

## The Effect of E-Commerce Implementation in the Curriculum on Students' Entrepreneurship Interest

Azizah, Isnaini Nurkhayati<sup>2)</sup>, Sandi Supaya, Noor Suroija, Jumi

Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Semarang, Semarang

Email : <sup>2)</sup>[isnaininurkhayati@polines.ac.id](mailto:isnaininurkhayati@polines.ac.id)

### ABSTRACT

*In modern era, the use of e-commerce in everyday life is inseparable, especially among millennials, both in the world and in Indonesia, which is one of the most fertile e-commerce market shares. E-commerce make many new entrepreneurs have emerged, especially among the younger generation. Students as the young generation, should be the pioneers of the emergence of new entrepreneurs. The purpose of this study was to measure the influence of the application of e-commerce in increasing student interest in entrepreneurship, to find out what factors were driving and inhibiting students in entrepreneurship using e-commerce media and to create a model for evaluating curriculum that contributed to the application of e-commerce in increasing student entrepreneurial interest. The results of the research conducted showed that the independent variable (X), E-commerce, affected the dependent variable, interest in entrepreneurship (Y) by 68.8%. Based on this, the success of the E-Commerce course in influencing the interest in entrepreneurship still needs to be improved. This can be done by providing the right learning model. Appropriate modeling is expected to increase the influence of student entrepreneurial interests after receiving e-commerce courses.*

**Keywords :** e-commerce, students, interest, entrepreneur

### Pengaruh Penerapan E-Commerce dalam Kurikulum terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

#### Abstrak

*Di era modern sekarang ini, penggunaan e-commerce dalam kehidupan sehari-hari sudah tidak dapat dipisahkan, khususnya di kalangan milenial, baik di dunia maupun di Indonesia yang menjadi salah satu pangsa pasar e-commerce subur. Dengan adanya e-commerce ini, banyak wirausahawan-wirausahawan baru bermunculan khususnya di kalangan generasi muda. Mahasiswa sebagai generasi muda tanah air, sudah selayaknya menjadi pelopor munculnya usahawan-usahawan baru. Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur besarnya pengaruh penerapan e-commerce dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha, mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pendorong dan penghambat mahasiswa dalam berwirausaha menggunakan media e-commerce serta membuat model evaluasi kurikulum yang berkontribusi dalam penerapan e-commerce dalam meningkatkan minat wirausaha mahasiswa. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan variabel independen (X) yaitu E-commerce mempengaruhi variabel dependen yaitu Minat berwirausaha (Y) sebesar 68,8%. Berdasarkan hal tersebut maka keberhasilan mata kuliah E-Commerce dalam mempengaruhi minat berwirausaha masih perlu ditingkatkan lagi. Hal ini bisa dilakukan dengan memberikan model pembelajaran yang tepat. Pemodelan yang tepat*

*diharapkan mampu meningkatkan pengaruh minat wirausaha mahasiswa setelah mendapat mata kuliah e-commerce.*

**Kata Kunci :** *e-commerce, mahasiswa, minat, wirausaha*

## **PENDAHULUAN**

Di era modern sekarang ini, penggunaan *e-commerce* dalam kehidupan sehari-hari sudah tidak dapat dipisahkan, khususnya di kalangan milenial, baik di dunia maupun di Indonesia yang menjadi salah satu pangsa pasar *e-commerce* tersubur. Menurut Aulia E. Marinto, Ketua Umum Indonesian E-Commerce Association (idEA), Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia. Beberapa tahun terakhir, makin banyak pelaku usaha, baik perusahaan besar maupun ritel, beralih atau mengembangkan usaha ke arah digital (liputan6.com).

Jumlah pelaku *e-commerce* akan terus bertumbuh, hal ini diperkuat dengan sejumlah survei lembaga riset teknologi informasi komunikasi dalam dan luar negeri. Industri *e-commerce* Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir tumbuh sekitar tujuh belas persen dengan total jumlah usaha *e-commerce* mencapai 26,2 juta unit (BPS, 2016).

*E-commerce* mendorong masyarakat untuk mulai berwirausaha dengan mudah, karena dengan *e-commerce* masyarakat dapat mulai menjalankan usahanya dengan modal kecil, bahkan bisa tanpa modal sama sekali, terlebih lagi aplikasi-aplikasi *e-commerce* yang menjamur dan mudah digunakan untuk menjembatani masyarakat dalam menjalankan usahanya. Dengan adanya *e-commerce* ini, banyak wirausahawan-wirausahawan baru bermunculan khususnya di kalangan generasi muda. Hal ini tentu saja sejalan dengan program pemerintah yang ingin menggalakkan minat berwirausaha dalam rangka kemajuan dan kemandirian perekonomian bangsa.

Mahasiswa sebagai generasi muda tanah air, sudah selayaknya menjadi pelopor munculnya usahawan-usahawan baru. Polines sebagai salah satu Perguruan Tinggi vokasi juga berperan penting dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha. Salah satunya adalah dengan memberikan mata kuliah Kewirausahaan yang wajib ada di setiap Prodi Polines. Prodi Manajemen Pemasaran sebagai salah satu Prodi di Polines dengan akreditasi A memberikan nilai lebih dengan mengajarkan mata kuliah *e-commerce* sebagai salah satu media yang mudah dan hemat dalam membangun usaha baru bagi para mahasiswa yang ingin berwirausaha. Dengan diberikannya materi *E-Commerce*, diharapkan nantinya mahasiswa mampu menganalisis suatu kegiatan bisnis yang akan dikelola melalui jaringan internet dan memiliki skill dalam teknologi yang dibutuhkan untuk proses implementasi dari kegiatan *E-Commerce* tersebut. Bagi mahasiswa yang sudah memulai berwirausaha bisa secara langsung menerapkan dan memanfaatkan *E-Commerce* dalam melakukan kegiatan jual beli yang sebelumnya dilakukan secara manual sehingga dalam melakukan kegiatan pemasaran dapat dilakukan secara efektif dan efisien sebagai sarana informasi dalam transaksi untuk memperoleh keuntungan lebih dari yang biasanya.

Berdasarkan uraian di atas, maka sudah sepatutnya perlu dilakukan suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penerapan *e-commerce* dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha, mengetahui faktor-faktor yang dapat menjadi pendorong dan penghambat mahasiswa berwirausaha serta model evaluasi kurikulum PBM yang

menunjang tercapainya peningkatan minat mahasiswa dalam berwirausaha dengan e-commerce.

#### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan kompetensi atau fakta empiris. Keadaan populasi yang akan di deskripsikan adalah pengaruh e-commerce yang meliputi perspektif komunikasi, perspektif proses bisnis, perspektif layanan, perspektif online terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini dilakukan di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Semarang, Jl. Prof. Soedharto, Semarang. Populasi yakni mahasiswa Prodi Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Semarang yang telah mendapatkan perkuliahan mata kuliah e-commerce dan kewirausahaan. Agar sampel yang diambil akurat dan tidak terjadi bias, maka tehnik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Random sampling. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara studi lapangan menggunakan teknik wawancara dan membuat daftar pertanyaan (kuesioner). Skala pengukuran yang digunakan adalah dengan skala Likert.

Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS 21. Sedangkan analisis data menggunakan analisis statistik yaitu analisis regresi sederhana. Dalam penelitian ini, analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh tunggal antar variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), serta uji F yang sebelumnya dilakukan uji validitas dan realibilitas.

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel Mata Kuliah *E-commerce* ( $X_1$ )

sebagai variabel independen dan variabel Minat Wirausaha Mahasiswa (Y) sebagai variabel dependen. Untuk variabel independen Mata Kuliah *E-Commerce* indikatornya adalah : mudah tidaknya dipahami materi pendahuluan, mudah tidaknya dipahami materi blog, mudah tidaknya dipahami materi web, mudah tidaknya dipahami materi market place dan cara penyampaian materi oleh dosen. Sedangkan untuk variabel dependen Minat Wirausaha, indikatornya adalah : pernah dan mempunyai pengalaman pada kegiatan penjualan, pernah dan mempunyai pengalaman pada kegiatan pembelian, tertarik pada program kewirausahaan, tertarik pada pekerjaan dibidang wiraswasta.

#### **HASIL PENELITIAN**

Penelitian ini mengujikan 30 kuesioner kepada 30 responden terlebih dahulu untuk mengetahui instrument kuesioner yang digunakan sudah memenuhi syarat validitas atau belum memenuhi syarat validitas. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka suatu instrument tersebut dikatakan valid. Nilai  $r$  tabel untuk jumlah responden 30, signifikansi 5% dan  $df=28$  adalah sebesar 0,3610.

Penelitian ini akan menganalisis pengaruh Mata Kuliah *E-commerce* ( $X_1$ ) terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa (Y) dengan menggunakan teknik analisis data yaitu analisis regresi linear. Analisis regresi linear ini untuk menghitung pengaruh variabel independen yaitu Mata Kuliah *E-commerce* ( $X_1$ ) terhadap variabel dependen yaitu Minat Wirausaha Mahasiswa (Y). Hasil perhitungan analisis regresi linier, dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Hasil Analisis Regresi Linear

<u>Coefficients<sup>a</sup></u>						
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.34	.492		4.758	.000
	E-COMMERCE	.554	.110	.688	5.021	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA

Sumber: Data primer yang diolah, (2020)

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen yaitu *e-commerce* ( $X_1$ ) memiliki signifikansi  $< 0,05$ . Sehingga variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat berwirausaha ( $Y$ ), maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,342 + 0,554 X_1$$

Keterangan:

- Y : Minat Berwirausaha  
 $X_1$  : *E-Commerce*

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: variabel *E-Commerce* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha ( $Y$ ) dengan nilai *unstandardized coefficients*

sebesar 0,554. Koefisien regresi tersebut artinya setiap kenaikan variabel *e-commerce* ( $X_1$ ) sebesar satu satuan (%) akan berpengaruh terhadap peningkatan minat berwirausaha ( $Y$ ) 0,554% dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap tidak berubah.

#### **Koefisien Determinasi ( $r^2$ )**

Uji Koefisien Determinan digunakan untuk mengukur besarnya persentase pengaruh semua variabel independen dalam model regresi terhadap variabel dependennya (Sekaran & Bougie, 2016). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil koefisien determinasi yang dihitung dengan SPSS versi 17 dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Hasil Koefisien Determinasi ( $r^{22}$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 <sup>a</sup>	.474	.455	.52636

a. Predictors: (Constant), E-COMMERCE

Sumber: Data primer yang diolah, (2020)

Berdasarkan hasil Tabel 2, menunjukkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,688. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) yaitu *E-commerce* ( $X_1$ ) mempengaruhi variabel dependen yaitu Minat berwirausaha (Y) sebesar 68,8% sedangkan sisanya  $100\% - 68,8\% = 31,2\%$  dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Model Evaluasi Kurikulum PBM**

Berdasarkan hasil analisis di atas yang hasilnya adalah variabel independen (X) yaitu *E-commerce* ( $X_1$ ) mempengaruhi variabel dependen yaitu Minat berwirausaha (Y) sebesar 68,8%, maka keberhasilan dalam PBM untuk mata kuliah E-Commerce dalam mempengaruhi minat berwirausaha masih perlu ditingkatkan lagi. Hal ini bisa dirumuskan dengan memberikan model evaluasi PBM yang tepat. Pemodelan yang tepat diharapkan mampu meningkatkan pengaruh minat

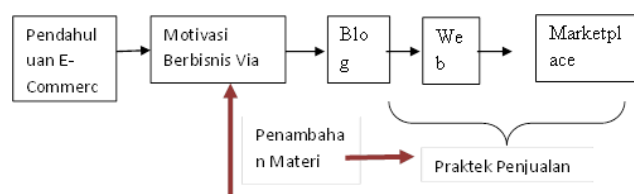
wirausaha mahasiswa setelah mendapat mata kuliah e-commerce.

**Langkah-langkah memodelkan evaluasi kurikulum PBM :  
Evaluasi Materi Perkuliahan yang Disampaikan**

Materi yang diberikan hanya sebatas pada e-commerce dan praktek pembuatannya. Mahasiswa tidak mendapat materi awal tentang motivasi berbisnis via e-commerce dan praktek menjual secara langsung, karena dari indikator terlihat bahwa pengalaman mahasiswa dalam praktek penjualan langsung mempunyai nilai yang rendah.

**Menambahkan Materi**

Rendahnya nilai indikator tentang pengalaman praktek penjualan, maka mahasiswa perlu diberikan tambahan materi mengenai praktek penjualan dan memotivasi mereka dalam praktek penjualan. Bagan penambahan materi perkuliahan dapat dilihat pada Gambar 1



**Gambar 1.** Penambahan Materi Perkuliahan

**Evaluasi Tingkat Pemahaman Materi yang Disampaikan**

Cara penyampaian materi dari dosen perlu dievaluasi, apakah mahasiswa sudah

paham dengan materi yang disampaikan atau belum.

**Evaluasi Minat Berwirausaha Mahasiswa di Awal Perkuliahan**

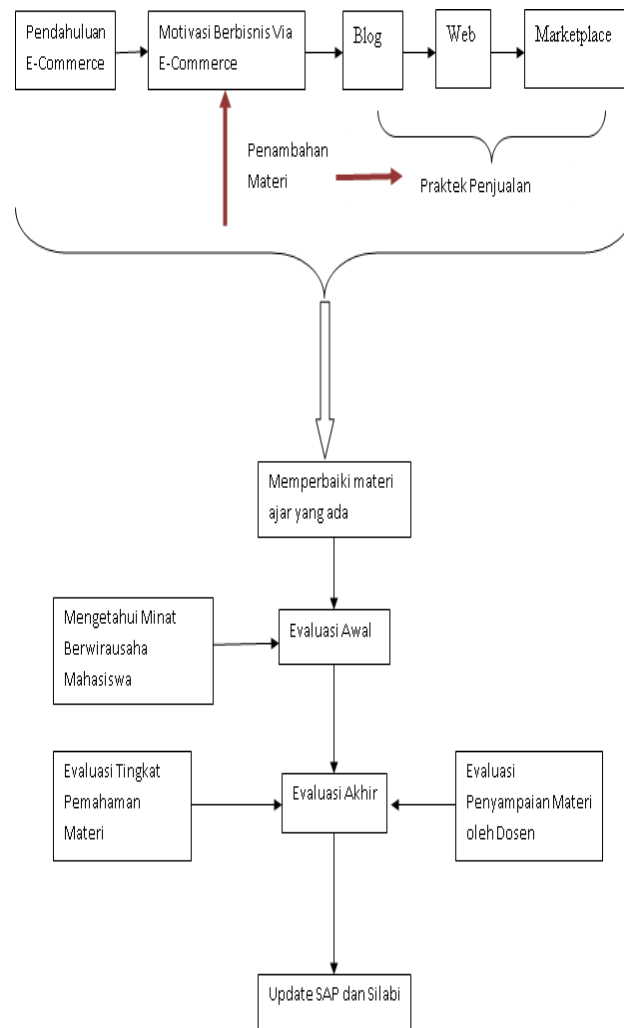
Mengetahui minat berwirausaha di awal perlu dilakukan, untuk mengetahui mana saja mahasiswa yang memang sama sekali tidak berminat dari awal, mana yang masih ragu dan mana yang sudah mantap untuk berwirausaha. Hal ini diperlukan untuk dapat membandingkan hasilnya setelah akhir perkuliahan.

**Evaluasi Cara Penyampaian Materi oleh Dosen Pengajar**

Cara dosen dalam menyampaikan materi juga merupakan salah satu faktor apakah dalam keberhasilan mata kuliah E-Commerce. Materi yang lengkap dan *up to date* akan lebih mengena ke mahasiswa apabila disampaikan dengan baik dan benar oleh dosen pengajar. Penyampaian materi ini bias dilakukan secara tatap muka langsung atau tidak, dengan menggunakan sistem perkuliahan blended learning.

**Model Output PBM**

Output yang dihasilkan dari langkah-langkah yang telah dilakukan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2



**Gambar 2.** Model Perbaikan Mutu Output Pbm

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai bahwa variabel independen (X) yaitu *E-commerce* ( $X_1$ ) mempengaruhi variabel dependen yaitu Minat berwirausaha (Y) sebesar 68,8% sedangkan sisanya  $100\% - 68,8\% = 31,2\%$  dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selama ini mata kuliah *E-Commerce* yang diberikan sudah memberikan kontribusi yang cukup dalam membangun minat berwirausaha mahasiswa yaitu sebesar 68% akan tetapi masih perlu ditingkatkan lagi untuk hasil yang maksimal.

## REFERENSI

- Aco, Ambo dan Endang, Hutami Andi, 2013, Analisis Bisnis *E-Commerce* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, *Fsainstek Uinam*
- Alavi, M. and D.E. Leidner, "Research Commentary: Technology Mediated Learning - A Call for Greater Depth and Breadth of Research," *Information Systems Research*, 2001, 12: 1, pp. 11-10.
- Barbian, J. 2002. *Blended Works : Here is Proof : Online Learning Magazine*. 6(6), 26-30.
- Baum, David. 1999. *E-Commerce*. New Jersey : Oracle Corp.
- Bersin, Josh. 2004. *The Blended Bearing Book: Best Practices, Proven Methodologies, and Lessons Learned*. San Francisco: Pfeiffer.
- C. T. U. Jhoni Sugiarto, Wismanto, "Efektivitas Pelatihan Entrepreneurship Skill Untuk Meningkatkan Minat Menjadi Entrepreneur," *Prediksi*, vol. 4, no. 1, pp. 51-60, 2015.
- D. Y. Reni Wijaya, "Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan *E Commerce*," *Tekhnologi Inf. Pendidik.*, vol. 8, pp. 103-108, 2015.
- E. Aprilianty, "Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK," *Pendidik. Vokasi*, vol. 2, no. 3, pp. 311-324, 2012.
- Laudon, Kenneth C. And Laudon, Jane P. 1998. *Management Information Systems: New Approaches to Organization & Technology*, Prentice Hall International.
- M. Ginting and E. Yuliawan, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa ( Studi Kasus Pada Stmik Mikroskil Medan )," *Wacana*, vol. 15, no. 12-18, pp. 61-69, 2012.
- N. Walipah, "Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahaisiwa," *JEM*, vol. 3, pp. 138-144, 2016.
- Piccoli, G., R. Ahmad and B. Ives, "Web-Based Virtual Learning Environments: A Research Framework and a Preliminary Assessment of Effectiveness in Basic IT Skills Training," *MIS Quarterly*, 2001, 25: 4, pp. 1401-426.
- Purnomo, Heru dan Haryanto, Niat Adopsi *E-Commerce* wirausahawan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa UNS), *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 11, No. 1, April 2011 : 32 - 3
- Ranganathan, S., S. Negash and M.V. Wilcox, "Hybrid Learning: Balancing Face-to-Face and Online Class Sessions," *Proceedings of the Tenth Annual Conference of the Southern Association for Information Systems* Jacksonvill, Florida, 2007.
- Sauers, D. and R.C. Walker, "A Comparison of Traditional and Technology-Assisted Instructional Methods in the

- Business Communication Classroom," Business Communication Quarterly, 2004, 67: 4, pp. 1430-442.
- S. M. Uldi Pristiana, Amiartuti Kusumaningtyas, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wanita Berwirausaha Di Kota Surabaya," J. Pendidik dan Pendidik, vol. 20, no. 1, pp. 81-95, 2005.
- S. S. Kadarsih, Susilianingsih, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS," Jupe UNS, vol. 2, no. 1, pp. 95-106, 2013.
- Wahana komputer Semarang. 2002. Apa dan Bagaimana E-Commerce, Andi Yogyakarta