

**Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Desa Bedoyo**  
*The Influence of E-Commerce on Entrepreneurial Interest in the Community of Bedoyo Village*Lenny Retnofuri<sup>1</sup>, Nurdiana Tri Mulatsih<sup>2</sup><sup>1,2</sup> Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunung Kidul\*Corresponding Author. E-mail: [lennyretno23@gmail.com](mailto:lennyretno23@gmail.com)*Received (artikel dikirim): 24/7/2024; Revised (artikel revisi): 06/11/2024; Accepted (artikel diterima) : 07/11/2024*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha masyarakat Desa Bedoyo, Kecamatan Ponjong, Gunungkidul menggunakan metode kuantitatif. Sumber data yang diperoleh merupakan data primer dan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana serta alat analisis berupa kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat Desa Bedoyo. Maka dari itu perlu adanya pembaruan kebijakan ataupun peningkatan penggunaan *e-commerce* untuk mendorong masyarakat memanfaatkan *e-commerce* sebagai media berwirausaha.

**Kata Kunci:** *e-commerce*, minat berwirausaha, pengaruh, kebijakan

**Abstract :** *This research to determine the influence of e-commerce on the entrepreneurial interest of the people of Bedoyo Village, Ponjong District, Gunungkidul. Using quantitative methods. The data source obtained is primary data and uses simple linear regression analysis. The research results show that e-commerce has a significant effect on the entrepreneurial interest of the people of Bedoyo Village. Therefore, there is a need for policy updates of increased use of e-commerce to encourage people to use e-commerce as a medium for entrepreneurship.*

**Keywords:** *e-commerce, interest in entrepreneurship, influence, policy*

## LATAR BELAKANG

Pengangguran merupakan masalah utama yang terjadi di banyak negara termasuk Indonesia, dan terus muncul setiap tahun di berbagai wilayah (Wahyudi, Suherman, & Anggela, 2023). Peningkatan jumlah penduduk menjadi penyebab utama meningkatnya tingkat pengangguran karena semakin banyaknya penduduk di suatu wilayah akan mengakibatkan peningkatan jumlah tenaga kerja yang tersedia (Taime & Jaelani, 2021). Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pada pertengahan tahun 2023,

jumlah penduduk Indonesia mencapai 278,7 juta jiwa, mengalami kenaikan sebesar 1,05% dari tahun sebelumnya. Pada pertengahan tahun 2022, jumlah penduduk Indonesia tercatat sebanyak 275,77 juta jiwa, sementara pada tahun 2021 jumlahnya adalah 272,7 juta jiwa. Pertumbuhan cepat jumlah angkatan kerja yang tidak sejalan dengan ketersediaan lapangan pekerjaan berkontribusi pada tingkat pengangguran (Kharimah, Shafwan, & Tambunan, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa setiap tahunnya, Indonesia mengalami peningkatan jumlah penduduk dan tentunya

angkatan kerja juga semakin meningkat. Kemudian berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah angkatan kerja menurut Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) pada bulan Agustus 2023 adalah 147,71 juta orang, mengalami peningkatan sebanyak 3,99 juta orang dibandingkan dengan Agustus 2022. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) juga mengalami kenaikan sebesar 0,85 persen poin dibandingkan dengan Agustus 2022. Kemudian Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada bulan Agustus 2023 mencapai 5,32 persen. Pertumbuhan cepat jumlah angkatan kerja yang tidak sejalan dengan ketersediaan lapangan pekerjaan berkontribusi pada tingkat pengangguran (Kharimah, Shafwan, & Tambunan, 2023). Menjadi pengangguran bukanlah semata-mata hasil dari sebuah pilihan, melainkan juga karena sulitnya bersaing di pasar kerja dan kurangnya lapangan pekerjaan yang tersedia, dengan banyak orang yang cenderung memilih mencari pekerjaan daripada memulai usaha sendiri (Azizah & Pahlevi, 2021). Jika isu pengangguran terus berlangsung, akan memengaruhi pertumbuhan ekonomi karena kenaikan tingkat pengangguran mengakibatkan penurunan pertumbuhan ekonomi, yang berarti tidak akan ada peningkatan output yang dihasilkan (Rianda, 2020).

Salah satu cara untuk menangani masalah pengangguran dan menggerakkan perekonomian adalah dengan mendorong minat berwirausaha di kalangan masyarakat, yang diharapkan akan menghasilkan lebih banyak pengusaha yang membuka peluang kerja (Zahra, Zain, & Putru, 2023). Minat yaitu dorongan, ketertarikan, dan kesiapan seseorang untuk bekerja keras dalam mencapai tujuan hidupnya tanpa takut akan risiko, yang mendorong mereka untuk aktif mencari dan

memanfaatkan peluang usaha dengan menggunakan potensi yang dimiliki serta merangsang kreativitas tinggi untuk menghasilkan gagasan baru (Paramitha et al, 2022).

Untuk kemajuan ekonomi yang lebih baik dibutuhkan partisipasi yang luas dari masyarakat dalam wirausaha, dengan semakin bertambahnya jumlah wirausaha baru akan semakin mempercepat ketahanan dan pembangunan ekonomi (Stiadi et al, 2022). Pengembangan usaha membutuhkan keberanian, ketekunan, dan tekad yang mantap karena pada dasarnya melibatkan situasi yang tidak pasti, baik dalam kesuksesan maupun kegagalan (Munthe & Nawawi, 2024). Jika seseorang memiliki minat dalam kewirausahaan, hal tersebut akan memicu timbulnya semangat berwirausaha, jadi orang yang memiliki minat berwirausaha akan merasa berani untuk memulai usaha dan mencari peluang yang ada (Saputra, Mahaputra, & Maharani, 2021).

Namun pada saat ini, masih tergolong sedikit orang yang berminat untuk berwirausaha, sementara lebih banyak yang memilih mencari pekerjaan daripada memulai usaha (Salsabila & Rohman, 2023). Alasan seseorang tidak berminat untuk memulai bisnis sendiri karena pandangan mereka bahwa memulai bisnis membutuhkan modal besar, tidak melihat adanya peluang bisnis yang ada, serta ketakutan akan kegagalan dan kompleksitas yang terlibat (Widyastuti, 2023).

*E-commerce* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan proses jual beli yang terjadi secara online melalui internet, ketika individu atau perusahaan menjual produk atau layanan secara digital, mereka berpartisipasi dalam aktivitas *e-commerce* (Budianto, 2020). *E-commerce* dapat memberikan peluang dan kemudahan

untuk memulai usaha, yang seharusnya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. *E-commerce* memiliki potensi untuk memberikan dampak baik bagi perekonomian karena kemampuannya yang fleksibel dan mampu menciptakan akses pasar yang lebih luas (Bahtiar, 2020). *E-commerce* saat ini juga meningkat cukup pesat dari tahun ke tahun (Rehatalanit, 2021). Menurut Inarno Djajadi (Direktur Utama BEI), bahwa pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2019 mencapai 25,11% yang jauh berbeda pada tahun 2010 yang hanya mencapai 1,53%. Pengguna pasar *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat secara signifikan antara 2024 sampai 2028, dengan peningkatan sebesar 57,1 juta pengguna (+41,45 persen). Setelah peningkatan selama Sembilan tahun berturut-turut, diperkirakan jumlah pengguna akan mencapai 194,81 juta pada tahun 2028.

Perilaku konsumen saat ini terus berubah seiring berjalannya zaman, dimana semakin banyak yang lebih memilih berbelanja secara online (Farhani et al, 2021). Kehadiran *e-commerce* telah mengubah cara konsumen berperilaku, yang sebelumnya terbatas pada berbelanja secara langsung di pusat perbelanjaan, pasar, toko, menjadi memungkinkan mereka untuk dengan mudah melakukan transaksi secara online dari rumah mereka, hal ini menandai pergeseran signifikan dalam preferensi belanja (Sari, 2020). Hal ini mencerminkan pergeseran perilaku belanja masyarakat menuju *platform* online, yang telah menjadi tren yang berkelanjutan dan dapat menjadi peluang usaha bagi masyarakat untuk berwirausaha melalui *platform e-commerce*. Namun masih banyak masyarakat yang hanya

menggunakan *e-commerce* sebagai konsumen tanpa memanfaatkannya sebagai sarana untuk berwirausaha. Sesuai yang dijelaskan oleh teori atribusi yang diperkenalkan oleh Heider (1958), tentang penyebab dibalik perilaku individu. Perilaku masyarakat yang menggunakan *e-commerce* untuk konsumsi saja dapat disebabkan oleh atribusi terhadap faktor eksternal yang membuat mereka enggan memanfaatkan *e-commerce* untuk berwirausaha. Seperti yang dijelaskan oleh Hendrawan, Styaningrum, & Arini (2021), wirausaha dan masyarakat enggan menggunakan *e-commerce* untuk berwirausaha dikarenakan banyaknya resiko seperti resiko kehilangan finansial, pencurian informasi rahasia, gangguan pelayanan, akses yang tidak sah, kehilangan kepercayaan konsumen, kerugian tak terduga, kesalahan sistem, serta kurangnya pengetahuan yang mereka miliki.

Dari data BPS dari beberapa provinsi usaha yang sudah menggunakan *e-commerce* persentasenya masih dibawah usaha yang belum menggunakan *e-commerce*. Meskipun sebagai provinsi dengan tingkat adopsi *e-commerce* tertinggi sebesar 47,59% namun angka tersebut masih berada dibawah presentase usaha yang belum mengadopsi *e-commerce* yang mencapai 52,41%.

Bagi sebagian masyarakat *e-commerce* menjadi ancaman untuk memulai usaha karena khawatir usahanya akan sepi dikarenakan para pelanggan cenderung memilih untuk membeli barang di *e-commerce*, sementara mereka belum sepenuhnya memahami cara penggunaannya dan tidak berminat untuk memulai usaha melalui *e-commerce* (Naben, 2023). Banyak juga wirausaha enggan menggunakan *e-commerce* dan

masyarakat yang takut memulai usaha menggunakan *e-commerce* dikarenakan banyaknya resiko seperti resiko kehilangan finansial, pencurian informasi rahasia, gangguan pelayanan, akses yang tidak sah, kehilangan kepercayaan konsumen, kerugian tak terduga, kesalahan system, dan lain sebagainya (Hendrawan, Styaningrum, & Arini, 2021).

Dari data Badan Pusat Statistik (BPS), usaha yang memanfaatkan *e-commerce* persentasenya masih dibawah usaha yang belum memanfaatkan *e-commerce*. Kemudian sebesar 27,81% masyarakat memilih alasan belum menggunakan *e-commerce* pada usahanya karena kurangnya pengetahuan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun adopsi *e-commerce* meningkat, masih banyak masyarakat yang belum memanfaatkan peluang *e-commerce*. Saat ini mayoritas pengguna *e-commerce* masih terpusat di kota-kota besar di Indonesia, menunjukkan adanya kesenjangan dalam penggunaan *e-commerce* antara perkotaan dan pedesaan umumnya pengguna *e-commerce* masih lebih banyak terkait dengan wilayah perkotaan (Abrar, 2020).

Desa Bedoyo merupakan salah satu pedesaan yang terletak di Kecamatan Ponjong, Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta. Merupakan sebuah pedesaan yang mulai merasakan dampak teknologi khususnya dalam ranah perdagangan. Sebagian masyarakatnya telah mengadopsi media *e-commerce* sebagai sarana untuk berwirausaha, namun masih banyak yang hanya menggunakannya untuk bertransaksi. Maka dari permasalahan yang telah dijelaskan diatas perlu diadakan penelitian tentang “Pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Desa Bedoyo Kecamatan Ponjong”.

Maka dari permasalahan yang telah dijelaskan diatas perlu diadakan penelitian tentang “Pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Desa Bedoyo Kecamatan Ponjong”. Dengan demikian akan lebih memperkaya pengetahuan tentang bagaimana adopsi *e-commerce* mempengaruhi minat berwirausaha di lingkungan pedesaan seperti Desa Bedoyo. Hasilnya dapat menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan dan program yang lebih tepat sasaran dalam mendukung pengembangan wirausaha di desa dan dapat mengurangi pengangguran. Selain itu memberikan wawasan baru tentang potensi dan peluang dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk mengembangkan usaha. Juga dapat menjadi referensi bagi pihak terkait untuk mengembangkan program pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat Desa Bedoyo dalam mengembangkan usaha berbasis *e-commerce*.

## KAJIAN TEORI

### A. Teori Atribusi

Teori atribusi adalah teori yang diperkenalkan oleh Heider (1958) untuk menjelaskan perilaku seseorang, yang mencakup penyebab dan motivasi dibalik tindakan individu, yang menyatakan bahwa perilaku dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal (Sari & Prijanto, 2022). Selain itu, menurut Wibowo (2020), teori atribusi adalah teori yang berfokus pada bagaimana individu mencari pemahaman atas penyebab dibalik perilaku dan kejadian tertentu. Teori atribusi digunakan pada penelitian ini karena minat masyarakat untuk berwirausaha tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal, salah satu faktor eksternal tersebut adalah *e-commerce*.

Penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *e-commerce*, sebagai salah satu faktor eksternal, terhadap minat masyarakat dalam berwirausaha.

### B. Teori *E-Commerce*

Menurut Budianto (2020) *e-commerce*, adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan proses jual beli yang terjadi secara online melalui internet. Ketika individu atau perusahaan menjual produk atau layanan secara digital, mereka berpartisipasi dalam aktivitas *e-commerce*. Kemudian menurut Riphath (2021) *e-commerce* adalah praktek jual beli barang dan jasa yang terjadi melalui *platform* internet, ini merupakan segmen dari bisnis elektronik, yang melibatkan transmisi elektronik dalam melakukan aktivitas bisnis.

Selain itu menurut Roosdhani (2022) jika merujuk pada definisinya, *e-commerce* adalah aktivitas penjualan, pembelian, atau pertukaran produk, informasi, dan layanan melalui jaringan komputer. Berdasarkan beberapa definisi dari berbagai sumber yang disebutkan, dapat disimpulkan definisi *e-commerce* adalah proses jual beli online melalui internet atau jaringan elektronik yang melibatkan transaksi produk, layanan, dan informasi tanpa pertemuan langsung antara penjual dan pembeli.

### C. Teori Minat Berwirausaha

Menurut Saifuddin (2020) minat adalah kecenderungan atau ketertarikan individu terhadap suatu bidang atau aktivitas tertentu. Menurut Safitri & Maryanti (2022) kewirausahaan merupakan perilaku, sikap, semangat dan kemampuan individu dalam mengelola bisnis atau aspirasi, yang mendorong upaya untuk mengeksplorasi, menciptakan, dan menerapkan inovasi dalam cara kerja, teknologi, dan produk baru untuk

meningkatkan efisiensi, memberikan pelayanan yang lebih baik, dan meningkatkan potensi keuntungan. Kemudian menurut Santoso, minat berwirausaha merupakan aspek psikologis yang mendorong individu untuk fokus dan bertindak dalam aktivitas wirausaha dengan perasaan senang karena menghasilkan manfaat pribadi, yang terpenting dari pandangan tersebut adalah pemusatan perhatian dan kebahagiaan dalam berwirausaha (Suprihatiningsih, 2020). Jadi kesimpulan definisi minat berwirausaha yaitu dorongan yang mendorong individu untuk fokus dan bertindak dalam aktivitas wirausaha dengan perasaan senang, tekad untuk memulai usaha baru, serta ketertarikan dalam menciptakan inisiatif usaha yang bermanfaat.

## METODE

Berikut ini adalah metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini:

### A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengukur variabel dengan data yang bersifat statistik.

### B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bedoyo, Kecamatan Ponjong, Gunungkidul. Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu antara bulan Maret hingga Juni.

### C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang menjadi objek penelitian adalah seluruh masyarakat di Desa Bedoyo yang jumlahnya sebanyak 4.043 jiwa. Kemudian sampel penelitian pada penelitian ini yaitu sebanyak 98 jiwa yang dihitung menggunakan rumus slovin. Dengan menggunakan teknik random sampling.

#### D. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (variabel bebas) adalah *e-commerce* (X) yang merupakan faktor yang akan diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen. Dan variabel dependennya adalah minat berwirausaha (Y), yang merupakan hasil atau respon yang diharapkan terpengaruh oleh variabel independen.

#### E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pada penelitian ini menggunakan teknik penelitian survei yang menjadi teknik utama untuk pengumpulan data. Selain itu menggunakan teknik studi dokumenter untuk menghimpun informasi yang berkaitan dengan penelitian.

Peneliti menggunakan instrumen penelitian yaitu dengan menyebar kuesioner atau sering disebut dengan angket. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang disebar sudah disediakan jawaban dan masing-masing jawaban memiliki bobot nilai. Adapun skala pengukuran yang peneliti gunakan adalah skala *likert*.

#### F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pada penelitian ini uji validitas dengan cara mengkoreksikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor kontruks atau variabel yaitu dengan berpedoman pada nilai  $r_{tabel}$  dan  $r_{hitung}$ . Untuk pengambilan keputusan uji ini adalah jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dan bernilai positif maka indikator tersebut dinyatakan valid (Riyanto & Hatmawan, 2020). Selain itu juga melakukan *brivate correlation* dengan pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi dari masing-masing indikator.

Kemudian keputusan penentuan reliable atau tidaknya menggunakan

metode *cronbach alpha*. Kuesioner dapat dikatakan reliable jika nilai *cronbach alpha* > 0,60 dimana semakin tinggi nilai *cronbach alpha* menunjukkan semakin tinggi reliabilitas kuesioner.

#### G. Teknik Analisis Data

Uji normalitas untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dan P-Plot (Suryani, 2022). Jika nilai p lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ) dan jika titik-titik data pada plot mengikuti garis diagonal, maka data dikatakan berdistribusi normal (Rahman, 2021).

Uji linearitas untuk menentukan hubungan linear antara dua variabel menggunakan nilai *deviation from linearity* (Chalimi, 2021). Jika *deviation from linearity* nya > 0,05 maka terjadi hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen.

Uji heterokedastisitas untuk mendeteksi adanya penyimpangan menggunakan uji *Glejser*. Jika nilai signifikansi (Sig) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heterokedastisitas dalam model regresi (Matondang & Nasution, 2022).

Teknik analisis menggunakan uji regresi linear sederhana untuk menentukan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara dua variabel (Priyatno, 2023). Kriteria untuk penilaian regresi linear sederhana pada penelitian ini dapat ditentukan berdasarkan hasil uji signifikansi (sig), dimana jika nilai Sig yang kurang dari 0,05 (Sig < 0,05) dianggap memenuhi kriteria signifikansi. Kemudian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel *e-commerce* dengan minat berwirausaha dapat menggunakan rumus regresi linear sederhana yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y : Variabel Dependen (*e-commerce*)

a : Konstanta

b : Koefisien Arah Regresi

X : Variabel Independen (minat berwirausaha)

e : *error term*

Uji hipotesis untuk menentukan kebenaran suatu pernyataan ditolak atau diterima menggunakan nilai  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  (Simanjuntak, 2020). Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan sebaliknya. Tujuan perbandingan antara nilai  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  adalah untuk menentukan apakah hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak atau diterima, sesuai dengan aturan pen2gujian.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah metrik yang mengukur seberapa besar variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam sebuah model analisis regresi (Nugraha, 2022). *R-Square* berkisar diantara 0 – 1, jika nilai semakin mendekati 1 maka menunjukkan pengaruh yang semakin kuat, sebaliknya jika nilai semakin mendekati nilai 0 maka menunjukkan pengaruh yang semakin lemah (Sutha, 2021).

## HASIL DAN ANALISA

### A. Deskripsi Hasil Penelitian

#### 1. Profil Responden

Dalam pen2elitian ini terdapat sebanyak 98 responden, tidak terdapat kuesioner yang rusak ataupun tidak lengkap, semua sudah terisi secara lengkap. Berdasarkan koesioner yang telah disebarkan semua responden telah mengisi identitas berupa nama, jenis kelamin, alamat (Dusun), umur, dan penghasilan.

Data responden berdasarkan alamat (Dusun) diperoleh sebanyak 3 responden

beralamat di Dusun Ngrombo, sebanyak 8 beralamat di Dusun Ngalasombo, sebanyak 4 dari Dusun Serut, sebanyak 8 dari Bedoyo Kulon, sebanyak 24 dari Bedoyo Lor, sebanyak 8 dari Bedoyo Wetan, sebanyak 7 dari Bedoyo Kidul, sebanyak 8 dari Pringluwang, dan sebanyak 28 dari Surubendo. Berdasarkan umur 74 responden berumur 17-27 tahun, 9 responden berumur 28-38 tahun, 7 responden berumur 39-49 tahun, dan 8 responden berumur  $> 50$  tahun. Berdasarkan jenis kelamin, 55% berjenis kelamin perempuan dan 45% berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan penghasilan, 55% responden yang berpenghasilan antara Rp1.500.001 – Rp2.500.000, 19% berpenghasilan  $> Rp500.000$ , 15% berpenghasilan  $> Rp2.500.001$ , dan 11% berpenghasilan Rp500.001 – Rp1.500.000.

#### 2. Hasil Uji Penelitian

Untuk uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner tersebut telah terbukti valid karena setiap pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,1986 dengan  $r_{hitung}$  terendah sebesar 0,657, dan memiliki nilai sig lebih kecil dari 0,05. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa data kuesioner dapat diandalkan karena nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan melebihi ketentuan 0,60 dengan nilai *Cronbach Alpha* terendah sebesar 0,775.

Untuk uji prasyarat uji normaitas, menunjukkan bahwa distribusi titik-titik pada kurva *P-Plot* berada disekitar garis diagonal, dan nilai *Asymp Sig (2-tailed)* pada uji *Kolmogorov Smirnov* adalah 0,903 yang nilainya lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 sehingga menunjukkan

bahwa data memiliki distribusi normal. Kemudian menggunakan uji linearitas, yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai *deviation from linearity* sebesar 1,99 yang menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05. Hal ini berarti menunjukkan adanya hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Selanjutnya pada menggunakan uji heterokedastisitas yang dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya bentuk penyimpangan. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,078 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, menandakan tidak adanya gejala heterokedastisitas atau terjadi homokedastisitas sehingga dapat diandalkan untuk penelitian yang lebih lanjut.

Analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana, berikut hasil uji regresi linear sederhana.

Tabel 1. Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.978	1.201		3.314	.001
Total X	.793	.057	.817	13.866	.000

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber: Olahan data SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh persamaan regresi berikut ini:

$$Y = 3,978 + 0,793X$$

Dari persamaan regresi di atas, nilai konstanta sebesar 3.978 menyatakan bahwa ketika variabel X adalah 0, maka variabel Y memiliki nilai sebesar 3,978. Jika tidak ada *e-commerce* (X) maka nilai konsisten minat

berwirausaha masyarakat Desa Bedoyo (Y) adalah sebesar 3,987. Selanjutnya nilai positif (0,793) dari koefisien regresi variabel X menggambarkan hubungan searah antara variabel X (*e-commerce*) dan variabel Y (minat berwirausaha). Artinya, setiap kenaikan sebesar 1% variabel X akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,793 dalam variabel Y, atau dengan kata lain *e-commerce* akan berdampak positif terhadap minat berwirausaha masyarakat Desa Bedoyo. Kemudian nilai sig sebesar 0,00 < 0,05 menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat Desa Bedoyo.

Berikut adalah hasil uji hipotesis dari penelitian ini:

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.978	1.201		3.314	.001
Total X	.793	.057	.817	13.866	.000

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber: Olahan data SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 13,866 pada tingkat sig sebesar 0,00. Sedangkan untuk  $t_{tabel}$  dari 98 responden dengan signifikansi 5% (0,05) adalah  $df = n-2$ , yang berarti  $df = 98-2 = 96$ . Dari nilai  $df = 96$  dengan nilai signifikansi 5% (0,05) didapatkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,661. Hasil uji t tersebut dikaitkan dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian yaitu:

Ho: Tidak terdapat pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha masyarakat Desa Bedoyo Kecamatan Ponjong

Ha: Terdapat pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha masyarakat Desa Bedoyo Kecamatan Ponjong

Kriteria diterimanya hipotesis yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $sig > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Dari hasil uji t statistik dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  13,866 >  $t_{tabel}$  1,661 dan  $sig$  0,00 < 0,05. Hal ini berarti menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *e-commerce* berpengaruh terhadap variabel minat berwirausaha. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 <sup>a</sup>	.667	.663	2.115366

a. Predictors: (Constant), Total X

b. Dependent Variable: Total Y

Sumber: Olahan data SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *R-Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,667. Nilai yang semakin mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin kuat. Hal ini berarti bahwa nilai *R-Square* 0,667 menunjukkan pengaruh yang cukup kuat.

Kemudian untuk nilai persentasenya, variabel independen (*e-commerce*) berpengaruh sebesar 66,7% terhadap variabel dependen (minat berwirausaha). Artinya separuh lebih variabel independen dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini yaitu sebesar 33,3%. Selain itu untuk ukuran kesalahan prediksi (*Std Error of the Estimate*) adalah sebesar 2,115.

## B. Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bedoyo, Kecamatan Ponjong, Gunungkidul, yang merupakan wilayah

dengan karakteristik ekonomi pedesaan. Peluang pasar yang terbatas dan keterbatasan akses, jaringan pemasaran, serta kurangnya pengetahuan seringkali menjadi kendala dalam mengembangkan usaha baru di desa sehingga mereka enggan untuk memulai usaha. Masih banyak dari mereka yang takut untuk memulai usaha menggunakan *e-commerce* karena kurangnya pengetahuan dan menganggap *e-commerce* adalah ancaman bagi mereka yang ingin memulai usaha.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha masyarakat Desa Bedoyo. Pada penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 98 responden dari perhitungan dengan rumus slovin dari banyaknya populasi masyarakat Desa Bedoyo. Untuk uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dan sudah menghasilkan hasil yang sesuai ketentuan. Kemudian untuk uji prasyarat menggunakan uji normalitas yang sudah menunjukkan data berdistribusi normal, menggunakan uji linearitas yang sudah menghasilkan bahwa memiliki hubungan linearitas, dan menggunakan uji heterokedastisitas yang menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Dari hasil uji penelitian, hasil analisis regresi menunjukkan adanya hubungan searah antara penggunaan *e-commerce* dengan minat berwirausaha dan menunjukkan pengaruh yang signifikan. Artinya semakin tinggi penggunaan *e-commerce* maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk memulai usaha.

Hasil hipotesis mendukung hasil kesimpulan ini dengan menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini berarti bahwa ada bukti yang kuat untuk

menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha masyarakat Desa Bedoyo.

Selain itu uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan nilai yang mendekati 1, yang menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap minat berwirausaha masyarakat. Dengan kata lain bahwa *e-commerce* termasuk faktor penting dalam yang mempengaruhi minat berwirausaha, tetapi masih ada faktor-faktor lain yang turut mempengaruhinya.

Penelitian ini berhasil menjawab rumusan masalah, yaitu mengetahui apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha masyarakat di Desa Bedoyo. Hasilnya menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan dan memiliki pengaruh positif yang cukup kuat terhadap minat berwirausaha masyarakat di Desa Bedoyo. Melalui penelitian ini masyarakat Desa Bedoyo akan lebih paham bahwa *e-commerce* memberikan pengaruh positif terhadap minat berwirausaha masyarakat.

### C. Keterbatasan Penelitian

1. Karena metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, ada kemungkinan terjadi respon bias. Responden mungkin memberikan jawaban yang mereka anggap diinginkan peneliti dari pada yang sebenarnya mereka rasakan.
2. *E-commerce* adalah fenomena yang dinamis dan mungkin terus berkemgoobang. Peneliti hanya mengambil data pada satu titik waktu tertentu, sehingga tidak dapat menangkap perubahan dan perkembangan minat berwirausaha seiring dengan perubahan dalam *e-commerce*.

3. Keterbatasan dalam mengawasi pengisian kuesioner oleh responden karena prosesnya dilakukan melalui *google form*, sehingga ada kemungkinan beberapa responden tidak menjawab kuesioner dengan teliti.

### DISKUSI

Diskusi pada penelitian ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha masyarakat Desa Bedoyo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa akses dan penggunaan teknologi digital, khususnya *e-commerce*, dapat meningkatkan minat dan peluang berwirausaha. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa jika *e-commerce* meningkat sebesar 1% maka terjadi kenaikan 0,793 pada minat berwirausaha. Dan hipotesis  $H_a$  diterima menunjukkan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Serta sebesar 66,7% *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Pentingnya dukungan pemerintah dan infrastruktur digital yang memadai perlu ditekankan, seperti perbaikan kebijakan, pelatihan rutin, peningkatan infrastruktur digital, dan lain sebagainya. Kemudian bagi masyarakat disarankan untuk aktif mengikuti pelatihan *e-commerce* dan membentuk komunitas usaha untuk berbagi pengetahuan. Dan untuk peneliti selanjutnya untuk meneliti faktor lain ataupun lokasi lain untuk membandingkan hasil ataupun mengevaluasi efektivitas kebijakan.

**SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat Desa Bedoyo. Artinya semakin tinggi penggunaan *e-commerce* maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk memulai usaha. Maka dari itu perlu adanya peningkatan literasi digital, perbaruan kebijakan pemerintah terkait *e-commerce*, pelatihan dan edukasi tentang *e-commerce*, dan lain sebagainya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abrar, M. (2020). Bagaimana Peluang Pengguna *E-commerce*, E-Banking dan Internet di Indonesia? *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, 4(3). Retrieved from <https://s.id/24eIQ>
- Azizah, R. K., & Pahlevi, T. (2021). The Effect Of Entrepreneurship Education And Family Environment On Enterpreneurial Interests Through Self-Efficacy. *Jurnal PIJAR*, 5(5). Retrieved from <https://s.id/24w1k>
- Badan Pusat Statistik, (2024). Kabupaten Gunungkidul Dalam Angka 2024, Diakses pada 7 Mei 2024. Retrieved from <https://gunungkidulkab.bps.go.id/publication.html>
- Badan Pusat Statistik, (2023). Kecamatan Ponjong Dalam Angka 2023, Diakses pada 7 Mei 2024. Retrieved from <https://gunungkidulkab.bps.go.id/publication.html>
- Bahtiar, R. A. (Juni 2020). Potensi, Peran Pemerintah, dan Tantangan dalam Pengembangan *E-commerce* di Indonesia. *Pusat Penelitian Sekretariat Jendral DPR RI*. Retrieved from <https://s.id/24eFS>
- Budianto, A. E. (2020). *Analisis Bisnis E-commerce*. Malang: Media Nusantara Creative (MNC Publishing). Retrieved from <https://s.id/24eLP>
- Budianto, A. E. (2020). *Analisis Bisnis E-commerce*. Malang: Media Nusantara Creative (MNC Publishing). Retrieved from <https://s.id/24eLP>
- Chalimi, N. F. (2021). *Aplikom Statistik berbasis SPSS*. Kediri: Lembaga Chakra Brahmada Lentera. Retrieved from <https://shorturl.asia/bgDyv>
- Farhani, H., Raihan, R., & Sekarni, R. A. (2021). Pola Konsumsi Generasi Milenial Dalam Belanja Online (*E-commerce*) Pada Masa Pandemi Covid-19. *Kinerja*, 4(1). Retrieved from <https://s.id/24eGG>
- Hendriawan, M. A., Setyaningrum, I., & Ariani, M. (2021). Perkembangan Dan Dampak Positif Dan Negatif *E-commerce* Bagi UMKM Sektor Furnitur Dan Konsumen. *CALYPTRA*, 9(2). Retrieved from <https://surl.li/rzgpk>
- Kharimah, L. N., Shafwan, V. A.-f., & Tambunan, N. (2023). Analisis Inflasi Terhadap Pengangguran Di Indonesia. *Community Development Journal*, 4(2). Retrieved from <https://s.id/24w0N>
- Matondang, Z., & Nasution, H. F. (2022). *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS*. Medan: Merdeka Kreasi Group. Retrieved from <https://shorturl.asia/kaGpv>
- Munthe, Y. U., & Nawawi, Z. M. (2024). Peran Kewirausahaan Berbasis Digital Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran. *Journal Of Management and Busines*, 3(1). Retrieved from <https://s.id/24w1v>

- Naben, M. N. (2023). Analisis "Predatory pricing" Tiktok Shop di Tengah Pemanfaatan Media Sosial Bagi UMKM Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional*. Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya. Retrieved from <https://surl.li/rzgps>
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik*. Sukoharjo: Pradina Pustaka. Retrieved from <https://s.id/24eZf>
- Pramitha, D. S., Ariadi, Y. D., Chrismilasari, L. A., Millati, R., Sita, M., Sagitarini, P. N., . . . Damaiyati, M. (2022). *Meraih Mimpi Merajut Cita-Cita, I Become Greet Nurse*. Cirebon: Yayasan Wiyata Bastari Samasta. Retrieved from <https://s.id/24eSq>
- Prayitno, G., Subagyo, A., Dinanti, D., & Sari, N. (2021). *Smart Village*. Malang: Universitas Brawijaya Press. Retrieved from <https://s.id/24eVk>
- Rahman, K. G. (2021). *Good Governance Dan Pengendalian Internal Pada Kinerja Pengelolaan Keuangan*. Tasikmalaya: Edu Publisher. Retrieved from <https://s.id/24eYK>
- Rehatalanit, Y. (2016). Peran *E-commerce* Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5. Retrieved from <https://s.id/24eHv>
- Rianda, C. N. (2020). Analisis Dampak Pengangguran Berpengaruh Terhadap Individual. *Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 12(1). Retrieved from <https://s.id/24w1m>
- Riphat, S. (2021). *Pajak E-commerce: Sebuah Regulasi Perpajakan Bagi Pelaku Bisnis*. Yogyakarta: Elex Media Komputindo. Retrieved from <https://s.id/24eM3>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Mnajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish. Retrieved from <https://s.id/24eYx>
- Roosdhani, M. R. (2022). *Modul Ajar E-commerce*. Solok: Penerbit Mitra Cendekia Media. Retrieved from <https://s.id/24eMc>
- Saifuddin, A. (2020). *Penyusunan Skala Psikologi*. Jakarta: Kencana (Prenada Media). Retrieved from <https://s.id/24eNv>
- Salsabila, S., & Rohman, A. (2023). Identifikasi Minat Memilih Karier Wirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, 7(2). Retrieved from <https://s.id/24w1F>
- Saputra, F., Mahaputra, M. R., & Maharani, A. (2023). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Motivasi dan Minat Berwirausaha (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta (JKMT)*, 1(1). Retrieved from <https://surl.li/rzgoj>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impluse Buying Pengguna *E-commerce* di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(1). Retrieved from <https://ly/7wxjssi>
- Sari, A. R., & Prijanto, B. (2022). *Hubungan Kusalitas: Etika Profesi, Etika Manajerial, dan Elemen Modal Intelektual dengan Kualitas Audit*. Bandung: Feniks Muda Sejahtera. Retrieved from <http://surl.li/tlhrqm>

- Simanjuntak, S. D. (2020). *Statistik Penelitian Pendidikan dengan Aplikasi Ms.Excel dan SPSS*. Surabaya: Jakad Media Publishing. Retrieved from <https://s.id/24eYY>
- Stiadi, M., Kurniadi, H., Titing, A. S., Wonu, R. A., & Hendrik. (2022). Menumbuhkan Minat Berwirausahaan Melalui Pelatihan Berwirausahaan Bagi Masyarakat Desa Tirawuta Kabupaten Kolaka Timur. *BAKTI BANUA*, 3(2). Retrieved from <https://s.id/24eI6>
- Suryani, L. (2022). *Peningkatan Komitmen Profesi Melalui Iklim Organisasi, Kepribadian Dan Kepuasan Kerja Dosen*. Jakarta: Cipta Media Nusantara. Retrieved from <https://s.id/24eYE>
- Sutha, D. W. (2021). *Biostatistika*. Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing). Retrieved from <https://shorturl.asia/4gUrb>
- Taime, H., & Djaelani, P. N. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan Penduduk Terhadap Tingkat Pengangguran di Kabupaten Mimika. *Journal Of Economics And Regional Science*, 1(1). Retrieved from <https://s.id/24w0X>
- Wahyudi, I., Suherman, E., & Anggel, F. P. (2023). Efektivitas Program Pelatihan Tenaga Kerja Dalam Upaya Mengurangi Jumlah Pengangguran Pada Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Bekasi. *Managemen Studies and Enterpreneurship Journal*, 4(5). Retrieved from <https://s.id/24w0Q>
- Wibowo, H. (2020). *Pengantar Teori-Teori Belajar dan Model-Model Pembelajaran*. Jakarta: Puri Cipta Media. Retrieved from <https://fondby.com/03ah>
- Widyastuti, N. (2023). Analisis Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan, Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Proklamasi 45. *Journal of Management and Social Sciences (JMSS)*, 1(4). Retrieved from <https://s.id/24w1C>
- Zahra, D. M., Zain, A. F., & Putri, N. A. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Untuk Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1). Retrieved from <https://s.id/24w1o>