

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha Digital pada Siswa SMKN 6 Surakarta

Antonia Nataya Pringgorsari¹, Susilaningsih²

Pendidikan Akuntansi, FKIP, Universitas Sebelas Maret,
Surakarta, Indonesia

antonianataya42@student.uns.ac.id¹

ABSTRACT

This study aims to find empirical evidence (1) the influence of entrepreneurship education on digital entrepreneurship interest in students of SMK Negeri 6 Surakarta; (2) the influence of e-commerce use on digital entrepreneurship interest in students of SMK Negeri 6 Surakarta; and (3) the influence of entrepreneurship education and e-commerce use on digital entrepreneurship interest in students of SMK Negeri 6 Surakarta. This study is a study using a descriptive quantitative method. The population in this study were students of SMK Negeri 6 Surakarta with a purposive sampling technique resulting in a sample of 106 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents and in the form of documentation to find out the curriculum and learning process implemented. The instrument validity test technique used Karl Person's product moment correlation and the instrument reliability test was carried out using the Alpha Cronbach technique. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis techniques. The results of this study are as follows (1) there is an influence of entrepreneurship education on digital entrepreneurship interest; (2) the use of e-commerce has an impact on interest in digital entrepreneurship; (3) entrepreneurship education and the use of e-commerce contribute 60% to interest in digital entrepreneurship. The researcher hopes that other researchers can develop research based on the facts in the background, namely the low execution of becoming an entrepreneur even though the interest in becoming an entrepreneur is quite high.

Keywords: *Entrepreneurship education, use of e-commerce, interest in digital entrepreneurship.*

PENDAHULUAN

Era Globalisasi saat ini menyebabkan perkembangan pada bidang perekonomian secara pesat. Perkembangan teknologi dan informasi tersebut menyebabkan adanya transformasi wirausaha dari metode konvensional menuju metode digital. Transformasi ini menciptakan adanya istilah baru yaitu *digital entrepreneurship* atau dalam bahasa Indonesia disebut wirausaha berbasis digital. Kehadiran *digital entrepreneur* menurut Perwita (2021) berkaitan langsung dengan pertumbuhan perekonomian suatu negara. Semakin banyak jumlah wirausaha digital suatu

negara maka semakin berkembang pula negara tersebut.

Badan Pusat Statistik (2023) dalam Statistik Telekomunikasi Indonesia 2023 memaparkan bahwa 212 juta warga Indonesia merupakan pengguna aktif internet. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia juga menyatakan bahwa 78,19% warga Indonesia merupakan pengguna aktif internet. Data yang dipaparkan databoks pada Januari 2024 menunjukkan grafik dimana Indonesia menempati urutan ke-9 dalam kategori negara pengguna internet yang sering berbelanja *online*. Hal tersebut didukung CNBC Indonesia yang memperkirakan nilai belanja *online* Indonesia naik sebesar 12,8% dari tahun

ke tahun. Peningkatan pengguna *e-commerce* pun juga terus terjadi. Sebanyak 196,47 juta warga Indonesia merupakan pengguna aktif *e-commerce* yang melakukan pembelian. Dapat dikatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan warga yang aktif menggunakan jejaring internet. Hal tersebut dapat diketahui bahwa adanya aplikasi berbelanja *online* lebih menarik warga Indonesia untuk menjadi pembeli daripada menjadi penjual pada aplikasi tersebut. Padahal, dengan semakin berkembangnya kebiasaan belanja *online*, berarti banyak peluang bisnis yang dapat ditangkap oleh wirausaha digital.

Badan Pusat Statistik (2022) per bulan Februari 2022 yang memaparkan bahwa Indonesia hanya memiliki 3,47% jumlah wirausaha dari seluruh jumlah masyarakat Indonesia serta hanya 25,25% diantaranya yang sudah menjadi wirausaha berbasis digital. Angka ini sangat rendah jika dibandingkan dengan rata-rata jumlah wirausaha digital di negara maju yakni pada angka 10% dari jumlah warga negaranya (Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2017).

Rendahnya minat menjadi wirausaha digital juga terjadi pada lingkungan SMK Negeri 6 Surakarta dimana hanya 3% alumni yang menjadi wirausaha dan tidak ada satu pun yang menjadi wirausaha berbasis digital (*digital entrepreneur*). Hal ini ditunjukkan pada data yang diolah oleh SMK Negeri 6 Surakarta dimana hanya ada 37 dari 1.146 lulusan

2022/2023 yang memiliki pekerjaan sebagai wirausaha dan tidak ada di antaranya yang menjalankan usahanya dengan basis digital. Wirausaha yang dijalankan oleh peserta didik lulusan 2022/2023 adalah menjual suatu produk berbasis warung atau toko dan belum menggunakan *e-commerce*. Minat berwirausaha digital menjadi penting dibahas karena adanya minat berwirausaha akan mendorong seseorang untuk belajar dan membekali diri dengan berbagai keterampilan berwirausaha sehingga mempunyai keberanian untuk membuka atau memulai usaha dalam berbagai kesempatan

Minat untuk menjadi *digital entrepreneur* dapat dimulai melalui pendidikan kewirausahaan yang didapatkan dari pendidikan formal di bangku sekolah. Mengutip Rasyidi & Dassuscik (2022), pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu membangkitkan minat berwirausaha, berdikari, berkarya, dan mengembangkan perekonomian nasional. Pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku pada peserta didik menjadi seorang *digital entrepreneur*. Rasyidi & Dassuscik (2022) juga menambahkan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan investasi modal untuk mempersiapkan peserta didik memulai bisnis baru melalui pengalaman, keterampilan, dan pengetahuan.

Adanya pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha digital dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rembulan & Fensi (2018).

Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa minat berwirausaha yang dimiliki oleh siswa dipengaruhi oleh adanya faktor pendidikan kewirausahaan yang diberikan oleh institusi pendidikan. Hasil tersebut selaras dengan penelitian dari Nurmaliza, dkk (2018) dengan hasil penelitian bahwa pendidikan kewirausahaan menjadi faktor yang memengaruhi minat berwirausaha seseorang.

Minat berwirausaha digital juga dikaitkan dengan penggunaan *e-commerce*. *E-Commerce* atau *electronic commerce* menurut Laudon et al., (2014, hlm. 10) adalah penggunaan internet, *website*, dan aplikasi untuk transaksi bisnis secara digital antara perusahaan dan individu.

Zimmerer, et al. (1996) menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan minat berwirausaha seseorang. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yadewani & Wijaya (2017) dengan hasil positif bahwa penggunaan *e-commerce* dapat menjadi faktor peningkatan minat berwirausaha digital. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yadewani & Wijaya (2017), hasil penelitian Trihudiyatmanto (2019) juga memberikan hasil positif bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh pada minat berwirausaha.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dan berbagai penelitian terdahulu, maka peneliti melakukan penelitian dengan kebaruan. Sebanyak 6.360 karya tulis yang ada di *Google Scholar* berisi mengenai pengaruh

penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha digital namun belum ada pemilihan aplikasi yang spesifik mengenai aplikasi *e-commerce* yang digunakan sehingga pada penelitian ini variabel bebas yang digunakan lebih spesifik yakni aplikasi berbelanja *online Shopee*. Kebaruan dalam penelitian ini juga menggabungkan pengaruh dua variabel pendidikan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* yang pada penelitian sebelumnya jarang ditemukan. Dibuktikan dengan penelusuran pada *Google Scholar* pada April 2024 dimana hanya terdapat satu karya tulis yang menggabungkan pengaruh pendidikan kewirausahaan serta penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha digital

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris bahwa: 1) pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha digital; 2) penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha digital; 3) pendidikan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha digital (*digital entrepreneur*) pada siswa SMK Negeri 6 Surakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif deskriptif. Sugiyono (2018), metode kuantitatif merupakan pendekatan penelitian dengan angka baik dari pengumpulan

data hingga hasil. Desain penelitian ini menggunakan survei dengan melakukan penyebaran kuisioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XII SMK N 6 Surakarta. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa kelas XII Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga sebanyak 106 siswa. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Siswa kelas XII Program Keahlian Akuntansi Keuangan dan Lembaga SMK Negeri 6 Surakarta;
2. Telah menempuh mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (teoretis);
3. Telah mengikuti kegiatan kewirausahaan dalam mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (praktik); dan
4. Memiliki pengalaman menggunakan aplikasi *e-commerce* Shopee.

Sampel pada penelitian yang selaras dengan kriteria tersebut yakni siswa kelas XII Program Keahlian Akuntansi Keuangan Lembaga SMK Negeri 6 Surakarta. Siswa kelas XII Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga telah memperoleh mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan serta mengikuti kegiatan kewirausahaan berupa Kantin Viska (Kanvas) sebagai bentuk praktik dari mata pelajaran tersebut. Sampel tersebut dipilih karena jika dibandingkan dengan program

keahlian yang lain, program keahlian Akuntansi Keuangan dan Lembaga mendapatkan pembelajaran kewirausahaan yang lebih banyak jika dibandingkan program keahlian yang lain.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner dipergunakan untuk mengumpulkan data tingkat penggunaan *e-commerce*, pendidikan kewirausahaan, dan minat berwirausaha digital. Sedangkan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data mengenai profil instansi, jumlah siswa, dan data pendukung lainnya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Sebelum penggunaan analisis regresi linier berganda diperlukan adanya uji prasayarat. Uji yang diperlukan yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji prasayarat analisis ini diperlukan untuk mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis sudah memenuhi syarat atau belum.

Uji prasyarat menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa residu berdistribusi normal dengan nilai signifikansi di angka $0,200 > 0,50$. Hasil uji linearitas juga menunjukkan hasil bahwa kedua variabel memiliki hubungan linear pada angka $0,288 > 0,05$ (X_1 dan Y) dan $0,22 > 0,05$ (X_2 dan Y). Maka dapat dikatakan bahwa analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis sudah memenuhi syarat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Uji regresi linier berganda dilakukan dengan bantuan program SPSS 27.0 *for Windows*. Berikut hasil uji regresi linier berganda variabel pendidikan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha digital pada penelitian ini:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

<i>Model</i>	<i>Sum of Square</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Regression	2220,983	2	1110,492	80,291	<,001
Residual	1424,573	103	13,831		
Total	3645,557	105			

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2024)

Tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pendidikan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha digital siswa karena nilai $F_{Sig} < 0,05$ yaitu $0,01 < 0,05$.

2. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Uji t dilakukan dengan bantuan program SPSS 27.0 *for Windows*. Berikut hasil uji t dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji t

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficient B</i>	<i>Coefficient Std. Error</i>	<i>Standardized Coefficient Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
(Constant)	5,400	2,795		,1932	,056
Pendidikan Kewirausahaan	,413	,052	,583	8,011	<,001
Penggunaan <i>E-Commerce</i>	,123	,030	,294	4,033	<,001

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2024)

Tabel 2 menunjukkan nilai signifikansi variabel pendidikan kewirausahaan (X_1) sebesar $<0,001$ yang menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha digital. Nilai signifikansi yaitu $0,001 < 0,05$.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa X_1 diterima karena terdapat pengaruh antara pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha digital. Signifikansi variabel penggunaan *e-commerce* (X_2) sebesar $<0,001$ yang menunjukkan terdapat pengaruh antara

variabel penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha digital. Nilai signifikansi yaitu $0,001 < 0,05$. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa X_2 diterima karena terdapat pengaruh antara penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha digital.

3. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Uji F dilakukan dengan bantuan program SPSS 27.0 *for Windows*. Berikut hasil uji F dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji F

<i>Model</i>	<i>Sum of Square</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Regression	2220,983	2	1110,492	80,291	<,001
Residual	1424,573	103	13,831		
Total	3645,557	105			

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2024)

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($80,291 > 3,08$) dengan nilai signifikansi 0,05 maka disimpulkan bahwa H_3 diterima karena terdapat pengaruh signifikan antara pendidikan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha digital.

4. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis koefisien determinasi dilakukan dengan bantuan program SPSS 27.0

for Windows. Berikut hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,781	,609	,602	3,719

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2024)

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *R square* sebesar 0,609 atau setara dengan 60%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa naik turunnya minat berwirausaha digital dipengaruhi 60% dari variabel pendidikan kewirausahaan dan variabel penggunaan *e-commerce*. Hasil tersebut juga berarti memberikan kontribusi sebesar 60% terhadap minat berwirausaha digital, sedangkan 40% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, data yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pendidikan kewirausahaan (X_1) dan penggunaan *e-commerce* (X_2) terhadap minat berwirausaha digital (Y) pada siswa SMK Negeri 6 Surakarta. Ajzen (1991) dalam *theory of planned behaviour* menjelaskan bahwa faktor utama untuk menentukan minat seseorang ditentukan oleh tiga faktor yaitu faktor personal (meliputi sifat, perilaku, kecerdasan emosional, dan norma-norma), faktor sosial (meliputi jenis kelamin, ras, usia, status ekonomi, suku, pendidikan yang diterima, dan agama), dan

faktor informatif (meliputi pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki seseorang). Penelitian ini didasarkan pada faktor sosial (pendidikan yang diterima) dan faktor informatif (pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki seseorang) yang diwakilkan dengan variabel pendidikan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce*.

Hasil penelitian menggunakan analisis koefisien determinasi menunjukkan hasil *R square* sebesar 0,609 atau setara dengan 60%. Hasil tersebut juga berarti pendidikan kewirausahaan (X_1) dan penggunaan *e-commerce* (X_2) memberikan kontribusi sebesar 60% terhadap minat berwirausaha digital (Y) pada siswa SMK Negeri 6 Surakarta, sedangkan sisanya yakni 40% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan fakta di lapangan SMK Negeri 6 Surakarta hanya terdapat 37 dari 1.146 lulusan tahun 2022/2023 atau hanya 3% lulusan yang memilih berkarir sebagai wirausaha. Peneliti berharap kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian yang lebih dalam mengenai tingginya minat berwirausaha pada penelitian ini maupun penelitian sebelumnya yang tidak diimbangi dengan eksekusi untuk menjadi wirausaha yang tinggi pula.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rembulan & Fensi (2018), Nurmaliza, dkk (2018), Yadewani & Wijaya (2017) dan Trihudiyatmanto (2019) dengan kedua topik yang dikombinasikan dalam

penelitian ini yakni pendidikan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha digital seseorang.

Pendidikan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* memberikan peluang, mendapatkan bekal untuk menjadi wirausahawan, mendapatkan inspirasi kewirausahaan, serta mendorong minat siswa untuk berwirausaha sesuai dengan bekal pengetahuan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.

Penelitian ini masih belum mencakup dan mewakili semua faktor yang memengaruhi minat berwirausaha digital. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan peneliti dalam penyebaran kuisioner maupun pemilihan sampel. Selain itu, masih terdapat faktor-faktor lain yang berkaitan dengan minat berwirausaha digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha digital; 2) terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha digital; 3) terdapat pengaruh yang signifikan pendidikan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha digital. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa pendidikan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* berkontribusi

sebesar 60% terhadap minat berwirausaha digital, 40% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain.

Peneliti berharap peneliti lain dapat mengembangkan penelitian ini untuk mengkaji lebih dalam mengenai variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap minat berwirausaha digital. Selain itu, peneliti lain dapat mengembangkan penelitian berdasarkan fakta di latar belakang yakni rendahnya eksekusi menjadi wirausaha padahal minat untuk menjadi wirausaha cukup tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). Theory of Planned Behaviour. *Behaviour and Human Decision Processes*, 50(1), 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2023*. BPS
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Karakteristik Usaha 2022: Statistik Karakter Usaha*. BPS
- Kemendikbud. (2019, Maret 22). Mendikbud Dorong Siswa SMK Jadi Wirausaha di Era Industri 4.0. Kemendikbud.go.id. Diperoleh 26 Agustus 2023 dari <https://www.kemendikbud.go.id/main/index.php/blog/2019/03/mendikbud-dorong-siswa-smk-jadi-wirausaha-di-era-industri-40>
- Laudon, K. C., Guercio, C., Carol, T., & Traver, G. (2014). E-commerce business technology society business. technology. society. *Fourth Edition Online Retail and Services*.
- Nurmaliza, N., Caska, C., & Indrawati, H. (2018). Analysis of Factors Affecting Entrepreneurial Interest of Vocational High School Students in Pekanbaru. *Journal of Educational Sciences*, 2(2), 42. <https://doi.org/10.31258/jes.2.2.p.42-51>
- Perwita, D. (2021). Telaah Digital Entrepreneurship: Suatu Implikasi Dalam Mengatasi Permasalahan Ekonomi. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(2), 40–51. <https://doi.org/10.24127/pro.v9i2.4511>
- Rasyidi, A. H., & Dassusik. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Angkatan 2019 STKIP PGRI Situbondo. *Jurnal IKA PGSD UNARS*, 11(1), 525–526.
- Rembulan, G. D., & Fensi, F. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 1(1), 65–73. <https://doi.org/10.30813/jpk.v1i1.1007>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Trihudiyatmanto, M. (2019). Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Gender. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 93–103. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.678>
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64–69. <https://doi.org/10.29207/resti.v1i1.6>
- Zimmerer, Thomas W. (1996). *Entrepreneurship and New Venture Formation*. Prentice Hall