

## Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Karangtaruna Kelurahan Sidosermo Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya

Bagoes Pribadi<sup>1</sup>, Wiwin Yulianingsih<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Jurusan Pendidikan Luar Sekolah, Universitas Negeri Surabaya

[bagoes.2165@mhs.unesa.ac.id](mailto:bagoes.2165@mhs.unesa.ac.id), [wiwinyulianingsih@unesa.ac.id](mailto:wiwinyulianingsih@unesa.ac.id)

Received 2022;  
Revised 2022;  
Accepted 2022;  
Published Online 2022

**ABSTRAK:** E-Commerce memiliki fungsi sebagai media jual beli sekaligus menjadi pengembangan didunia informasi penjualan baik berupa baraaang maupun berupa jasa. Inilah yang menyebabkan munculnya beberapa hambatan seseorang supaya menumbuhkan minat untuk berwirausaha. Dalam penelitian ini tujuannya adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh pemanfaatan E-Commerce terhadap minat berwirausaha. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Karangtaruna kelurahan Sidosermo Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya yang berjumlah 75 orang. Sampel yang digunakan adalah system random sampling yang berjumlah 30 orang anggota karangtaruna yang telah memiliki usaha. Instrumen penelitian menggunakan media Google Form. Analisis data menggunakan teknik Analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan tingkat signifikansi 5% ( $0,000 < 0,005$ ) sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pemanfaatan e-commerce terhadap minat berwirausaha. Melalui pemanfaatan e-commerce yang semakin meningkat dapat memberikan semangat berwirausaha kepada anggota Karangtaruna Kelurahan Sidosermo Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya.

**Kata Kunci:** pemanfaatan e-commerce, minat berwirausaha

**Abstract:** E-Commerce has a function as a medium of buying and selling and disseminating information on the sale of goods and services. This reason arises because there are obstacles for someone to grow interest in entrepreneurship. The purpose of this study was to determine the effect of the use of E-Commerce on the interest in entrepreneurship. This research is a type of research that uses quantitative descriptive research. This research was conducted in January 2022. The population in this study were members of the Karangtaruna, Sidosermo Village, Wonocolo District, Surabaya City, amounting to 75 people. The sample used is a random sampling system, totaling 30 members of the youth organization who already have a business. The research instrument uses Google Form media. Data analysis using simple linear regression analysis technique. The results showed a significance level of 5% ( $0.000 < 0.005$ ) so it can be concluded that there is a positive and significant influence between the use of e-commerce on the interest in entrepreneurship. Through the increasing use of e-commerce, it can provide an entrepreneurial spirit to members of Karangtaruna, Sidosermo Village, Wonocolo District, Surabaya City.

**Keywords:** use of e-commerce, interest in entrepreneurship

Alamat Penyunting dan Tata Usaha:  
Laboratorium Pendidikan Luar Sekolah  
Fakultas Ilmu Pendidikan  
Gedung O-1 Lantai 2 Jalan Lidah Wetan  
Sby Kode Pos 60213  
Telp. 031-7532160 Fax. 031-7532112  
E-mail: [jpus@unesa.ac.id](mailto:jpus@unesa.ac.id)

---

## Pendahuluan

*E-Commerce* adalah salah satu inovasi dalam dunia usaha. Perkembangan model ini seiring dengan perkembangan dunia internet. Berwirausaha dengan model ini bertujuan untuk mempermudah konsumen dan produsen dalam melakukan aktifitas jual beli. Produsen dan konsumen sangat diuntungkan dengan adanya metode ini, sebab mereka tidak perlu bertransaksi ke suatu tempat, mereka cukup bertransaksi dengan menggunakan aplikasi yang tersedia. Selain itu dengan menggunakan *e-commerce* jangkauan konsumen menjadi lebih meluas sebab siapapun dapat mengakses melalui aplikasi yang mereka gunakan. Dengan begitu diharapkan kesejahteraan masyarakat menjadi semakin meningkat.

*E-commerce* diharapkan dapat menunjang perkembangan perekonomian di suatu negara. Itu semua selaras dengan pernyataan Zhang & Cao (2018 – 2687) bahwa *e-commerce* tidak hanya transaksi melalui jaringan internet, tetapi itu dapat juga mendorong perekonomian suatu negara. Oleh karena itu ini dapat dijadikan alasan bahwa *e-commerce* harus dikembangkan. Sebab perkembangan perekonomian negara sangatlah penting, karena hal tersebut berpengaruh terhadap perekonomian rakyat. Dengan berkembangnya perekonomian rakyat diharapkan dapat mendukung kemajuan suatu negara. Sehingga dapat menjadikan negara yang mandiri yang semua kebutuhannya dapat dipenuhi oleh negara itu sendiri tanpa harus meminjam dari negara lain.

Di Indonesia penggunaan gawai sudah sangat tinggi, oleh karena itu usaha dengan menggunakan *e-commerce* dirasa sangat menjanjikan. Setiap orang hampir sangat tergantung dengan penggunaan gawai, kapanpun, bagaimanapun, dimanapun hampir tidak bisa terlepas dari penggunaan gawai. Gawai telah menjadi kebutuhan utama yang tidak bisa terlepas lagi, sebab dimasa yang sekarang ini hampir setiap orang memiliki gawai. Indonesia berpotensi menjadi negara terbesar seasia pasifik dengan jumlah pengusaha terbesar. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh ICD tahun 2012-2015 *e-commerce* di Indonesia berkembang hingga 42% (Sidharta & Suzanto, 2015). Berdasar data tersebut menjadikan produsen untuk bersemangat meningkatkan inovasi dalam meningkatkan usahanya. Masyarakat Indonesia harus lebih berani untuk memulai usaha, sebab apapun jenis usahanya apabila dilakukan dengan tekun akan menuai hasil yang di inginkan.

Di Indonesia, pengusaha yang menggunakan *e-commerce* sebagai alat pemasarannya sudah cukup banyak. Itu berarti masyarakat sudah mampu mengakses dan memanfaatkannya dengan baik. Masyarakat dapat memanfaatkan beberapa aplikasi *e-commerce* yang dapat diakses di gawai mereka. Banyak aplikasi yang dapat diakses melalui whatsapp, facebook, Instagram, shoppee, tokopedia dan lain-lain. *E-commerce* yang bisa dibidang teknologi terbaru ini sudah dapat dimanfaatkan oleh masyarakat kalangan menengah kebawah maupun golongan masyarakat menengah ke atas, sebab harga yang ditawarkan melalui *e-commerce* relative dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.

Dengan banyaknya jumlah pengguna *e-commerce* di negara ini diharapkan Indonesia menjadi masyarakat pelaku usaha terbanyak di jagat raya. Pernyataan tersebut gayung bersambut dengan yang dinyatakan oleh bapak dalam rapat anggota HIPMI (KOMPAS.com, 2018). Indonesia masih memiliki jumlah wirausaha bekisar 3,1%, sangat sedikit kalau dibandingkan dengan jumlah penduduk kita yang sangat banyak. Di negara maju 14% penduduknya adalah wirausaha. Sehingga perputaran keuangan dikelola dan dikendalikan oleh pihak yang turutserta memiliki berperan dalam peningkatan perekonomian atau keuangan suatu negara. Berdasar data tersebut warga Indonesia harus memiliki semangat berwirausaha yang tinggi sehingga membantu atau mengembangkan kemajuan Indonesia. Jika jiwa wirausaha sudah tumbuh maka perilaku wirausaha juga akan muncul. Perilaku berwirausaha selalu menjunjung tinggi norma dan budaya yang berlaku di lingkungan bermasyarakat, supaya dapat diterima dengan baik oleh masyarakat (Ranto, 2016). Untuk menjaga citra yang positif dengan anggota masyarakat lainnya perlu perilaku berwirausaha yang sesuai dengan aturan yang berlaku di masyarakat.

Negara Indonesia diuntungkan dengan adanya potensi dari kekayaan yang berlimpah dan lengkap. Baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Kekayaan alam bersumber dari sumber daya alam hayati dan non hayati. Apabila hal tersebut dapat dimanfaatkan dan dikelola dengan baik oleh masyarakat Indonesia, maka bukan hal yang tidak mungkin masyarakat Indonesia akan sejahtera dan

mandiri. Itu sebabnya generasi penerus harus memiliki jiwa kreatifitas yang tinggi dalam memanfaatkan kondisi negara Indonesia sehingga generasi muda kita dapat mandiri dan tidak bergantung pada lowongan pekerjaan. Pemuda Indonesia menjadi kader bangsa di masa yang akan datang. Kemajuan diberbagai bidang dirasa memiliki dampak yang signifikan sehingga memicu pemuda untuk selalu berkembang dan dapat menjalin hubungan antar negara. Hal tersebut sesuai dengan falsafah hidup bernegara yang terkandung dalam nilai-nilai luhur Pancasila.

Penjualan melalui *e-commerce* menjadikan pemuda sebagai bagian yang ada di dalam masyarakat menjadi obyek, sebab dirasakan pemuda mudah untuk mengaksesnya (Nangi & Sukaatmaja, 2015). Sebab dunia teknologi dirasa mampu diterima dengan baik oleh kalangan pemuda. Maka setiap pemuda dituntut untuk melek teknologi dan selalu update perkembangan teknologi. Sebab perkembangan teknologi begitu cepat. Hal tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh produsen untuk memasarkan produknya. Maka pemuda dituntut untuk selalu bijak dalam memanfaatkan *e-commerce* (Nangi & Sukaatmadja, 2015) Pemuda diharapkan bukan hanya sebagai konsumen tetapi diharapkan ikut berperan dan termotivasi untuk menjadi pengusaha sehingga pemuda dapat mandiri atau berdikari tidak tergantung pada orang lain

Pemuda perlu disadarkan akan pentingnya berwirausaha, sebab dengan berwirausaha pemuda tidak hanya mampu untuk mencukupi kebutuhan ekonominya sendiri tetapi dapat meningkatkan kebutuhan ekonomi orang lain. Karena dengan berwirausaha dapat memicu orang lain untuk meningkatkan kreatifitasnya maupun menjadi karyawan di tempat mereka. Dengan begitu, negara memperoleh dampak yang positif dengan banyaknya pengusaha sehingga dapat menjadi negara maju.

Dengan adanya *e-commerce* pemuda diharapkan mampu memanfaatkan kemajuan teknologi dengan baik untuk berwirausaha melalui toko online yang ada di media social. Sesuai dengan penelitiandalam jurnalnya yang dilakukan oleh Pramiswari & Dharmadiaksa (2017) yang menyatakan adanya pengaruh yang baik antara perkembangan *e-commerce* dengan tumbuhnya minat wirausaha. Hal tersebut tentunya menjadikan peluang yang sangat besar bagi pemuda untuk berwirausaha menggunakan *e-commerce*.

Berdasarkan dari beberapa pernyataan diatas, maka dirasa penting untuk melakukan penelitian mengenai perilaku berwirausaha dikalangan pemuda, khususnya golongan pemuda karangtaruna Kelurahan Sidosermo yang belum bekerja. Hal tersebut menjadikan penulis ingin mengetahui apakah dengan perkembangan teknologi informasi pada dunia wirausaha mampu meningkatkan motifasi pemuda untuk berwirausaha online maupun wirausaha online menggunakan media social, mampu menggerakkan semangat untuk memulai berwirausaha pada pemuda karangtaruna Kelurahan Sidosermo. Sehingga judul penelitian ini “Pengaruh Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Perilaku Berwirausaha Karangtaruna Kelurahan Sidosermo Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya”.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang memiliki tujuan untuk menggambarkan keadaan. Responden dalam penelitian ini dilaksanakan pada pemuda karangtaruna Kelurahan Sidosermo Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya pada bulan Januari 2022. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 75 orang anggota karangtaruna Kelurahan Sidosermo Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya. Dalam penelitian ini diambil sampel 30 orang yang belum bekerja. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini memanfaatkan media google form berupa angket. Analisis ini menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Berikut ini kisi-kisi yang digunakan dalam instrument setiap variable:

Tabel 1 Kisi-kisi Instrumen Setiap Variabel

Variabel	Indikator	No. Item
<i>Ecommerce (X)</i>	Pemasaran	1,2
	Kualitas Penjualan	3,4
	Pembayaran	5,6
	Pemakaian Internet	7,8
	Kepuasan Pemakaian	9,10
	Seleksi dan Nilai	11,12
	Kinerja dan Layanan	13,14
	Insentif Periklanan	15,16
	Perhatian Personal	17,18
	Hubungan Komunitas	19,20
	Keamanan & Keandalan	21,22
Minat Berwirausaha (Y)	Kemauan	1,2
	Perasaan Tertarik	3,4
	Perasaan Senang	5,6

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validasi dan Reabilitas

Responden yang digunakan untuk uji validasi yaitu berjumlah 30 orang responden didapatkan nilai ( $r$ ) table produk momen person dengan  $df$  (degree of freedom) =  $n - 2$  jadi  $df=30-2=28$  maka  $r$  tabel = 0,374. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai  $r$  dihitung  $> r$  tabel. Sehingga dapat dilihat nilai korelasi peritem lebih dari 0,374 sehingga dapat dinyatakan semua butir soal valid.

Uji Realibilitas dapat dinilai dari cronbach's alpha  $> 0,06$  maka dikatakan valid. Berikut hasil uji reabilitas yang diuji menggunakan SPSS:

Tabel 2 Reability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
0,649	2

Berdasarkan tabel diatas, nilai Cronbach's Alpha adalah sebesar 0,649 daiatas 0,60 sehingga diambil kesimpulan nilai instrument reabilitas tinggi.

### Uji Prasyarat

Untuk uji normalitas dalam hal ini uji one Kolmogorov-Smirnov digunakan, sample dengan tingkat signifikansi 5% atau dengan disederhanakan menjadi 0,05 yang memiliki hasil nilai menunjukkan probilitas signifikan (Asymp.sig (2 – tailed) variable pemanfaatan e-commerce (0,640) lebih besar dari 0,05. Sedangkan disimpulkan normal instrument terdistribusi sebab variable minat berwirausaha 0,063 lebih besar dari 0,05

Tabel 3 Uji Normalitas

Variabel	Statistic	df	Sig.
Pemanfaatan E-Commerce	0,972	30	0,604
Minat Berwirausaha	0,928	30	0,063

### Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, Uji hipotesis yang digunakan adalah uji regresi atau dalam kata lain mempelajari tingkat ketergantungan variable dependen menggunakan satu atau lebih dari variable independen yang bertujuan untuk memperhitungkan nilai mean populasi variable dependen yang berlandaskan nilai variable yang tercantum.

### Rumus Analisis Regresi:

$$Y = a + b1X1$$

Keterangan:

- Y = Minat Wirausaha
- a = Konstanta b1
- b1 = Koefisien arah regresi linear
- X1 = Pengaruh e-commerce

### Analisi Regresi

Dapat disusun persamaan regresi linear  $Y = 0,619 + 0,270X$  adalah hasil perhitungan nilai koefisien

**Tabel 4 Hasil Regresi**

	Unstandardized Coefficients			Standardized	t	Sig.
	Model	B	Std. Error	Beta		
1	(Constan)	,619	2,968		,208	,836
	Pemanfaatan E-commerce	,270	,042	,773	6,437	,000

Koefisien regresi dinyatakan positif sebab variable pemanfaatan *e-commerce* (X) sebesar 0,619, hal ini membuktikan bahwa setiap nilai pada variable pemanfaatan *e-commerce* sementara variable lainnya tetap maka variable minat berwirausaha akan mengalami perubahan senilai 0,619 dengan arah yang sama.

### Analisis Deteminasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 5**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change
,773 <sup>a</sup>	,597	,582	2,03892	,597

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari tabel 5 adalah senilai 0,582. Yang berarti variasi nilai 58,2% variable dependen menjelaskan minat berwirausaha secara bersama-sama oleh variable pemanfaatan *e-commerce*. Sisanya dipengaruhi oleh factor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian sebesar 41,8%.

### Analisis Uji T

Untuk uji T dilakukan perbandingan nilai probabilitas signifikan pada tabel 4, dengan nilai signifikansi 5% ( $0,000 < 0,005$ ) dengan begitu dapat diambil kesimpulan bahwasannya penggunaan *e-*

*commerce* sangat berpengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha, yang mana tingkat signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ .

### Analisis Uji F (Uji Simultan)

Pada perhitungan uji F yang tertera pada tabel 5 menunjukkan  $f_{hit} (41,4) > F_{tabel} (0,20)$  dengan nilai 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ .

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F Sig.
Regression	172,266	1	172,266	41,43
Residual	116,401	28	4,157	
Total	288,667	29		

- a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha
- b. Predictors: Pemanfaatan E-commerce

Dari hasil perhitungan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dengan katalain pemanfaatan e-commerce berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada diri seseorang.

Dari hasil analisis data diatas dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh dalam pemanfaatan e-commerce terhadap minat berwirausaha seseorang. Begitupula dari deskripsi anggota karangtaruna Kelurahan Sidosermo memiliki minat wirausaha yang tinggi. Seharusnya hal ini dapat mendorong generasi muda untuk memulai berwirausaha bahkan dapat dimulai sejak mereka berada dibangku sekolah. Mengingat akhir-akhir ini banyak diminatinya pelatihan wirausaha dikalangan pemuda menunjukkan adanya pengaruh yang baik kepada pemuda untuk memulai berwirausaha.

Hal ini dapat berpengaruh baik pada pendidikan di lingkungan masyarakat. Dengan didukung oleh lingkungan yang baik untuk berwirausaha maka semakin mendorong seseorang untuk berwirausaha (B.Sari & Rahayu, 2020)

## Simpulan

Dari hasil perhitungan statistik bisa diambil kesimpulan bahwasannya ada pengaruh yang sangat signifikan dan positif pada penggunaan teknologi e-commerce terhadap semangat untuk berwirausaha. Dengan begitu maka penggunaan e-commerce dapat mendorong minat pemuda karangtaruna Kelurahan Sidosermo untuk berwirausaha.

## Daftar Rujukan

- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kompas.com. (2018). Jumlah Entrepreneur di Indonesia Jauh di Bawah Negara Maju. <https://nasional.kompas.com/read/2018/04/05/17261391/jumlahentrepreneur-di-indonesia-jauh-di-bawah-negara-maju-ini-kata-jokowi> (diakses pada 14 April 2019 pukul 17:12).
- Nangi, I. Y., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). Pengaruh Aplikasi TAM dan Kepercayaan Terhadap Mnat Mahasiswa Membeli Ulang Menggunakan Ecommerce dalam Pembelian Produk Pakaian dan Aksesoris. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 1771–1784.
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 49–55.

- Pramiswari, D. A. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(1), 261– 289.
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Terhadap Sikap serta Perilaku Konsumen pada E-commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 9(1), 26.
- Zhang, X., & Cao, G. (2018). Educational Structure of Resident, E-commerce Transactions and Residents' Consumption- Empirical Analysis based on Synergistic and Mediating Effects. *EDUCATIONAL SCIENCES: THEORY & PRACTICE*, 18(6), 2685–2698.