugiyono, 2017). Hipotesis pada penelitian ini antara lain :

1. Hubungan pengaruh *E-Commerce* terhadap Keputusan Berwirausaha

E-Commerce membuat sebuah usaha menjadi lebih mudah, cepat dan aman, berbekal dengan layanan internet para wirausaha akan sangat mudah memasarkan produknya diseluruh Indonesia maupun luar negeri. Selain itu modal yang digunakan lebih *fleksibel* serta bisa dilakukan kapanpun ketika produsen hendak memasarkan produknya. Adanya *E-Commerce* ini diharapkan dapat meningkatkan minat seseorang dalam memutuskan untuk berwirausaha. Penelitian yang dilakukan (Prameswari & Dharmadiaksa, 2017) menyatakan bahwa *E-Commerce* terdapat pengaruh positif terhadap pengambilan Keputusan Mahasiswa Berwirausaha. Berdasarkan pemikiran diatas dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Diduga *E-Commerce* berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

2. Pengaruh *Innovation Capability* terhadap Keputusan Berwirausaha

Berdasar pada kemampuan berinovasi yang dimiliki seseorang maka akan semakin lebih mudah dalam berwirausaha, karena banyak ide yang dapat dituangkan dalam produk yang akan dijual sehingga produk yang dipasarkan tidak harus bersaing dengan produk sama yang telah ada. Semakin tinggi tingkat kemampuan berinovasi dalam diri seseorang maka akan semakin meningkatkan keputusannya untuk berwirausaha. Penelitian yang dilakukan (Sulistiyani, 2010) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap kinerja usaha kecil menengah dikota Semarang. Berdasarkan pemikiran diatas dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Diduga *Innovation Capability* berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

3. Pengaruh *Family Support* terhadap Keputusan Berwirausaha

Dukungan keluarga membuat anak semakin percaya diri dan merasa aman karena ada orang-orang dibelakangnya yang mendukung keputusannya. Pada saat berwirausaha dengan dukungan keluarga yang diperoleh seseorang maka akan semakin mudah mendapatkan dukungan emosional maupun *financial*. Hal ini menunjukkan bahwa makin tinggi dukungan dari keluarga artinya bisa meningkatkan keputusan berwirausaha. Penelitian yang dilakukan (Setiabudi, 2019) menyatakan bahwa *support* keluarga mempunyai pengaruh positif pada niat anak. Berdasarkan pemikiran diatas dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Diduga *Family Support* berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. Pengaruh *E-Commerce*, *Innovation Capability* dan *Family Support* terhadap Keputusan Berwirausaha

Mengetahui kemudahan yang disuguhkan *E-Commerce* sehingga mampu menjawab kebingungan tempat ketika ingin memulai dalam berwirausaha dan didukung dengan *Innovation Capability* didalam dirinya sehingga mudah mentukan produk atau mengembangkan usahanya serta *Family Support* yang akan membantu dalam berbagai masalah yang akan dihadapi maka akan menambah rasa kepercayaan dirinya ooleh sebab itu akan semakin tinggi keputusan mahasiswa dalam menjadi wirausaha. Berdasarkan pemikiran diatas dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Diduga *E-Commerce*, *Innovation Capability* dan *Family Support* terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo dengan populasi mahasiswa jurusan Manajemen tahun angkatan 2016-2018 yang berjumlah 694 mahasiswa. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 60 responden dan menggunakan tehnik *Purposive Sampling* atau tehnik penentuan sampel berdasar pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Pengambilan data pada penelitian ini yaitu kuantitatif dengan metode pengumpulan data primer melalui penyebaran kuisioner, observasi serta wawancara.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Yaitu digunakan mengukur sah atau valid tidaknya sebuah kuesioner, artinya pertanyaan pada kuisisioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji Validitas dihitung dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{table} (Ghozali, 2011). Sesuai dengan hasil analisa data primer maka masing-masing instrument yang digunakan dalam penelitian memiliki hasil uji yang menunjukkan bahwa $Sig.correlation < \alpha$ (5%) yang artinya semua data variable yang digunakan dalam instrument penelitian adalah valid.

Uji Reliabilitas

Digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner penelitian yang dipergunakan untuk pengumpulan data variable penelitian itu reliabel, dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas ini dengan menguji statistik *Cronbach Alpha*. Variable dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2011). Sesuai hasil analisa data primer yang dilakukan masing-masing instrument memiliki hasil uji yang menunjukkan angka *Cronbach Alpha* diatas 0,60 artinya seluruh data variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
<i>E-Commerce (X1)</i>	0,812	>0.60	Reliabel
<i>Innovation Capability (X2)</i>	0,727	>0.60	Reliabel
<i>Family Support (X3)</i>	0,833	>0.60	Reliabel
Keputusan Berwirausaha (Y)	0,860	>0.60	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Hasil Analisis Data

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasar pada data penyebaran kuisisioner yang dilakukan dan selanjutnya diolah melalui *software application SPSS 23.00*, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat dalam nilai negatif dan positif. Hasil regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,440	1,952		1,250	,217

E-Commerce	,257	,109	,273	2,356	,022
Innovation Capability	,357	,124	,330	2,882	,006
Family Support	,287	,128	,295	2,245	,029

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Hasil analisis data tersebut diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 2.440 + 0.257 X_1 + 0.357 X_2 + 0.287 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan analisis regresi linier berganda tersebut dapat artikan sebagai berikut:

- a = 2.440 merupakan nilai konstanta variabel independen dalam keadaan konstan artinya Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo sebesar 2.440.
- b₁ = 0.275 merupakan koefisien regresi arah variabel *E-Commerce* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha dengan tanda positif sebesar 0.275. Artinya apabila variabel *E-Commerce* meningkat 1 satuan maka Keputusan Berwirausaha akan naik sebesar 0,257 dimana faktor lainnya dalam keadaan konstan atau tetap.
- b₂ = 0.357 merupakan koefisien regresi arah variabel *Innovation Capability* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha dengan tanda positif sebesar 0.357. Artinya apabila variabel *Innovation Capability* meningkat 1 satuan maka Keputusan Berwirausaha akan naik sebesar 0,357 dimana faktor lainnya dalam keadaan konstan atau tetap.
- b₃ = 0.287 merupakan koefisien regresi arah variabel *Family Support* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha dengan tanda positif sebesar 0.287. Artinya apabila variabel *Family Support* meningkat 1 satuan maka Keputusan Berwirausaha akan naik sebesar 0,287 dimana faktor lainnya dalam keadaan konstan atau tetap.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Berdasar data penyebaran kuisioner yang dilakukan dan diolah melalui *software application SPSS 23.00*. Hasil analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779 ^a	,607	,586	1,635

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasar pada tabel diatas bisa diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinas dimana nilai R square sebesar 0,607. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kontribusi variable independen terhadap naik turunnya atau variasi variable dependen adalah 60,7% dan sisanya sebesar 39,3% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji T

Berikut merupakan hasil tanggapan kuisisioner keseluruhan dari responden kemudian diolah menggunakan SPSS Versi 23 antara lain :

Tabel 3. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients		
1 (Constant)	2,440	1,952		1,250	,217
E-Commerce	,257	,109	,273	2,356	,022
Innovation Capability	,357	,124	,330	2,882	,006
Family Support	,287	,128	,295	2,245	,029

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasar pada tabel tersebut dapat diketahui nilai t_{hitung} pada tabel T menunjukkan nilai lebih besar dari pada t_{tabel} sebesar 2,003 dengan tingkat signifikan <5% artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

a. Pengaruh *E-Commerce* terhadap Keputusan Berwirausaha

Berdasar hasil dari analisis pengaruh *E-Commerce* terhadap keputusan berwirausaha diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,356 sedangkan nilai t_{tabel} 2,003 dengan tingkat signifikan 0,022 lebih kecil dari 0,05 (taraf signifikansi) dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yang menandakan berpengaruh positif dan signifikan artinya H_1 diterima, sehingga disimpulkan variabel *E-Commerce* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

b. Pengaruh *Innovation Capability* terhadap Keputusan Berwirausaha

Berdasar hasil dari analisis pengaruh *Innovation Capability* terhadap keputusan berwirausaha didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,882 sedangkan nilai t_{tabel} 2,003 dengan tingkat signifikan 0,006 lebihkecil dari 0,05 (taraf signifikansi) dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} artinya berpengaruh positif dan signifikan sehingga H_2 diterima sehingga ditarik kesimpulan bahwa variable *Innovation Capability* memiliki pengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

c. Pengaruh *Family Support* terhadap Keputusan Berwirausaha

Berdasar hasil dari analisis pengaruh *Family Support* terhadap keputusan berwirausaha didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,245 sedangkan nilai t_{tabel} 2,003 dengan tingkat signifikan 0,029 lebihkecil dari 0,05 (taraf signifikansi) dapat ditarik kesimpulan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga berpengaruh

positif dan signifikan, artinya H_3 diterima, sehingga variable *Family Support* memiliki pengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

Uji F

Merupakan uji yang dipakai untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variable independen secara parsial terhadap variable dependen, dengan cara membandingkan $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan angka probabilitas signifikansi $< 5\%$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Berikut merupakan hasil tanggapan kuisioner keseluruhan dari responden kemudian diolah menggunakan SPSS Versi 23 antara lain :

Tabel 4. Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	231,365	3	77,122	28,866	,000 ^b
Residual	149,618	56	2,672		
Total	380,983	59			

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasar pada tabel tersebut bisa diketahui nilai f_{hitung} pada tabel F menunjukkan nilai 28,866 lebih besar dari pada f_{tabel} sebesar 2,77 dengan tingkat signifikan $< 5\%$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi ditarik kesimpulan semua variable independen berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

PEMBAHASAN

Pengaruh *E-Commerce* terhadap Keputusan Berwirausaha mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* mempunyai pengaruh yang penting dalam keputusan berwirausaha, karena dengan menggunakan *E-Commerce* sebuah usaha yang dilakukan akan semakin mudah untuk dipasarkan dengan jangkauan yang luas. Selain itu dengan berwirausaha menggunakan *E-Commerce* usaha dapat dilakukan untuk mengisi waktu luang karena dilakukan secara *Online*. Menurut responden aplikasi *E-Commerce* mampu meningkatkan keputusan mereka dalam memulai bisnis. Untuk itu dengan adanya *E-Commerce* dapat memudahkan mahasiswa dalam memulai untuk berwirausaha.

Pengaruh *Innovation Capability* terhadap Keputusan Berwirausaha mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Dapat disimpulkan bahwa *Innovation Capability* mempunyai pengaruh yang penting terhadap keputusan berwirausaha, karena dengan kemampuan berinovasi yang seseorang miliki maka akan lebih mudah mengembangkan usahanya demi memenuhi permintaan pelanggan yang semakin hari berubah sesuai dengan trend. Artinya dengan kemampuan seseorang dalam melakukan

inovasi akan semakin mudah seseorang tersebut melakukan wirausaha karena banyak menemukan ide yang akan dituangkan kedalam produknya dan mempunyai *value* untuk diperjual belikan. Responden menilai bahwa *Innovation Capability* mampu meningkatkan keputusan mereka dalam berbisnis. Semakin tinggi kemampuan seseorang dalam melakukan motivasi maka akan semakin tinggi dalam mengambil keputusan menjadi wirausaha.

Pengaruh *Family Support* terhadap Keputusan Berwirausaha mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Support keluarga dinyatakan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Hal ini menunjukkan bahwa dengan *support* keluarga yang didapatkan akan mendorong potensnyai dan meningkatkan keputusan mahasiswa untuk berwirausaha. Berdasarkan tanggapan responden terkait *Familly Support* terhadap keputusan berwirausaha adalah mahasiswa selaku responden menilai bahwa *Familly Support* mampu meningkatkan keputusan mereka dalam berbisnis. Melalui *support* keluarga, seseorang lebih merasa percaya diri dan semakin bersemangat demi mewujudkan tujuan dari keputusannya berwirausaha.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama *E-Commerce* (X_1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha (Y) mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Hal ini menunjukkan bahwa *E-Commerce* dapat meningkatkan keputusan mahasiswa untuk berwirausaha.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua *Innovation Capability* (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha (Y) mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Hal ini menunjukkan bahwa *Innovation Capability* dapat meningkatkan keputusan mahasiswa untuk berwirausaha.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga *Family Support* (X_3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha (Y) mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Hal ini menunjukkan bahwa *Family Support* dapat meningkatkan keputusan mahasiswa untuk berwirausaha.
4. Berdasarkan hasil uji hipotesis keempat *E-Commerce* (X_1), *Innovation Capability* (X_2), *Family Support* (X_3) secara bersamaan atau simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Saran

1. Bagi Institusi

Berdasarkan hasil penelitian yang menemukan bahwa *E-Commerce*, *Innovation Capability* dan *Family Support* mampu mempengaruhi keinginan mahasiswa untuk berwirausaha, maka sebaiknya perguruan tinggi mengimplementasikan kurikulum belajar yang dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan mahasiswa terkait *E-Commerce* serta peningkatan *soft skill* terkait kemampuan berinovasi.

2. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini menemukan bahwa *E-Commerce*, *Innovation Capability* dan *Family Support* mampu mempengaruhi keinginan mahasiswa untuk berwirausaha, untuk itu disarankan bagi mahasiswa bahwa berwirausaha menggunakan *E-Commerce* sangat membantu karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, pemasaran yang luas, akses yang mudah dan dapat dijangkau semua kalangan. Untuk itu *E-Commerce* ini sangat baik diterapkan dalam berwirausaha sehingga dapat memaksimalkan usaha yang sedang dijalankan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan bagi peneliti yang akan datang ketika melakukan penelitian terkait keputusan mahasiswa berwirausaha untuk menggunakan variable-variabel selain selain yang digunakan pada penelitian ini. Misalnya kemampuan menggunakan teknologi atau pengetahuan wirausaha.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Adetia, T. (2017). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Sikap dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha [Universitas Lampung]. In *Skripsi*. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607%0A>
- Fiedman, M. M. (2010). *Buku Ajar Keperawatan Keluarga Riset, Teori, Praktik* (5th ed.). EGC.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, M., & Yulianawati, E. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus pada STMIK Mikroskil Medan). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 5(April), 61–69.
- Husaini, U. (2012). *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan* (3rd ed.). Bumi aksara.
- Kuratko, D., & Hottgetts, R. M. (2014). *Entrepreneurship : Theory, Process, and Practice(6 Th ed.)*. USA: South-Western Cengage Learning.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 Jilid 1). Erlangga.
- Periera, A., Mashabi, N. A., & Muhariati, M. (2017). Pengaruh Dukungan Orangtua terhadap Minat Anak dalam berwirausaha (Pada Siswa SMK Strada Koja , Jakarta Utara). *Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan*, 04(02).
- Prameswari, D. A. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Perkembangan teknologi

informasi di dunia usaha sangat membantu para wirausaha dalam menjalankan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(2302–8556), 261–289.

- Setiabudi, kezia J. (2019). Pengaruh Dukungan Keluarga dan Kepribadian Wirausaha terhadap Niat Berwirausaha mahasiswa Program Studi Manajemen Terakreditasi “A” pada Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surabaya. *Jurnal AGORA*, 7(1).
- Siagian, Sondang P. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara.
- Sudrajat, M. M. (2012). *Kiat Mengentaskan Pengangguran dan Kemiskinan Melalui Wirausaha*. Bumi aksara.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyani. (2010). Program Pemasaran Dan Kemampuan Berinovasi. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 1, 89–100.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan : Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Terziovski, M. (2007). *Building Innovation Capability in Organization*. Imperial College Press.
- Wong, Jony. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Elex Media Komputido. Jakarta.
- Yawedani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang). *Jurnal Resti*, 1(1), 64–69.

Artikel - Pengaruh E commerce

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Ponorogo
Student Paper

7%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography Off