

# **ANALISA PENGARUH PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA, PENGETAHUAN *E-COMMERCE* DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA UNIVERSITAS BANTEN JAYA**

**Tubagus Dedy Fuady**  
Universitas Banten Jaya  
e-mail: [tb.dedifuadi@gmail.com](mailto:tb.dedifuadi@gmail.com)

***Abstract** – Economic problems in Indonesia arose because of the global crisis that hit ASEAN, one of which was Indonesia, from late 2018 to early 2023 with the emergence of COVID-19. This crisis has resulted in many companies in Indonesia carrying out employee layoffs unilaterally. The result of layoffs is an increase in the nominal amount of educated unemployment among graduates of bachelor's degrees, equivalent schools or those who have never had any formal education at all. e-commerce is a way of shopping or trading online or direct selling that utilizes internet facilities where there are websites that provide "get and deliver" services. Entrepreneurship itself is a way of thinking, studying and acting that is based on business opportunities, a holistic approach and balanced leadership (Spinelli & Timmons, 2010: 31). This research uses primary data obtained from the results of filling out questionnaires by respondents using purposive sampling data collection techniques. The population is all UNBAJA Information Systems undergraduate students with a sample of 100 respondents with the criteria of having taken the entrepreneurship course. This research method uses descriptive research with a quantitative approach. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression with the help of SPSS. The conclusion of this research is that simultaneously e-commerce, entrepreneurial knowledge and family environment have a significant effect on interest in entrepreneurship. Partially, social media and family environment do not have a significant effect on interest in entrepreneurship, while e-commerce knowledge has a significant effect on interest in entrepreneurship. The magnitude of the influence of Social Media, e-commerce knowledge, and family environment on the entrepreneurial interest of UNBAJA Information Systems Undergraduate Program students is 56.2%. The variable that has the most influence on students' interest in entrepreneurship in the UNBAJA Information Systems Bachelor's program is knowledge of E-Commerce.*

***Keywords:** Family Environment, Social Media, Interest in Entrepreneurship, E-Commerce Knowledge.*

## **PENDAHULUAN**

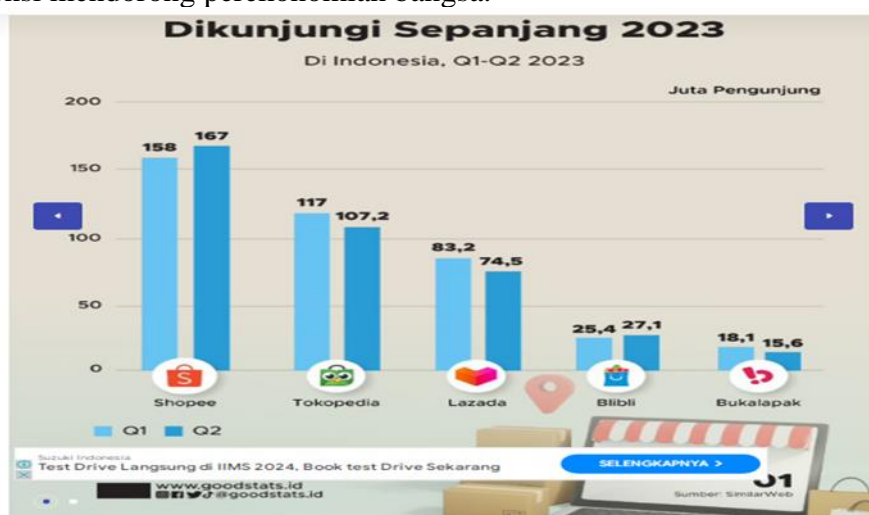
Berdasarkan Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor. 961/KEP/M/XI/1995, kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Masalah perekonomian di Indonesia timbul karena krisis global yang menimpa Asean salah satunya Indonesia semenjak akhir 2018 hingga 2023 awal dengan munculnya COVID-19. Krisis ini sudah membentuk akibat yang menjadikan banyak perusahaan di Indonesia melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) karyawan secara sepihak. Akibat PHK adalah bertambahnya nominal pengangguran terdidik pada lulusan sarjana, sekolah sederajat ataupun yang tidak pernah merasakan pendidikan formal sama sekali.

Tingkat kewirausahaan atau entrepreneurship di Indonesia masih lebih rendah dibandingkan negara lain di Asia Tenggara. Malaysia tingkat kewirausahaanya berada di

sekitar 4,74 persen, Thailand 4,26 persen, Singapura sebesar 8,76 persen dan sedangkan Indonesia hanya 3,47 persen (Erick Thohir, 2021).

Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki mengatakan dalam siaran pers, dikutip Senin (3/5/2021), saat ini jumlah wirausaha di Indonesia masih rendah, sehingga ada tantangan besar untuk mendorong kenaikan rasio kewirausahaan di tanah air. “Target rasio kewirausahaan tahun ini sebesar 3,55 persen, saat ini baru 3,47 persen. Tahun 2024 ditargetkan menjadi 4 persen,” dan berwirausaha menjadi pilihan strategis bagi para milenial, dan berpotensi mendorong perekonomian bangsa.



Gambar 1 E-Commerce yang paling banyak dikunjungi di Indonesia

Sumber : <https://goodstats.id/infographic/e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-sepanjang-2023-aVFg5>

Data tersebut bisa menjadi informasi bahwa pada gambar 1, yakni Hingga pertengahan 2023, aplikasi belanja Shopee masih mempertahankan dominasi di pasar e-commerce Indonesia. Menghimpun data SimilarWeb, Shopee dikunjungi oleh 158 juta pengunjung pada Q1 2023 dan 167 juta pengunjung ada Q2 2023. Sementara itu, Tokopedia dikunjungi 117 juta orang pada Q1 dan 107,2 pada Q2 2023. Sementara itu, dominasi e-commerce di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat. Proyeksi pengguna e-commerce di tanah air digadang-gadang akan mencapai 244 juta pada 2027 mendatang.

Azwar (2013) menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa perguruan tinggi merupakan alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena sarjana diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri agar dapat menjadi sumber daya bagi bangsa. Suhartini (2011) menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa dipercaya merupakan alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena para sarjana diharapkan dapat menjadi wirausaha muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri

Sebagai pemuda millennial, kita harusnya bisa menjadi pengelola atau agregator dalam beberapa kondisi, tanpa terkecuali pada industri e-commerce. Inovasi di dunia industri, teknologi, dan budaya kian hari semakin pesat dan tidak bisa dianalisis, lantaran gelar tidak menjamin kompetisi, ijazah tidak menjamin kepantasan diri berkarir dan bekerja. Maka dari itu, kita harus memahami tentang millennial era, karena itu menjadi rintangan yang kemudian kita hadapi demi menciptakan masa depan yang lebih baik. Masyarakat setidaknya memiliki pemahaman tentang kewirausahaan sebelum berwirausaha, agar bias mengembangkan usahanya dengan sebaik-baiknya. Kewirausahaan sendiri berarti sebuah usaha untuk

mencapai proses yang dinamis demi menggapai kemakmuran dalam masyarakat. (Sihombing, A. & Buaton, 2018).

Menurut Khairani (2014) lingkungan keluarga adalah lingkungan sebagai pendidikan utama yang pertama kali diterima oleh seorang anak karena dalam keluarga inilah anak pertama kali mendapatkan pendidikan dan bimbingan setelah mereka dilahirkan

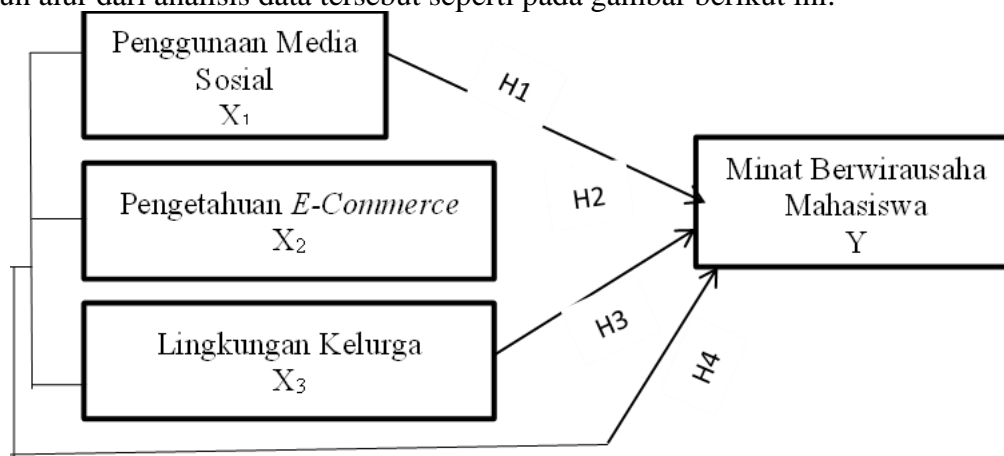
Hasil penelitian Marini dan Hamidah (2014) dan Yanti Dkk (2014) menemukan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK sedangkan hasil penelitian Purnomo (2019), lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa STMIK Duta Bangsa Surakarta. Namun penelitian dilakukan oleh Saputri (2019), yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha Alumni Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survey. pendekatan survey adalah pendekatan yang digunakan untuk memperoleh informasi/fakta lewat tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), dimana peneliti melakukan penyusunan fakta/informasi, seperti mengedarkan kuesioner (angket), observasi, wawancara terstruktur, dokumentasi dan sebagainya (Sugiyono, 2014). Proses penyebaran dan pengumpulan kuesioner dilakukan secara online yakni dengan mengirimkan kepada responden berupa link untuk mengisi kuesioner (angket) dalam penelitian ini.

## Kerangka Konsep

Adapun alur dari analisis data tersebut seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 2 Kerangka Konsep Penelitian

## Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah penelitian maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga Penggunaan Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa

H2 : Diduga pengetahuan E-Commerce berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa

H3 : Diduga lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa

H4 : Diduga Media Sosial, pengetahuan e-commerce dan lingkungan keluarga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program S1 Sistem Informasi Universitas Banten Jaya, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan kriteria mahasiswa sudah mengambil mata kuliah E-Commerce.

### Model Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + B_3 X_3 + e \quad (1)$$

Keterangan:

Y = Minat Berwirausaha

A = konstanta

B = koefisien regresi

X1 = Media Sosial

X2 = Pengetahuan E-Commerce

X3 = Lingkungan Keluarga

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kriteria-kriteria pengambilan sampel yang telah ditentukan, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan jumlah pernyataan sebanyak 34 butir. Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jumlah responden didominasi berjenis kelamin perempuan yaitu 58% dan laki-laki sebesar 42%. 70% mahasiswa sudah punya pengalaman berwirausaha dan 30 % belum punya pengalaman berwirausaha. Adapun jenis wirausaha yang dijalankan mahasiswa adalah diantaranya; online shop, kecantikan, usaha alat rumah tangga, café, Multi Level Marketing, warung, sayur hidroponik, menjual alat musik, kuliner seperti sate, baksobakar, minuman, jus, bakso. Toko baju, peralatan pancing, bawang goreng, home care, berdagang dipasar, kosmetik dan souvenir pernikahan dll. Pekerjaan orang tua responden hanya 23 % yang bekerja sebagai wirausaha sedangkan sisanya orang tua responden bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil, Petani, Guru, karyawan swasta, TNI dan Nelayan.

#### a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Diperoleh hasil uji validitas pada semua pernyataan variabel yaitu Media Sosial (X1), pengetahuan e-commerce (X2), lingkungan keluarga (X3) dan minat berwirausaha mahasiswa (Y) adalah valid dimana  $r$ -hitung >  $r$  tabel dan hasil uji Reliabilitas pada semua variabel juga dinyatakan reliabel karena Cronbach's Alpha masing masing variabel lebih besar dari 0,60 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Table 1 hasil uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
1	Media Sosial (X <sub>1</sub> )	0.899	Reliabel
2	Pengehuan E Commerce (X <sub>2</sub> )	0.897	Reliabel
3	Lingkungan Keluarga (X <sub>3</sub> )	0.870	Reliabel
4	Minat Bewirausaha (Y)	0.857	Reliabel

## b. Uji Normalitas

Untuk menguji kenormalan distribusi data, dalam penelitian ini yang digunakan adalah Uji Kolmogorov Smirnov. Diperoleh nilai Asymp.Sig (2-tailed) variabel residual berada diatas 0,05 yaitu sebesar 0.200. Berikut tabel hasil uji Kolmogorov Smirnov.

Table 2 hasil uji Kolmogorov Smirnov

Keterangan	Unstandarzed Residual
N	100
Asymp.Sig (2-tailed)	0.200

Berdasarkan hasil uji normalitas, menunjukkan data terdistribusi normal dimana, besarnya nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 jauh diatas  $\alpha = 0,05$  hal ini berarti data berdistribusi secara normal.

## Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukannya adanya korelasi antar variabel bebas (independen) atau tidak. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Berikut hasil uji multikolinieritas

Table 3 hasil uji Multikolinieritas

Var	VIF	Tolerance	Keterangan
X1	1.531	0.653	Tidak terjadi <i>multikolinieritas</i>
X2	1.729	0.578	Tidak terjadi <i>multikolinieritas</i>
X3	1.569	0.637	Tidak terjadi <i>multikolinieritas</i>

## c. Uji Regresi Linier Berganda

Table 4 hasil uji Koefisien regresi berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T	Sig
Konstanta	16.014	5.978	0.000
X <sub>1</sub>	0.082	1.039	0.302
X <sub>2</sub>	0.87	7.318	0.000
X <sub>3</sub>	0.078	1.288	0.201
Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )			0.562
F-Hitung			43.535
Sig F			0.000
F Tabel			2.70

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, maka dapat disusun persamaan pengaruh e-commerce, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha yaitu sebagai berikut:

$$Y = 16.014 + 0.082 + 0,887 + 0,078$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

- Nilai konstan sebesar 16.014 (positif) menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas dalam penelitian ini maka mahasiswa SI Sistem Informasi UNBAJA yang menjadi responden dalam penelitian ini sudah menjadi minat untuk berwirausaha.
- Koefisien regresi e-commerce sebesar 0.082 artinya semakin meningkatnya pemahaman tentang manfaat e-commerce maka responden termotivasi menjadi responden untuk berwirausaha dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan
- Koefisien regresi pengetahuan kewirausahaan sebesar 0,887 artinya semakin meningkatnya pengetahuan kewirausahaan pada mahasiswa yang menjadi responden pada penelitian ini dapat memunculkan minat untuk berwirausaha. Dengan asumsi bahwa

variabel lain dianggap konstan

- d) Koefisien regresi lingkungan keluarga sebesar 0,078 artinya semakin meningkatnya dukungan lingkungan keluarga pada mahasiswa yang menjadi responden dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

#### **d. Uji t (Parsial)**

- a) Pengaruh Media Sosial (X1) terhadap minat berwirausaha (Y)

Diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,302 > 0,05$  dengan demikian  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak, artinya Media Sosial (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y).

- b) Pengaruh pengetahuan E-Commerce (X2) terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y).

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi pengetahuan E-Commerce (X2) sebesar  $0,000 < 0,05$  nilai signifikansi yang ditetapkan. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$  artinya hipotesis diterima, terbukti bahwa pengetahuan E-Commerce (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y).

- c) Pengaruh lingkungan keluarga (X3) terhadap Minat berwirausaha mahasiswa (Y).

Diperoleh nilai signifikan lingkungan keluarga (X3) sebesar  $0,201 > 0,05$  nilai signifikan yang telah ditetapkan, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lingkungan keluarga (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y). artinya  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$ .

#### **e. Uji F (Simultan)**

Berdasarkan tabel 5 diperoleh hasil F-hitung sebesar 45.353 dengan F-tabel sebesar 2.70 artinya  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa Media Sosial, pengetahuan e-commerce dan lingkungan keluarga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

#### **f. Uji Determinasi**

Berdasarkan hasil olah data diketahui nilai  $R^2 = 0,562$  yang artinya pengaruh Media Sosial (X1), pengetahuan e-commerce (X2) dan lingkungan keluarga (X3) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y) adalah sebesar 56,2 % Sedangkan sisanya 43,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis, dapat kesimpulan Media Sosial dan lingkungan keluarga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program S1 Sistem Informasi UNBAJA sedangkan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa program S1 Sistem Informasi UNBAJA Secara simultan media sosial, pengetahuan *e-commerce* dan lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa program S1 Sistem Informasi UNBAJA, adapun besarnya pengaruh media sosial, pengetahuan *e-commerce* dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha adalah sebesar 56,2 % dan sisanya 43,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Azwar S. (2013) Sikap Manusia: Teori Dan Pengukurannya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.  
Fuad, T. D., & Surahmat, A. (2019). Peran Koperasi Sekolah Dalam

- Menumbuhkan Karakter Wirausahawan Pada Siswa Di Smks Informatika Sukma Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(02), 21–33
- Helmalia & Afrinawati, 2018, Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usahamikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang, *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)* - Volume 3, Nomor 2
- Kementrian Pendidikan Nasional (2010). Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan. Bahan Pelatihan: Penguatan Metodologi Pembelajaran Berdasarkan Nilai-Nilai Budaya Untuk Membentuk Daya Saing Dan Karakter Bangsa. Jakarta: Badan Penelitian Dan Pengembangan Pusat Kurikulum, Kemendiknas
- Khairani, Makmun. (2014). Psikologi Belajar. Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Marini, Chomzana Kinta & Hamidah, Siti. 2014. “Pengaruh Self-Efficacy, Lingkungan Keluarga Dan Lingkungan Sekolah Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Jasa Boga.” *Jurnal Pendidikan Vokasi*, Vol.4, No.1.
- Pramiswari Dan Dharmadiaksa (2017). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalm Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. 20 (1), 261-289. *E-Jurnal Akuntansi*. <https://Ojs.Unud.Ac.Id>
- Saputri, A, Pungkas. (2019). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspetasi Pendapatan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha
- Saswiana, Dkk (2020), Pengaruh E- Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian Produk Online Shop Studi Kasus Mahasiswa Stiem Bongaya), *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar (Stiembongaya)*
- Sihombing, A. & Buaton, R. (2018). Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Informatika Dan Komputerisasi Akuntansi*, 2, (2), 43: *Methomika*. Doi: <http://Journal.Iaingorontalo.Ac.Id> 2620-4339
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: Alfabeta
- Suhartini, Y. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwiraswasta. *Akmenika Upy* Volume 7.
- Yadewani, D. & Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. 1 (1). 64. *Jurnal Resti (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*. <https://Doi.Org/10.29207./Resti.Vlil.6>
- <https://Www.Merdeka.Com/Uang/Jumlah-Wirausaha-Indonesia-Jauh-Di-Bawah-Malaysia-Dan-Thailand.Html>
- <https://Goodstats.Id/Infographic/E-Commerce-Paling-Banyak-Dikunjungi-Sepanjang-2023-Avg5>