

ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA BERWIRAUSAHA  
MENGUNAKAN *E-COMMERCE*  
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bengkulu)



SKRIPSI

OLEH :  
ZURATUL FAIZA  
NPM : C1A018080

JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BENGKULU

2022

ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA BERWIRAUSAHA  
MENGUNAKAN *E-COMMERCE*  
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bengkulu)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Bengkulu  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi  
Pembangunan

OLEH :  
ZURATUL FAIZA  
NPM : C1A018080

JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BENGKULU

2022

**Bengkulu, 01 Desember 2022**

**Skripsi oleh Zuratul Faiza**

**Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji**

**Pembimbing,**

**Azansyah, SE., M.Si**

**NIP 19780828 200501 1 006**



**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan**

**Dr. Bambang Agoes Hermanto, SE., M.Sc**

**NIP 19620819 198803 1 001**

**Skripsi oleh Zuratul Faiza ini**

**Telah dipertahankan di depan tim penguji pada hari Kamis, 15 Desember 2022.**

**Ketua**

**Sekretaris**

**Azansyah, SE., M.Si**  
**NIP 19780828 200501 1 006**

**Dr. Ir. Lela Rospida, MM**  
**NIP 19641220 199203 2 001**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Dra. BIE. Indraswanti M.Si**  
**NIP 19630324 198811 2 001**

**Esti Pasaribu, SE., M.Ec.Dev**  
**NIP 19870130 201903 2 009**

**Mengetahui,**  
**an Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Wakil Dekan Bidang Akademik**



**Dr. Fachruzzaman, SE., MDM, Ak, CA, Asean CPA**  
**NIP. 19710313 199601 1 001**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari orang lain, yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan kepada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik disengaja ataupun tidak. Dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Bengkulu batal saya terima.

Bengkulu, 15 Desember 2022



Zuratul Faiza

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- “Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. - QS. Al-Baqarah 286
- “Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”- QS. Al-Insyirah 6
- "Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu." – Ali bin Abi Thalib

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang tak terlepas dari mengucapkan rasa syukur atas rahmat Allah Swt dan rasul-Nya Nabi Muhammad SAW, Skripsi ini aku persembahkan untuk :

- Orang tuaku tercinta. Ayahku Drs. KH. Ahmadi Hamzah, MH dan ibuku Hj. Mawarti Yuliana. Terimakasih banyak ayah ibu yang selalu memberikan kasih sayang yang melimpah, tiada hentinya mendoakan untuk kesuksesan dan keberhasilan anaknya ini. Terimakasih banyak untuk selalu menyemangati agar bisa cepat menyelesaikan skripsi ini. Semoga ayah dan ibu selalu diberikan kesehatan jasmani dan rohani dan panjang umur Aamiin Yaa Rabbal Alamiin.
- Teruntuk 7 saudara ku tersayang, dangku Dr. Hj Devi Oktari, S.H.I., M.H, abangku M. Hasbullah Sofandi S.H, dangku Sefty Riany S.Sos., M.Pd, babe ku IPTU M. Dodi Mardiansyah, S.H, ayukku Selvia Khairunnisa S.Pdi., MM, ingaku Nurfadhila Hasanah, STr.Keb, dan adikku M. Iqbal Al-Khair terimakasih selalu memberikan aku semangat, selalu mengajarkan aku untuk selalu berusaha, terimakasih kalian yang selalu mengerti keadaan selalu ada disaat aku butuh bantuan.
- Teruntuk ponakan-ponakan mica: Athifah Felicia Alaina, M. Abbiyu Al Abqari Alaina, Queenta Siti Azzura, Qotrunada Shakeela Azzahra, Laquisha Ruby Ameera, Ammalee Najma Latifa, M. Dygdaya Bayanaka, M. Adydave Ghaisan El Faras, M. Darrendra Ahaba rabba, Aldrick Abrar Widiensyah, Aghla Qidzama Assyabiya, Annasya adreena askiya, M. Arfas Radeeva Haufanza, terimakasih sayang-sayang nya mica yang selalu ngasih semangat dan mendoakan mica biar cepat lulus.

- Untuk dosen pembimbingku bapak Azansyah, SE., M.Si Terimakasih telah sabar membimbingku dan mengajariku dalam pembuatan skripsi ini.
- Untuk pengguji ku, Ibu Dr. Ir. Lela Rospida, MM, Ibu Dra. BIE. Indraswanti., M.Si dan Ibu Esti Pasaribu, SE., M.Ec., Dev.terimakasih atas saran, koreksi dan masukkannya dalam mengerjakan skripsi ini.
- Seluruh dosen yang pernah mengajar, terimakasih atas ilmu dan semua pembelajaran selama ini, semoga dapat saya implementasikan dengan baik.
- Seluruh staff jurusan ekonomi pembangunan dan fakultas ekonomi dan bisnis yang telah memberikan bantuan selam perkuliahan.
- Dwi Putra Cahyadi terimakasih telah menjadi teman, sahabat, segalanya terimakasih banyak selalu saling menyemangati dalam keadaan apapun, terimakasih selalu mau untuk direpotin. Semoga kita sehat selalu dan wisuda bareng yaaa dwil.
- Kepada cutex Icha Ndut, Yesi dan Wiji terimakasih gurlss sudah selalu ada dalam keadaan apa pun selalu ada di saat aku butuh teman healing selama mengerjakan skripsi. Semoga kita wisuda bareng ya gurls.semangat!!!
- Untuk teman kuliahku Mona dan Icha Riska, dan semuanya terimakasih sudah mau menemani selama perkuliahan.
- Untuk couple love bird Putri dan Rifqi yang udah banyak membantu ica dalam proses pembuatan kuesioner, ngolah data, dan memberi saran makasih banyak semoga kalian langgeng sampai pelaminan ya.
- Teman-teman kelas B Ekonomi Pembangunan angkatan 2018, terimakasih sudah menjadi bagian dari perjalanan panjang selama perkuliahan, terimakasih sudah menjadi tempat bertukar pendapat, dan saling membantu dalam menyelesaikan tugas. Semoga kita semua sukses di masa yang akan datang.
- Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu.
- Terakhir. Untuk diriku sendiri Zuratul Faiza, terimakasih banyak telah berusaha dan berjuang dalam apa pun, terimakasih telah memilih untuk tidak menyerah, banyak tantangan dan batu kerikil yang selalu dilewati dengan sabar dan selalu bersyukur terimakasih banyak aku telah bisa melewatinya. Aku tau kamu lelah, tapi aku yakin kamu bisa.

**PERCEPTION ANALYSIS OF ENTREPRENEURSHIP STUDENTS USING  
E-COMMERCE**  
(Case Study of Bengkulu University Students)

**Zuratul Faiza<sup>1</sup>**  
**Azansyah<sup>2</sup>**

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze student perceptions of entrepreneurship using e-commerce, the reasons for making decisions based on variables such as facilities, capital, motivation. This research was conducted at the University of Bengkulu and obtained a sample of 100 students who own a business using the snowball random sampling method. The analysis technique in this research is descriptive analysis. The results of this study indicate that the variable capital is the dominant factor behind students in making decisions to start a business. Processed data by using SPSS version 20.0. In this research analysis, students' perceptions of the variables in entrepreneurship using e-commerce are the facilities variable with an average value of 3.81 followed by capital with the largest average of 3.87, and the smallest motivation is 3.66. In addition, there are 100 students who got new jobs, new ultimates, and experience after they graduated and they have contributed economically to the Bengkulu area and are useful for future economic development.*

*Key Words :making entrepreneurship, e-commerce, facilities, capital, motivation*

*1) Student*

*2) Supervisor*

**ANALISIS PERSEPI MAHASISWA BERWIRSAUSAHA MENGGUNAKAN  
E-COMMERCE ( STUDY KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS  
BENGKULU)**

Zuratul Faiza<sup>1)</sup>  
Azansyah<sup>2)</sup>

**RINGKASAN**

Semakin berkembangnya zaman saat ini, menekankan agar untuk lebih tanggap dalam beradaptasi dengan masyarakat sosial. Perkembangan ilmu teknologi, sosial bahkan ekonomi sangat menentukan kesejahteraan masyarakat terutama dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Perkembangan internet sudah memungkinkan berbagai macam jenis teknologi untuk membantu komunikasi pada bentuk elektronika, yaitu bisnis *e-commerce*.

Universitas Bengkulu memasuk kan materi kewirausahaan sebagai salah satu mata kuliah yang harus ditempuh oleh mahasiswa selama studinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce* dengan variabel fasilitas, modal, motivasi. Penelitian ini dilakukan di Universitas Bengkulu mengambil 100 mahasiswa yang berwirausaha menggunakan *e-commerce*, menggunakan teknik *snowball random sampling*. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan persepsi mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce* adalah mahasiswa sangat setuju bahwasannya jika berwirausaha menggunakan *e-commerce* ini sangat memudahkan mereka dalam segala aspek terutama dalam hal fasilitas yang memudahkan mereka untuk berwirausaha, modal yang sangat dibutuhkan dan dengan modal yang tidak terlalu besar juga sudah bisa untuk mereka memulai berwirausaha menggunakan *e-*

*commerce*, tetapi motivasi yang masih sangat kurang untuk mereka memulai berwirausaha, masih kurangnya kemauan mereka untuk memulai berwirausaha karena belum mengetahui keuntungan yang bisa mereka dapatkan. mahasiswa harus bergerak untuk memulai berwirausaha dan melihat beberapa temannya yang berwirausaha dan menggunakan *e-commerce* sehingga juga bisa menimbulkan rasa keinginannya untuk bergabung dan berwirausaha agar bisa memperoleh keuntungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal adalah yang paling menentukan mahasiswa untuk berwirausaha. Dalam analisis penelitian ini persepsi mahasiswa terhadap variabel yang ada dalam berwirausaha menggunakan *e-commerce* yaitu variabel fasilitas dengan nilai rata-rata yaitu 3,81 diikuti modal dengan rata-rata terbesar 3,87, dan motivasi yang paling terkecil yaitu 3,66. Terlepas dari hasil penelitian tersebut, yang pasti setidaknya sudah ada 100 mahasiswa yang sudah menciptakan kesempatan kerja baru, penghasilan baru, dan pengalaman bagi mereka untuk berwirausaha setelah mereka lulus nantinya dan mereka pun telah berkontribusi untuk perekonomian setidaknya di daerah Bengkulu dan bermanfaat bagi Pembangunan ekonomi untuk kedepannya.

Kata kunci : Berwirausaha, *e-commerce*, fasilitas, modal, motivasi

1. Penulis
2. Pembimbing

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Persepsi Mahasiswa Berwirausaha Menggunakan *e-commerce* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bengkulu)”. Skripsi ini disusun merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu.

Dalam penyusunan skripsil ini, banyak pihak yang telah membantu penulis dengan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Azansyah, SE., M.Si selaku dosen pembimbing dan pembimbing Akademik yang telah membimbing, meluangkah waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan arahan serta dukungan yang sangat membantu untuk penulis menyelesaikan Tugas Akhir (Skripsi) ini. Terimakasih banyak pak
2. Tim penguji mulai dari tahap proposal sampai dengan proses saat ini, Ibu Dr. Ir. Lela Rospida, MM, Ibu Dra. BIE. Indraswanti., M.Si dan Ibu Esti Pasaribu, SE., M.Ec., Dev. Terimakasih banyak telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaannaskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi.
3. Bapak Dr. Bambang Agoes H, SE., M.Sc dan ibu Ratu Eva Febriani, SE., M.Sc selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu. Beserta seluruh staf administrasi yang selalu

memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.

4. Ibu Dr. M. Armelly, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
6. Ibu Dr. Retno Agustina Ekaputri, SE.,M.Sc sebagai Rektor Universitas Bengkulu. Bapak dan ibu dosen jurusan Ekonomi Pembangunan fakultas ekonomi dan bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabat dan teman-teman mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan dan teman-teman Fakultas Ekonomi Bisnis Angkatan 2018 terima kasih atas kebersamaan, keakraban, diskusi, saran dan semangat yang diberikan.
8. Seluruh Staf Administrasi Jurusan Ekonomi Pembangunan dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif, dapat dikirimkan ke [ichaahmadi05@gmail.com](mailto:ichaahmadi05@gmail.com). Semoga Skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bengkulu, Desember 2022

Zuratul Faiza

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRACT.....	viii
RINGKASAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kewirausahaan Dalam Pembangunan Ekonomi.....	9
2.2 <i>e-commerce</i> .....	11
2.2.1 Jenis Transaksi Bisnis Online atau <i>e-commerce</i> .....	13
2.2.2 Keuntungan Bisnis Online atau <i>e-commerce</i> .....	18
2.3 Penelitian Terdahulu.....	19
2.4 Kerangka Analisis.....	22
BAB III KAJIAN PUSTAKA.....	23
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	23
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
3.3 Skala Pengukuran Variabel.....	24
3.4 Sumber Data.....	26
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.6 Metode Pengambilan Sampel.....	27
3.7 Metode Analisis Data.....	28
	xi

3.7.1 Analisis Deskriptif .....	28
3.7.2 Uji Kualitas Data .....	29
3.7.2.1 Uji Validitas .....	29
3.7.2.2 Uji Reabilitas .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	31
4.2 Deskripsi Data Penelitian .....	31
4.2.1 Gambaran Umum Universitas Bengkulu .....	31
4.2.2 karakteristik Responden .....	32
4.2.3 Deskripsi Usaha Mahasiswa <i>e-commerce</i> .....	34
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian .....	38
4.3.1 Fasilitas .....	38
4.3.2 Modal .....	39
4.3.3 Motivasi .....	40
4.4 Analisis Data Penelitian .....	41
4.4.1 Uji Validitas .....	41
4.4.2 Uji Reabilitas .....	42
4.5 Pembahasan .....	43
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>46</b>
5.1 Simpulan .....	46
5.2 Saran .....	48
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Perguruan Tinggi di Bengkulu.....	2
Tabel 1.2 Mahasiswa Universitas Bengkulu Yang Berwirausaha dan Menerima Bantuan Dana Tahun 2020-2022.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Rentang Penilaian.....	25
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Fakultas.....	33
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Bidang Usaha.....	34
Tabel 4.5 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Fasilitas.....	38
Tabel 4.6 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Modal.....	39
Tabel 4.7 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Motivasi.....	40
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Fasilitas.....	41
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Modal.....	41
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Motivasi.....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.12 Nilai Rata-Rata Variabel Persepsi Mahasiswa Berwirausaha.....	43

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Analisis .....	22
Gambar 4.1 Rata – Rata Modal .....	35
Gambar 4.2 Rata – Rata Keuntungan .....	36

## **DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran 1 Angket Penelitian .....	52
Lampiran 2 Data Mentah Responden .....	58
Lampiran 3 Data Hasil Analisis Uji Validitas .....	66
Lampiran 4 Data Hasil Analisis Uji Reliabilitas .....	69
Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian.....	70

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Semakin berkembangnya zaman saat ini, menekankan agar untuk lebih tanggap dalam beradaptasi dengan masyarakat sosial. Perkembangan ilmu teknologi, sosial bahkan ekonomi sangat menentukan kesejahteraan masyarakat terutama dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Perkembangan internet sudah memungkinkan berbagai macam jenis teknologi untuk membantu komunikasi pada bentuk elektronika, yaitu bisnis *e-commerce*.

Badan Pusat Statistik yang melakukan sensus ekonomi tahun 2016 menemukan bahwa dalam 10 tahun kedepan Indonesia mengalami kemajuan *e-commerce* sebanyak 17%. Pemerintah meminta agar kita para pemuda bersiap menghadapi perubahan. Ada regulasi yang tertuang dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 74 Tahun 2017 bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan potensi ekonomi digital dan mempercepat akselerasi dan pengembangan sistem *e-commerce* (Rahayu & Laela, 2018).

Di Indonesia yang menjadi hambatan terbesar dalam memajukan pembangunan perekonomian Indonesia ini salah satunya adalah jumlah pengangguran yang banyak, dan juga lapangan pekerjaan yang sangat minim. Badan Pusat Statistik pada tahun 2021 mencatat bahwa jumlah pengangguran yang terus meningkat tak terhindarkan. Kondisi ini semakin parah dikarenakan efek pandemi *covid-19*. Tercatat di tahun 2021 jumlah pengangguran di Indonesia sebanyak lebih dari 8 juta sarjana, meningkat 26,3% dibanding tahun 2020. Oleh karena itu para mahasiswa diarahkan dan diberi bekal untuk tidak hanya

berorientasi sebagai pencari kerja namun juga bisa untuk memajukan pembangunan di Indonesia.

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Perguruan Tinggi di Bengkulu

No	Nama Universitas	Jumlah Mahasiswa
1.	Universitas Bengkulu	22.869
2.	Universitas Dehasen	6.861
3.	Universitas Prof. Dr. Hazairin., SH	6.386
4.	Universitas Muhammadiyah	7.445
5.	Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno	15.469

Sumber: pddikti dan web universitas

Dari data Tabel 1.1 diatas terlihat bahwa jumlah mahasiswa perguruan tinggi di Bengkulu bahwasannya mahasiswa Universitas Bengkulu lah yang mahasiswa nya berjumlah paling banyak 22.869. Menurut pra survey yang saya lakukan bahwasannya mahasiswa Universitas Bengkulu sudah banyak yang berwirausaha menggunakan *e-commerce*. Dan juga untuk penelitian ini juga belum banyak yang meneliti di Universitas Bengkulu, tempat penelitian juga saya pilih dengan secara sengaja karena banyaknya jumlah mahasiswa yang ada di Universitas Bengkulu.

Wirausaha merupakan kemampuan kreativitas dan inovatif yang digunakan untuk menjadi dasar pengetahuan agar menemukan peluang sukses. Menjadi seorang wirausaha dipercaya merupakan alternatif jalan keluar untuk menurangi tingkat pengangguran, karena para sarjana diharapkan dapat menjadi wirausahawan mudah erdidik yang mampu merintis usahanya sendiri (Suharti, 2011). Menurut Mahanani (2014), Berwirausaha atau entrepreneurship adalah alternatif yang tepat, setidaknya jika kita berwirausaha berarti kita bisa memberikan pekerjaan untuk diri kita sendiri, tidak perlu bergantung pada

oranglain. Dan jika bisnis yang kita lakukan berkembang kita juga bisa mampu membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain.

*e-commerce* diperkirakan masih akan menguasai peta ekonomi digital Indonesia pada 2030 dengan kontribusi mencapai Rp1.908 triliun atau sekitar 33%. Menurut Menteri perdagangan, pada tahun 2020 ekonomi digital Indonesia baru berkontribusi sebesar empat persen terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Optimistis ekonomi digital Indonesia ini akan tumbuh setidaknya delapan kali lipat dan menjadi berkontribusi 18% terhadap PDB pada 2030 dengan adanya transformasi dan akselerasi.

Dengan demikian pemerintah juga harus terlibat dan terjun langsung untuk merespon perkembangan *e-commerce*. Dalam hal ini, pemerintah harus merespon dan mendukung khususnya bagi mahasiswa sebagai pengguna *e-commerce*. Diharapkan *e-commerce* inindapat berjalan dengan baik dan membantu perekonomian negara menjadi lebih baik dan unggul, terutama bagi mahasiswa yang melakukan wirausaha menggunakann *e-commerce* agar bisa sedikit mengurangi beban orang tua. Jika perekonomian negara menjadi lebih baik maka juga akan berdampak pada pendidikan dan pastinya menghasilkan kualitas mahasiswa yang baik,mandiri, pekerja keras untuk kedepannya.

Menurut Mahanani (2014), menjadi pengusaha atau wirausaha merupakan alternatif pilihan yang tepat, paling tidak dengan kita melakukan berwirausaha berarti dapat menyediakan lapangan kerja bagi diri sendiri tidak perlu bergantung kepada orang lain. Dan apabila usahanya semakin maju, mampu membuka lapangan kerja untuk orang lain.

Minat berwirausaha ini keinginan, ketertarikan, dan kesediaan seseorang terhadap ide-ide untuk bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi sehingga, menerima tantangan, percaya diri, lebih kreatif dan inovatif serta memiliki kemampuan dan keterampilan untuk memenuhinya. Menurut Agatha Dita Kristida (2010) ada faktor internal dan eksternal yang bisa mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha: faktor eksternal salah satunya yaitu fasilitas yang digunakannya, dan faktor internal yaitu segenap pikiran, emosi dan persoalan dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi sehingga tidak dapat dipusatkan. Contohnya: motivasi, Motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi young entrepreneur (Sarosa, 2005).

Baum, Frese, and Baron (2007) menjelaskan bahwa motivasi dalam kewirausahaan meliputi motivasi yang diarahkan untuk mencapai tujuan kewirausahaan, seperti tujuan yang melibatkan pengenalan dan eksploitasi terhadap peluang bisnis. Motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan. Dan menurut krueger dan brazeal dalam adhitama (2011) faktor penting yang mempengaruhi keputusan seseorang berwirausah seseorang adalah modal. Menurut Wirasmita (1994) beberapa faktor yang mendorong timbulnya kemauan seseorang untuk berwirausaha yaitu mencari pendapatan tambahan dan modal yang dimiliki.

Tabel 1.2 Mahasiswa Universitas Bengkulu Yang Berwirausaha dan Menerima Bantuan Dana Tahun 2020-2022

No	Fakultas	2020	2021	2022
1	Ekonomi dan Bisnis	18	11	11
2	Hukum	13	1	7
3	Ilmu Sosial dan Politik	15	6	11
4	Pertanian	47	11	27
5	Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	18	8	11
6	Teknik	24	5	10
7	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	11	6	-
8	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	38	33	13
Jumlah		184	81	90

Sumber : UPT PKM Universitas Bengkulu

Dari data pada tabel 1.1 tahun 2020 ada 184 mahasiswa yang berwirausaha yang telah mengajukan dan mendaftarkan wirausaha nya untuk mendapatkan bantuan dana dari pihak yang menyelenggarakan. Untuk tahun 2020 ini, program yang diikuti mahasiswa untuk mendapatkan bantuan dana yaitu ada ASMI (Akselerasi Stratup Mahasiswa Indonesia), IWDM (Inovasi Wirausaha Digital Mahasiswa), P2MW(Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha), dan PKMK (Program Kreatifitas Mahasiswa bid. Kewirausahaan)dari ke empat program ini, semuanya di naungi oleh Ditjen Belmawa.

Untuk tahun 2021 ada 81 mahasiswa yang berwirausaha yang telah mengajukannda mendaftarkan wirausahanya untuk mendapatkan bantuan dana dari pihak penyelenggara. Untuk program yang diikuti mahasiswa di tahun 2021 ini hanya ada KBMI (Kegiatan Bisnis Mahasiswa Indonesia) yang di naungi oleh PusPresNas (Pusat Prestasi Nasional), dan ASMI yang di naungi oleh Ditjen Belmawa. Mahasiswa yang terdaftar berwirausaha ini, mereka menjual dalam berbagai macam jenis usaha nya yang sangat kreatif dan inovatif.

Tahun 2022 ada 90 mahasiswa yang berwirausaha dan telah mengajukan dan mendaftarkan wirausahanya untuk mendapatkan bantuan dana dari pihak penyelenggara. Untuk program yang diikuti mahasiswa pada tahun 2022 ini hanya IWDM (Inovasi Wirausaha Digital Mahasiswa) dan P2MW (Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha). Kedua program penyelenggara ini di naungi oleh Ditjen Belmawa.

Mahasiswa sebagai generasi muda yang memegang ujung tombak perubahan yang akan menerima tongkat estafet pembangunan. Maka dari itu mahasiswa sebagai komponen masyarakat yang terdidik sebagai harapan dapat membuka lapangan pekerjaan, dengan menumbuhkan minat untuk menjadi *entrepreneur*. Menyadari hal tersebut. Sebagian besar perguruan tinggi telah memasukkan materi kewirausahaan sebagai salah satu mata kuliah yang harus ditempuh oleh mahasiswa selama studinya.

Wirausaha adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari wirausaha adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang. Banyak orang, baik pengusaha maupun yang bukan pengusaha, meraih sukses karena memiliki kemampuan kreatif dan inovatif (Suryana, 2010:2). Wirausahaan sangat dibutuhkan bangsa Indonesia. Wirausaha bukan hanya semata-mata berperan sebagai motor penggerak perekonomian masyarakat, namun juga sebagai pendorong perubahan sosial bagi peningkatan kualitas hidup manusia.

Dalam penelitian kali ini akan melihat persepsi mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce*. *e-commerce* akan semakin memberikan peluang kepercayaan diri serta minat mahasiswa untuk berwirausaha online sesuai dengan bekal pengetahuan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, *e-commerce* juga diharapkan dapat menjadi peluang besar bagi semua kalangan mahasiswa dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai penambah penghasilan mereka. Dan berdasarkan permasalahan yang berkaitan dengan persepsi mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce* serta fenomena ekonomi yang terjadi didalamnya, maka penulis tertarik dan ingin melihat sejauh mana pengaruh *e-commerce* terhadap mahasiswa oleh karena itu penelitian ini mengambil judul “Analisis Persepsi Mahasiswa Berwirausaha Menggunakan *e-commerce*”.

## **1.2. Masalah Dan Pertanyaan Penelitian**

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya maka dapat dirumuskan masalahnya bagaimana persepsi mahasiswa Universitas Bengkulu berwirausaha menggunakan *e-commerce*

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Untuk menganalisis persepsi mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce* dilihat dari beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu fasilitas, modal, dan motivasi.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu sebagai berikut

## 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dibidang ekonomi dalam kaitannya dengan pemanfaat bisnis *online* atau *e-commerce*. Dan kedepannya dapat dijadikan bahan untuk mengembangkan inovasi dan keunggulan bersaing dalam persaingan agar mampu menciptakan bisnis *online* atau *e-commerce* yang bermanfaat bagi para pengangguran.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi mahasiswa

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk mengembangkan kemampuan berwirausaha mahasiswa.

### b. Bagi Universitas

Dapat dijadikan bahan masukan bagi pihak Universitas Bengkulu dalam mengembangkan kurikulum atau mata kuliah yang lebih baik terutama yang berhubungan dengan kewirausahaan di masa mendatang.

## 1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menganalisis mahasiswa yang berwirausahandan penelitian ini difokuskan kepada persepsi mahasiswa berwirausaha menggunakann *e-commerce* dengan variabel yaitu ditinjau dari beberapa faktor yaitu fasilitas, modal, dan motivasi. Penelitian ini dilakukan di Universitas Bengkulu dengan objeknya adalah mahasiswa aktif S1 angkatan 2018-2021 yang sedang atau memiliki usaha menggunakan *e-commerce*.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Kewirausahaan Dalam Pembangunan Ekonomi**

Kewirausahaan adalah proses dinamis atau penciptaan tambahan kekayaan-kekayaan diciptakan oleh individu yang berani mengambil resiko utama dengan syarat-syarat kewajaran, waktu, dan komitmen karir atau penyediaan nilai untuk berbagai barang dan jasa produk dan jasa tersebut mungkin baru atau unik, tetapi nilai tersebut bagaimanapun juga harus didukung oleh kewirausahaan dengan penerimaan dan penempatan kebutuhan, keterampilan dan sumber-sumber daya, Hisrich (2005).

Teori Schumpeter dalam jurnal Yati Suhartini (2011) menekankan tentang pentingnya peranan pengusaha dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi dan para pengusaha merupakan golongan yang akan terus menerus membuat pembaruan atau inovasi dan ekonomi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian jika para pengusaha terus menerus mengadakan inovasi dan mampu membuat kombinasi baru atas investasinya atau proses produksinya.

Wirausaha mempunyai kaitan yang sangat erat dengan pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut McClelland (2001), seorang wirausaha itu adalah seorang yang memiliki kontrol terhadap alat-alat produksi dan menghasilkan lebih banyak dari pada yang dapat di konsumsinya atau dijual agar memperoleh pendapatan. Selain harus memiliki inovasi dan kreativitas, seorang wirausahaan juga harus mempunyai kinerja yang baik agar barang atau jasa yang

diproduksinya dapat bermanfaat bagi orang lain secara khusus membantu pertumbuhan ekonomi nasional.

Menurut Todaro dalam jurnal Suryana (2003) sumber kemajuan ekonomi bisa meliputi berbagai macam faktor, akan tetapi secara umum dapat dikatakan bahwa sumber-sumber utama bagi pertumbuhan ekonomi adalah adanya investasi-investasi yang mampu memperbaiki kualitas modal atau sumber daya produktif dan yang bisa menaikkan produktivitas seluruh sumber daya melalui penemuan-penemuan baru, inovasi, dan kemajuan teknologi. Berdasarkan pendapat tersebut, kewirausahaan dapat mempengaruhi tingkat pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Dr. Ir. Ciputra, seorang *entrepreneurship* Indonesia mengatakan bahwa tidak semua orang yang memiliki usaha sendiri dapat dikatakan seorang *entrepreneurship*, seorang *entrepreneurship* sudah pasti seorang pengusaha, sedangkan seorang pengusaha belum tentu dapat dikatakan *entrepreneurship*.

Ciri-ciri seorang *entrepreneurship* diantaranya adalah ia merasakan peluang dan mengejar peluang yang ia rasa cocok dengan dirinya serta percaya bahwa keberhasilan pasti dapat dicapai. *Entrepreneurship* bukanlah seorang yang memilih usaha di semua bidang, tetapi memilih bidang usaha yang cocok dengan kemampuan dan minat yang dimiliki, lalu mempelajari, mengamati dari dekat, mengumpulkan informasi yang dibutuhkan, lalu bergerak dengan pengetahuannya itu untuk membangun usaha. *Entrepreneurship* tidak mudah menyerah dikarenakan mereka yakin akan berhasil dengan bidang yang mereka pilih. *Entrepreneurship* juga merupakan orang yang bertindak melakukan inovasi serta berani mengambil resiko, baik resiko mental maupun

resiko finansial. Jika seseorang telah memenuhi ciri-ciri itu baru dapat dikatakan sebagai *entrepreneurship*. Jiwa *entrepreneurship* sangatlah penting untuk kita miliki.

Berikut beberapa alasan penting memiliki jiwa *entrepreneurship* di Indonesia (E-fact UMM 2021):

1. Jumlah lapangan pekerjaan semakin bertambah
2. Jenis lapangan pekerjaan semakin beragam
3. Mengurangi tingkat pengangguran
4. Mengurangi penyakit sosial di masyarakat
5. Meningkatkan kesejahteraan secara ekonomi
6. Meningkatkan taraf ekonomi suatu wilayah
7. Meningkatkan stabilitas ekonomi bangsa Indonesia.

Pertumbuhan *entrepreneur* diberbagai sektornterus tumbuh dangan sangat pesat. Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016 mencatat adanya kenaikan 4 juta *entrepreneur* dalam kurun waktu 10 tahun belakangan. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan paling pesat diantaranya startup digital. Data Asosiasi Fintech Indonesia mencatat sudah ada sekitar 140 startup yang bergerak khusus di fintech saja pada tahun 2016.(Suara.com, 18/03/2017) Pertumbuhan *entrepreneur* mampu mendorong tumbuh nya perekonomian Indonesia

## 2.2. *e-commerce*

*e-commerce*, merupakan singkatan dari *Electronic Commerce* (EC) yang artinya adalah suatu sistem pemasaran dengan menggunakan media elektronik. *e-commerce* meliputi penjualan, pembelian, dan pemasaran suatu produk yang dilakukan dalam sistem elektronik seperti internet atau bentuk jaringan komputer lainnya. (E Turban dkk , 2015). Pertumbuhan pasar *e-commerce* di Indonesia terus meningkat tiap tahun. *e-commerce* menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat Indonesia untuk menjual dan membeli produk.

Media Elektronik yang dibahas dalam penelitian ini untuk sementara hanya terfokus pada penggunaan media internet. Sebab, penggunaan internetlah yang saat ini paling banyak digunakan oleh banyak orang, selain itu hal-hal yang dapat dikategorikan sebagai hal yang “*booming*”. Sebagai contoh, kemajuan teknologi telah mengembangkan metode transaksi yang dikenal dengan *e-commerce* (perdagangan elektronik). *e-commerce* adalah transaksi jual beli produk, jasa dan informasi antara mitra bisnis melalui jaringan komputer yaitu internet.

*e-commerce* adalah suatu tata cara perdagangan atau mekanisme jual beli di internet dimana pembeli dan penjual bertemu di dunia maya. *e-commerce* juga dapat didefinisikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat sebuah website yang dapat memberikan layanan “*get and deliver*”. Menurut Laudon & Laudon (1998), mendefinisikan *e-commerce* sebagai proses jual beli produk

secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis.

Lebih lanjut dijelaskan bahwa *e-commerce* lebih dari sekedar jual beli *online*, tetapi juga mencakup proses pengembangan, pemasaran, pelayanan dan pembayaran produk atau jasa yang ditransaksikan di internet *worked global market places* dengan bantuan *word wide network*. Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah kegiatan pemasaran yang luas yang meliputi proses pembelian, penjualan, penyajian dan pengembangan lainnya dengan memanfaatkan media internet sebagai alat komunikasi yang efektif antara penjual dan pembeli sehingga dapat diharapkan akses dapat dilakukan dengan mudah dan *real time*.

Menurut E. Turban, dkk (2015), *e-commerce* dapat dilakukan oleh berbagai pihak, jenis umum dari transaksi *e-commerce* dijelaskan di bawah ini:

### **2.2.1 Jenis Transaksi Bisnis Online atau *e-commerce***

Menurut Fuady (2005) dan kholil (2008) *e-commerce* memiliki beberapa jenis transaksi dan memiliki karakteristik berbeda-beda, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Bisnis ke Bisnis(*Business-to-Business*, B2B)**

Dalam transaksi B2B, baik penjual maupun pembeli adalah organisasi bisnis *e-commerce* jenis inilah yang paling banyak. Dapat diartikan sebagai sistem komunikasi bisnis *online* antar pelaku bisnis. Bentuk dari B2B dapat berupa transaksi *inter-Organizational System (IOS)*, misalnya transaksi *extranet* dan *electronic funds tranfer*. *Business to Business Commerce* memiliki karakteristik :

- a. *Trading Partners*, semacam mitra dagang yang dikenal dan sering bertahan lama. Informasi ini hanya boleh dipertukarkan dengan partner saja. Karena Anda sudah mengetahui mitra komunikasi, jenis informasi yang dikirim dapat diatur sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan.
- b. Pertukaran data dilakukan secara berulang dan berkala, misalnya setiap hari, dalam format data yang disepakati bersama. Dengan kata lain, beberapa sudah menggunakan layanan. Ini memudahkan pertukaran data untuk dua entitas yang menggunakan standar yang sama.
- c. Salah satu peserta dapat aktif mengirim data tanpa harus menunggu partnernya.
- d. Model yang umum digunakan adalah *peer-to-peer*, di mana pemrosesan intelijen dapat didistribusikan antara dua perusahaan.

## 2. *Business to Consumer (B2C)*

Adalah transaksi retail dengan pembeli individu. Selain itu, B2C juga dapat diartikan pada mekanisme toko *online (electronic shopping mall)*, yaitu transaksi antara pedagang elektronik dan pelanggan elektronik. *Business consumer e-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Semacam terbuka untuk umum untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat.
- b. Layanan yang diberikan bersifat generik, dengan mekanisme yang tersedia untuk umum. Misalnya, layanan disediakan berdasarkan Web, karena sistem Web telah umum digunakan.

- c. Layanan berdasarkan permintaan (*ondemand*). Konsumen mengambil inisiatif dan produsen harus siap menanggapi permintaan.
- d. Pendekatan *client/server* biasanya digunakan pada situasi dimana diasumsikan *client* (konsumen) menggunakan sistem minimal (berbasis *web*) dan *processing* (proses bisnis) ditempatkan pada sisi server. *Business to consumer e-commerce* memiliki masalah yang berbeda. Mekanisme pendekatan konsumen saat ini menggunakan berbagai cara, seperti menggunakan “*electronic shopping mall*” atau menggunakan konsep “portal”. *E-mall* menggunakan situs *website* untuk menjual produk dan layanan. Penjual produk dan layanan membuat etalase yang menyediakan katalog produk dan layanan yang mereka tawarkan. Calon pembeli dapat menelusuri produk dan layanan yang tersedia. Sama seperti *window shopping* dalam kehidupan sehari-hari.

### 3. *Consumer-to-Consumer (C2C)*

Dalam C2C, seseorang menjual produk atau jasa kepada orang lain. Juga dikenal sebagai pelanggan ke pelanggan, yaitu orang yang menjual produk dan jasa satu sama lain, antara lain:

- a. Lelang C2C berlokasi di seluruh negara. Pembelian dan penjualan C2C di situs *web* lelang sangat banyak. Sebagian besar lelang dilakukan melalui perantara, seperti *eBay.com, auction anything.com*; pelanggan juga dapat menggunakan *buyit.com* atau *bid2bid.com*, dll. Situs web profesional Klien yang melakukan lelang mereka sendiri, seperti *greatshop.com*, menyediakan perangkat lunak untuk membuat komunitas lelang terbalik C2C online.

#### b. Iklan Kecil

Orang menjual kepada orang lain setiap hari melalui iklan kecil (*classified ad*) di surat kabar dan majalah. Iklan kecil berbasis internet memiliki satu keuntungan besar dibandingkan jenis iklan kecil yang lebih tradisional mereka melayani pembaca nasional juga bukan hanya pemirsa lokal. Iklan kecil dapat digunakan juga melalui layanan seperti AOL, MSN, dan lain-lain.

#### c. Layanan Personal

Banyak layanan pribadi (pengacara, tukang, pengembalian pajak, penasehat investasi, layanan kencan) tersedia di internet. Beberapa diantaranya ditawarkan dalam bentuk iklan kecil, Tetapi yang lain terdaftar di situs web dan direktori khusus. Ada yang gratis, ada yang berbayar.

#### 4. *Consumer to Business (C2B)*

Dalam C2B, konsumen mengomunikasikan kebutuhan akan produk atau layanan tertentu, dan agen bersaing untuk menyediakan produk atau layanan jasa tersebut kepada konsumen. Misalnya, di *priceline.com*, pelanggan menyebutkan produk dan harga yang mereka inginkan, dan *priceline* mencoba mencari pemasok yang memenuhi kebutuhan tersebut.

#### 5. *Non-Business Electroni Commerce*

Dalam hal ini, entitas (unit) pemerintah memberikan layanan kepada warganya melalui teknologi *e-commerce*. Unit pemerintah dapat melakukan bisnis dengan berbagai unit pemerintah lainnya serta berbagai perusahaan (G2B). E-government adalah penggunaan teknologi internet secara umum, dan *e-*

*commerce* pada khususnya, untuk menyediakan informasi dan layanan publik kepada warga negara, mitra bisnis dan pemasok entitas pemerintah, dan mereka yang bekerja di sektor publik. *E-government* menunjukkan sejumlah manfaat potensial: *e-government* meningkatkan efisiensi serta efektivitas fungsi pemerintah, termasuk hadiah layanan publik. *E-government* memungkinkan pemerintah menjadi lebih transparan kepada masyarakat dan perusahaan dengan menyampaikan lebih banyak akses informasi pemerintah. *E-government* juga memberikan peluang bagi masyarakat untuk menyampaikan umpan balik ke berbagai lembaga pemerintah dan berpartisipasi pada berbagai forum serta proses demokrasi. *E-government* dapat dibagi sebagai 3 kategori, yaitu sebagai berikut:

a. Pemerintah ke Warga (*Government to Citizen*)

Lembaga pemerintah makin banyak yang menggunakan internet untuk menyediakan layanan pada warga.

b. Pemerintah ke Perusahaan (*Government to Business*)

Pemerintah menggunakan internet untuk menjual dan membeli yang berasal dari perusahaan.

c. pemerintah ke Pemerintah (*Government to Government*)

Meliputi *e-commerce* antar pemerintah (transaksi antar pemerintah yang berbeda) serta berbagai layanan antar forum pemerintah yang berbeda.

6. *Intrabusiness (Organizational Electronic Commerce)*

Pada situasi ini perusahaan menggunakan *e-commerce* secara internal untuk memperbaiki operasinya. Kondisi khusus pada hal ini dianggap menjadi *e-*

*commerce* B2E ( *Business to Employees*) yang digambarkan pada studi kasus terbuka.

### **2.2.2 Keunggulan Bisnis Online atau *e-commerce***

Internet memberikan sejuta harapan dibidang ekonomi, hampir seluruh aktivitas perdagangan (jual beli) dengan simpel dilakukan oleh sebagian orang yang terhubung menggunakan jaringan *World Wide Web*. Berikut beberapa keunggulan internet pada penggunaan usaha *online*:

#### a. Potensi Ceruk Pasar Yang Luas

Perdagangan *online* mampu menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan perdagangan *offline*. Melalui jaringan internet, bisa membantu pemasaran dan penetrasi secara *online*, yang dijalankan hingga mencakup semua daerah bahkan hingga kelintas negara.

#### b. Biaya Operasional Dapat Dihemat

Biaya operasional yang cenderung lebih murah dibandingkan perdagangan berbasis *offline*. Perdagangan *online* bisa dikerjakan dari rumah serta dari mana saja, tidak terlalu membutuhkan biaya operasional yang relatif tinggi layaknya perdagangan *offline*.

#### c. Mampu Operasional 24 Jam

Jam kerja perdagangan *online* tidak terbatas, bahkan tanpa henti 24 jam. Karena dalam menjalankan perdagangan *online* yang bekerja ialah sistem, sebagai akibatnya tugas pemilik atau pelaku usaha hanya menyampaikan *follow up* atas permintaan yang telah diterima oleh sistem.

#### d. Kemudahan Pelayanan Pada Konsumen

Mudahnya pelayanan yang diberikan kepada para konsumen, menggunakan fasilitas *online* yang mendukung. Contohnya untuk pembayaran dapat dilakukan dengan mencantumkan nomor rekening usaha anda, sehingga yang akan terjadi omset penjualan dapat langsung diterima.

#### e. Modal relatif kecil

pada usaha *online*, modal atau kapital bukanlah hal yang utama bagi para pelaku dan pemilik. Sebab banyak peluang yang dapat dijalankan menggunakan modal yang relatif kecil bahkan tanpa modal sama sekali, modal utama yang seharusnya dimiliki ialah fasilitas komputer serta adanya jaringan internet.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Suhartini (2011)	Bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor pendapatan, perasaan senang, lingkungan keluarga terhadap minat mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta dalam berwirausaha	Model data Least Significant Different dari hasil pengolahan SPSS dengan melihat unsur mean.	Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara faktor pendapatan, modal, lingkungan keluarga dan minat terhadap mahasiswa berwirausaha dengan faktor dominan memperoleh pendapatan.
Muhammad Pandu Winoroman (2016)	Untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa berwirausaha menggunakan e-commerce	Menggunakan metode SEM (Structural Equation Modelling) dengan alat penelitian berupa PLS (Partial Least Square)	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semua variabel yang bersangkutan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan e-commerce.

Lanjutan Tabel 2.1

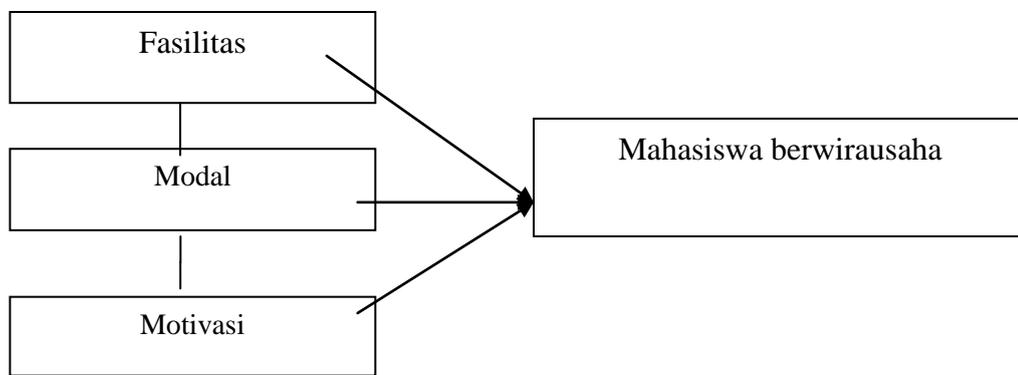
Penulis	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Bastaman (2015)	Melihat Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan bagi wanita untuk berwirausaha	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan bersifat eksploratif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan untuk menjadi wirausaha wanitandidorong oleh beberapa faktor internal (individual).
Bambang Tiyono (2019)	Bertujuan untuk menumbuhkan keterampilan kewirausahaan pada subject	Metode kuantitatif dengan analisis menggunakan metode deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabelnkuualitas sistem berpengaruh terhadap penggunaan teknologi pembelajaran.
Seprinda dan Iin (2016)	Untuk melihat Pengaruh Efektivitas Pengguna Ecommerce Pada Peningkatan MotivasiBerwirausaha Pada Siswa SMK Bina Jaya Palembang	Metode kuantitatif dengan analisis menggunakan metoderegresi sederhana	Hasil menunjukkan taraf signifikan 0.05 diperoleh pertama terdapatnbeda antara motivasi siswa yang menggunakan e-commerce dalam berwirausaha antar kelompok responden yang sudah memiliki akun e-commerce dengan yangbelum berpengalaman di e-commerce
Damor Nikson (2016)	Bertujuan untuk menganalisis persepsi pengguna jasa atas kualitas layanan jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia Padang Jati Kota Bengkulu	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan analisis kualitatif	Penelitian menunjukkan persepsi pengguna jasa terhadap kualitas pelayanan pada jasa pengiriman paket di PT Pos Indonesia Padang Jati Bengkulu dengan nilai rata-rata interval penilaian indek kepuasan adalah 87.78(80-89,9) yang membentuk persepsi puas atas pelayanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia Padang Jati Kota Bengkulu.

Lanjutan Tabel 2.1

Penulis	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Ade Lisya Pohan (2018)	Untuk menganalisis Minat Pengguguran Terhadap Bisnis Online Atau E- commerce di Kota Medan	Metode penelitian ini menggunakan deskriptif dan menggunakan alat analisis regresi linier berganda	hasil penelitian terdapat minat pengangguran terhadap bisnis online atau E- commerce (Y) di Kota Medan. Hal ini dapat diketahui melalui hasil kuesioner dimana responden memilih bidang usaha yang diminati adalah online shop yaitu sebesar 55,0%. diperoleh hasil Adjusted R Square sebesar 0,851, berarti Lingkungan Sekitar (X1), Sarana dan Prasarana (X2), Fasilitas (X3), Motivasi (X4), dan Kemauan (X5) dapat menimbulkan minat pengangguran terhadap Bisnis Online atau E- Commerce (Y) di Kota Medan sebesar 85,1% dan sisanya 14,9% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 2.4 Kerangka Analisis

Kerangka kerja analisis adalah deskripsi variabel atau indikator-indikator yang akan digunakan untuk melakukan analisis data guna menarik kesimpulan. Semua variabel dalam penelitian ini diukur melalui persepsi mahasiswa terhadap variabel perilaku mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce*. Adapun skema analisis dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1 Rerangka Analisis

Sumber: Pohan, Ade Lisyia (2018)

Berdasarkan uraian di atas, dapat dijelaskan bahwa mahasiswa Universitas Bengkulu dengan fasilitas, modal dan motivasi berwirausaha dapat menimbulkan minat mahasiswa berwirausaha. Model pembelajaran kewirausahaan diharapkan dapat menambah motivasi untuk mahasiswa berwirausaha. Mahasiswa yang telah mendapatkan model pembelajaran kewirausahaan akan mampu menciptakan lapangan kerja baru serta terjadinya pendapatan sehingga menurunkan angka pengangguran.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah bersifat deskriptif, yaitu bertujuan untuk menggambarkan atau menguraikan tentang sifat-sifat dari suatu keadaan dengan cara mengumpulkan data, menyusun data, menjelaskan data, dan menganalisis data tersebut dengan analisis kualitatif.

Penelitian yang digunakan yaitu bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dimana penelitian ini difokuskan pada fenomena yang dipilih dan ingin dipahami secara mendalam yaitu dengan menganalisis data dari hasil kuisioner. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono,2010).

### **3.2. Definisi Operasional**

Semua variabel dalam penelitian ini diukur melalui persepsi responden terhadap variabel fasilitas, modal, dan motivasi. Pada penelitian ini terdapat variabel yang diteliti maka diperlukan definisi operasional dari masing-masing variabel tersebut, sebagai berikut:

1. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar mahasiswa untuk berwirausaha dilihat dari fitur yang ada di aplikasi yang digunakan.

2. Modal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi tentang perlunya peranan modal yang digunakan sebagai operasional dalam melakukan kegiatan usaha yang dijalankan.
3. Motivasi merupakan sesuatu alasan yang mendorong seseorang untuk melakukan, menyelesaikan, dan menghentikan suatu aktivitas untuk mencapai tujuan tertentu yang diinginkan dari motivasi tersebut.
4. Persepsi mahasiswa yang dimaksud adalah tanggapan atau penilaian mahasiswa terhadap berwirausaha menggunakan *e-commerce*.

### **3.3. Skala Pengukuran Variabel**

Adapun skala pengukuran dari tiap-tiap variabel yang digunakan adalah skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap. Pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012). Pada penelitian ini responden memilih salah satu dari jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu.

Total skor inilah yang akan diambil sebagai posisi responden dalam skala *Likert*. Kriteria pengukuran untuk variabel adalah sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) : diberi skor 4
2. Setuju (S) : diberi skor 3
3. Tidak Setuju (KS) : diberi skor 2
4. Sangat Tidak Setuju (TS) : diberi skor 1

Tabel 3.1 Rentang Penilaian

Rentang Penilaian Skor	Skala
1 - 1,75	STS
1,76 – 2,5	TS
2,6 – 3,25	S
3,26 – 4	SS

Sumber : Purnomo (2012)

Selanjutnya, dihitung juga skala interval jawaban responden, yang bertujuan untuk memudahkan interpretasi hasil, dengan rumus:

$$\text{Skalaninterval} = \frac{U-L}{K}$$

K

Dimana:

U = Skor Jawaban Tertinggi

L = Skor Jawaban Terendah

K = Jumlah Kelas Interval

Dari rumus diatas, maka skala interval yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Dik: Skor jawaban tertinggi (U) = 4

Skor jawaban terendah (L) = 1

Jumlah kelas interval (k) = 4

$$\text{Skalaninterval} = \frac{4-1}{4} = \frac{3}{4} = 0,75$$

Skala Likert dengan empat skala banyak juga digunakan dalam penelitian. Penggunaan instrumen kuesioner yang menggunakan skala Likert dengan empat skala memiliki kelebihan dapat menjangkau data penelitian lebih akurat dikarenakan kategori jawaban *Undeciden*(bimbang) yang mempunyai arti ganda, atau bisa

diartikan responden belum dapat memutuskan atau memberi jawaban, tidak digunakan di dalam kuesioner dikarenakan dapat menimbulkan (*central tendency effect*) yang dapat menghilangkan banyak data penelitian sehingga mengurangi banyaknya informasi yang dapat dijangkau dari para responden (Eko Hertanto, 2017).

### **3.4. Sumber Data**

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber langsung dari mahasiswa Universitas Bengkulu yang telah menggunakan *e-commerce* untuk berwirausaha. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari survei kelapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data. Dengan kata lain, data primer ini diperoleh secara langsung dari narasumbernya, diamati yang kemudian akan dicatat apa saja yang menjadi jawaban dari responden (narasumber). Data primer ini didapat berdasarkan wawancara dan pengisian kuesioner yang dilakukan para responden.

Kuesioner yang akan diberikan kepada para responden nantinya mengenai persepsi mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce*. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* di desain untuk menentukan seberapa kuat suatu subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima poin. Setiap responden disajikan jawaban dari item-item yang berkaitan dengan konsep atau variabel tertentu. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala *likert* 1 sampai 4 poin yang terdiri dari pernyataan sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), dan sangat setuju (SS) dengan rentang penelitian yang digunakan sudah dijelaskan di atas.

### **3.5. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Kuesionern**

Metode ini bertujuan untuk memperoleh keterangan tentang data diri responden melalui sejumlah pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Data yang diperoleh akan diperiksa kembali kemudian disusun dalam bentuk tabulasi.

Dalam penelitian ini kuesioner yang dibagikan secara *online* menggunakan *google form* dan juga diberikan secara langsung kepada mahasiswa S1 Universitas Bengkulu.

### **3.6. Metode Pengambilan Sampel**

Populasi adalah suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Untuk penarikan sampel ini digunakan teknik *snowball random sampling*. Teknik *snowball random sampling* ini dilakukan dengan cara menyebarkan questioner sebanyak mungkin atau dengan cara memilih satu orang sampel dari anggota populasi yang kemudian dari satu sampel itu tadi akan diminta untuk memberikan kuesioner ini ke orang yang mereka ketahui (mahasiswa yang berwirausaha yang menggunakan *e-commerce*) yang mengetahui karakteristik yang diminta dalam penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Universitas Bengkulu yang sudah berwirausaha menggunakan *e-commerce*, untuk jumlah sampel dalam penelitian ini belum diketahui dengan pasti berapa jumlahnya karena belum ada data laporan ataupun penelitian sejenis mengenai jumlah mahasiswa yang sudah berwirausaha. Sampel akan diambil seberapa banyak yang diperoleh dalam kurun waktu 2minggu, jika belum mencapai target yang minimal 100 responden maka penyebaran kuesioner akan diperpanjang selama 2 hari.

### **3.7. Metode Analisis Data**

Pada umumnya penelitian deskriptif digunakan untuk mengumpulkan data dan menguraikannya secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan persoalan yang akan dipecahkan berdasarkan perumusan masalah.

Menurut Kuncoro (2002), penelitian deskriptif pada umumnya dikumpulkan melalui daftar pertanyaan dalam survei, wawancara ataupun observasi.

#### **3.7.1. Analisis Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2004) analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Untuk mengetahui persepsi mahasiswa yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, selanjutnya dilakukan pengolahan dengan statistik deskriptif dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi dan menghitung nilai rata-rata (*mean*). Untuk menghitung nilai rata-rata (*mean*) digunakan rumus:

$$\text{Mean} = X = \frac{\sum X}{N}$$

(Cooper dan Emory, 2006)

Dimana:

Xn = AngkaRata-Rata

$\sum Xn$  =Total skor jawabannresponden

Nn =JumlahnResponden

### **3.7.2. Uji Kualitas Data**

Adapun ujikualitas data yang dimaksud adalah menguji uji validitas dan realibilitas yang dilakukan pada sampel khusus sejumlah 100 orang responden. Pengujian instrumen ini dimaksud dengan mendapatkan angket yang valid dan reliabel agar hasil yang diperoleh dalam penelitian ini mendekati kebenaran. Hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto (2010), yakni instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Adapun hasil uji validitas dan realibilitas untuk instrumen penelitian dapat dilihat sebagai berikut

#### **3.7.2.1. Uji Validitas**

Suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Zulganef, 2010). Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk menguji sah atau validnya suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap item-item kuesioner. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Untuk menafsirkan hasil uji validitas, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai sig < 0,05, maka butir instrumen dinyatakan valid
2. Jika nilai sig > 0,05, maka butir instrumen dinyatakan tidak valid

### **3.7.2.2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian berperilaku mempunyai keandalan sebagai alat ukur, diantaranya diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah (Zulganef, 2011). Jadi uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya.

Dasar pengambilan keputusan Sugiyono (2010) :

1. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ )  $\geq$  50% atau kurang dari 0,5 maka variabel tersebut dikatakan reliabel.
2. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *Cronboach's Alpha* ( $\alpha$ )  $\leq$  50% atau kurang dari 0,5 maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **4.1. Hasil Penelitiann**

Sejalan dengan tujuan penelitian untuk melihat persepsi mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce* dengan variabel fasilitas, modal, dan motivasi.

### **4.2. Deskripsi Data Penelitian**

Dalam nagian 4.2. ini akan menjelaskan hasil dari perhitungan data yang digunakan dalam penelitian ini:

#### **4.2.1. Gambaran Umum Universitas Bengkulu**

Universitas Bengkulu ini adalah perguruan tinggi negeri yang berasal dari Provinsi Bengkulu yang berdiri pada tanggal 24 April 1982 yang berdasarkan keputusan Presiden RI Nomor 17 tahun 1982 dan diresmikan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Prof. Dr. Daud Yusuf. Kampus UNIB ini terletak di 3 lokasi yang berbeda yaitu Rawa Makmur (Kompleks Kampus utama), Cimanuk, dan air seabukul. Dengan mahasiswa nya yang berjumlah 19.923 pada tahun 2021 yang terbesar dalam 82 program studi pada 8 fakultas yang ada di Universitas Bengkulu. Yang terdiri dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Pertanian, Fakultas Tehnik, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, dan Fakultas Kedokteran.

Untuk menumbuhkan dan mengembangkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan aktivitas kewirausahaan, Universitas Bengkulu ini telah melaksanakan program delegasi dari Direktorat Pendidikan Tinggi (Dikti) untuk

mendukung terciptanya lulusan perguruan tinggi yang siap bekerja dan menciptakan lapangan kerja.

Salah satunya mata kuliah kewirausahaan yang menjadi mata kuliah wajib setiap fakultas yang ada di Universitas Bengkulu. Namun, selain itu juga terdapat pelatihan-pelatihan kewirausahaan yang diadakan satu sampai dua kali dalam setahun, menurut laporan yang ada untuk tahun 2020 dari rektorat peserta yang mengikuti pelatihan pertama sejumlah 184 peserta dan pelatihan kedua 84 orang. Hal ini dilakukan untuk menambah kemampuan serta motivasi mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha selain materi yang didapatkan dari mata kuliah kewirausahaan.

Selain itu untuk menciptakan mahasiswa berwirausaha yang mandiri, Universitas Bengkulu melaksanakan program prioritas dari Direktorat Pendidikan Tinggi (Dikti) yaitu Program Mahasiswa Wirausaha (PMW). Program tersebut sudah dilaksanakan Universitas Bengkulu sejak tahun 2011 lalu, tujuannya dari program tersebut dimaksudkan juga sebagai perantara yang menghantarkan para mahasiswa calon lulusan agar bisa segera mengenal (*getting-in*) dan memasuki (*getting-along*) dunia bisnis *rill* melalui kegiatan fasilitas *business start-up*.

PMW sebagai bagian dari strategi pendidikan di Perguruan Tinggi, dimaksudkan untuk memfasilitasi para mahasiswa yang mempunyai minat dan bakat kewirausahaan untuk memulai berwirausaha dengan bisnis ilmu pengetahuan, teknologi dan seni yang sedang dipelajarinya. Kegiatan fasilitas yang diberikan meliputi pendidikan dan pelatihan kewirausahaan magang, penyusunan rencana bisnis, dukungan permodalan dan pendampingan usaha.

## 4.2.2. Karakteristik Responden

### A. Fakultas

Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Jumlah
1	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	20
2	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	10
3	Fakultas Teknik	10
4	Fakultas Pertanian	15
5	Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	10
6	Fakultas Hukum	10
7	Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	10
8	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	15
Jumlah		100

*Sumber : Hasil Penelitian, 2022*

### B. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden yang terdiri dari mahasiswa berwirausaha yang terdaftar aktif di Universitas Bengkulu, diperoleh data mengenai jenis kelamin masing-masing responden lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Laki-Laki	42	42
Perempuan	58	58
Jumlah Total	100	100

*Sumber : Hasil Penelitian 2022*

Dari tabel 4.2 terlihat bahwa jumlah responden yang diteliti mayoritas adalah perempuan sebanyak 58 orang. Sedangkan laki-laki sebanyak 42 orang.

### C. Usia

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase %
19-21	24	24
22-24	76	76
Jumlah Total	100	100

*Sumber : Hasil Penelitian 2022*

Dari tabel 4.3 terlihat bahwa jumlah responden yang diteliti mayoritas ber usia 22-24 tahun sebesar 76% dan yang berusia 19-21 tahun sebesar 24%.

#### 4.2.3.Deskripsi Usaha Mahasiswa Menggunakan *e-commerce*

Dari data yang diperoleh, terdapat beberapa jenis usaha yang dilakukan oleh mahasiswa berwirausaha yang dikelompokkan dalam berbagai usaha yaitu, yang terdiri dari pakaian, tas, sepatu, jilbab, baju thrift, make up, parfume dan semua yang berhubungan dengan gaya hidup (*fashion*). Kemudian usaha kuliner yang terdiri dari makanan ringan seperti keripik, bakso aci, martabak, seblak instan, keripik natur, keripik tempe, aneka kue, kopi bubuk. Kemudian ada juga yang menjual jasa nya yaitu audio virtual yang menyewakan barang dan jasa seperti sound sistem, audio vitual, design logo dan filter. Kemudian ada juga yang menjual hasil kerajinan tangannya seperti membuat tas, strap masker, pita dan berbagai aksesoris, ada juga yang menjual pupuk tanaman, dan ada juga yang menjual kosmetik seperti skincare dan masker wajah dll, Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini.

##### A. Bidang Usaha

Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Bidang Usaha

Jenis Usaha	Jumlah	Persentase %
Kuliner	33	33
Kerajinan Tangan	27	20
Jasa	7	7
Fashion	23	23
Pupuk Tanaman	5	5
Kosmetik	5	5
Jumlah Total	100	100

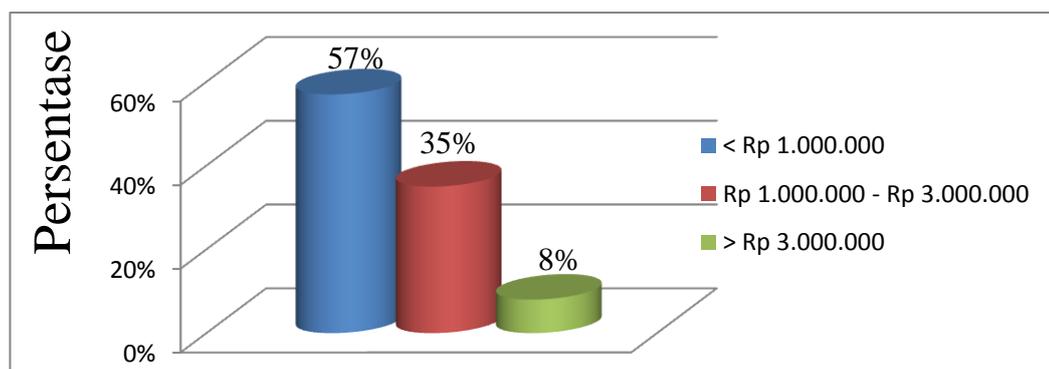
*Sumber : Hasil Penelitian 2022*

Dari tabel tersebut ditemukan hasil mahasiswa dalam memilih bidang usaha nya yaitu dengan usaha yang paling banyak dipilih yaitu kuliner 33%, dan

yang paling sedikit adalah usaha kosmetik yang hanya sebesar 5%. Data ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Bengkulu mayoritas berwirausaha lebih banyak dibidang kuliner.

#### B. Rata-Rata Modal Untuk Memulai Usaha

Dalam memulai berwirausaha, mahasiswa membutuhkan modal yang digunakan untuk memulai usahanya, dan didapatlah data rata-rata modal awal yang dikeluarkan mahasiswa untuk memulai usahanya. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini.

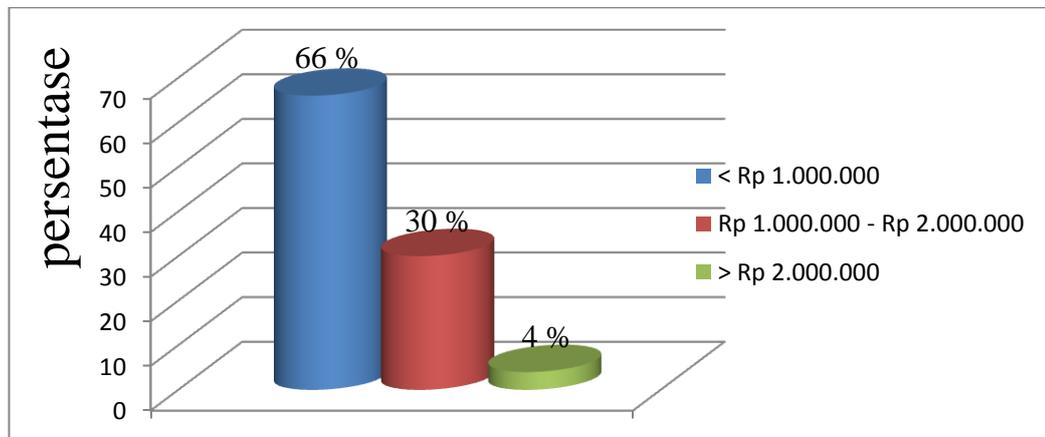


Gambar 4.1. Rata-Rata Modal

*Sumber : Hasil Penelitian 2022*

Pada Gambar 4.1 menjelaskan bahwa dari ke-100 responden tersebut, didapatlah data mengenai rata-rata mahasiswa mengeluarkan modal untuk melakukan usaha yaitu 57% modal paling banyak dikeluarkan adalah lebih kecil dari Rp1.000.000, kemudian modal yang paling tinggi dikeluarkan mahasiswa yaitu 2% lebih besar dari Rp.3.000.000. hal ini menunjukkan mahasiswa masih belum berani mengeluarkan modal yang besar dalam melakukan usaha mereka dikarenakan status mereka yang masih menjadi mahasiswa.

### C. Rata-Rata Keuntungan



Gambar 4.2. Rata-Rata Keuntungan

Sumber : Hasil Penelitian 2022

Dari data tersebut ditemukan rata-rata pendapatan yang didapat mahasiswa selama melakukan usaha, yaitu 66% mahasiswa paling banyak memperoleh pendapatan dibawah Rp1.000.000, dan rata-rata pendapatan terkecil masing-masing adalah 4% yaitu diatas Rp2.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan atau pendapatan yangndidapat mahasiswa masih terbilang cukup dalam melakukan usahanya ini dikarenakan modal yang dikeluarkan juga tidak terlalu besar untuk melakukan modal awal usahanya.

### D. Jenis *e-commerce* Yang Digunakan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data mengenai jenis *e-commerce* yang digunakan oleh mahasiswa berwirausaha maka didapat lah jenis *e-commerce* yang digunakan mahasiswa melalui media sosial yang terdiri dari menggunakan whatsapp, instagram, facebook, dan juga menggunakan jenis *e-commerce* berupa platform atau aplikasi seperti shopee, tokopedia, lazada dan tiktok shop.

dari data tersebut ditemukan bahwa 45 persen responden mahasiswa dalam memasarkan usahanya menggunakan jenis *e-commerce* media sosial instagram dan 65 persen menggunakan platform atau aplikasi marketplace. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah memanfaatkan dengan baik media sosial yang ada seperti instagram, whatsapp, facebook dan platform aplikasi marketplace lainnya yang bisa digunakan untuk memasarkan usaha yang mereka miliki.

#### E. Hambatan Menjalankan Usaha

Dengan perkembangan teknologi pada saat ini, *berwirausaha menggunakan e-commerce* memberikan banyak manfaat, namun dalam dalam berwirausaha tersebut pasti ada hambatan atau kendala. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden yang terdiri dari mahasiswa yang berwirausaha didapatkan hasil dari hambatan apa saja yang mereka alami saat menjalankan usaha ini yaitu, Banyaknya pesaing dengan bidang dan jenis usaha yang sama sebanyak 44 persen, selain itu hambatan yang dihadapi lainnya yaitu susah membagi waktu sebanyak 46 persen dan sisanya hambatan pada kurangnya permodalan sebanyak 10 persen.

Berdasarkan hasil dari penelitian hambatan menjalankan usaha ini paling banyak pada susahnya membagi waktu, dikarenakan disini mahasiswa berwirausaha sambil menempuh pendidikan yang waktunya juga harus terbagi sambil berwirausaha.

### 4.3. Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam bagian 4.3. ini akan menjelaskan dari hasil yang di dapat dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

#### 4.3.1. Fasilitas

Tabel 4.5 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Fasilitas

No	Indikator	STS		TS		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Fasilitas yang digunakan dalam bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> adalah aplikasi <i>e-commerce</i> dan sosial media.	0	0	0	0	7	7,0	93	93,0
2	Fasilitas yang digunakan dalam bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> sangat memudahkan saya untuk berwirausaha	0	0	0	0	12	12,0	82	82,0
3	Fasilitas yang digunakan dalam bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> bisa mencakup dan menyebar ke pasar luas	0	0	0	0	16	16,0	84	84,0
4	Dengan menggunakan fasilitas yang ada di aplikasi <i>e-commerce</i> membuat saya lebih efisien dan memperlancar untuk berjualan <i>online</i>	0	0	0	0	11	11,0	89	89,0

Berdasarkan tabel 4.5 untuk jawaban responden tentang indikator variabel fasilitas, jawaban responden terhadap masing-masing indikator yang paling banyak dipilih ialah pada kategori sangat setuju yang artinya persepsi mahasiswa terhadap keempat indikator tersebut yang menjadi alasan untuk mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce*. Responden memilih setuju dan sangat setuju bahwa fasilitas yang mereka gunakan untuk memulai berwirausaha menggunakan *e-commerce* sangat memudahkan mereka dan bisa membantu mereka untuk lebih luas dalam memasarkan produknya hingga ke berbagai daerah dan negara.

### 4.3.2. Modal

Tabel 4.6 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Modal

No	Indikator	STS		TS		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Setujukah anda dibutuhkan modal uang dalam membentuk suatu usaha	1	1,0	5	5,0	15	15,0	79	79,0
2	Setujukah anda dibutuhkan dana tambahan untuk operasional dana yang dijalankan	0	0	2	2,0	11	11,0	87	87,0
3	Setujukah anda lebih baik mengelola usaha dengan modal sendiri	0	0	2	2,0	15	15,0	83	83,0
4	Setujukah anda diperlukan modal tambahan untuk mengembangkan usaha yang sudah anda miliki	0	0	0	1,0	12	12,0	87	87,0
5	Setujukah anda meningkatkan/mengembangkan usaha bila mendapat bantuan program dari kampus atau lainnya	0	0	0	0	14	14,0	86	86,0

Dari tabel 4.6 tentang jawaban responden indikator variabel modal untuk indikator pertama “setujukah anda dibutuhkan modal uang untuk investasi awal dalam membentuk suatu usaha” jawaban responden paling banyak pada kategori sangat setuju dengan 79,0% yang artinya bahwasannya responden tidak memiliki pendapat tentang indikator pertama, sedangkan jawaban paling sedikit pada kategori sangat tidak setuju dengan 1,0% yang mana alasan dari salah satu responden yang saya wawancarai bahwa memang ada usaha yang tidak menggunakan modal jika dia hanya seorang dropship yang mana dia hanya membutuhkan handphone dan wifi (beberapa kos-kosan yang menyediakan wifi gratis) saja untuk memasarkan produknya. Pada indikator “setujukah anda lebih baik mengelola usaha dengan modal sendiri” dengan skala tidak setuju 2,0% alasan responden bahwa memulai usaha lebih baik menggunakan modal sendiri

tetapi jika tidak memungkinkan juga tidak ada salahnya kita memulai usaha dengan meminjam dana dari orang lain.

### 4.3.3. Motivasi

Tabel 4.7 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Motivasi

No	Indikator	STS		TS		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya memilih bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> karena saya pernah melakukan praktek berwirausaha.	1	1,0	2	2,0	14	14,0	83	83,0
2	Saya menyadari dengan melakukan bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> dapat menghasilkan keuntungan yang besar.	0	0	1	1,0	17	17,2	82	82,0
3	Saya mampu menjalankan bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> dengan keterampilan yang saya miliki.	0	0	1	1,0	15	15,0	84	84,0
4	Saya sangat berminat menjalankan bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> inovatif melalui gagasan-gagasan baru yang dapat meningkatkan kinerja.	0	0	1	1,0	16	16,0	82	82,0
5	Dengan menjalani bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> dapat mengurangi pengangguran.	0	0	0	0	14	14,0	86	86,0

Dari tabel 4.7 tentang jawaban responden indikator variabel motivasi untuk indikator pertama “saya memilih bisnis online atau *e-commerce* karena saya pernah melakukan praktek berwirausaha” jawaban responden yang paling banyak pada kategori sangat setuju dengan 83,0% yang artinya responden yang sudah memulai berwirausaha ini mereka sudah pernah melakukan praktek wirausaha, sedangkan jawaban paling sedikit pada kategori sangat tidak setuju dengan 1,0% yang mana alasannya bahwa untuk memulai berwirausaha secara online itu tidak perlu melakukannya dengan praktek terlebih dahulu.

#### 4.4. Analisis Data Penelitian

Dalam bagian 4.4. ini akan menjelaskan data penelitian yang digunakan untuk penelitian ini:

##### 4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui apakah indikator dari masing-masing variabel dapat dipergunakan untuk mengukur variabel penelitian. Pada jumlah sampel sebanyak 100 orang, dari tabel r akan diperoleh besarnya koefisien korelasi tabel sebesar  $r_{tabel} = 0,163$ . Dengan demikian jika suatu sistem item pernyataan kuesioner harus mempunyai item – total *correlation* atau koefisien validitas  $> r_{tabel.a}$

Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Fasilitas

Pernyataann	<i>Corrected item – total correlation</i>	R tabel	Keterangann
1	1	0,195	Valid
2	0,595	0,195	Valid
3	0,242	0,195	Valid
4	0,264	0,195	Valid

Sumber : SPSS, hasil penelitian 2022 (diolah)

Setelah dilakukan pengujian untuk uji validitas pada variabel Fasilitas item pertanyaan sebanyak 4 dan pernyataan semua dinyatakan valid karena memiliki nilai item – total  $> r_{tabel}$  (0,195).

Tabel 4.9. Uji Validitas Variabel Modal

Pernyataan	<i>Corrected item – total correlation</i>	R tabel	Keterangann
1	1	0,195	Valid
2	0,318	0,195	Valid
3	0,219	0,195	Valid
4	0,332	0,195	Valid
5	0,289	0,195	Valid

Sumber : SPSS, hasil Penelitian 2022 (diolah)

Setelah dilakukan uji validitas pada variabel Modal item pertanyaan sebanyak 5 dan pernyataan semuandinyatakan valid karena memiliki nilai item – total >  $r_{tabel}$  (0,195).

Tabel 4.10. Uji Validitas Variabel Motivasi

<b>Pernyataan</b>	<b><i>Corrected item – total correlation</i></b>	<b>R tabel</b>	<b>Keterangann</b>
1	1	0,195	Valid
2	0,204	0,195	Valid
3	0,278	0,195	Valid
4	0,307	0,195	Valid
5	0,294	0,195	Valid

Sumber : SPSS, hasil penelitian 2022 (diolah)

Setelah dilakukan uji validitas pada variabel Moivasi item pertanyaan sebanyak 5 dan pernyataan semua dinyatakan valid karena memiliki nilai item – total >  $r_{tabel}$  (0,195).

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronboach*. Apabila nilai *Alpha Cronboach* lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan reliabel atau dapat dianalisis lebih lanjut. Dalam penelitian ini, pengolahan data untuk reliabilitas dilakukan dalam bentuk kuisisioner yang terdiri dari 14 item pertanyaan untuk variabel penelitian. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini terlebih dahulu di uji validitas dan reliabilitas sebelum digunakan sebagai alat pengumpulan data. Hal ini dilakukan agar kuisisioner yang digunakan terbukti dan berkualitas.

Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Pengujian	Keterangan
1	Fasilitas	0,682	0,50	Reliabel
2	Modal	0,553	0,50	Reliabel
3	Motivasi	0,626	0,50	Reliabel

*Sumber : SPSS, hasil penelitian 2022 (diolah)*

Dari hasil pengujian tabel 4.9 diketahui bahwa nilai koefisien *cronbach alpha* variabel fasilitas sebesar 0,682, modal sebesar 0,553 dan motivasi sebesar 0,625. Dari ketiga variabel tersebut, masing-masing nilainya lebih besar dari pada 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut bersifat reliabel.

#### 4.5. Pembahasan

Dalam penelitian ini dilakukan analisis terhadap 100 responden mahasiswa yang berwirausaha menggunakan *e-commerce*, dalam penelitian ini ditemukan persepsi mahasiswa terhadap variabel dalam penelitian ini yaitu fasilitas, modal dan motivasi. Untuk mengetahui lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.10. dibawah ini.

Tabel 4.12. Nilai Rata-Rata Variabel Persepsi Mahasiswa Berwirausaha

Variabel	Nilai rata-rata
Fasilitas	3,81
Modal	3,87
Motivasi	3,66
rata-rata	3,78

*Sumber : Hasil Penelitian 2022*

Dari nilai rata-rata diatas bahwa persepsi mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce* adalah mahasiswa sangat setuju bahwasannya jika berwirausaha menggunakan *e-commerce* ini sangat memudahkan mereka dalam segala aspek terutama dalam hal fasilitas yang memudahkan mereka untuk berwirausaha, modal yang sangat dibutuhkan dan dengan modal yang tidak terlalu

besar juga sudah bisa untuk mereka memulai berwirausaha menggunakan *e-commerce*, tetapi motivasi yang masih sangat kurang untuk mereka memulai berwirausaha dikarenakan masih ada dari mereka yang berpikiran bahwa berwirausaha menggunakan *e-commerce* sulit dan kurang bisa untuk dipahami dalam penggunaan aplikasi dan juga sulit untuk mereka memulai berwirausaha menggunakan *e-commerce* ini dikarenakan sudah terlalu terbiasa untuk berwirausaha seperti yang mereka jalani. Motivasi ini juga sangat dibutuhkan untuk kita bisa memulai berwirausaha ini.

Didalam penelitian ini diperoleh nilai rata-rata yaitu 3,81 pada variabel fasilitas, mahasiswa sangat setuju bahwa fasilitas di *e-commerce* sangat memberikan kemudahan untuk mereka berwirausaha. Menurut Tjiptono (2006) dengan fasilitas yang baik maka dapat membentuk persepsi di mata pelanggan. Di sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa di mata pelanggan. Selain itu perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce*. Fasilitas adalah segala sesuatu baik berupa benda bergerak atau tidak bergerak serta uang (pembiayaan) yang dapat mempermudah, memperlancar, mengefektifkan serta mengefisienkan penyelenggaraan kegiatan usaha guna mencapai tujuan.

Kemudian pada variabel modal diperoleh nilai rata-rata terbesar yaitu 3,87 mahasiswa sangat setuju bahwa dibutuhkan modal dana tambahan untuk operasional kegiatan usaha yang dijalankan bila mendapat bantuan program dari

kampus atau lainnya. Karena dalam memulai sebuah wirausaha membutuhkan tambahan dana untuk memperbesar usahanya, yaitu dengan menambah dana untuk kegiatan operasional usaha seperti peralatan-peralatan dan apapun yang menunjang keperluan wirausaha yang dimiliki. Penambahan dana tambahan untuk operasional sangat dibutuhkan untuk mengolah bahan baku menjadi bahan siap jual. Beberapa diantaranya adalah termasuk biaya depresiasi mesin, biaya pembelian bahan baku, dan gaji karyawan. Maka dari itu dibutuhkan bantuan dari Universitas dengan memberikan bantuan program berupa bantuan dana dan pelatihan agar mahasiswa lebih terpacu lagi untuk melakukan kegiatan berwirausaha.

Kemudian pada variabel motivasi diperoleh nilai terkecil untuk rata-rata yaitu 3,66 mahasiswa sangat setuju bahwa dengan motivasi ini merupakan salah satu pendorong mereka untuk melakukan wirausaha agar bisa memenuhi kebutuhan hidupnya dan untuk mendapatkan tambahan pendapatan mereka. Motivasi termasuk variabel yang penting. Hal ini disebabkan karena motivasi berperan untuk mewujudkan keberhasilan untuk memenuhi tercapainya pemuas kebutuhan. Pemberian motivasi merupakan salah satu tujuan agar individu yang diberi motivasi dapat bekerja sesuai dengan acuan kerja dan tanggung jawab yang diberikan sehingga tujuan dapat tercapai dengan baik. Dasar utama pemberian motivasi yang dilakukan adalah sebagai bentuk pengetahuan dan perhatian terhadap individu serta sebagai salah satu faktor penentu suatu keberhasilan.

## BAB V PENUTUP

### 5.1. Simpulan

Setelah dilakukan pembahasan secara mendalam mengenai analisis persepsi mahasiswa Universitas Bengkulu berwirausaha menggunakan *e-commerce*. Penelitian ini dapat memberikan hasil dari persepsi mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce* adalah mahasiswa sangat setuju jika berwirausaha menggunakan *e-commerce* ini sangat memudahkan mereka dalam segala aspek terutama dalam hal fasilitas yang memudahkan mereka untuk berwirausaha. Modal yang tidak terlalu besar juga sudah bisa untuk mereka memulai berwirausaha menggunakan *e-commerce*, tetapi motivasi yang masih sangat kurang untuk mereka memulai berwirausaha dikarenakan masih ada dari mereka yang berpikiran bahwa berwirausaha menggunakan *e-commerce* sulit dan kurang bisa untuk dipahami dalam penggunaan aplikasi. Dari ketiga variabel dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan dari rata-rata jawaban responden sebagai berikut:

1. jawaban responden, variabel fasilitas merupakan salah satu faktor untuk mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce*, dengan nilai rata-rata 3,81 yang artinya rata-rata mahasiswa menjawab setuju. Bahwa fasilitas di *e-commerce* sangat memberikan kemudahan untuk mereka berwirausaha.
2. jawaban responden, variabel modal merupakan faktor untuk mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce*, dengan nilai rata-rata dari jawaban

responden yaitu 3,87 yang artinya rata-rata mahasiswa menjawab setuju jika berwirausaha menggunakan *e-commerce* juga membutuhkan modal.

3. jawaban responden, variabel motivasi merupakan faktor untuk mahasiswa berwirausaha menggunakan *e-commerce*, dengan nilai rata-rata dari jawaban responden yaitu 3,66 yang artinya rata-rata mahasiswa menjawab setuju bahwa dengan motivasi ini merupakan salah satu pendorong mereka untuk berwirausaha menggunakan *e-commerce* ini agar bisa memenuhi kebutuhan hidupnya dan untuk mendapatkan tambahan pendapatan mereka

## 5.2. Saran

Berdasarkan simpulan yang ada dalam penelitian ini maka didapatkan saran sebagai berikut:

1. Saran bagi mahasiswa yang sedang berwirausaha menggunakan *e-commerce* agar :
  - a. Mahasiswa yang berwirausaha menggunakan *e-commerce*, lebih semangat menciptakan inovasi yang kreatif untuk meningkatkan keuntungan yang diperoleh.
  - b. Mahasiswa diharapkan merubah pikiran dari seorang pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan pekerjaan (*job maker*) dengan mereka berwirausaha menggunakan *e-commerce* ini.
  - c. Untuk dosen pengampu mata kuliah kewirausahaan, agar lebih memberikan banyak motivasi kepada mahasiswa agar mau untuk memulai berwirausaha menggunakan *e-commerce*.

### **5.3. Keterbatasan dan Rekomendasi Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan pada pengalaman langsung dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Jumlah responden yang hanya 100 dan hanya meneliti mahasiswa yang berwirausaha menggunakan *e-commerce* saja
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan, dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dan kuesioner yang disebar secara online melalui gform.

Rekomendasi untuk mahasiswa yang belum berwirausaha menggunakan *e-commerce* semoga bisa membantu kalian agar lebih bisa memilih dan menentukan berwirausaha menggunakan *e-commerce* yang lebih memudahkan dan menguntungkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Lisya Pohan. (2018). *Analisis Minat Pengangguran Terhadap Bisnis Online atau e-commerce*. Skripsi. Universitas Sumatra Utara.
- Agatha Dita Kristida. (2010). *Faktor Yang Mempengaruhi Minat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tiyono Bambang (2017). *Utilization of e-commerce in growing entrepreneur skills on the subject of entrepreneurship*. Jurnal of islamic economic
- Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (2007). *The psychology of entrepreneurship*.
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Edi, D., dan Sjofyan, V.R..(2012). *Sistem Informasi Penyewaan Properti Berbasis C2C*. Skripsi. Universitas Kristen Maranatha.
- Fuady. (2005). *perusahaan kepada karyawan, dan Karakteristik e-commerce*.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P., Shephred, D.A. (2005). *Entrepreneurship Pada Mahasiswa Fakultas psikologi Angkatan 200*.
- Hertanto, Eko. (2017). *Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala. Likert Empat Skala*. Jurnal Metodologi Penelitian September 2017
- Istiqomah. (2020). *Pemanfaatan e-commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan*. Yogyakarta.
- Kuncoro. (2002). *Manajemen Perbankan, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia. Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Laudon, K., & Laudon, J.(2012). *Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*. Yogyakarta: Andi.
- Mahanani. (2014). *Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Lingkungan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha..*
- Muhammad Pandu Winoorman. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Berwirausaha Menggunakan e-commerce*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia

- Nurul Afiqa Sakir.(2020). The Motivation To Adopt E-commerce Among Malaysian Entrepreneurs. *Journal Organizations and Markets in Emerging Economies*, Vol. 11, pp. 189-202
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). *Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausaha Mahasiswa*. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*.
- Sarosa. (2005). *Becoming Young Entrepreneur*, Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabert.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- Supriyanto. (2012). *Fasilitas-Fasilitas Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. (2010). *Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Buku Ajar Perkuliahan UPI. Sutrisno, Edy. (2012).
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba. Empat. Todaro, Michael P. 2000.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta. dan Gregorius Chandra 2005. *Service Quality dan Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Turban. E., King. D., Lee. J. K., Liang, T. P., and Turban, D.C., (2015), *ElectroniC Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. 8th Ed.
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). *Pengaruh e-commerce Terhadap Minat Berwirausaha*. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*,1(1), 64.
- Yati Suhartini. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha*
- Yogi Herdani, (2010). *Kewirausahaan Sebagai Solusi Pengangguran Pemuda Di Indonesia*. Artikel. Diakses dari
- Zulganef. 2011. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta. Graha Ilmu, Yogyakarta

# **LAMPIRAN**



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
Jl. W.R Supratman, Kandang Limun, Bengkulu 3837A : Telp.  
(0736) 2136; Fax. 0736-21396**

---

**KUESIONER PENELITIAN  
ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA BERWIRAUSAHA  
MENGUNAKAN *E-COMMERCE* (STUDI KASUS MAHASISWA  
UNIVERSITAS BENGKULU)**

Saya ucapkan terima kasih sebelumnya kepada Saudara/I yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Kuesioner ini merupakan sumber data primer dalam penulisan skripsi sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1), Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu. Saya sangat mengharapkan bantuan Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini sesuai dengan keadaan yang dialami Saudara/I saat ini. Kerahasiaan identitas responden akan dijaga sesuai dengan kode etis penelitian dan hanya digunakan untuk keperluan pengembangan ilmu semata. Atas ketersediaan dan kerja sama Saudara/I saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Zuratul Faiza

C1A018080

## SCREENING QUESTIONS

Berilah tanda centang (√) untuk pertanyaan dibawah ini !

1. Apakah anda berwirausaha menggunakan aplikasi *e-commerce* ?

- Iya
- Tidak

(Jika iya, maka silakan lanjutkan pengisian kuesioner. Jika tidak, silakan tinggalkan kuesioner ini).

### I. Identitas Responden

1 . Nama :

2 . Jenis Kelamin :

- Pria
- Wanita

3 . Umur :  19 – 21       22 – 24

4 . Bidang Usaha Yang Diminati :

5. Fakultas :

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Pertanian
- Keguruan dan Ilmu Pendidikan
- Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
- Ilmu Sosial dan Politik
- Teknik
- Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

## II. Mahasiswa dalam berwirausaha

1. Bidang usaha apa yang anda miliki :

Kerajinan Tangan

Pakaian

Kuliner

Aksesoris

Fashion

2. Bagaimana anda memulai usaha ini :

.....  
.....  
.....

3. Kira-kira berapa modal awal untuk membuat usaha ini :

.....  
.....  
.....

4. Berapa keuntungan yang didapat dalam satu bulan :

.....  
.....  
.....

5. Bagaimana cara anda memasarkan produk anda :

.....  
.....

6. Apa hambatan anda dalam menjalankan usaha ini :

- Susahnya membagi waktu
- Banyaknya pesaing
- Kurangnya permodalan

### III. Pernah Mengikuti Program Kompetisi Kewirausahaan

a) iya	b) tidak				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b) ASMI	KIBM	PKM K	P2MW		
Lain	<input type="checkbox"/>				
c) Lolos	Tidak				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

### IV. Petunjuk Pengisian

Responden yang terhormat, bersama ini saya mohon kesediaansaudara/i untuk mengisi kuesioner yang diberikan. Informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi saya.

Cara pengisian kuesioner :

1. Pada lembar ini terdapat beberapa pernyataan yang harus anda isi dan diharapkan agar dijawab seluruh pernyataan yang ada dengan jujur dan sebenarnya.
2. Dalam menjawab pernyataan-pernyataan ini, tidak ada jawaban yang salah. Oleh karena itu, usahakanlah agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
3. Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan jalan memberikan tanda (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

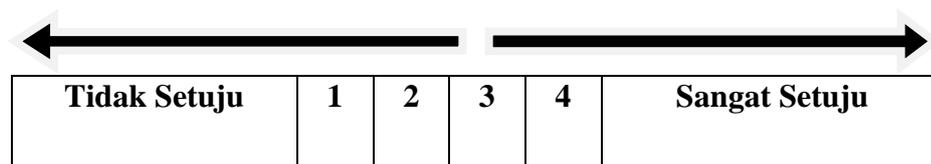
Keterangan:

1 = STS : Sangat Tidak Setuju

2 = TS : Tidak Setuju

3 = S : Setuju

4 = SS : Sangat Setuju



Mohon berikan tanda check (✓) pada salah satu jawaban yang anda pilih.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
<b>Indikator : Fasilitas</b>					
1	Fasilitas yang digunakan dalam bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> adalah aplikasi <i>e-commerce</i> dan sosial media.				
2	Fasilitas yang digunakan dalam bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> sangat memudahkan saya untuk berwirausaha				
3	Fasilitas yang digunakan dalam bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> bisa mencakup dan menyebar ke pasar luas				
4	Dengan menggunakan fasilitas yang ada di aplikasi <i>e-commerce</i> membuat saya lebih efisien dan memperlancar untuk berjualan online				
<b>Indikator : Modal</b>					

1	Setujukah anda dibutuhkan modal uang dalam membentuk suatu usaha				
2	Setujukah anda dibutuhkan dana tambahan untuk operasional dana yang dijalankan				
3	Setujukah anda lebih baik mengelola usaha dengan modal sendiri				
4	Setujukah anda diperlukan modal tambahan untuk mengembangkan usaha yang sudah anda miliki				
5	Setujukah anda meningkatkan/mengembangkan usaha bila mendapat bantuan program dari kampus atau lainnya				
<b>Indikator : Motivasi</b>					
1	Saya memilih bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> karena saya pernah melakukan praktek berwirausaha.				
2	Saya menyadari dengan melakukan bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> dapat menghasilkan keuntungan yang besar.				
3	Saya mampu menjalankan bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> dengan keterampilan yang saya miliki.				
4	Saya sangat berminat menjalankan bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> inovatif melalui gagasan-gagasan baru yang dapat meningkatkan kinerja.				
5	Dengan menjalani bisnis <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> dapat mengurangi pengangguran.				

Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden

**Tabulasi Jawaban Responden Variabel Fasilitas**

Responden	Fasilitas			
	1	2	3	4
Responden 1	3	3	3	4
Responden 2	4	4	4	4
Responden 3	4	4	4	4
Responden 4	4	4	4	3
Responden 5	4	4	4	4
Responden 6	3	4	4	4
Responden 7	3	3	3	3
Responden 8	4	4	4	4
Responden 9	4	4	4	4
Responden 10	4	4	3	4
Responden 11	4	3	4	3
Responden 12	4	4	4	4
Responden 13	4	4	4	4
Responden 14	4	4	3	4
Responden 15	4	4	4	4
Responden 16	3	4	4	3
Responden 17	4	4	4	4
Responden 18	4	4	3	4
Responden 19	4	4	4	4
Responden 20	4	4	4	4
Responden 21	4	4	4	4
Responden 22	4	4	3	3
Responden 23	4	4	4	4
Responden 24	4	4	4	4
Responden 25	4	4	4	4
Responden 26	4	4	4	4
Responden 27	4	4	4	4
Responden 28	3	3	3	4
Responden 29	4	4	4	4
Responden 30	4	4	4	4
Responden 31	4	4	4	4
Responden 32	4	4	4	4
Responden 33	4	4	4	4
Responden 34	4	4	4	4
Responden 35	4	4	4	4
Responden 36	4	4	4	4
Responden 37	4	4	4	4
Responden 38	4	4	4	4

Responden 39	4	4	4	4
Responden 40	4	4	4	4
Responden 41	3	3	3	3
Responden 42	4	4	4	4
Responden 43	4	3	4	4
Responden 44	4	4	3	3
Responden 45	3	3	4	4
Responden 46	3	4	4	4
Responden 47	3	4	3	4
Responden 48	4	4	4	4
Responden 49	4	4	4	4
Responden 50	3	3	4	3
Responden 51	4	4	4	4
Responden 52	4	4	4	4
Responden 53	4	4	4	4
Responden 54	4	4	4	4
Responden 55	4	4	4	4
Responden 56	4	4	4	4
Responden 57	4	4	4	4
Responden 58	4	4	4	3
Responden 59	3	4	4	4
Responden 60	4	4	4	4
Responden 61	4	4	4	4
Responden 62	4	4	4	4
Responden 63	4	4	4	4
Responden 64	4	4	4	4
Responden 65	4	4	4	4
Responden 66	4	4	4	4
Responden 67	4	4	4	4
Responden 68	4	4	4	4
Responden 69	3	3	4	4
Responden 70	4	4	4	4
Responden 71	4	4	4	4
Responden 72	4	4	3	4
Responden 73	4	4	4	4
Responden 74	4	4	4	4
Responden 75	4	4	4	4
Responden 76	4	4	4	4
Responden 77	4	4	4	4
Responden 78	4	4	3	4
Responden 79	4	4	4	4
Responden 80	4	4	4	4
Responden 81	4	4	4	4
Responden 82	4	4	3	3
Responden 83	4	4	4	4

Responden 84	4	4	4	4
Responden 85	4	4	4	4
Responden 86	4	4	3	4
Responden 87	4	4	4	4
Responden 88	4	4	4	4
Responden 89	4	4	4	4
Responden 90	4	4	3	4
Responden 91	4	4	4	4
Responden 92	4	3	3	3
Responden 93	4	4	4	4
Responden 94	4	4	4	4
Responden 95	4	4	4	4
Responden 96	4	4	4	4
Responden 97	4	4	4	4
Responden 98	4	4	4	4
Responden 99	4	4	4	4
Responden 100	4	4	3	4

**Tabulasi Jawaban Responden Variabel Modal**

Responden	Modal				
	1	2	3	4	5
Responden 1	4	4	3	4	3
Responden 2	4	4	4	4	4
Responden 3	4	3	4	3	4
Responden 4	4	4	4	4	4
Responden 5	4	4	4	4	4
Responden 6	4	3	3	3	4
Responden 7	3	3	3	3	3
Responden 8	4	4	4	4	4
Responden 9	4	4	4	4	4
Responden 10	4	4	4	4	4
Responden 11	4	4	4	4	4
Responden 12	4	3	4	4	4
Responden 13	4	4	4	4	4
Responden 14	4	4	4	4	4
Responden 15	4	4	4	4	4
Responden 16	4	4	4	4	4
Responden 17	4	4	4	4	4
Responden 18	4	4	4	4	4
Responden 19	4	4	4	4	4

Responden 20	4	4	4	4	4
Responden 21	2	4	4	4	4
Responden 22	4	4	4	4	4
Responden 23	4	4	2	4	4
Responden 24	4	4	4	3	4
Responden 25	4	4	4	4	4
Responden 26	4	4	3	3	4
Responden 27	3	3	3	3	3
Responden 28	4	4	4	4	4
Responden 29	4	4	4	4	4
Responden 30	3	3	4	3	4
Responden 31	4	4	4	4	4
Responden 32	3	3	3	4	4
Responden 33	4	4	4	4	4
Responden 34	3	3	4	4	4
Responden 35	4	4	4	4	4
Responden 36	4	4	4	4	4
Responden 37	4	4	4	4	4
Responden 38	4	4	4	4	4
Responden 39	4	4	4	4	4
Responden 40	4	4	4	4	4
Responden 41	4	4	3	3	3
Responden 42	4	4	4	4	4
Responden 43	4	3	3	4	4
Responden 44	4	4	3	3	3
Responden 45	3	4	3	3	4
Responden 46	3	3	3	4	3
Responden 47	4	3	2	3	3
Responden 48	4	4	4	4	4
Responden 49	4	4	4	4	4
Responden 50	4	3	4	4	3
Responden 51	4	3	4	4	4
Responden 52	4	4	3	4	4
Responden 53	4	4	4	4	4
Responden 54	4	4	4	4	3
Responden 55	4	4	4	4	4
Responden 56	4	4	4	4	4
Responden 57	4	3	4	4	4
Responden 58	3	4	4	4	3
Responden 59	4	4	3	4	3
Responden 60	4	4	4	4	4
Responden 61	4	4	4	4	4
Responden 62	3	4	4	4	4
Responden 63	4	4	4	4	4
Responden 64	4	4	3	4	4

Responden 65	4	4	4	4	4
Responden 66	4	4	4	4	4
Responden 67	4	4	4	4	4
Responden 68	3	4	4	4	4
Responden 69	4	4	4	4	4
Responden 70	4	4	4	4	4
Responden 71	4	4	4	4	4
Responden 72	3	4	4	4	4
Responden 73	4	4	4	4	4
Responden 74	4	4	4	4	4
Responden 75	4	4	4	4	4
Responden 76	4	4	4	4	4
Responden 77	2	3	4	4	4
Responden 78	4	4	4	4	4
Responden 79	4	4	4	4	4
Responden 80	4	4	4	4	4
Responden 81	4	4	4	4	4
Responden 82	4	4	3	4	3
Responden 83	3	4	4	4	4
Responden 84	4	4	4	4	4
Responden 85	4	4	4	4	4
Responden 86	4	4	4	4	4
Responden 87	4	4	4	4	4
Responden 88	3	4	4	4	3
Responden 89	4	4	4	4	4
Responden 90	4	4	4	2	4
Responden 91	4	4	4	4	4
Responden 92	2	4	4	4	4
Responden 93	4	4	4	4	4
Responden 94	4	4	4	4	4
Responden 95	4	2	4	4	4
Responden 96	4	4	4	3	4
Responden 97	4	4	4	4	3
Responden 98	2	4	4	4	4
Responden 99	2	2	4	4	4
Responden 100	3	4	4	4	4

**Tabulasi Jawaban Responden Variabel Motivasi**

Responden	Motivasi				
	1	2	3	4	5
Responden 1	3	3	3	3	3
Responden 2	4	3	3	4	3
Responden 3	3	4	3	4	3
Responden 4	4	4	4	4	3
Responden 5	4	3	3	4	3
Responden 6	2	3	3	3	3
Responden 7	3	3	3	3	3
Responden 8	4	3	3	3	3
Responden 9	4	4	4	4	3
Responden 10	4	4	4	4	3
Responden 11	4	4	4	4	3
Responden 12	4	4	4	4	3
Responden 13	4	4	4	4	3
Responden 14	4	4	4	2	3
Responden 15	4	4	4	4	3
Responden 16	4	3	4	4	3
Responden 17	4	4	4	4	3
Responden 18	4	4	4	4	3
Responden 19	4	4	4	4	3
Responden 20	4	3	4	4	3
Responden 21	4	4	4	4	3
Responden 22	4	4	4	4	3
Responden 23	4	4	3	3	3
Responden 24	4	3	4	4	3
Responden 25	4	3	4	3	3
Responden 26	3	3	3	3	3
Responden 27	4	4	4	4	3
Responden 28	2	4	4	4	3
Responden 29	4	4	4	4	3
Responden 30	4	4	4	4	3
Responden 31	4	4	4	4	3
Responden 32	4	4	4	4	3
Responden 33	4	4	4	4	3
Responden 34	4	4	4	4	3
Responden 35	4	4	4	4	3
Responden 36	4	4	4	4	3
Responden 37	4	4	4	4	3
Responden 38	4	4	4	4	3
Responden 39	4	4	4	4	3
Responden 40	3	4	3	3	3
Responden 41	3	3	3	3	3

Responden 42	4	4	4	4	3
Responden 43	3	4	4	3	3
Responden 44	3	3	4	4	3
Responden 45	4	4	4	4	3
Responden 46	3	3	4	4	3
Responden 47	3	4	3	3	3
Responden 48	4	4	4	4	3
Responden 49	4	4	4	4	3
Responden 50	3	4	3	3	3
Responden 51	4	3	3	3	3
Responden 52	4	4	4	4	3
Responden 53	4	4	4	4	3
Responden 54	4	4	4	3	3
Responden 55	4	4	4	4	3
Responden 56	4	4	4	4	3
Responden 57	3	3	4	4	3
Responden 58	4	4	4	4	3
Responden 59	3	4	4	3	3
Responden 60	4	4	4	4	3
Responden 61	4	4	4	4	3
Responden 62	4	4	4	4	3
Responden 63	4	4	4	4	3
Responden 64	4	4	4	4	3
Responden 65	4	4	4	4	3
Responden 66	4	4	4	4	3
Responden 67	4	4	4	4	3
Responden 68	4	4	4	4	3
Responden 69	4	4	4	4	3
Responden 70	4	4	4	4	3
Responden 71	4	4	4	4	3
Responden 72	4	4	4	4	3
Responden 73	4	4	4	4	3
Responden 74	4	4	4	4	3
Responden 75	4	4	4	4	3
Responden 76	4	4	4	4	3
Responden 77	4	4	4	4	3
Responden 78	4	4	4	4	3
Responden 79	4	4	4	4	3
Responden 80	4	4	4	4	3
Responden 81	4	4	4	4	3
Responden 82	4	3	4	3	3
Responden 83	4	4	4	4	3
Responden 84	4	4	4	4	3
Responden 85	4	4	4	4	3
Responden 86	4	4	4	4	3

Responden 87	4	4	4	4	3
Responden 88	4	4	4	4	3
Responden 89	4	4	4	4	3
Responden 90	1	4	4	4	3
Responden 91	4	4	4	4	4
Responden 92	4	4	4	4	4
Responden 93	4	2	4	4	3
Responden 94	4	4	3	4	4
Responden 95	4	4	4	4	4
Responden 96	4	4	4	4	3
Responden 97	2	4	4	4	4
Responden 98	4	4	2	4	4
Responden 99	4	4	4	4	4
Responden 100	3	4	4	4	4

Lampiran 3. Hasil Output SPSS

Uji Instrumen Angket

Hasil Uji Validitas

1. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas

**Correlations**

		1	2	3	4
1	Pearson Correlation	1	,595**	,242*	,264**
	Sig. (2-tailed)		,000	,015	,008
	N	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	,595**	1	,293**	,415**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,000
	N	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	,242*	,293**	1	,351**
	Sig. (2-tailed)	,015	,003		,000
	N	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	,264**	,415**	,351**	1
	Sig. (2-tailed)	,008	,000	,000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 2. Hasil Uji Validitas Variabel Modal

### Correlations

		1	2	3	4	5
1	Pearson Correlation	1	,318**	,019	,032	,089
	Sig. (2-tailed)		,001	,853	,751	,379
	N	100	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	,318**	1	,226*	,202*	,153
	Sig. (2-tailed)	,001		,024	,043	,128
	N	100	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	,218	,226*	1	,384**	,480**
	Sig. (2-tailed)	,853	,024		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	,332	,202*	,384**	1	,234*
	Sig. (2-tailed)	,751	,043	,000		,019
	N	100	100	100	100	100
5	Pearson Correlation	,289	,153	,480**	,234*	1
	Sig. (2-tailed)	,379	,128	,000	,019	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 3. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi

#### Correlations

		1	2	3	4	5
1	Pearson Correlation	1	,204*	,278**	,307**	,094
	Sig. (2-tailed)		,042	,005	,002	,352
	N	100	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	,204*	1	,345**	,327**	,162
	Sig. (2-tailed)	,042		,000	,001	,108
	N	100	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	,278**	,345**	1	,483**	,116
	Sig. (2-tailed)	,005	,000		,000	,249
	N	100	100	100	100	100
4	Pearson Correlation	,307**	,327**	,483**	1	,245*
	Sig. (2-tailed)	,002	,001	,000		,014
	N	100	100	100	100	100
5	Pearson Correlation	,294	,162	,116	,245*	1
	Sig. (2-tailed)	,352	,108	,249	,014	
	N	100	100	100	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Hasil Uji Reliabilitas

### 1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,682	4

### 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Modal

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,553	5

### 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,626	5