

## PENGARUH MODAL USAHA, PENGGUNAAN E-COMMERCE, DAN SELF-EFFICACY TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Lampung)

Selvia<sup>1</sup>, Nurmala<sup>2</sup>, Umarudin Kurniawan<sup>3</sup>  
Politeknik Negeri Lampung

Email : [selviavi1812@gmail.com](mailto:selviavi1812@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurmala@polinela.ac.id](mailto:nurmala@polinela.ac.id)<sup>2</sup>, [umarkurniawan@polinela.ac.id](mailto:umarkurniawan@polinela.ac.id)<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal usaha, penggunaan *e-commerce*, dan *self-efficacy* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa Politeknik Negeri Lampung. Variabel independen dalam penelitian ini adalah modal usaha, penggunaan *e-commerce*, dan *self-efficacy*. Sedangkan, variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan berwirausaha. Penelitian ini diuji dengan menggunakan alat uji SPSS versi 26 dengan alat analisis regresi linier berganda. Metode pengambilan sample menggunakan metode *porpositive sampling* dan didapat jumlah sampel sebanyak 120 responden. Metode pengumpulan data menggunakan *google form* yang dibagikan melalui media sosial seperti *whatsapp* dan *instagram*. Adapun hasil dari penelitian ini secara simultan modal usaha, penggunaan *e-commerce*, dan *self-efficacy* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Akan tetapi, secara parsial modal usaha dan penggunaan *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha sedangkan *self-efficacy* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

**Kata Kunci:** Modal usaha, pengguna *e-commerce*, *self-efficacy*, wirausaha.

### ABSTRACT

*This research aims to determine the influence of business capital, use of e-commerce, and self-efficacy on entrepreneurial decision making among Lampung State Polytechnic students. The independent variables in this research are business capital, use of e-commerce, and self-efficacy. Meanwhile, the dependent variable in this research is entrepreneurial decision making. This research was tested using the SPSS version 26 test tool with multiple linear regression analysis tools. The sampling method used the proportional sampling method and a sample size of 120 respondents was obtained. The data collection method uses a Google form which is shared via social media such as WhatsApp and Instagram. The results of this research simultaneously influence business capital, use of e-commerce, and self-efficacy on entrepreneurial decision making. However,*

### Article History

Received: Juli 2024

Reviewed: Juli 2024

Published: Juli 2024

Plagirism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed

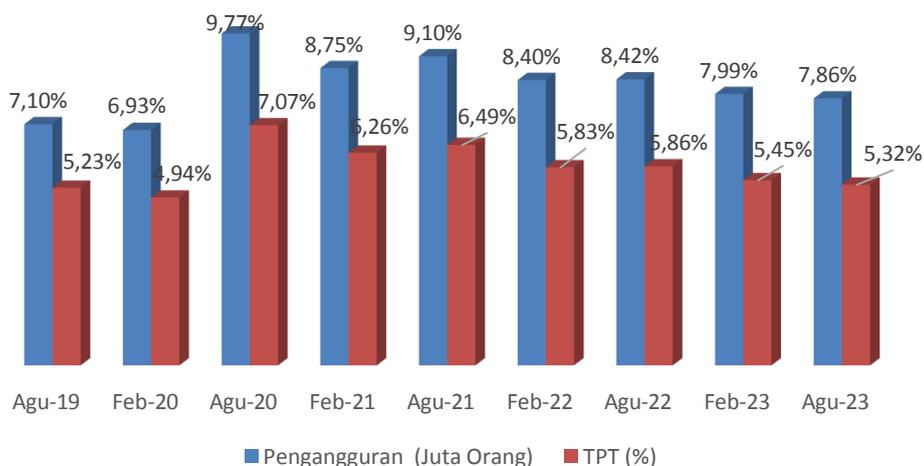
under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

*partially, business capital and the use of e-commerce do not influence entrepreneurial decision making, while self-efficacy influences entrepreneurial decision making.*

**Keywords:** *Business capital, e-commerce users, self-efficacy, entrepreneurship.*

## PENDAHULUAN

Permasalahan pengangguran menjadi salah satu topik yang banyak dibicarakan termasuk di Indonesia, hal ini dikarenakan jumlah pelamar melebihi jumlah posisi lapangan pekerjaan yang tersedia. Situasi ini menjadi lebih buruk ketika individu fokus pada pencari kerja dibandingkan dengan penciptaan lapangan kerja (Indrayeni dan Taufiq, 2022). Fenomena meningkatnya jumlah pengangguran di Indonesia khususnya bagi lulusan mahasiswa cukup memprihatinkan. Kebanyakan mahasiswa setelah lulus dari perguruan tinggi, akan mencari dan melamar pekerjaan bukan menyiapkan diri untuk menciptakan lapangan pekerjaan atau berwirausaha. Kondisi ini membuat ketergantungan, sebab itu timbul banyak kasus pengangguran (Ibrahim dan Muslimin, 2022). Pengangguran seringkali menjadi kendala perekonomian karena menurunkan kapasitas dan pendapatan masyarakat, sehingga dapat menyebabkan kemiskinan dan permasalahan sosial lainnya (Jumana, 2022)



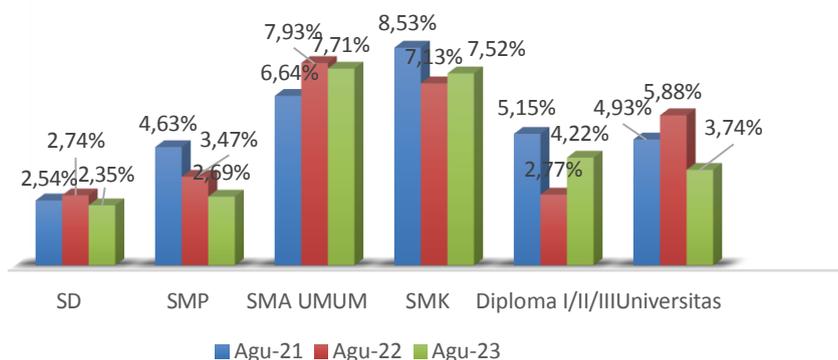
Gambar 1. Jumlah dan Tingkat Pengangguran 2023

Sumber: Badan Pusat Statistika tahun 2023 TPT

Berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS) tahun 2023 seperti terlihat pada Gambar 1 memperlihatkan situasi ketenagakerjaan di Indonesia, yakni penduduk usia kerja pada Agustus 2023 berjumlah 212,59 juta jiwa, dan sebanyak 147,71 juta jiwa merupakan angkatan kerja. Dengan demikian, rasio operasional (TPAK) mencapai 69,48%. Selain itu, hingga Agustus 2023, terdapat 7,86 juta jiwa atau setara 5,32% dari total populasi pekerja yang menganggur. Jumlah pengangguran menurun sekitar 0,56 juta dibandingkan Agustus 2022. Meskipun menurun, namun jumlah dan angka pengangguran masih lebih tinggi dibandingkan sebelum pandemi (Said, 2023).

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) merupakan indikator yang diperlukan untuk mengukur tenaga kerja yang tidak terserap di pasar tenaga kerja dan memaparkan kurangnya

persediaan tenaga kerja. Berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistika) Tahun 2023 yang berkenaan dengan Tingkat Pengangguran Terbuka menurut Provinsi dimulai dari Agustus 2021 sampai dengan Agustus 2023. Tingkat pengangguran terbuka tertinggi adalah Provinsi Banten dengan persentase sebesar 7,52% dan terendah ialah Provinsi Sulawesi Barat sebesar 2,77%. Sementara untuk Provinsi Lampung, tingkat pengangguran terbuka per Agustus 2023 sebesar 4,23% yang berarti bahwa tingkat pengangguran di wilayah Indonesia masih memerlukan lapangan yang sesuai untuk mengurangi tingkat pengangguran dengan menciptakan peluang bisnis sendiri (Said, 2023). Data dalam bentuk tabel terkait tingkat pengangguran terbuka provinsi bisa dilihat di lampiran 1.



Gambar 2. Menurut Pendidikan Provinsi Lampung  
Sumber: Badan Pusat Statistika Tahun 2023

Selanjutnya, berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS) seperti tersaji pada Gambar 2 tentang ketenagakerjaan di Provinsi Lampung, Apabila jika dilihat dari studi yang diselesaikan oleh angkatan kerja, dimana untuk Agustus 2023, tamatan Sekolah Menengah Atas pada TPT masih paling tinggi yaitu 7,71%, sedangkan TPT terendah adalah pendidikan SD yaitu 2,35%. Kemudian pada jenjang tamatan Diploma I/II/III sebesar 4,22% dan pada lulusan perguruan tinggi pada Agustus 2023 sebesar 3,74%.

Tidak dapat dipungkiri bahwa Indonesia menghadapi permasalahan terbatasnya kesempatan kerja bagi lulusan perguruan tinggi dengan jumlah pengangguran intelektual yang semakin meningkat akhir-akhir ini (Noormalita dan Primandaru, 2018). Menurut Badan Pusat Statistika (BPS) tahun 2023, jumlah lulusan perguruan tinggi meningkat di karena keterampilan mahasiswa yang tidak sesuai dengan kebutuhan dunia usaha, pengadaan lapangan pekerjaan yang terbatas, ekspektasi pendapatan gaji yang tidak sesuai, serta kurangnya minat seseorang untuk menciptakan usaha dengan berwirausaha yang telah menyebabkan pengangguran di kalangan lulusan perguruan tinggi di Indonesia meningkat (Jumana, 2022)

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa menjadi salah satu solusi permasalahan pengangguran di Indonesia. Menjadi seorang *entrepreneur* bisa sebagai langkah untuk karir mahasiswa dalam menciptakan lapangan kerja sendiri, apalagi dilihat dalam TPT Provinsi Lampung untuk tingkat kelulusan perguruan tinggi menduduki posisi kedua dari pengangguran tertinggi. Namun sangat disayangkan masih banyak mahasiswa yang kurang tertarik dengan dunia wirausaha, karena keinginan untuk menjadi seorang wirausaha sangat sedikit (Agung dkk., 2019).

Faktor penentu keberhasilan dalam pengambilan keputusan berwirausaha tidak hanya terbatas pada internal saja seperti adanya kepercayaan dan keyakinan (*Self-efficacy*) tetapi juga dipengaruhi dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan faktor ekonomi (eksternal). Teknologi informasi saat ini bisa membantu para wirausaha, karena dengan adanya teknologi seperti penggunaan *e-commerce* dalam berwirausaha dapat menciptakan bisnis pada dunia maya yang menghubungkan orang-orang luas tanpa terbatas oleh letak geografis serta memberikan kemudahan dalam kegiatan usaha jual beli dengan mudah, menghemat waktu dan biaya.

Keberadaan *e-commerce* dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memulai usaha dan melakukan kegiatan wirausaha (Taufiq dan Indrayeni, 2022). Hal ini didukung dengan adanya hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Ardini (2014) dan Putra dan Astri (2015) menunjukkan penggunaan *e-commerce* berpengaruh pada keputusan berwirausaha, dengan adanya *e-commerce* dapat menciptakan peluang usaha yang bisa dimanfaatkan dengan jangkauan luas tanpa memikirkan adanya modal yang besar.

Faktor berikutnya yang bisa menumbuhkan minat mahasiswa dalam melakukan kegiatan wirausaha adalah *Self-efficacy*. *Self-efficacy* merupakan keseriusan seseorang terhadap dirinya untuk menyelesaikan permasalahan. Individu dengan *Self-efficacy* yang tinggi akan memupuk keinginan seseorang untuk bekerja, hal ini juga bisa terjadi ketika seseorang hendak melakukan kegiatan usaha. Seperti yang diungkapkan Nurfitriana (2019) dan Yanti (2019), *Self-efficacy* dapat meningkatkan minat seseorang untuk berbisnis. Selain itu, Muhson dan Mustafa (2014) mengemukakan bahwa *Self-efficacy* adalah prediktor positif minat berwirausaha. Sebab jika individu tidak yakin dengan kemampuannya, maka ia tidak akan mau mengambil keputusan untuk menjadi seorang wirausaha. *Self-efficacy* dapat menentukan kinerja bisnis terbaik.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Theory Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* adalah suatu model yang digunakan untuk memberikan penawaran terhadap penerimaan penggunaan *e-commerce* serta perilaku bagi penggunanya. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan/keperluan, serta penggunaan aktual dari pengguna/*user* suatu sistem informasi (Minan, 2021).

*Technology Acceptance Model (TAM)* memiliki dua konsep utama dalam user acceptance (penerimaan pengguna) yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dan *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan). *perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang mengenai teknologi informasi (*e-commerce*) akan mudah dan tidak membutuhkan usaha yang keras. *perceived usefulness* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan mengenai penggunaan sistem informasi (*e-commerce*) meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya. Penggunaan *e-commerce* ditentukan oleh persepsi individu dan sikap yang pada akhirnya akan membentuk perilaku seseorang dalam penggunaan suatu teknologi informasi (*e-commerce*).

## **Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha**

Pengambilan keputusan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam upaya memecahkan masalah yang dihadapi dan kemudian menetapkan alternatif yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan kondisi lingkungan (Hamali dan Sari, 2017). Pengambilan suatu keputusan pada dasarnya adalah memilih satu atau beberapa alternatif dari sejumlah pilihan. Pemilihan alternatif harus didasarkan pada prinsip optimalisasi yaitu memilih alternatif yang memberikan manfaat terbesar dengan resiko dan perhitungan. Seorang wirausaha hendaknya mengambil keputusan yang bersifat strategis, yakni pengambilan keputusan untuk memperoleh dan meningkatkan penghasilan dengan cara mendirikan. Mengelola, serta mengembangkan usahanya (Sari, 2018).

## **Modal Usaha**

Menurut Diah Iydianti dalam buku Husinsah (2022) modal merupakan salah satu faktor terpenting dari kegiatan produksi. Bagi usaha yang baru berdiri atau mulai menjalankan usahanya, modal digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha, sedangkan bagi perusahaan atau bidang usaha maupun bisnis yang sudah berdiri lama, modal biasanya digunakan untuk dapat mengembangkan usaha maupun memperluas pasar dari bisnis dan usaha tersebut. Bagi para pengusaha hendaknya dapat memanfaatkan modal dengan seoptimal mungkin, yang nantinya diharapkan dapat memberikan keuntungan yang lebih maksimal bagi perusahaan yang dikelola.

## **Penggunaan *E-commerce***

Pengertian *e-commerce* berbeda-beda tergantung para ahli di bidangnya, namun selalu mempunyai maksud dan tujuan yang sama (Almira dan Hadianti, 2019). Menurut Sudaryono (2020) dalam penelitian menyatakan bahwa *e-commerce* mengacu pada distribusi, pemasaran, pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, www atau situs web lainnya. *E-commerce* juga mencakup transfer dana elektronik, sistem manajemen inventaris otomatis, pertukaran data elektronik, dan sistem pengumpulan data otomatis. Dari beberapa definisi *e-commerce*, penulis menyimpulkan bahwa *e-commerce* adalah suatu kegiatan jual beli yang dapat dilakukan secara online maupun secara virtual maupun tidak langsung, namun melalui perantara media elektronik.

## ***Self-efficacy***

Menurut Bandura (1997), *Self-efficacy* adalah persepsi individu mengenai seberapa bagus dia dapat berfungsi dalam kedudukan tertentu. *Self-efficacy* mengacu pada rasa percaya diri untuk mampu melakukan suatu perilaku yang diinginkan, dan pada dasarnya *self-efficacy* merupakan suatu proses positif berupa kepastian, kepercayaan, bahkan harapan terhadap sekelompok orang ketika melakukan suatu tugas tertentu serta tindakan untuk mencapai sesuatu yang diinginkan guna mencapai suatu hasil. *Self-efficacy* mengacu pada keyakinan orang tentang kemampuan mereka untuk tampil pada tingkat kinerja tertentu dan mengatasi situasi yang mungkin memengaruhi kehidupan mereka (Agustin, 2019).

Orang dengan *Self-efficacy* yang tinggi percaya bahwa mereka mempunyai kemampuan untuk Orang dengan *Self-efficacy* rendah percaya bahwa mereka pada dasarnya tidak mampu melakukan segala sesuatu di sekitar mereka. Ketika dihadapkan pada situasi sulit, orang dengan

*Self-efficacy* rendah mudah menyerah. Di sisi lain, orang dengan *Self-efficacy* yang tinggi cenderung mengeluarkan upaya lebih untuk mengatasi tantangan yang ada (Esfandiar, 2017).

## METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang didapat dari kuesioner yang disebarluaskan kepada sejumlah besar responden sampel sesuai kelompok sasaran, serta dipandang mampu mewakili semua populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Politeknik Negeri Lampung. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan bersifat tertutup. Kuesioner penelitian ini terdiri dari 20 pernyataan, 4 pernyataan mengenai modal usaha, 5 pernyataan mengenai penggunaan *e-commerce*, 6 pernyataan mengenai *self-efficacy* dan 5 pernyataan mengenai pengambilan keputusan berwirausaha.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji t atau uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Asumsi dari uji t yaitu jika  $t_{tabel} < t_{hitung}$  dan  $Sig\ t (P-value) < 0,05$ , maka ada hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan uji 2 arah dimana  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 120 - 3 - 1 = 116$ , maka didapatkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,98063.

Tabel 1. Hasil Uji T atau Uji Parsial

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	4,475	1,284		3,486	,001		
Modal Usaha	,016	,074	,015	,222	,824	,843	1,186
Penggunaan E-commerce	,007	,066	,007	,107	,915	,781	1,281
Self-efficacy	,618	,056	,751	10,999	,000	,783	1,277

Sumber: Hasil *Output* SPSS V.26 (2024)

Model regresi berpengaruh secara simultan apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan signifikan  $F < 0.05$ , menggunakan uji 2 arah dimana  $\alpha = 0.05$  dan  $df = 120 - 3 = 117$ , maka didapatkan F tabel sebesar 2,68. Uji F yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	280,416	3	93,472	52,610	,000 <sup>b</sup>
	Residual	206,176	116	1,777		
	Total	486,592	119			

Sumber: Hasil *Output* SPSS V.26 (2024)

Uji koefisien determinasi yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,759 <sup>a</sup>	,576	,565	1,333

Sumber: Hasil *Output* SPSS V.26 (2024)

### Pengaruh Modal Usaha terhadap Pengambilan Keputusan berwirausaha

Berdasarkan hasil analisis Uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel modal usaha ( $X_1$ ) memiliki nilai signifikansi  $0,824 > 0,05$  dan  $t_{hitung} 0,122 < t_{tabel} 1,98063$  maka berdasarkan hipotesis yang penulis ajukan untuk variabel modal usaha tidak terbukti memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Jadi,  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima, yang menunjukkan bahwa variabel modal usaha ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Hal ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2023) yang menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada minat mahasiswa, namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Meifa (2022) yang menyatakan bahwa modal usaha tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dianalisis dengan statistik deskriptif menjelaskan bahwa modal usaha tidak memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha, yang diperkuat dengan rata-rata (*mean*) skor jawaban responden mengenai modal usaha terkecil dibandingkan dengan rata-rata dua variabel lainnya, artinya mahasiswa memiliki persepsi bahwa modal usaha bukan menjadi faktor yang mempengaruhi untuk memilih berwirausaha. Walaupun demikian masih ada yang berpersepsi bahwa modal usaha itu penting untuk memulai usaha, tetapi bukan menjadi faktor satu-satunya yang mempengaruhi untuk berwirausaha.

Faktor modal usaha tidak mempengaruhi responden dalam mengambil keputusan berwirausaha, disebabkan ada atau tidaknya, tinggi atau rendahnya suatu modal usaha responden tetap memutuskan berwirausaha. Hal ini bisa terjadi karena pada era perkembangan teknologi saat ini memungkinkan orang melakukan wirausaha dengan sistem-sistem *reseller* dan

*dropshipper* dimana seseorang tetap bisa menjalankan usaha meskipun modal usaha yang sangat minim. Hal ini didukung dengan data statistika pelaku usaha (wirausaha) tahun 2023 yang menunjukkan bahwa ada sekitar 85% sebagai reseller dan sebesar 1,52% sebagai dropshipper yang dimana kegiatan tersebut dapat meningkatkan pendapatan seseorang tanpa adanya modal usaha, hal ini yang menyebabkan minat seorang untuk berwirausaha tetap dilakukan walaupun tanpa modal sekalipun (Fauzan, 2013).

## **Pengaruh Penggunaan *E-commerce* terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha**

Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik  $t$  diketahui bahwa penggunaan *e-commerce* ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,107 sedangkan  $t_{tabel}$  1.98063 yang artinya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi 0,915 lebih besar dari nilai signifikansi 0.05, dimana hipotesis yang penulis ajukan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha, namun berdasarkan hasil olah yang didapatkan untuk variabel penggunaan *e-commerce* tidak terbukti memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Sehingga keputusannya  $H_2$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Hasil ini berlawanan dengan penelitian Lovita dan Susanty (2021) yang menyatakan bahwa pemahaman *e-commerce* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha terhadap minat mahasiswa, namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufiq dan Indrayeni (2022) yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Kesimpulan hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* tidak sesuai dengan teori *Technology Accepted Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) yang menunjukkan bahwa *e-commerce* memberikan pengaruh terhadap keputusan berwirausaha, hal ini disebabkan karena dampak rangkaian dari sebuah teknologi informasi dan komunikasi yang mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan lingkungan dalam hal ini berkaitan dengan transaksi perdagangan.

## **Pengaruh *Self-efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha**

Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik  $t$  diketahui bahwa *self-efficacy* ( $X_3$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 10,999 sedangkan  $t_{tabel}$  1.98063 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari nilai signifikansi 0.05, maka berdasarkan hipotesis yang penulis ajukan untuk variabel *self-efficacy* terbukti memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha yang dimana memiliki nilai signifikansi 0,000. sehingga keputusannya  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Hasil penelitian ini berlawanan dengan penelitian Noviawati (2016) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha, namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas, Aji Putra (2018) yang menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh dan signifikansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Hal ini sejalan dengan teori pengambilan keputusan yang menjelaskan bahwa pengambilan keputusan dipengaruhi oleh dasar-dasar pengambilan perilaku individu, persepsi, motivasi dan pembelajaran individu, selain itu juga perubahan yang terjadi dapat mempengaruhi nilai dan sikap seseorang dan pada akhirnya mempengaruhi pola pengambilan

keputusan yang dibuatnya. Hal ini memperlihatkan dimana *self-efficacy* bisa menyumbangkan dampak positif akan minat menjadi wirausaha. Kepercayaan diri (*self-efficacy*) merupakan modal bagi individu yang mau mengawali suatu usaha. Melalui sikap optimisme, semakin tingginya keyakinan dan kepercayaan diri yang dimiliki mahasiswa maka mahasiswa lebih mudah menentukan keputusan untuk berwirausaha. Dengan *self-efficacy* yang dimiliki seseorang atas kemampuannya untuk berhasil dalam melakukan suatu pekerjaan, termasuk berwirausaha.

## **Pengaruh Modal Usaha, Penggunaan E-commerce dan Self-efficacy terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha.**

Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik F yang dilakukan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 52,610 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 2,68 yang artinya  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikansi 0 atau lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05, sehingga keputusannya  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa modal usaha ( $X_1$ ), penggunaan *e-commerce* ( $X_2$ ) dan *Self-efficacy* ( $X_3$ ) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Oknaryana (2022) yang menjelaskan *self-efficacy* menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan berwirausaha karena didasari oleh sebuah rasa kepercayaan diri yang tinggi untuk mencapai sebuah tujuan dalam suatu usaha, namun untuk variabel modal usaha bukan menjadi faktor utama dalam keberhasilan dalam pengambilan keputusan berwirausaha, walaupun seseorang tidak mempunyai modal atau memiliki modal usaha minim tetap tidak membatalkan niat seseorang untuk berwirausaha, namun masih banyak individu yang berpersepsi bahwa modal usaha menjadi tolak ukur dalam pembangunan sebuah bisnis. Penggunaan teknologi di masa perkembangan zaman sangat menguntungkan bagi siapapun, termasuk dalam kemajuan di dunia bisnis seperti adanya kemudahan penggunaan *e-commerce* yang dapat melakukan transaksi penjualan tanpa terbatas jarak dan waktu serta menghemat biaya.

Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan teori pengambilan keputusan menjelaskan bahwa bila individu bisa menerima dan menggunakan teknologi dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman maka dapat dipastikan perilaku yang ditimbulkan juga mempengaruhi setiap kegiatan yang dilakukan untuk mencapai keputusan yang tepat.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian pada Bab IV yang telah dilakukan yaitu mengenai modal usaha, penggunaan *e-commerce* dan *self-efficacy* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Modal Usaha tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Tinggi rendahnya modal usaha bukan menjadi faktor utama dalam kemauan untuk berwirausaha.
- b. Penggunaan *E-commerce* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Responden cenderung lebih suka melakukan kegiatan transaksi penjualan atau pembelian yang dilakukan secara langsung tanpa melalui teknologi seperti *e-commerce*.
- c. *Self-efficacy* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Tingkat kepercayaan yang semakin tinggi akan kemampuan yang dimilikinya untuk dapat menjalankan wirausaha maka akan menjadi lebih tinggi pula minat mereka untuk berwirausaha.

- d. Modal Usaha, Penggunaan *E-commerce*, dan *Self-efficacy*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Dibuktikan dengan hasil pengujian uji statistik F bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Ihza Maulana Ibrahim, dan Muslimin. 2022. Pengaruh E-Commerce, Ekspektasi Pendapatan, dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 14(1), 30–43. <https://doi.org/10.37151/jsma.v14i1.90>. diakses 09- Mei -2022
- Almira, N., dan Hadiani. 2019. Analisis Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Platform Perdagangan Elektronik Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Teknik Informatika*, 12(1), 59–68. <https://doi.org/10.15408/jti.v12i1.10507>. diakses April 2019
- Esfandiar. 2017. *Indikator Self-efficacy Indikator*. 1–26. <https://hdl.handle.net/10316/100555>
- Fauzan, Arindra Ahmad. 2023. Reseller, Mesin Pendorong Tak Terlihat iE-commerce Indonesia. Diakses 11 Oktober 2023. Doi: <https://tirto.id/ireseller-imesin-pendorong-tak-terlihat-e-commerce-di-indonesia-gQAV>
- Handayani, D., Rusmana, O., dan Warsidi, W. 2023. Pengaruh Perkembangan E-Commerce, Modal Usaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 95-104. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v2i2.2622>. diakses 16 Januari 2023
- Hamali, A. Y., & Sari, M. 2017. Pemahaman Kewirausahaan. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=mOC2DwAAQ>. diakses 1 Januari 2017
- Husinsah, H. (2022). Kewirausahaan & Manajemen usaha kecil. <http://repository.uinsu.ac.id>. diakses Juni 2022
- Indrayeni, I dan Taufiq, M. 2022. Pengaruh E-Commerce, Self Efficacy Dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 187–195. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v1i1.423>. diakses 25 Januari 2022
- Jumana, Maulia. 2022. Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Akuntansi Syariah*, 5(3), 248–253. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/20306>. diakses April 2022
- Meifa, Yolla Triyana. 2022. Pengaruh Modal Usaha, Lingkungan dan Self Afficacy terhadap Minat Berwirausaha. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 41-56. <http://dx.doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10459>. diakses Februari 2022
- Minan, K. 2021. Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 181-187.

<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1118>. Tanggal akses November 2021

Noormalita dan Primandaru. 2018. *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA MINAT*. <https://doi.org/10.21831/economia.v13i1.13276>. diakses April 2017.

Purnama Agung, Abdullah dan Prasetyo, W. R. 2019. *POLA PIKIR MAHASISWA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRSAUSAHA*.

Said, A. 2023. Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2023. *Badan Pusat Statistik*, 11(84), 1–28. <http://www.bps.go.id>