

PENGARUH SELF EFFICACY DAN E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN FAKULTAS EKONOMI UNIMED STAMBUK 2022

Farhan Sandy Naufal¹, Nelly Armayanti², Dodi Pramana³

naufalfarhansandy@gmail.com¹, nellyarmayanti@unimed.ac.id², dodipramana@unimed.ac.id³

Universitas Negeri Medan

Abstrak

Dewasa ini, Indonesia menghadapi tantangan serius terkait tingginya tingkat pengangguran, khususnya di kalangan lulusan perguruan tinggi. Salah satu solusi strategis untuk mengatasi permasalahan ini adalah melalui pengembangan kewirausahaan. Namun, minat berwirausaha mahasiswa masih tergolong rendah, terutama karena rendahnya self-efficacy dan kurangnya pemanfaatan peluang melalui e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh self-efficacy dan e-commerce terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi UNIMED Stambuk 2022. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif korelasional, dengan instrumen berupa angket yang disebarakan kepada 60 responden. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa lebih memilih bekerja di sektor formal dibandingkan memulai usaha sendiri. Selain itu, self-efficacy mahasiswa masih tergolong rendah, ditandai dengan kurangnya keyakinan dalam menghadapi risiko bisnis, serta minimnya pemanfaatan e-commerce sebagai sarana berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan perlunya peningkatan kepercayaan diri dan literasi digital agar mahasiswa mampu memanfaatkan peluang usaha digital secara maksimal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi institusi pendidikan dalam merancang program pengembangan kewirausahaan yang lebih efektif dan berbasis teknologi.

Kata Kunci: Self-efficacy, E-Commerce, Minat Berwirausaha, Mahasiswa, Administrasi Perkantoran.

PENDAHULUAN

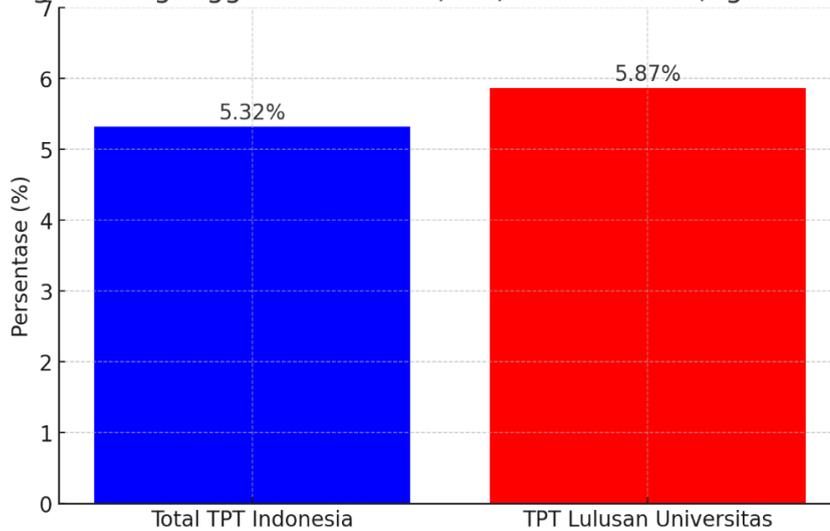
Dewasa ini Indonesia menghadapi tantangan serius dalam mengatasi pengangguran, terutama di kalangan lulusan perguruan tinggi. Pengangguran merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kondisi ekonomi suatu negara. Semakin tinggi tingkat pengangguran, semakin besar tekanan terhadap perekonomian, baik dalam aspek sosial maupun kesejahteraan masyarakat. Salah satu solusi yang telah banyak dikembangkan di berbagai negara untuk mengurangi pengangguran adalah melalui penguatan sektor kewirausahaan.

Pendidikan memiliki peran krusial dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar dapat bersaing di era globalisasi. Rendahnya mutu pendidikan menjadi salah satu penyebab kurangnya kesiapan tenaga kerja dalam menghadapi dinamika dunia industri. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, pertumbuhan ekonomi sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia yang mampu bersinergi dengan kebutuhan pasar tenaga kerja. Oleh karena itu, kemajuan ekonomi tidak hanya bergantung pada modal finansial yang besar, tetapi juga pada ketersediaan tenaga kerja yang kompeten dan terampil.

Menurut Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022) negara dengan tingkat kewirausahaan yang tinggi cenderung memiliki ekonomi yang lebih stabil. Wirausaha dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pemanfaatan sumber daya yang lebih optimal.

tinggi dibandingkan dengan tingkat pendidikan lainnya.

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia (Agustus 2023)



Gambar 1. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia (Agustus 2023).

Sumber: Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2023)

Tingginya TPT di kalangan lulusan perguruan tinggi ini mengindikasikan perlunya upaya lebih dalam mendorong minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, mereka dapat menciptakan lapangan kerja sendiri dan berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Tingginya angka ini mengindikasikan bahwa pasar kerja belum mampu menyerap seluruh lulusan perguruan tinggi, yang sebagian besar masih mengandalkan pekerjaan di sektor formal. Permasalahan ini menunjukkan bahwa peluang kerja di sektor formal tidak mampu menampung seluruh lulusan setiap tahunnya.

Di Indonesia, minat mahasiswa untuk berwirausaha masih relatif rendah karena adanya persepsi bahwa bekerja di sektor formal lebih menjamin kestabilan finansial dibandingkan menjadi wirausahawan. Meskipun berbagai program kewirausahaan telah diperkenalkan di perguruan tinggi, banyak mahasiswa masih lebih tertarik untuk menjadi pegawai daripada memulai bisnis sendiri. Padahal, kewirausahaan dapat menjadi solusi strategis untuk menciptakan lapangan kerja mandiri dan mengurangi ketergantungan terhadap peluang kerja yang semakin terbatas.

Aghniya & Subroto (2021) Menemukan bahwa manfaat bisnis adalah tren jantung dalam topik yang menarik dalam menciptakan organisasi, penyesuaian, dukungan, dukungan risiko dan pengembangan perusahaan yang diciptakannya.

Beberapa faktor yang mempengaruhi rendahnya minat mahasiswa dalam berwirausaha antara lain ketidakpastian pendapatan dalam berwirausaha, kurangnya akses terhadap modal dan dukungan bisnis, serta minimnya kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan bisnis. Mahasiswa cenderung memilih jalur karier yang lebih pasti, seperti menjadi pegawai negeri atau bekerja di perusahaan swasta dengan penghasilan tetap.

Tabel 1. Angket Observasi Awal Minat Berwirausaha

No.	Pernyataan	Frekuensi Jawaban			
		Ya	Pers%	Tidak	Pers%
1.	Setelah Lulus dari Perguruan Tinggi memilih kerja	52	91,23	5	8,77
2.	Merasa tertarik untuk memulai peluang atau kesempatan baru dalam membuka usaha sendiri	45	78,95	12	21,05
3.	Merasa berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha sendiri	28	49,12	29	50,88
4.	Merasa antusias saat mendengar tentang peluang atau kesempatan baru dalam dunia usaha	50	87,72	7	12,28
5.	Memiliki rancangan sikap kreatif dan inovatif untuk memulai usaha ke depannya	37	64,91	20	35,09
Nilai Rata Rata		212	371,93	73	128,07

Sumber: Data Diolah 2025

Dalam survei di atas, 57 siswa terbuka, dengan lebih dari 90% pelepasan, tetapi lebih dari 90% pelepasan, yang dapat melebihi lebih dari itu, tetapi dapat melakukan lebih banyak pekerjaan, kita dapat menyimpulkan bahwa survei di atas masih rendah. Jadi, jika masih ada banyak orang yang tidak memiliki desain untuk menemukan perusahaan, mereka merasa antusias ketika mereka belajar tentang peluang dan peluang baru di dunia bisnis. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa masih rendah.

Faktor utama yang menjadi kendala antara lain adalah kurangnya rasa percaya diri, minimnya keterampilan digital, serta ketidakpastian dalam menghadapi risiko bisnis. Self-efficacy merupakan faktor psikologis yang berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam memulai usaha. Self-efficacy merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan tertentu.

Tabel 2. Angket Observasi Awal Efikasi Diri (Self Efficacy)

No.	Pernyataan	Ya	Pers%	Tidak	Pers%
1.	Yakin akan keberhasilan dalam setiap usaha?	35	58,33	25	41,67
2.	Yakin memiliki Keterampilan yang dibutuhkan untuk berwirausaha ?	40	66,67	20	33,33
3.	Yakin mampu mengendalikan sumber daya yang dimiliki?	41	68,33	19	31,67
4.	Yakin memiliki pengetahuan yang cukup tentang berwirausaha?	46	76,67	14	23,33
5.	Yakin menghadapi setiap risiko yang menghadang dalam berwirausaha?	44	73,33	16	26,67
Jumlah Rata Rata		206	343,33	94	156,67

Sumber: Data Diolah 2025

Menurut data pra penelitian di atas, 60 siswa kelas A dan B Pendidikan Administrasi Perkantoran menunjukkan tingkat efikasi diri yang rendah dalam berwirausaha. Hal ini disebabkan oleh keyakinan siswa bahwa seorang wirausaha akan menghadapi situasi yang tidak pasti, membutuhkan banyak modal, penghasilan yang tidak tetap, dan banyak resiko lainnya. Anggapan-anggapan ini dapat menyebabkan ketakutan untuk gagal dan ketakutan untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Selain itu, kurangnya kompetensi mahasiswa menyebabkan mereka kurang berminat dalam berwirausaha. Akibatnya, banyak mahasiswa tidak percaya diri untuk memulai usaha sendiri.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, e-commerce telah membuka peluang besar bagi mahasiswa untuk terjun ke dunia bisnis dengan modal yang relatif kecil.



Gambar 2. Perkembangan Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia
Sumber: Bank Indonesia, 2023.

Beberapa keunggulan e-commerce yang dapat dimanfaatkan mahasiswa dalam berwirausaha antara lain akses pasar yang luas, modal awal yang lebih rendah dibandingkan bisnis konvensional, kemudahan pemasaran digital melalui media sosial dan platform marketplace, serta fleksibilitas waktu yang memungkinkan mahasiswa tetap fokus pada studi mereka. Dengan berbagai kemudahan ini, e-commerce menjadi peluang yang sangat menarik bagi mahasiswa untuk memulai bisnis. Meskipun e-commerce menawarkan peluang yang besar, tidak semua mahasiswa memiliki kesiapan dan keyakinan untuk memulai bisnis berbasis digital. Faktor self-efficacy menjadi aspek krusial dalam menentukan apakah seorang mahasiswa akan memanfaatkan peluang e-commerce atau tidak. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana self-efficacy dan peluang e-commerce dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha.

Tabel 3. Angket Observasi Awal E Commerce

No.	Pernyataan	Ya	Pers%	Tidak	Pers%
1.	Mengetahui itu <i>e-commerce</i> dan apa manfaatnya?	46	76,67	14	23,33

No.	Pernyataan	Ya	Pers%	Tidak	Pers%
2.	Memiliki aplikasi <i>e-commerce</i> (seperti: Shopee, Toko Pedia, Lazada, Buka Lapak, dll)?	53	88,33	7	11,67
3.	Merasa puas dengan penggunaan salah satu platform <i>e-commerce</i> ?	37	61,67	23	38,33
4.	Menjadikan salah satu <i>e-commerce</i> sebagai peluang bisnis dan Sudah membuka usaha sendiri?	19	31,67	41	68,33
Jumlah Rata Rata		155	258,34	85	141,66

Sumber: Data Diolah 2025

Menurut data di atas, kesimpulan bahwa dari 60 siswa kelas A dan B dari Kelas A dan B, apa yang digunakan oleh *e-commerce* dan menggunakan *e-commerce*. Tetapi pada kenyataannya, siswa tidak mengubah *e-commerce* menjadi peluang untuk memulai bisnis oleh sejumlah kecil siswa yang belum membuka perusahaan mereka sendiri di salah satu *e-commerce*. Penggunaan *E-Commerce* yang rendah sebagai kesempatan bagi semangat bisnis di antara siswa telah membuat siswa kurang tertarik pada semangat bisnis. Faktor-faktor seperti modal awal yang terbatas, ketakutan akan penipuan, ketidakpastian pasar, kurangnya dukungan dan nasihat, ketakutan akan kegagalan, dan kurangnya hubungan dengan mitra bisnis dapat menyebabkan hal ini. Dalam *e-commerce*, ini bukan hanya masalah menyediakan produk dari produk yang diinginkan konsumen, tetapi juga masalah memberikan layanan yang baik kepada konsumen.

Studi sebelumnya telah menyelidiki hubungan antara *e-commerce*, minat berwirausaha, dan *self-efficacy*. Putri et al. (2024) menyelidiki bagaimana tiga faktor, *self-efficacy*, *e-commerce*, dan sistem informasi akuntansi, memengaruhi keinginan siswa untuk berwirausaha. Hasil menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh secara signifikan, tetapi *e-commerce* tidak mempengaruhi minat mahasiswa akuntansi Politeknik Negeri untuk berwirausaha. Studi ini menunjukkan bagaimana faktor internal seperti kepercayaan diri dapat mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha.

Yesela et al., (2020) mengkaji dampak *self-efficacy* terhadap intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa manajemen. Studi ini menemukan bahwa *self-efficacy* berperan penting dalam membentuk niat kewirausahaan, tetapi faktor eksternal seperti akses permodalan dan dukungan sosial juga memainkan peran signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun individu memiliki keyakinan diri yang tinggi, lingkungan eksternal juga dapat mempengaruhi keputusan untuk memulai bisnis.

Mel (2024) meneliti peran *e-commerce* sebagai katalis pertumbuhan bisnis. Studi ini menemukan bahwa *e-commerce* membantu mahasiswa dalam mengembangkan bisnis mereka, tetapi keberhasilan sangat bergantung pada literasi digital dan strategi pemasaran online yang diterapkan. Menurut penelitian oleh Haidar & Patrikha (2023) keterampilan digital dan kepercayaan diri mahasiswa dalam menggunakan teknologi *e-commerce* berkontribusi secara signifikan terhadap minat mereka untuk memulai usaha sendiri.

Dengan kata lain, keberhasilan dalam *e-commerce* tidak hanya bergantung pada peluang yang ada tetapi juga pada kemampuan individu dalam memanfaatkannya secara efektif. Kemudahan yang diberikan *e-commerce* dapat mendorong minat seseorang untuk menjadi seorang wirausahaan. Berbagai penelitian telah mengkaji peran *self-efficacy* dan *e-commerce* dalam kewirausahaan mahasiswa, tetapi masih terdapat

kesenjangan yang perlu diteliti lebih lanjut.

Kesenjangan ini menunjukkan bahwa ada faktor-faktor psikologis dan struktural yang perlu diatasi agar mahasiswa lebih siap untuk menjadi wirausaha. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana self-efficacy dan e-commerce dapat mendorong minat mahasiswa dalam berwirausaha. Peningkatan wirausaha di kalangan mahasiswa menjadi topik yang semakin penting seiring dengan berkembangnya dunia bisnis dan teknologi, khususnya e-commerce. Dalam konteks ini, mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan berbagai peluang yang ada untuk mengembangkan minat berwirausaha mereka. Salah satu faktor yang berperan penting dalam menciptakan minat berwirausaha adalah self-efficacy atau keyakinan diri. Selain itu, kemajuan teknologi yang memfasilitasi transaksi bisnis secara daring melalui e-commerce turut memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk terjun ke dunia wirausaha. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti dan melakukan penetapan judul Pengaruh Self Efficacy Dan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Unimed Stambuk 2022”

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif akan digunakan dan metodenya adalah asosiatif. Rifa'i (2021) mengatakan bahwa penelitian asosiatif mencari hubungan antara variabel. Maka dari itu, penelitian ini harus menghubungkan minimal dua variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Populasi Responden

Penelitian ini melibatkan 93 responden dari Mahasiswa Administrasi Perkantoran angkatan 2022 dan Mahasiswa Bisnis angkatan 2022. Responden mengisi kuesioner secara lengkap dan benar agar data layak dianalisis. Populasi responden dibagi dua kelompok: Mahasiswa Bisnis untuk uji validitas & reliabilitas. Mahasiswa Administrasi Perkantoran untuk uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, perhitungan koefisien determinasi, dan pembahasan:

- a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berikut ini tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam tabel 4. :

Tabel 4. Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Presentase(%)
Laki-Laki	21	22,58%
Perempuan	73	77,42%
Total	93	100%

Berdasarkan data presentase karakteristik responden berdasar dari jenis kelamin pada tabel 4. sehingga banyaknya responden terbesar yakni responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 73 orang atau 77,42%, tidak hanya itu banyaknya responden terendah adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki yakni 21 orang atau 22,58%. Bisa di Tarik kesimpulan bahwasannya mayoritas responden berjenis kelamin perempuan.

- b. Karakteristik responden berdasar dari jurusan pendidikan

Dibawah ini tabel dari karakteristik responden berdasar dari jurusan pada tabel 5:

Tabel 5. Presentase Responden Berdasarkan Jurusan Pendidikan

Jurusan Pendidikan	Frekuensi (orang)	Presentase(%)
Bisnis	30	32,26%
Administrasi Perkantoran	63	67,74%
Total	93	100%

Menurut Tabel 5. tentang distribusi jurusan responden Administrasi Perkantoran mendominasi dengan 63 orang (67,74%) Bisnis menempati posisi terendah dengan 30 orang (32,26%) Artinya, sebagian besar responden berasal dari jurusan Administrasi Perkantoran.

Uji Instrumen Penelitian

Untuk melakukan penelitian yang sesungguhnya, angket sebagai instrumen penelitian ini dilakukan uji coba kepada mahasiswa diluar sampel untuk mendapatkan Validitas dan Reabilitas pada angket yang digunakan. Uji coba ini dilakukan pada bulan Juni 2024 kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2022 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang berjumlah sebanyak 30 orang. Pengujian Validitas menggunakan tools IBM SPSS Statistic 27 dan Reabilitas menggunakan tools IBM SPSS Statistic 27 dengan ketentuan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap valid pada taraf signifikan ($\alpha = 0.05$) dengan jumlah responden 30 orang.

Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Self-Efficacy (X1)

Uji Validitas dilakukan untuk mengecek akurasi data kuesioner. Validitas ditetapkan saat r_{hitung} melebihi r_{tabel} . Dengan 30 responden, diperoleh: $df = 28$ (dari $30-2$) dan $r_{tabel} = 0.3610$ ($\alpha=5\%$). Proses analisis memakai IBM SPSS 27.0. Hasil uji validitas Self-Efficacy (X1) disajikan berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Self-Efficacy (X1)

Item	R_{hitung}	R_{Tabel}	Keterangan
1	0,938	0,361	Valid
2	0,826	0,361	Valid
3	0,934	0,361	Valid
4	0,872	0,361	Valid
5	0,864	0,361	Valid
6	0,857	0,361	Valid
7	0,809	0,361	Valid
8	0,876	0,361	Valid
9	0,853	0,361	Valid
10	0,751	0,361	Valid
11	0,802	0,361	Valid
12	0,826	0,361	Valid
13	0,879	0,361	Valid
14	0,927	0,361	Valid
15	0,924	0,361	Valid
16	0,837	0,361	Valid
17	0,842	0,361	Valid
18	0,899	0,361	Valid
19	0,867	0,361	Valid
20	0,87	0,361	Valid

Item	R _{hitung}	R _{Tabel}	Keterangan
21	0,797	0,361	Valid
22	0,783	0,361	Valid
23	0,802	0,361	Valid
24	0,868	0,361	Valid
25	0,73	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data pada SPSS 27.0

Tabel 6. menunjukkan nilai R Hitung tiap item variabel penelitian. Hasil perhitungan membuktikan total korelasi seluruh pertanyaan lebih tinggi daripada R Tabel. Maka dari itu, semua item layak dipakai sebagai instrumen penelitian lanjutan. Selanjutnya, dilakukan uji Reliabilitas untuk variabel Self-Efficacy (X1) seperti terlihat pada Gambar 3. :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.983	25

Gambar 3. Uji Reabilitas Self-Efficacy (X1)

Sumber : Hasil Pengolahan Data pada SPSS 27.0

Jika nilai koefisien Cronbach Alpha 0,983 lebih besar dari 0,6, variabel Self-Efficacy (X1) dianggap dapat digunakan sebagai instrumen untuk penelitian lanjutan, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.

Uji Validitas dan Reabilitas Variabel E-Commerce (X2)

Selanjutnya, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk variabel E-Commerce (X2). Dengan sampel 30 responden, diperoleh Derajat kebebasan (df) = 30 - 2 = 28. Nilai kritis pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=5\%$) = 0,3610

Pengujian menggunakan alat IBM SPSS Statistics 27.00. Berikut hasil uji validitas variabel E-Commerce (X2) :

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel E-Commerce (X2)

Item	R _{hitung}	R _{Tabel}	Keterangan
1	0,831	0,361	Valid
2	0,868	0,361	Valid
3	0,875	0,361	Valid
4	0,831	0,361	Valid
5	0,778	0,361	Valid
6	0,841	0,361	Valid
7	0,753	0,361	Valid
8	0,736	0,361	Valid
9	0,801	0,361	Valid
10	0,822	0,361	Valid
11	0,849	0,361	Valid
12	0,799	0,361	Valid
13	0,723	0,361	Valid

Item	R _{hitung}	R _{Tabel}	Keterangan
14	0,86	0,361	Valid
15	0,888	0,361	Valid
16	0,86	0,361	Valid
17	0,806	0,361	Valid
18	0,872	0,361	Valid
19	0,849	0,361	Valid
20	0,772	0,361	Valid
21	0,764	0,361	Valid
22	0,712	0,361	Valid
23	0,818	0,361	Valid
24	0,876	0,361	Valid
25	0,899	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data pada SPSS 27.0

Tabel 7. menunjukkan nilai R Hitung tiap item penelitian. Hasil perhitungan membuktikan total korelasi seluruh pertanyaan signifikan karena lebih besar dari R Tabel. Maka dari itu, seluruh item dikatakan layak sebagai instrumen penelitian lanjutan. Tahap berikutnya, dibuat uji Reliabilitas pada variabel E-Commerce (X₂) seperti terlihat dalam Gambar 4.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.979	25

Gambar 4. Uji Reabilitas E-Commerce (X₂)

Sumber : Hasil Pengolahan Data pada SPSS 27.0

Gambar 4. memperlihatkan nilai Cronbach Alpha variabel E-Commerce (X₂) sebesar 0,979. Karena melebihi batas reliabilitas 0,6, variabel ini terbukti konsisten dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian lanjutan.

Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk variabel Minat Berwirausaha (Y). Dengan sampel 30 responden, diperoleh derajat kebebasan (df) = 28 (30 - 2) pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=5\%$). Nilai df 28 menghasilkan batas validitas 0,3610. Pengujian menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 27.00, dan hasilnya disajikan berikut ini :

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Item	R _{hitung}	R _{Tabel}	Keterangan
1	0,817	0,361	Valid
2	0,804	0,361	Valid
3	0,728	0,361	Valid
4	0,706	0,361	Valid
5	0,894	0,361	Valid
6	0,89	0,361	Valid

Item	R _{hitung}	R _{Tabel}	Keterangan
7	0,791	0,361	Valid
8	0,805	0,361	Valid
9	0,817	0,361	Valid
10	0,854	0,361	Valid
11	0,745	0,361	Valid
12	0,827	0,361	Valid
13	0,657	0,361	Valid
14	0,851	0,361	Valid
15	0,64	0,361	Valid
16	0,813	0,361	Valid
17	0,838	0,361	Valid
18	0,851	0,361	Valid
19	0,774	0,361	Valid
20	0,837	0,361	Valid
21	0,748	0,361	Valid
22	0,876	0,361	Valid
23	0,828	0,361	Valid
24	0,875	0,361	Valid
25	0,878	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data pada SPSS 27.0

Dari Tabel 8. terlihat nilai R Hitung tiap item penelitian. Hasil perhitungan menunjukkan korelasi total seluruh pertanyaan lebih tinggi dari R Tabel, sehingga semua item dikatakan valid sebagai instrumen penelitian. Selanjutnya, diterapkan uji Reliabilitas pada variabel Minat Berwirausaha (Y) seperti dalam Gambar 5:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.976	25

Gambar 5. Uji Reabilitas Minat Berwirausaha (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data pada SPSS 27.0

Dari Gambar 5. terlihat bahwa koefisien Cronbach Alpha melebihi 0,6. Hal ini membuktikan bahwa variabel Minat Berwirausaha (Y) reliabel untuk penelitian lanjutan karena nilainya $0,976 > 0,6$.

Deskripsi Data Penelitian

Selanjutnya, data penelitian dideskripsikan per kategori variabel Self-Efficacy, E-Commerce, dan Minat Berwirausaha. Penyajian data menggunakan analisis deskriptif persentase, dimana semua skor variabel dijumlahkan lalu dibandingkan dengan skor ideal untuk mendapatkan persentase skor. Karena skor maksimal tiap item adalah 4 dan skor minimal 1, interval nilainya sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jarak Interval}}$$

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{4}$$

$$\text{Interval} = 0,75$$

Berdasarkan hasil perhitungan batas nilai Interval diatas, maka dapat dikategorikan yang bisa dilihat dalam Tabel 4.6 berikut :

Tabel 9. Kategori Penilaian Variabel Independen

Kategori	Interval
Sangat Setuju	3,26 - 4,00
Setuju	2,51 - 3,25
Tidak Setuju	1,76 - 2,5
Sangat Tidak Setuju	1,00 - 1,75

Sumber : Hasil Perhitungan

Pembahasan

Hasil pada penelitian ini memperlihatkan bahwasannya, terdapat 93 mahasiswa sebagai sampel, dimana sampel diambil secara keseluruhan (total sampling). Kemudian setelah dilakukan perhitungan dengan Regresi Linier Berganda dengan menggunakan tools IBM SPSS Statistic 27.00, diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Self-Efficacy dan E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2022 di Universitas Negeri Medan. Adapun persamaan Regresi yang diperoleh adalah $Y = 17,635 + 0,604 X_1 + 0,207 X_2$. Dari persamaan tersebut bisa diambil Kesimpulan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Self-Efficacy dan E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa.

Pengaruh Self-Efficacy

Hasil pada penelitian ini memperlihatkan bahwasannya Self-Efficacy berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha. Dikarenakan mahasiswa merasa lebih percaya diri dan kemampuan menghadapi tantangan untuk memulai usaha meningkat. Sebaliknya jika mahasiswa tidak merasa lebih percaya diri dan kemampuan dalam menghadapi tantangan untuk memulai usaha, maka minat berwirausaha akan menurun.

Pengaruh E-Commerce

Hasil pada penelitian ini memperlihatkan bahwasannya E-Commerce berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha. Dikarenakan platform yang lebih mudah diakses dan lebih efisien bagi mahasiswa untuk berwirausaha, yang dapat meningkatkan minat berwirausaha. Sebaliknya jika platform susah diakses dan tidak efisien bagi mahasiswa maka minat berwirausaha akan akan menurun.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis menyimpulkan bahwasannya :

1. Self-Efficacy terbukti mendorong signifikan minat wirausaha mahasiswa Universitas Negeri Medan. Hal ini didukung nilai t-hitung 7,819 dan signifikansi 0,000 (jauh di bawah $\alpha=5\%$). Dengan demikian, hipotesis bahwa Self-Efficacy berpengaruh positif dan signifikan diterima.
2. E-Commerce juga berdampak positif signifikan terhadap minat wirausaha. Hasil perhitungan menunjukkan t-hitung 2,572 dan signifikansi 0,012 (masih di bawah batas $\alpha=5\%$). Maka hipotesis pengaruh positif E-Commerce dapat diterima.
3. Nilai R^2 sebesar 0,774 mengindikasikan bahwa Self-Efficacy dan E-Commerce mampu menjelaskan 77,4% fluktuasi minat berwirausaha setelah penyesuaian. Sisanya 22,6% dipengaruhi faktor eksternal di luar penelitian.

Saran

Saran yang dapat diberikan agar penelitian ini terus berkembang adalah :

1. Penelitian ini dapat berkembang dengan menambahkan data sampel yang lebih banyak agar hasil yang diperoleh semakin baik.
2. Untuk mengembangkan penelitian ini dapat menambahkan variabel independen atau pengembangan variabel independen lainnya agar mendapatkan hasil yang terbaik untuk menganalisa minat berwirausaha mahasiswa di Universitas Negeri Medan.
3. Untuk Universitas Negeri Medan agar dapat sering mengadakan seminar-seminar mengenai minat berwirausaha dan menyelenggarakan kunjungan mahasiswa ke beberapa pengusaha industri kreatif seperti UMKM untuk dapat mengembangkan dan menimbulkan ide kreatif bagi mahasiswa yang ingin berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghniya, N. I., & Subroto, W. T. (2021). Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 3(5), 1891–1903.
- Apriyani. (n.d.). *KONTRIBUSI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT WIRAUSAHA MAHASISWA*.
- Ariyanti, A. (2020). *PENGARUH MOTIVASI DAN MENTAL BERWIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA* (Vol. 20).
- Desiwiryana.P. (2023). *PENGARUH SELF EFFICACY DAN LOCUS OF CONTROL*.
- Dewi.F. (2022). *PENINGKATAN PENDAPATAN DI DETERMINASI E COMMERCE DAN MODAL KERJA*.
- Eka.F. (2023). *PENGARUH E-COMMERCE, KEPERIBADIAN DAN EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DITINJAU DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry).
- Fahmi, A. R., & Fauzan. (2024). Pengaruh E-Commerce, Digital Payment, Self-Efficacy dan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2020). *Jurnal EMT KITA*, 8(4), 1277–1291.
- Fathan Yasin, A. (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*.
- Ferizka.N. (2023). *PENGARUH E-COMMERCE, EFIKASI DIRI DAN MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MOTIVASI BERWIRAUSAHA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH*.
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian*.
- Haidar, & Patrikha. (2023). The Influence of E-Commerce and Entrepreneurship Knowledge through Self-Efficacy on Interest in Entrepreneurship in Students Majoring in Online Business and Marketing at State Vocational High School 1 Jombang. *Journal of Multidisciplinary Science*, 2(4), 187–195.
- Hidayah, N. L., & Fitriyah, H. (2023). *PENGARUH E-COMMERCE, MODAL USAHA, EKSPEKTASI PENDAPATAN, DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DENGAN SELF-EFFICACY SEBAGAI VARIABEL MODERASI*. In *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi* (Vol. 19, Issue 2).
- I Nyoman Budiono. (2019). *KEWIRAUSAHAAN I*.
- Khatami.A. (2021). *PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, SELF EFFICACY, DAN KARAKTER WIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA SISWA/I SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) SWASTA NILA HARAPAN*.
- Meifa, Y. T., & Sanjaya, V. F. (2022). *Pengaruh Modal Usaha, Lingkungan dan Self Efficacy*

- terhadap Minat Berwirausaha. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), Mel, M. M. (2024). PERAN E-COMMERCE DALAM MENGEMBANGKAN BISNIS DI ERA DIGITAL. *JURNAL DIALOKA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 3(1), 69–84.
- Mufarizzaturrizkiyah, & Dkk. (2020). Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim E-COMMERCE PERILAKU GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWAMUSLIM Survey pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Penulis.
- Ni Putu Pebi Ardiyani, & A.A.G. Agung Artha Kusuma. (2020). PENGARUH SIKAP, PENDIDIKAN DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA.
- Nur Laily, D. U. W. (2018). Efikasi Diri dan Perilaku Inovasi.
- Putri, Y., Fauzi, N., & Handayani, D. (2024). PENGARUH MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN, SELF EFFICACY, E-COMMERCE, DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI PADANG. In *JABEI* (Vol. 3, Issue 1).
- Rifa'i. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN*.
- Rosmawarni.N, & Dkk. (2024). *E-COMMERCE*.
- Safira, W. (2023). PENGARUH E-COMMERCE, SELF EFFICACY DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DALAM PERSPEKTIF ISLAM.
- Siyoto, S., & Ali Sodik, Mk. M. (2022). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*.
- Sugiyono. (2012). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Suprayogi, M., & Sholikhah, matush. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Di Kalangan Remaja : Studi Kasus Pada Siswa SMAN 1 Sidoarjo (Vol. 18, Issue 2).
- Yanti, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Jl. Denai No*, 2(2), 20371.
- Yesela, E., Rahmi, M., & Ahmad Dahlan. (2020). PENGARUH EFIKASI DIRI, PENGETAHUAN MANAJEMEN.
- Zevender, P. S. (2024). PENGARUH SELF EFFICACY DAN KREATIFITAS TERHADAP MINAT WIRAUSAHA DI INDONESIA.
- Zunaedy, M., & Aisyah, S. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Lumajang Tahun Akademik 2020/2021 Triwilujeng Ayuningtyas. In *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* (Issue 6).