

PENGARUH PEMANFAATAN *E-COMMERCE* DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA PELAJAR DI KOTA TEGAL

Widyaningtias Yudi Agustina¹, Hesti Widiyanti, SE, M.Si², Arifia Yasmin, SE, M.Si, AK, CA³

*^{1,2,3} Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama,
Korespondensi email: Widyaningtias45@gmail.com*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi sangat membantu para wirausaha dalam menjalankan usahanya. Salah satu bentuk teknologi informasi yang sedang berkembang saat ini adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran, barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti e-commerce, media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan e-commerce dan media sosial terhadap minat berwirausaha pelajar di Kota Tegal. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi kuesioner, wawancara, studi pustaka. Metode analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda. Sampe dalam penelitian ini sebanyak 60 responden yang merupakan pelajar SMK Kota Tegal dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil perhitungan dengan uji t diperoleh nilai sebesar $0,000 < 0,05$ untuk variabel pemanfaatan e-commerce, maka H1 diterima hal ini berarti pemanfaatan e-commerce berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha pelajar di Kota Tegal dan $0,064 > 0,05$ untuk variabel pemanfaatan media sosial maka H2 ditolak hal ini berarti pemanfaatan media sosial berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha pelajar di Kota Tegal.

Kata kunci: E-Commerce, Media Sosial, Minat Berwirausaha

THE EFFECT OF E-COMMERCE AND SOCIAL MEDIA UTILIZATION ON STUDENT'S ENTREPRENEURSHIP INTEREST IN TEGAL CITY

ABSTRACT

The development of information technology is very helpful for entrepreneurs in running their business. One form of information technology that is currently developing is the distribution, purchase, sale, marketing, goods and services through electronic systems such as e-commerce, social media. The purpose of this study was to determine the effect of using e-commerce and social media on student entrepreneurship interest in Tegal City. The data collection techniques were observation, questionnaire, interviews, literature study. The analytical method was multiple linear analysis. The sample study were 60 respondents who were students of SMK Tegal City using purposive sampling technique. The result of calculations with the t-test obtained a value of $0,000 < 0,05$ for the variabls of e-commerce utilization, then H1 is accepted, this means that the use of e-commerce has a partial effect on the entrepreneurial interest of students in Tegal City and $0,064 > 0,05$ for the variable of media utilization, social media, then H2 is rejected, this means that the use of social media has a partial effect on the entrepreneurial interest of students in Tegal City.

Keywords: E-commerce, Social Media, Enterpreneurial Interests

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi sangat membantu para wirausaha dalam menjalankan usahanya. Salah satu bentuk teknologi informasi yang sedang berkembang saat ini adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran, barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti *e-commerce*, media sosial. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah *e-commerce* bagi usaha kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat untuk produk perangkat lunak, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat (Suriadinata, 2001).

Untuk menjadi seorang wirausaha haruslah tumbuh minat dalam diri seseorang. Minat bisa timbul karena rasa ketertarikan dan kekaguman melihat kesuksesan seseorang dalam berwirausaha (Slameto, 2013). Minat berwirausaha pada saat ini sudah berdampak pada semua kalangan terutama pada kalangan pelajar. Adanya perubahan pola pikir (*mindset*) pada pelajar dimana mereka setelah lulus tidak lagi akan menjadi pencari kerja tetapi menjadi pencipta lapangan kerja. Minat berwirausaha akan menjadikan seseorang lebih giat mencari dan memanfaatkan peluang usaha dan potensi yang dimiliki. . Mudah-mudahan dalam mengakses *e-commerce* dan media sosial menjadikan pelajar salah satu komponen yang menjadi objek penjualan *online*. Diharapkan dengan dengan banyaknya pelajar mengakses *e-commerce* dan media sosial, pelajar tidak hanya sebagai konsumen namun dapat menjadi motivasi untuk minat berwirausaha. Hal ini *e-commerce* dan media sosial diisi dengan sarana jual beli barang maupun jasa. Hal inilah yang menjadi awal mula pelajar ikut memanfaatkan sebagai sarana mudah berpromosi produk barang maupun jasa dan menjadi reseller online.

Di Kota Tegal sendiri minat berwirausaha pemuda khususnya para pelajar masih terbilang rendah. Dimana dalam jiwa wirausaha pelajar banyak ditemui seperti kendala di modal yang dikarenakan mindset para pelajar jika membuka usaha butuh modal yang cukup banyak, belum mempunyai pengalaman cukup, dan takut gagal dalam berwirausaha. Walaupun dalam kemajuan teknologi semakin canggih dan mudah diakses untuk berwirausaha. Namun pada kenyataannya perkembangan *e-commerce* dan media sosial sekarang ini belum berdampak besar terhadap dunia perdagangan terutama dikalangan pelajar. Dimana dalam dunia *e-commerce* dan media sosial akan berhadapan dengan konsumen yang 80% memilih produk dengan harga yang murah, memilih produk dengan harga diskon, kurangnya tingkat kepercayaan konsumen maka dari itu perlu diperhatikan dalam sistem perdagangan *e-commerce* dan media sosial dari pihak produsen harus memastikan bahwa bisnis *e-commerce* dan media sosial sepenuhnya aman sehingga mendapat kepercayaan di hati masyarakat.

METODE

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian ini perhitungan menggunakan program SPSS.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu perhitungan skor kuesioner dan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu jawaban kuesioner dari responden yang di sebarakan ke pelajar SMK di Kota Tegal.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, terhitung dari bulan April sampai dengan Juni 2021.

Target/Subjek Penelitian

Teknik yang dipilih dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini menetapkan beberapa kriteria sampel sebagai berikut:

1. Responden yang digunakan adalah pelajar SMK yang berdomisili di Kota Tegal.
2. Responden yang digunakan adalah pelajar SMK yang sudah ber-KTP.
3. Responden yang digunakan adalah pelajar SMK yang pernah menggunakan *e-commerce* dan media sosial.

Prosedur

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 99 responden. Dari kriteria tersebut peneliti menggunakan standar minimal lebih dari 30 responden akan lebih baik yaitu sampel yang digunakan sebanyak 99 responden agar penelitian yang dilakukan valid.

Berdasarkan responden yang di anggap sesuai dengan kriteria – kriteria tersebut responden yang memenuhi kriteria diatas sampel yang dianggap layak hanya 60, sedangkan 39 sampel dianggap tidak layak karena tidak sesuai dengan kriteria yaitu berdomisili bukan di Kota Tegal, belum ber-KTP, belum menggunakan *e-commerce* dan media sosial. Sehingga sampel yang peneliti lakukan dalam proses penelitian adalah 60 responden.

Data, Intrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah menggunakan metode observasi, kuesioner, wawancara, dan studi pustaka

Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha pelajar di Kota Tegal. Maka di gunakan metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Yang bertujuan untuk menganalisis hubungan variabel bebas (X) secara serentak terhadap variabel tidak bebas (Y)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dapat dilakukan menggunakan *Person Correlation* dengan mengukur tingkat signifikansi dari hasil korelasi

setiap indikator dengan total indikator, apabila nilai sig. < 0,05 variabel tersebut dikatakan valid. Didapatkan nilai sig. seluruh indikator dari semua variabel dinyatakan valid karena memiliki sig. < 0,05. Dapat dilihat

Tabel 1 Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	0,683	Reliabel
Media Sosial	0,687	Reliabel
Minat Berwirausaha	0,853	Reliabel

Nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Pemanfaatan *e-commerce* yaitu 0,683 > 0,60. Nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Pemanfaatan media sosial yaitu 0,687 > 0,60. Dan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Minat berwirausaha yaitu 0,853 > 0,60. Sehingga seluruh nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,60, artinya keseluruhan variabel adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011), Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov*

Tabel 2 Normalitas

Variabel	Statistic	Sig.
Standardized Predicted Value	0,092	0,200

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 yang artinya berarti lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk menganalisis hubungan variabel

bebas (X) secara serentak terhadap variabel tidak bebas (Y) (Supranto, 2016).

Tabel 3 Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,619	6,293		0,098	0,922
	e-commerce	0,637	0,157	0,480	4,059	0,000
	Media Sosial	0,378	0,200	0,223	1,889	0,064

Berdasarkan tabel 3 maka didapat nilai konstanta sebesar -0,619, nilai koefisien regresi variabel pemanfaatan *e-commerce* bernilai sebesar 0,637, dan nilai koefisien regresi variabel pemanfaatan media sosial bernilai sebesar 0,378. maka dapat dirumuskan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = - 0,619 + 0,637 X_1 + 0,378 X_2$$

Uji T (Uji Parsial)

Didapatkan nilai signifikan uji T pada tabel regresi, variabel *e-commerce* 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05 sehingga menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha. Sedangkan untuk variabel media sosial memiliki nilai signifikan 0,064 lebih besar dari alpha 0,05 sehingga menunjukkan tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4 Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	431.004	2	215.502	17.605	0.000
	Residual	697.730	57	12.241		
	Total	1.128.733	59			

Berdasarkan tabel diatas maka nilai signifikan pada Uji F sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 sehingga menunjukkan variabel *e-commerce* dan media sosial berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat berwirausaha pelajar.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinan digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 5 Model Summary

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.618	0.382	0.360

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel *e-commerce* dan media sosial memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha sebesar 36%, sisanya 64% dicakup dalam variabel lain

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha pelajar di Kota Tegal. Hal ini berarti pelajar SMK di Kota Tegal sudah memiliki minat untuk berwirausaha, sehingga dapat diartikan semakin tinggi pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial, maka semakin tinggi juga minat berwirausaha pelajar dan begitupun sebaliknya jika pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial rendah akan diikuti dengan minat berwirausaha yang rendah.

Saran

Perlunya meningkatkan minat berwirausaha bagi pelajar bukan saja merupakan tanggungjawab dari pelajar itu sendiri tetapi perlu juga adanya dukungan dari pihak sekolah selain dari pemberian mata pelajaran kewirausahaan tetapi juga melibatkan pelajar untuk mengikuti pelatihan atau seminar yang berhubungan dengan kewirausahaan

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.SI, Ak, CA. selaku Ka Produ DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
 2. Ibi Hesti Widianti, SE, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
 3. Ibu Arifia Yasmin, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
 4. Orang tua dan sahabat - sahabat baik di kampus maupun luas kampus, yang telah memberikan dorongan dan semangat serta semua pihak baik secara langsung turut membantu terselesaikannya Tugas Akhir ini.
- SMK Negeri 1 Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*
- Gunelius, Susan. (2011). *30 minuts Social Media Marketing*. (United States: Mcgraw hills Companies.
- Lesmono, I. D. (2015) *Pengaruh Penggunaan E-commerce bagi pengembangan usaha kecil menengah (UKM) dengan pendekatan Technology Acceptance Model*. *Evolusi*,3 (1).
- S. Maryama. (2013). *Penerapan E-commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha*. *J.Liq*, vol. 2, no. 1, pp. 73-79.
- Suriadinata. (2001). *Penelitian Pemanfaatan TI dan Komunikasi Oleh UKM Eksportir di Indonesia*. www.pegasus.com

DAFTAR PUSTAKA

- Primandaru, N. (2017). *Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Minat Berwirausaha Mahasiswa*. *Jurnal Economia*,13(1), 68-76.
- Cross, (2013). *Social Media Security: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk*. <https://doi.org/10.1016/C2011-0-09032-4>.
- Yanto, Ari. (2005). *Kesiapan Kerja Siswa Program Keahlian Listrik (Studi Kasus di SMK N 2 Pengasih dan SMK Ma'arif 1 Wates Kulon Progo Yogyakarta)*. Skripsi: FT UNY.
- Supranto, J. (2016). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta:Erlangga.
- Venesaar, Ene. (2006). *Students Attitudes and Intentions toward Entrepreneurship at Tallinn University of Technology*. *TUTWPE Working Papers*, (154), 97-114.
- Suryaman. (2006). *Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Teknik Elektro Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang*. (Laporan Penelitian).Semarang: Fakultas Teknik UNS.
- Wulandari. (2013). *Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XII di*