

PENGARUH MATA KULIAH PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN DAN PEMANFAATAN PLATFORM E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN BISNIS UNESA

Viera Rieyanthi Putri¹, Renny Dwijayanti²
Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

vierarieyanthi.20016@mhs.unesa.ac.id
rennydwijayanti@unesa.ac.id

Abstrak

Tingkat pengangguran mengalami kenaikan di kalangan individu yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi, sementara prevalensi lulusan Pendidikan Bisnis yang memilih berwirausaha masih tergolong rendah, menandakan bahwa minat berwirausaha di kalangan mahasiswa pada program studi tersebut masih belum mencapai tingkat yang signifikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh mata kuliah praktik kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dan pengaruh pemanfaatan platform *e-commerce* terhadap minat berwirausaha serta pengaruh antara mata kuliah praktik kewirausahaan dan pemanfaatan platform *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Bisnis Unesa. Penelitian ini menggunakan teori minat Holland yang dikenal sebagai model RIASEC, dengan salah satu tipe kepribadian yang relevan dalam konteks minat berwirausaha adalah *Enterprising*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan populasi mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Unesa yang dipilih melalui metode teknik *purposive sampling*, menggunakan rumus Slovin dengan hasil 98 mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mata kuliah praktik kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha, pemanfaatan platform *e-commerce* juga berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha, dan keduanya berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Bisnis Unesa.

Kata kunci: Mata kuliah praktik kewirausahaan; Minat berwirausaha; Pemanfaatan platform *e-commerce*.

Abstract

The unemployment rate has increased among individuals who have a higher level of education, while the prevalence of Business Education graduates who choose entrepreneurship is still relatively low, indicating that interest in entrepreneurship among students in this study program has not yet reached a significant level. The aim of this research is to determine the influence of entrepreneurial practice courses on interest in entrepreneurship and the influence of using the e-commerce platform on interest in entrepreneurship as well as the influence of entrepreneurial practice courses and the use of e-commerce platforms on the interest in entrepreneurship of Unesa Business Education students. This research uses Holland's theory of interest, known as the RIASEC model, with one of the relevant personality types in the context of entrepreneurial interest. is Enterprising. This research used a descriptive quantitative method with a population of Unesa Business Education Study Program students selected through a purposive sampling technique, using the Slovin formula with a result of 98 students. The results of this research show that entrepreneurial practice courses have a partial effect on interest in entrepreneurship, the use of e-commerce platforms also has a partial effect on interest in entrepreneurship, and both have a simultaneous effect on interest in entrepreneurship of Unesa Business Education students.

Keywords: *Entrepreneurship practice courses; Interest in entrepreneurship; Use of e-commerce platforms.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan angka pengangguran selalu menjadi isu krusial dalam konteks ketenagakerjaan hingga saat ini, dan hal ini menjadi fokus perhatian di berbagai negara, terutama di Indonesia. Tren Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) menunjukkan fluktuasi dari tahun ke tahun di Indonesia, mencerminkan perubahan naik turun yang terlihat dalam dinamika pasar tenaga kerja

selama beberapa periode terakhir. Berdasarkan data (Badan Pusat Statistik, 2023), tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia pada Agustus 2023 tercatat sebesar 5,32 persen, atau sekitar 7,86 juta orang. Terjadi penurunan 0,54 persen dari Agustus 2022. Meskipun mengalami penurunan, angka ini tetap lebih tinggi daripada periode ketika sebelum terjadinya pandemi COVID-19 pada Agustus 2019, yang mencatatkan TPT hanya sebesar 5,28 persen (Badan Pusat Statistik, 2019).

Tingkat pendidikan yang lebih tinggi diharapkan dapat menjadi kunci untuk mengurangi angka pengangguran. Negara yang menitikberatkan pada pentingnya pendidikan sebagai upaya pengembangan SDM meyakini bahwa melalui pendidikan akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonominya (Rasyid, 2015). Bab II Pasal 3, disebutkan bahwa fungsi pendidikan nasional adalah mengembangkan kemampuan dan membentuk budi pekerti serta peradaban yang tinggi dalam upaya meningkatkan kecerdasan kehidupan bangsa (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, 2003). Namun, saat ini, lembaga-lembaga pendidikan cenderung berfokus pada pemastian bahwa lulusan mereka dapat dengan mudah mendapatkan pekerjaan, daripada berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan.



Gambar 1. Bidang Kerja Lulusan Prodi Pendidikan Bisnis

Sumber: (Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya, 2023)

Universitas Negeri Surabaya (Unesa) secara konsisten melaksanakan *Tracer Study*, suatu jenis penelitian terhadap para alumni yang memiliki nilai penting dalam pengembangan perguruan tinggi. Hasil *Tracer Study* menyoroti bahwa prevalensi lulusan Pendidikan Bisnis yang memilih berwirausaha masih tergolong rendah, menandakan bahwa minat berwirausaha di kalangan mahasiswa pada program studi tersebut masih belum mencapai tingkat yang signifikan.

Melihat kondisi pasar kerja saat ini, tidak semua lulusan perguruan tinggi dapat memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan bidang studi mereka. Oleh karena itu, para lulusan sebaiknya mempertimbangkan wirausaha sebagai alternatif karier (Dwijayanti, 2015). Penciptaan wirausaha atau *entrepreneur*, telah diakui sebagai alternatif

solusi untuk mengatasi berbagai masalah yang melanda masyarakat, seperti kemiskinan dan kesenjangan sosial. Ini selaras dengan hasil penelitian (Khamimah, 2021), yang menyatakan bahwa Kewirausahaan memiliki peran krusial dalam menggerakkan ekonomi di berbagai tingkat, mulai dari keluarga, masyarakat, perusahaan regional, hingga milik negara.

Meningkatkan minat berwirausaha dapat dicapai dengan mengembangkan ketertarikan terhadap kewirausahaan. Tingginya minat berwirausaha dapat menjadi pendorong utama yang meningkatkan motivasi dan ketekunan individu dalam mengembangkan bisnisnya. Minat berwirausaha timbul karena pemahaman tentang kewirausahaan yang diperoleh, yang kemudian diperkuat oleh pengalaman yang didapat selama praktik pembelajaran, sehingga mendorong seseorang untuk memilih jalur wirausaha (Rahayu & Dwijayanti, 2023).

Institusi pendidikan, termasuk perguruan tinggi, mulai mengambil langkah untuk mendorong hal ini, seperti mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum (Dwijayanti, 2015). Perguruan tinggi mempunyai tugas penting dalam mendidik mahasiswanya dan mendorong mereka untuk menjadi wirausahawan. Sebagai fasilitas kewirausahaan, tujuan perguruan tinggi adalah untuk menghasilkan lulusan yang memiliki jiwa wirausaha. Tanpa minat yang tumbuh dalam diri mahasiswa, tujuan ini tidak dapat dicapai. Oleh karena itu, perguruan tinggi menghadapi tantangan untuk menanamkan minat berwirausaha pada mahasiswa sehingga mereka cenderung memilih karier wirausahawan setelah lulus (Supeni & Putra, 2015).

Mendorong minat mahasiswa dalam berwirausaha menjadi fokus utama Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. Mengingat salah satu Misi FEB Unesa yaitu meningkatkan daya saing mahasiswa dan lulusan yang memiliki jiwa kepemimpinan-kewirausahaan (Universitas Negeri Surabaya, 2023). Demi mencapai tujuan ini, FEB Unesa telah mengintegrasikan mata kuliah praktik kewirausahaan pada kurikulum wajib yang harus ditempuh oleh mahasiswa. Program Studi Pendidikan Bisnis di FEB Unesa mewajibkan mahasiswanya untuk memilih mata kuliah praktik kewirausahaan pada semester 5 dengan bobot 2 SKS. Capaian pembelajaran

mata kuliah praktik kewirausahaan adalah mempersiapkan kegiatan untuk memulai rintisan usaha, magang usaha, memulai pelaksanaan rintisan usaha, evaluasi pengelolaan usaha, melakukan pengembangan usaha, dan melakukan praktik lapangan. Namun, minat mahasiswa dalam berwirausaha saat praktik kewirausahaan masih rendah. Evaluasi akhir perkuliahan menunjukkan bahwa banyak mahasiswa enggan berwirausaha karena mereka menghadapi banyak tantangan dan hambatan selama praktik kewirausahaan, serta merasa takut terhadap kemungkinan kegagalan dan risiko yang terkait dengan memulai bisnis baru (Dwijayanti, 2015).

Menurut (Sarifuddin, 2016), penelitian menunjukkan bahwa mata kuliah kewirausahaan hanya memberikan peningkatan minat berwirausaha sebesar 9,1 persen, menunjukkan dampak yang signifikan terbatas. Namun, sebaliknya, penelitian oleh (Wijayanti & Patrikha, 2022), menegaskan bahwa mata kuliah kewirausahaan dan praktik kewirausahaan berdampak positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri Surabaya. Oleh karena itu, diasumsikan melalui penerapan mata kuliah praktik kewirausahaan dengan memadukan teori dan praktik secara holistik, mahasiswa tidak hanya akan memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga keterampilan praktis yang relevan untuk menghadapi tantangan dunia bisnis. Ini konsisten dengan pandangan yang diungkapkan oleh (Asmawan, 2017), yang menekankan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak hanya berfokus pada pembelajaran teori, tetapi juga memerlukan praktik sebagai implementasi langsung dari teori dalam situasi nyata dan melibatkan pengamatan langsung. Menurut (Atmaja & Margunani, 2016), juga menyatakan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan wirausaha memiliki dampak signifikan terhadap minat mereka dalam berwirausaha. Mereka menekankan bahwa pemahaman teoritis saja tidak cukup, namun harus diimbangi dengan pengalaman praktis yang dapat dijadikan modal awal dalam memulai usaha. Melalui pembelajaran praktik kewirausahaan, peserta didik diberi kesempatan untuk mengekspresikan diri dan mengasah keterampilan yang dimiliki, menjadi suatu wadah untuk mengembangkan potensi diri, serta merangsang minat untuk berwirausaha (Rahayu & Dwijayanti, 2023). Implementasi mata kuliah

praktik kewirausahaan, sebagai kelanjutan dari mata kuliah kewirausahaan, tidak hanya mengajarkan cara menjalankan usaha sesuai dengan rencana, tetapi juga mencakup aspek mengelola operasional secara keseluruhan dan menyusun laporan atas kegiatan usaha yang telah dilakukan.

Dalam proses pembelajaran praktik kewirausahaan, keberadaan media pembelajaran menjadi suatu kebutuhan penting guna mendukung pemahaman mahasiswa. Salah satu contohnya adalah pemanfaatan platform *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia untuk mengikuti pertumbuhan bisnis digital. Ini sesuai dengan tujuan pembelajaran mata kuliah praktik kewirausahaan pada kurikulum Unesa, yang menyatakan bahwa Mahasiswa mampu melakukan praktik kewirausahaan yang telah disesuaikan dengan perkembangan teknologi. Melalui adopsi *e-commerce*, mahasiswa dapat meningkatkan tingkat profesionalisme mereka dalam menjalankan bisnis (Ratno, 2020). Pemanfaatan platform *e-commerce* dalam proses pembelajaran kewirausahaan tidak hanya fokus pada penyampaian teori kewirausahaan, melainkan juga memberikan mahasiswa kesempatan untuk mengaplikasikan teori tersebut dalam situasi praktis. Sehingga, Mahasiswa dapat mengelola serta memasarkan produk dan layanan mereka. Transaksi bisnis secara online (*e-commerce*) menawarkan peluang bagi para pengusaha untuk memperluas pemasaran produk mereka dan mempermudah hubungan antara bisnis yang satu dengan yang lainnya (Lestari & Dwijayanti, 2021).

Menurut (Wibowo et al., 2023), penggunaan *e-commerce* secara positif dan signifikan memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Penggunaan *e-commerce* dapat meningkatkan minat dan motivasi mahasiswa untuk lebih aktif dalam kegiatan berwirausaha. Namun, temuan ini perlu dilihat bersama dengan penelitian (Hans, 2020), yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan pengaruh dari perspektif komunikasi, proses bisnis, layanan, dan online dalam *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitiannya menunjukkan bahwa perspektif komunikasi dalam *e-commerce* berdampak positif pada minat berwirausaha mahasiswa, sedangkan perspektif proses bisnis, layanan, dan online dalam *e-commerce* tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Secara

keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan mengenai kompleksitas faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha melalui penggunaan platform *e-commerce*.

Semakin meningkatnya peran *e-commerce* dalam dunia bisnis, teknologi ini tidak hanya menjadi alat praktis dalam dunia bisnis, tetapi juga sebuah sumber pembelajaran yang berharga dalam mata kuliah praktik kewirausahaan. Melalui pemanfaatan *e-commerce*, mahasiswa dapat belajar secara langsung mengenai aspek-aspek praktis dalam berwirausaha, memahami dinamika pasar, dan merancang strategi bisnis yang inovatif. Dengan demikian, upaya untuk mendorong minat berwirausaha di kalangan mahasiswa melibatkan penggunaan *e-commerce* sebagai sarana pembelajaran yang tidak hanya menguntungkan perkembangan pribadi mereka tetapi juga memperkaya jiwa profesionalisme ketika menjalankan wirausaha.

Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti akan melakukan sebuah penelitian yang berjudul "Pengaruh Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan dan Pemanfaatan Platform *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Bisnis Unesa". Penelitian ini akan fokus pada mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 dari program studi Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri Surabaya yang memenuhi batasan penelitian, yaitu telah melewati mata kuliah praktik kewirausahaan pada semester 5.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Minat Holland

Penelitian ini menggunakan teori minat holland. Teori minat holland adalah kerangka kerja yang mengilustrasikan korelasi antara minat individu dengan pilihan karier. Menurut Holland, minat adalah kegiatan atau aktivitas yang memicu rasa ingin tahu, pemahaman, serta memberikan kepuasan dan kesenangan. Sifat dan intensitas minat dan sikap merupakan elemen vital dari kepribadian yang memiliki dampak pada pencapaian dalam pendidikan, karier, hubungan interpersonal, serta kegiatan hobi sehari-hari (Anastasi & Urbina, 2007). Teori yang ditulis oleh John L. Holland dikenal sebagai model RIASEC pada tahun 1959 dan 1997 (Holland, 1997) yang dapat membantu memahami preferensi individu dalam memilih karier

(Roebianto et al., 2021). Setiap tipe kepribadian/minat individu ini memberikan gambaran tentang preferensi individu terhadap pekerjaan dan memberikan pemahaman lebih dalam mengenai dinamika pemilihan karier, misalnya minat berwirausaha. Salah satu tipe kepribadian yang relevan dalam konteks minat berwirausaha adalah *Enterprising*. Holland menggambarkan bahwa individu yang memiliki tipe *enterprising* cenderung bersifat persuasif, ekspresif secara verbal, terbuka terhadap diri sendiri, memiliki keyakinan diri yang tinggi, agresif, dan suka menunjukkan kemampuannya kepada orang lain. Teori ini juga menekankan pentingnya kemampuan individu, perilaku dalam pendidikan, interaksi sosial, dan karakteristik kepribadian (Anisa & Setiyanto, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa mata kuliah praktik pendidikan bisnis dan penggunaan platform *e-commerce* akan memengaruhi preferensi mahasiswa dalam memilih karier berwirausaha.

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha dapat diartikan sebagai rasa tertarik peserta didik di institusi pendidikan yang timbul dari pengalaman praktik (Bahari et al., 2021). Minat seseorang dalam berwirausaha dipengaruhi oleh dorongan internal dan faktor eksternal yang memengaruhi keberanian untuk mengambil risiko serta menciptakan peluang kerja di masa depan. Menurut (Mulyanto, 2021), tumbuhnya minat berwirausaha terbentuk dari faktor internal yang merupakan motivasi dari dalam diri individu dan faktor eksternal mencakup lingkungan sekitar individu seperti pendidikan, institusi, universitas, serta pengalaman bisnis keluarga yang dapat mempengaruhi timbulnya minat untuk berwirausaha. Secara khusus, minat berwirausaha adalah dapat diartikan dengan kecenderungan seseorang hingga termotivasi dalam menciptakan peluang kerja serta mengembangkan usaha, yang dipengaruhi oleh motivasi internal serta faktor eksternal seperti pengalaman pendidikan dan praktik langsung. Menurut (Apriliandi, 2018), indikator minat berwirausaha adalah sebagai berikut: (1) rasa suka, (2) tertarik, (3) dorongan dari dalam diri, (4) berani mengambil risiko.

Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan

Mata kuliah praktik kewirausahaan adalah bagian integral dari kurikulum Program Studi Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri

Surabaya. Sebelum memulai usaha, penting untuk memahami dasar-dasar teoritis dalam berwirausaha (Lutfiaazahra, 2023). Berdasarkan tujuan mata kuliah kewirausahaan, yakni untuk mengembangkan kompetensi dalam bidang kewirausahaan seperti pemahaman konsep dasar dan perencanaan usaha, yang diharapkan dapat membentuk suatu sikap untuk menjadi wirausaha yang kompeten serta mempersiapkan mereka untuk karier pasca-kelulusan (Wijayanti & Patrikha, 2022). Salah satu cara mencapai tujuan ini adalah melalui pembelajaran mata kuliah praktik kewirausahaan, yang dirancang untuk proses peningkatan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa (Nafizah et al., 2019). Mata kuliah praktik kewirausahaan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan, sikap, dan keterampilan praktis kepada mahasiswa dalam memulai, mengelola, dan mengembangkan bisnis. Program ini melibatkan pembelajaran komprehensif yang mencakup penyusunan proposal bisnis, analisis produk, dan praktik penjualan di lingkungan kampus. Menurut (Apriliandi, 2018), indikator mata kuliah praktik kewirausahaan adalah sebagai berikut: (1) kemampuan psikomotorik (ketrampilan) dalam menciptakan ide usaha, (2) Pengertian (pengetahuan) berwirausaha, (3) Afektif (sikap) menjadi wirausaha.

Pemanfaatan Platform E-Commerce

E-commerce merujuk pada platform online yang tersedia bagi para pengusaha melalui teknologi komputer untuk mendukung kegiatan bisnis dan memenuhi kebutuhan konsumen (Kotler & Armstrong, 2012). Zaman ini, *e-commerce* telah berkembang sangat pesat di kalangan pengguna internet, tidak hanya melalui situs web tetapi juga melalui berbagai aplikasi *e-commerce* yang dapat diunduh di perangkat pribadi masing-masing (Ahmad & Fasih, 2017). *E-commerce* berperan sebagai platform untuk transaksi jual beli, penyampaian informasi, dan pemasaran produk serta layanan (Trihudiyatmanto, 2019). Secara umum, *e-commerce* adalah sistem transaksi online untuk proses pembelian dan penjualan barang maupun jasa melalui platform digital. Teknologi internet ini dimanfaatkan untuk memperluas pasar serta meningkatkan efisiensi komunikasi antara penjual dan pembeli. Menurut (Hans, 2020), ada beberapa indikator dalam penggunaan *e-commerce* dari beberapa perspektif yang berbeda, sebagai berikut: (1) prespektif komunikasi, (2)

prespektif proses bisnis, (3) prespektif layanan, (4) prespektif online.

Pengaruh Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Melalui praktik kewirausahaan ini, diharapkan mahasiswa dapat menggunakan, mengelola, dan mengarahkan sumber daya manusia serta alat produksi untuk menciptakan produk yang kemudian dipasarkan. Pendekatan ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa mahasiswa tidak merasa takut atau ragu-ragu saat mereka mempertimbangkan untuk membuka usaha di masa depan. Hal ini sejalan dengan (Atmaja & Margunani, 2016), mengatakan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas wirausaha dianggap dapat meningkatkan minat mereka terhadap berwirausaha. Namun, sekadar memiliki pengetahuan saja tidaklah cukup, praktik yang dilakukan menjadi modal awal yang penting dalam memulai sebuah usaha. Dan diperkuat oleh (Wijayanti & Patrikha, 2022), menegaskan bahwa mata kuliah kewirausahaan dan praktik kewirausahaan berdampak positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri Surabaya. Namun di sisi lain, (Sarifuddin, 2016), menunjukkan bahwa mata kuliah kewirausahaan hanya memberikan peningkatan minat berwirausaha sebesar 9,1 persen, menunjukkan dampak yang signifikan terbatas.

H1: Mata kuliah praktik kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Bisnis Unesa.

Pengaruh Pemanfaatan Platform E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha

Pemanfaatan platform *e-commerce* dalam berwirausaha dapat mengurangi biaya komunikasi antara pemilik usaha dan konsumen, sehingga lebih ekonomis (Pramiswari & Dharmadiaksa, 2017). *E-commerce* juga memungkinkan pelaku bisnis untuk memperluas pasar mereka, yang dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha (Veronika et al., 2021). Pengetahuan yang lebih dalam tentang *e-commerce* dikaitkan dengan peningkatan minat mahasiswa untuk memilih berwirausaha (Wibowo et al., 2023), yang menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* secara positif memengaruhi minat mereka dalam berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan

bahwa mahasiswa yang mengintegrasikan *e-commerce* dalam aktivitas bisnis mereka cenderung menunjukkan minat yang lebih tinggi terhadap dunia wirausaha. Namun, variabel ini perlu dipertimbangkan bersama dengan adanya penelitian menurut (Hans, 2020), yang menyatakan bahwa ada perbedaan pengaruh antara perspektif komunikasi, proses bisnis, layanan, dan pengalaman online dalam *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor kompleks yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha melalui platform *e-commerce*.

H2: Pemanfaatan platform *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Bisnis Unesa.

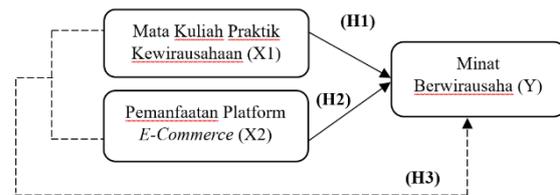
Pengaruh Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan dan Pemanfaatan Platform *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha

Mata kuliah praktik kewirausahaan sangat penting dalam pengembangan keterampilan kewirausahaan mahasiswa karena hanya memahami teori tidaklah memadai untuk persiapan memulai usaha, pengalaman praktis sangat diperlukan sebagai modal awal (Atmaja & Margunani, 2016). Dalam proses pembelajaran praktik kewirausahaan, media pembelajaran memiliki peran yang krusial untuk mendukung pemahaman mahasiswa. Salah satu contoh media pembelajaran yang relevan adalah platform *e-commerce*. Dengan demikian, upaya untuk mendorong minat berwirausaha di kalangan mahasiswa melibatkan penggunaan *e-commerce* sebagai sarana pembelajaran yang tidak hanya menguntungkan perkembangan pribadi mereka tetapi juga memperkaya jiwa profesionalisme dalam berwirausaha. Sesuai dengan penelitian (Sihombing & Indrayani, 2023), yang menyatakan bahwa minat mahasiswa terhadap kegiatan wirausaha dapat secara signifikan dipengaruhi oleh penggunaan pendidikan kewirausahaan yang memanfaatkan platform *e-commerce*. Hal ini konsisten dengan temuan dari (Ratno, 2020), yang menyatakan bahwa melalui adopsi *e-commerce*, mahasiswa dapat meningkatkan tingkat profesionalisme mereka dalam menjalankan bisnis.

H3: Mata kuliah praktik kewirausahaan dan pemanfaatan platform *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Bisnis Unesa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menyelidiki populasi atau sampel khusus dengan menggunakan instrumen penelitian untuk pengumpulan data. Data tersebut kemudian dianalisis secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2019). Secara rinci, rancangan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 2. Rancangan Penelitian

Sumber: Peneliti, 2024

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder yang berasal dari buku teks, jurnal, artikel literatur, data statistik, data publikasi, peraturan Undang-Undang, dan situs web yang relevan dengan topik penelitian. Peneliti memilih populasi mahasiswa Pendidikan Bisnis angkatan 2020 dan 2021 yang berjumlah 130 mahasiswa Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling dengan *margin of error* sebesar 5%. Hasil perhitungan dari rumus tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden yang dibutuhkan adalah sebanyak 98 mahasiswa.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melibatkan penggunaan kuesioner, dimana data dianalisis dengan memberikan nilai pada setiap jawaban yang diberikan responden dengan menggunakan Skala Likert sebagai pedomannya. Skor yang diperoleh dari kuesioner dianggap sebagai data interval setelah alternatif jawaban diberikan skor yang setara dengan skala interval (Malik, 2018). Hal ini diperkuat oleh (Kusmaryono et al., 2022), dengan pernyataan yang menyatakan bahwa Skala Likert dapat dianggap sebagai skala interval tanpa transformasi data, asalkan jumlah pilihannya ganjil dan ada pilihan netral. Penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan 5 kategori, yaitu Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju. Dengan

menggunakan skala ini, diharapkan dapat memperoleh tanggapan responden yang lebih akurat dan relevan.

Penelitian ini diawali dengan uji coba instrumen dengan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas untuk memastikan valid atau tidaknya instrumen serta tingkat konsisten instrumen yang diterapkan. Hasil uji validitas pada penelitian ini adalah terdapat 27 pernyataan yang valid, sehingga semua pernyataan dapat diterapkan untuk kuesioner penelitian. Dan hasil uji reliabilitas pada penelitian ini adalah nilai *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan angka $0,951 > 0,60$. Hal ini dapat memastikan bahwa semua pernyataan yang digunakan pada kuesioner dengan variabel-variabel tersebut dinyatakan reliabel atau konsisten.

Setelah hasil uji coba instrumen diperoleh, peneliti akan melanjutkan penelitian sesuai dengan target sampel yang telah ditentukan. Kemudian, dilakukan uji asumsi klasik untuk memperkuat dan memastikan bahwa data dinyatakan memenuhi syarat ke tahap pengujian selanjutnya. Hasil uji normalitas dengan metode *Uji Monte Carlo*, menunjukkan nilai sebesar $0,206 > 0,05$, maka data dalam penelitian ini dinyatakan memiliki distribusi yang normal. Hasil uji linearitas pada variabel Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan (X1) menunjukkan nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar $0,744 > 0,05$ dan pada variabel Pemanfaatan Platform *E-Commerce* (X2) sebesar $0,150 > 0,05$, maka data dalam penelitian ini dinyatakan sudah terpenuhi. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *Tolerance* pada variabel Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan (X1) dan Pemanfaatan Platform *E-Commerce* (X2) adalah $0,633 > 0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada kedua variabel menunjukkan nilai $1,580 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mengalami multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan metode *Uji Glejser* pada variabel Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan (X1) menunjukkan nilai $0,802 > 0,05$ dan variabel Pemanfaatan Platform *E-Commerce* (X2) sebesar $0,569 > 0,05$, maka data tersebut disimpulkan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Setelah memastikan bahwa data memenuhi persyaratan yang diperlukan, analisis dapat dilanjutkan dengan menggunakan teknik

analisis regresi berganda. Analisis regresi ini melibatkan variabel independen X1 dan X2 serta variabel dependen Y. Pengujian hipotesis dilakukan dengan 3 uji utama, yaitu uji t untuk mengevaluasi signifikansi koefisien regresi individu, uji F untuk menguji signifikansi secara keseluruhan dari model regresi, dan uji R² untuk melihat tingkat model tersebut menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Seluruh analisis data dilakukan dengan perangkat lunak statistik IBM SPSS versi 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil penyebaran kuesioner melalui Google Form yang dilakukan oleh peneliti kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Surabaya yang telah melewati mata kuliah praktik kewirausahaan. Kuesioner ini berhasil mengumpulkan 98 responden, sesuai dengan jumlah target sampel.

Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 27 responden laki-laki dengan presentase 27,6%, sementara responden perempuan berjumlah 71 orang dengan presentase 72,4% dari jumlah keseluruhan responden. Berdasarkan angkatan responden, terdapat 50 responden angkatan 2020 atau sebesar 51,0%, sementara responden angkatan 2021 berjumlah 48 orang atau sebesar 49,0% dari total responden. Berdasarkan jenis *e-commerce* yang pernah digunakan oleh responden, terdapat 86 responden atau sebesar 87,8% menggunakan Shopee, 2 responden atau sebesar 2% menggunakan Lazada, 5 responden atau sebesar 5,1% menggunakan Tokopedia, dan 5 responden atau sebesar 5,1% menggunakan jenis *E-Commerce* lainnya. Berdasarkan jenis usaha/bisnis yang pernah dijalankan oleh responden saat praktik kewirausahaan, terdapat 51 responden atau sebesar 52,0% di bidang F&B, 23 responden atau sebesar 23,5% di bidang fashion, dan 24 responden atau sebesar 24,5% di bidang lainnya. Jenis usaha/bisnis dalam kategori lainnya mencakup produk rumah tangga, kecantikan, dan kesehatan. Berdasarkan durasi penggunaan *E-Commerce* dalam menjalankan bisnis oleh responden saat praktik kewirausahaan, terdapat 61 responden atau sebesar 62,2% yang menggunakan *E-Commerce* selama kurang dari 1 tahun, 13 responden atau sebesar 13,3% selama 1 tahun, 5 responden atau sebesar 5,1% selama 2 tahun, 9 responden atau

sebesar 9,2% selama 3 tahun, dan 10 responden atau sebesar 10,2% selama lebih dari 3 tahun.

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel. Variabel pertama, yaitu Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan (X1) memiliki rata-rata 4,37 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) 87%. Sehingga variabel X1 dalam kategori sangat baik. Sedangkan variabel kedua, yaitu Pemanfaatan Platform *E-Commerce* (X2) memiliki rata-rata 4,44 dengan TCR 89%. Sehingga variabel X2 dalam kategori sangat baik. Dan variabel ketiga, yaitu Minat Berwirausaha (Y) memiliki rata-rata 4,34 dengan TCR 87%. Sehingga variabel Y dalam kategori sangat baik pula.

Setelah data dapat dinyatakan memenuhi syarat, dilanjutkan ke analisis regresi berganda. Nilai Konstanta yang diperoleh sebesar 10,637, dapat diartikan jika variabel Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan (X1) dan Pemanfaatan Platform *E-Commerce* (X2) memiliki nilai 0 maka variabel Minat Berwirausaha (Y) bernilai 10,637. Dan nilai Koefisien Regresi yang diperoleh variabel Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan (X1) sebesar 0,466 yang dapat diartikan jika variabel Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan (X1) dilakukan dengan baik maka variabel Minat Berwirausaha (Y) juga akan semakin mengalami peningkatan. Sedangkan nilai Koefisien Regresi yang diperoleh variabel Pemanfaatan Platform *E-Commerce* (X2) sebesar 0,253 yang dapat diartikan jika variabel Pemanfaatan Platform *E-Commerce* (X2) dilakukan dengan baik maka variabel Minat Berwirausaha (Y) juga akan semakin mengalami peningkatan.

Penelitian ini melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t, uji F, dan uji R², sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Parsial (Uji t)

Model	t	Sig.
Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan	3.460	.001
Pemanfaatan Platform E-Commerce	2.170	.033

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 1, hasil uji t (parsial), diketahui bahwa nilai signifikansi X1 adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,460 > 1,985$, maka

dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y). Sedangkan nilai signifikansi X2 adalah $0,033 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,170 > 1,985$, maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Pemanfaatan Platform *E-Commerce* (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Tabel 2. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Model	F	Sig.
Regression	20.358	.000 ^b

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 2, hasil uji F (simultan), diketahui bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 20,358 > 3,09$, maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan (X1) dan Pemanfaatan Platform *E-Commerce* (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

R	R Square
.548 ^a	.300

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 3, hasil koefisien determinasi (R²), diketahui bahwa nilai R Square 0,300 atau 30%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan (X1) dan Pemanfaatan Platform *E-Commerce* (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y) sebesar 30% dan sisanya sebesar 70% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis data dan beberapa studi terdahulu yang mendukung penelitian ini, mata kuliah Praktik Kewirausahaan dapat mencapai tujuan FEB Unesa yang ingin menaikan mahasiswanya sebagai seorang pemimpin dan wirausahawan. Sedangkan, mahasiswa yang memanfaatkan platform *e-commerce* dalam aktivitas bisnis mereka cenderung menunjukkan minat yang lebih tinggi terhadap dunia wirausaha. Dan, mata kuliah Praktik Kewirausahaan yang memanfaatkan

platform *e-commerce* sebagai media pembelajaran dapat mendorong minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dengan pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa: (1) Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa Pendidikan Bisnis Unesa, yang berarti hipotesis pertama (H1) diterima, (2) Pemanfaatan Platform *E-Commerce* (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa Pendidikan Bisnis Unesa, yang berarti hipotesis kedua (H2) diterima, (3) Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan (X1) dan Pemanfaatan Platform *E-Commerce* (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa Pendidikan Bisnis Unesa, yang berarti hipotesis ketiga (H3) diterima.

Peneliti memberikan beberapa saran setelah mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan ini, di antaranya adalah sebagai berikut: (1) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan tidak hanya fokus pada mahasiswa Pendidikan Bisnis Unesa saja, serta mempertimbangkan adanya variabel lain yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, seperti lingkungan keluarga, literasi ekonomi, dan motivasi mahasiswa. (2) Bagi mahasiswa, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan sumber pengetahuan serta motivasi bagi mahasiswa untuk lebih serius dalam mengikuti pembelajaran mata kuliah praktik kewirausahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat mendorong mahasiswa untuk meningkatkan pemanfaatan platform *e-commerce* dalam memulai bisnis, serta mengembangkan potensi diri mereka dalam berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., & Fasih, S. T. (2017). Attitude of Business Students towards E-Commerce: A Case Study. *International Journal of Experiential Learning & Case Studies*, 2(1), 19–33.
- Anastasi, A., & Urbina, S. (2007). *Tes Psikologi* (Indeks).
- Anisa, S., & Setiyanto, A. I. (2022). The Role of

Personality, Family Environment and Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Interest of Batam State Polytechnic Students During The Covid-19 Pandemic. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 6(2), 254–263.

- Apriliandi, R. (2018). Pengaruh Praktikum Kewirausahaan dan Faktor Lingkungan terhadap Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2013-2015 UNY. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(2), 184–193.
- Asmawan, M. C. (2017). Dampak Mata Kuliah Praktek Kewirausahaan terhadap Motivasi Mahasiswa Pendidikan Akuntansi untuk Berwirausaha. *Seminar Nasional Pendidikan*, 160–167.
- Atmaja, A. T., & Margunani. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Aktivitas Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Economic Education Analysis Journal (EEAJ)*, 5(3), 774–787.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2019*.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2023*.
- Bahari, Arafat, Y., & Toyib, M. (2021). Pengaruh Mata Pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Kelas XI SMA PGRI 4 Palembang. *Jurnal Neraca*, 5(2), 138–149. <https://doi.org/10.31851/neraca.v5i2.6663>
- Dwijayanti, R. (2015). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Locus Of Control, dan Kebutuhan Berprestasi terhadap Pembentukan Sikap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(1), 170–180.
- Hans, M. (2020). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Konsentrasi Kewirausahaan UNIKA Soegijapranata*.
- Holland, J. L. (1997). *Making Vocational Choices: A theory of Vocational Personalities and Work Environments*. Prentice-Hall.
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Disrupsi Bisnis*, 4(3), 228–240. <https://doi.org/10.32493>
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Kusmaryono, I., Wijayant, D., & Maharani, H.

- R. (2022). Number of Response Options , Reliability , Validity , and Potential Bias in the Use of the Likert Scale Education and Social Science Research: A Literature Review. *International Journal of Educational Methodology*, 8(4), 625–637. <https://doi.org/10.12973/ijem.8.4.625>
- Lestari, L. D., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) pada E-Commerce Shopee melalui Diskon dan Kemudahan Bertransaksi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1482–1491.
- Lutfiaazahra, A. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Melalui Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 4(2), 12–22.
- Malik, A. (2018). *Pengantar Statistik Pendidikan Teori dan Aplikasi*.
- Mulyanto, K. (2021). Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal terhadap Minat Mahasiswa Memilih Karir sebagai Wirausaha. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(2), 145–153.
- Nafizah, U. Y., Praptono, B., & Sagita, B. H. (2019). Studi Re-Design Mata Kuliah Kewirausahaan untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Mahasiswa: Studi Kasus Universitas T. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 3(1), 62–68.
- Pramiswari, D. A. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha. *Akuntansi Universitas Udayana*, 20(1), 261–289.
- Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. (2023). *Laporan Tracer Study S1 Pendidikan Bisnis Tahun Lulusan 2022*.
- Rahayu, E. A., & Dwijayanti, R. (2023). Pengaruh Praktik Unit Business Centre Alfa Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas X Bisnis Daring dan Pemasaran SMKN 1 Bojonegoro dengan Self Efficacy sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 92–104.
- Rasyid, H. (2015). Membangun Generasi melalui Pendidikan sebagai Investasi Masa Depan. *Jurnal Pendidikan Anak, IV*, 565–581.
- Ratno, F. A. (2020). Penggunaan E-Commerce dalam Pembelajaran Kewirausahaan untuk Meningkatkan Profesional Bisnis Religius Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 27–35. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.ABSTRACT>
- Roebianto, A., Guntur, I., & Lie, D. (2021). Pengembangan tes minat Holland untuk pemetaan jurusan pada siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA). *Jurnal Psikologi Indonesia*, 10(1), 33–47.
- Sarifuddin, A. (2016). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Alumni Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar). *Jurnal Sosialisasi Pendidikan Sosiologi-FIS UNM*, 27–30.
- Sihombing, S. J., & Indrayani, L. (2023). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha Menggunakan E-commerce. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 138–144.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Alfabeta.
- Supeni, R. E., & Putra, F. K. (2015). Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 137–159.
- Trihudyatmanto, M. (2019). Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa dengan Pengaruh Faktor E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Gender. *Jurnal PPKM*, 6(2), 93–103.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pub. L. No. 20 (2003).
- Universitas Negeri Surabaya. (2023). *Visi dan Misi Fakultas Ekonomika dan Bisnis*. <https://feb.unesa.ac.id/>
- Veronika, K., Yohana, C., & Fidhyallah, N. F. (2021). Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan E-Commerce dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(1), 309–324.
- Wibowo, L. A., Naufalin, L. R., & Perwita, D. (2023). The Influence of Entrepreneurship Education, Utilization of E-Commerce and Social Environment to Entrepreneurial

Interest. *Midyear International Conference*, 779–788.

Wijayanti, N. V., & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Praktek Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 11803–11811.