

Sindi Mariani Br  
Perangin-Angin<sup>1</sup>  
Putri Kemala Dewi  
Lubis<sup>2</sup>

## **PENGARUH NILAI MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PRODI AKUNTANSI DENGAN KEPERCAYAAN DIRI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI UNIMED ANGKATAN 2021**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk Pengaruh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Penggunaan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Dengan Kepercayaan Diri Sebagai Variabel Intervening Di Unimed Angkatan 2021. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 113 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis jalur dengan aplikasi software SPSS 22 for windows. Adapun hasil dari penelitian ini yakni (1) Kepercayaan diri dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan. (2) Kepercayaan diri dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh penggunaan E-Commerce. (3) Minat Berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan . (4) Minat Berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Penggunaan E-Commerce pada mahasiswa (5) Minat Berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Kepercayaan diri. (6) Minat berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan melalui Kepercayaan Diri. (7) Minat berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Penggunaan E-Commerce melalui Kepercayaan Diri.

**Kata Kunci:** Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan, Penggunaan E-Commerce, Minat Berwirausaha dan Kepercayaan Diri

### **Abstract**

This study aims to The Influence of Entrepreneurship Course Values and the Use of E-Commerce on Entrepreneurial Interest in Accounting Study Program Students with Self-Confidence as an Intervening Variable at Unimed Class of 2021. The number of samples in this study was 113 respondents. The analysis technique used was the path analysis technique with the SPSS 22 for Windows software application. The results of this study are (1) Self-confidence is positively and significantly influenced by Entrepreneurship Course Values. (2) Self-confidence is positively and significantly influenced by the use of E-Commerce. (3) Entrepreneurial Interest is positively and significantly influenced by Entrepreneurship Course Values. (4) Entrepreneurial Interest is positively and significantly influenced by the Use of E-Commerce in students (5) Entrepreneurial Interest is positively and significantly influenced by Self-Confidence. (6) Entrepreneurial Interest is positively and significantly influenced by Entrepreneurship Course Values through Self-Confidence. (7) Entrepreneurial Interest is positively and significantly influenced by the Use of E-Commerce through Self-Confidence.

**Keywords:** Entrepreneurship Course Value, Use of E-Commerce, Interest in Entrepreneurship and Self-Confidence.

<sup>1,2</sup> Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan  
Email : sindimarianibrperanginangin@gmail.com<sup>1</sup>, putrikemala@unimed.ac.id<sup>2</sup>

## PENDAHULUAN

Setiap negara, termasuk Indonesia, kerap kali berjuang melawan pengangguran. Jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia tidak sebanding dengan jumlah lulusan atau tenaga kerja baru yang tersedia di semua jenjang pendidikan, sehingga mengakibatkan pengangguran dan kemiskinan. Namun, jika masyarakat berani memulai usaha atau berwirausaha, pengangguran dan kemiskinan dapat dikurangi. Menurut Puji Hastuti dkk. (2020), kewirausahaan memiliki sejumlah tanggung jawab penting bagi Indonesia, antara lain menciptakan lapangan pekerjaan baru, mendatangkan tenaga kerja baru, meningkatkan penerimaan pajak, mendorong inovasi dalam kemandirian masyarakat, serta menyediakan data tentang metrik daya saing dan keunggulan nasional.

Minat mahasiswa terhadap kewirausahaan dipengaruhi oleh pendidikan kewirausahaan, dan dapat menjadi sumber modal sosial dan finansial yang berkelanjutan. Tingkat pengangguran tertinggi lulusan universitas dan diploma adalah 9,39% pada Agustus 2022, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tentang Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT). Statistik ini secara gamblang menggambarkan gambaran ironis, yang menunjukkan bahwa tingkat pendidikan yang tinggi tidak menjamin pekerjaan.

Meski begitu masih banyaknya mahasiswa yang lebih memilih menjadi karyawan daripada membuka usaha atau menjadi seorang wirausaha. Minat berwirausaha pada mahasiswa adalah kecenderungan atau ketertarikan mereka untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha atau menciptakan dan mengembangkan bisnis mereka sendiri. Minat ini dapat tercermin dalam sikap, motivasi, dan niat untuk mengejar peluang wirausaha. Minat dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang membangkitkan perhatian pada suatu hal. Minat juga berkaitan dengan keinginan atau hal yang ingin dilakukan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan pada 53 orang mahasiswa prodi akuntansi stambuk 2021 dapat dilihat bahwa mahasiswa mempunyai rencana untuk berwirausahaan setelah lulus mahasiswa sebesar 12,1% dan sangat tidak setuju terhadap indikator tersebut sebesar 26,2% dan 37,1% mahasiswa yang perlu kita perhatikan, dan yang berani mengambil resiko dalam berwirausaha sebanyak 21,6% dan mahasiswa yang tidak berani mengambil resiko 31,7% jadi dapat kita simpulkan keberanian dalam mengambil resiko yang ada mahasiswa akuntansi stambuk 2021 juga masih tergolong rendah. Ada beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya keinginan akuntansi stambuk 2021 memilih untuk membuka suatu usaha atau menjadi seorang wirausaha contohnya seperti ingin menjadi seorang PNS saja atau menjadi seorang pekerja kantoran. Dan mahasiswa juga menganggap bahwa seorang yang bekerja sebagai PNS akan lebih terjamin dengan adanya pendapatan yang didapatkan setiap bulannya berbeda dengan wirausaha yang tidak menentu dalam pendapatan yang didapatkan sehingga mahasiswa merasa dengan menjadi PNS kebutuhan mereka akan terpenuhi.

Kurangnya minat berwirausaha mahasiswa akuntansi stambuk 2021 di unimed disebabkan oleh beberapa faktor. Terdapat tiga faktor yang mendominasi terhadap minat berwirausaha yaitu penggunaan e-commerce, pengetahuan kewirausahaan, dan kepercayaan diri. Menurut Shareef Et al (2008), mengungkapkan dalam penggunaan E-commerce tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar, namun dapat dilakukan oleh semua kalangan masyarakat yang memiliki usaha mau pun yang mau berwirausaha untuk diperdagangkan mengenai produk yang dimilikinya baik dari usaha menengah, kecil, maupun mikro yang diperdagangkan secara online melalui media jaringan internet. Sehingga penggunaan E-commerce juga sangat mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa apalagi di jaman internet sekarang.

Berdasarkan pra-survey diketahui bahwasanya ada sebesar 7,1% memilih setuju pada indikator tertarik melakukan penjualan produk melalui online dan sebesar 92,9% mengatakan setuju pada indikator pernah melakukan proses pembelian secara online seperti melalui shoppe. Meskipun banyak mahasiswa yang menggunakan proses pembelian online, khususnya pada aplikasi Shoppe, masih banyak yang enggan berjualan di aplikasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa setuju untuk memanfaatkan peluang bisnis online atau E-commerce, namun pada kenyataannya, sangat sedikit mahasiswa yang benar-benar menjalankan atau memanfaatkan peluang E-commerce tersebut. Dalam pengamatan awal saya, saya menemukan bahwa mahasiswa yang menggunakan E-commerce hanya menyelesaikan tugas dan latihan untuk mendapatkan nilai bagus dalam mata kuliah kewirausahaan.

Kepercayaan diri mahasiswa juga sangat mempengaruhi dalam mendorong mahasiswa guna untuk mempelajari cara membuka sebuah bisnis yang bisa dijalankan melalui bisnis online atau e-commerce. "Kepercayaan diri berwirausaha merupakan kondisi psikologis seseorang yang menimbulkan keyakinan terhadap kemampuan berwirausaha, tanggung jawab, optimisme, rasionalitas, objektivitas, dan realisme yang dimiliki individu," ungkap Bianda Khaerana Komala dan Endah Mujiasih (2019). Tidak hanya itu tingginya tingkat kepercayaan diri mahasiswa juga dapat mempermudah mahasiswa dalam membuka suatu usaha online atau E-commerce. Namun pada kenyataan yang ada, masih banyak mahasiswa yang memiliki tingkat kepercayaan yang rendah sehingga menyebabkan keinginan untuk memulai sesuatu akan terhambat contohnya seperti membuka bisnis online atau e-commerce.

Berdasarkan hasil data observasi awal yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa mahasiswa akuntansi pada stambuk 2021 memiliki kepercayaan diri yang masih terbilang kurang dalam mengatasi masalah yang ada adalah sebesar 38,6% meskipun begitu masih ada 21,2% mahasiswa yang merasa percaya diri dalam mengatasi masalah yang dan tidak memiliki kercayaan diri serta kemampuan diri ada sebanyak 42,9% mahasiswa. Menurut Albert Bandura (1997), pentingnya self efficacy (kepercayaan akan kemampuan diri sendiri) yang dianggap sebagai faktor kunci yang mempengaruhi keberanahan individu untuk mengambil resiko dan bertindak dalam lingkungan bisnis. Namun dalam hal ini kepercayaan diri mahasiswa akuntansi stambuk 2021 untuk membuka suatu usaha atau untuk menjadi seorang wirausaha masih kurang yakin akan kemampuan yang dimilikinya.

Nilai siswa pada mata kuliah kewirausahaan juga berdampak pada minat mereka dalam berwirausaha, hal tersebut dapat dilihat dari nilai mata kuliah kewirausahaan yang ada di jurusan akuntansi dimana apabila rendahnya suatu nilai mata kuliah tersebut dapat kita simpulkan bahwa minat mahasiswa terhadap kewirausahaan juga rendah begitu juga dengan sebaliknya dimana semakin baiknya nilai mata kuliah kewirausahaan maka minat berwirausaha mahasiswa juga akan semakin baik. Selain menciptakan kegembiraan, nilai-nilai kewirausahaan dalam kelas kewirausahaan membantu siswa mengembangkan keterampilan berpikir kritis mereka dan secara realistik mendukung kemampuan kewirausahaan mereka (Singgih, 2021).

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan pada mahasiswa jurusan akuntansi stambuk 2021 bahwa terdapat 72 mahasiswa yang memperoleh nilai A dan 41 mahasiswa yang memperoleh nilai B. Maka dari observasi awal yang dilakukan dapat simpulkan bahwa pengetahuan mata kuliah kewirausahaan yang ada di jurusan akuntansi sudah termasuk tinggi dimana jika dilihat dari nilai mata kuliah kewirausahaan tidak adanya yang mendapatkan nilai E, meskipun begitu mahasiswa yang memperoleh nilai B terbilang lebih sedikit daripada nilai A tetapi dapat kita lihat bahwa hampir setengah jumlah mahasiswa stambuk 2021 yang memiliki nilai A, dan ada sekitar 41 mahasiswa yang memiliki nilai B. Pengetahuan kewirausahaan pada mahasiswa sangat penting karena hal ini bisa menjadi salah satu solusi untuk mahasiswa untuk menambah peluang berwirausaha suatu saat nanti, sehingga hal tersebut diharapkan dapat menambah minat mahasiswa dalam berwirausaha. Suryana (2013) menyatakan bahwa seorang wirausahawan akan gagal apabila tidak memiliki informasi, keterampilan, dan minat. Akan sulit baginya untuk tumbuh dan berhasil apabila ia memiliki minat tetapi tidak memiliki keterampilan dan keahlian. Namun, ia tidak akan menjadi wirausahawan apabila ia memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan tetapi tidak memiliki motivasi.

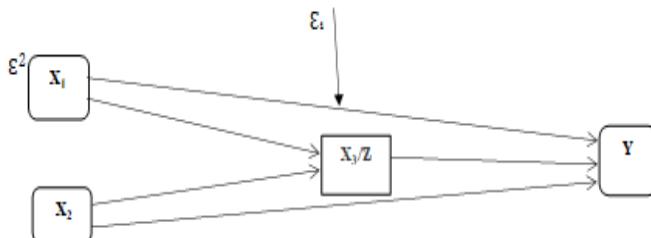
Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakuakan penelitian dengan judul **"Pengaruh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Penggunaan E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Dengan Kepercayaan Diri Sebagai Variabel Intervening Di Unimed Angkatan 2021"**.

## METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan bahwa populasi yang menjadi target adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2021 pada kelas pendeko A dan pendeko B sebanyak 113 mahasiswa. Selain itu, metode pengambilan sampel menggunakan sampel lengkap, menghasilkan 113 sampel. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis jalur (path analysis) menggunakan SPSS dan uji hipotesis menggunakan uji sobel. Dalam analisis jalur tersebut, dapat ditentukan struktur persamaannya, seperti berikut:

$$Z = a + b1 X1 + b2 X2 + \varepsilon_1 \text{ (Persamaan struktur 1)}$$

$$Y = a + b4 X1 + b5 X2 + b3 Z + \varepsilon_2 \text{ (Persamaan struktur 2)}$$



Gambar 1. Diagram Jalur

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

#### Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Persamaan Struktur 1

##### a. Pengaruh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Kepercayaan Diri (H1)

Dengan ambang batas signifikansi sebesar 0,0010, variabel Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan (X1) memiliki nilai t sebesar 2,620 > t tabel 1,65895. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi < 0,05 (0,0010 < 0,05) dan nilai t > t tabel (2,620 > 1,65895). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Hipotesis 1 diterima karena variabel Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepercayaan Diri (Z).

##### b. Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Kepercayaan Diri (H2)

Variabel Penggunaan E-Commerce (X2) diperoleh nilai thitung sebesar 7.472 >tabel 1.65895 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung > ttabel (7.472 > 1.65895) dan nilai signifikansi < 0.05 (0.000 < 0.05). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan E-commerce (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Diri (Z) sehingga Hipotesis 2 diterima.

#### Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Persamaan Struktur 2

##### a. Pengaruh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (H3)

Pada taraf signifikansi 0,046, variabel Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan (X1) memiliki nilai t sebesar 2,022 > t tabel 1,65895. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,046 < 0,05) dan nilai t lebih kecil dari t tabel (2,022 > 1,65895).

##### b. Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (H4)

Dengan ambang batas signifikansi sebesar 0,039, variabel Penggunaan E-Commerce (X2) menghasilkan nilai t sebesar 2,084 > t tabel 1,65895. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,039 < 0,05) dan nilai t > t tabel (2,084 > 1,65895).

##### c. Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha (H5)

Pada tingkat signifikansi 0,001, variabel Kepercayaan Diri (Z) menghasilkan nilai t sebesar 2,403 > t tabel 3,440. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi < 0,05 (0,001 < 0,05) dan nilai t > t tabel (3,440 > 1,65895).

#### Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji simultan (Uji-F) Persamaan 1 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) dan nilai f-value yang dihasilkan sebesar 16,495 lebih besar dari 2,69 (16,495 > 2,69). Hasil uji simultan (Uji-F) Persamaan 2 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) dan nilai f-value yang dihasilkan sebesar 33,041 lebih besar dari 2,69 (33,041 > 2,69).

#### Uji Koefisien Determinasi

Nilai Adjusted R-squared sebesar 0,566 merupakan hasil uji koefisien determinasi penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa faktor Pemanfaatan E-commerce (X2) dan Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan (X1) memiliki pengaruh terhadap Rasa Percaya Diri (Z) sebesar 56,6%. Sedangkan faktor lain yang tidak diteliti atau tidak termasuk dalam regresi penelitian ini memberikan pengaruh terhadap sisanya sebesar 43,4%. Sementara itu, untuk nilai  $\bar{r}^2$  dapat digunakan rumus  $\bar{r}^2 = \sqrt{1-0,566} = 0,659$ . Nilai Adjusted R-squared sebesar 0,743 merupakan hasil uji koefisien determinasi penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa 74,3% minat

berwirausaha (Y) dipengaruhi oleh faktor nilai mata kuliah kewirausahaan (X1) dan pemanfaatan e-commerce (X2). Sedangkan faktor lain yang tidak diteliti atau tidak termasuk dalam regresi penelitian ini memberikan pengaruh terhadap sisanya sebesar 25,7%. Sementara itu, rumus  $\varepsilon_2 = \sqrt{1-0,743} = 0,507$  dapat digunakan untuk mencari nilai  $\varepsilon_2$ .

### Analisis Jalur

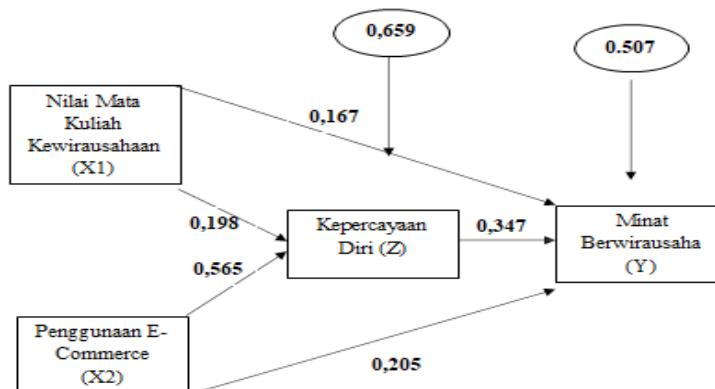
Analisis jalur terbentuk dari dua struktur dengan tahapan sebagai berikut :

$$Z = a + 0.198 X_1 + 0.565 X_2 + 0.659 \varepsilon_1 \dots \text{(Persamaan struktur 1)}$$

$$Y = a + 0.167 X_1 + 0.205 X_2 + 0.347 Z + 0.507 \varepsilon_2 \dots \text{(Persamaan struktur 2)}$$

**Tabel 1. Hasil Rekapitulasi Hipotesis**

No	Hipotesis	Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$	Nilai Sig	Keterangan
1	$X_1 \rightarrow Z$	$2.620 > 1.65895$	0.010	Positif dan Signifikan
2	$X_2 \rightarrow Z$	$7.472 > 1.65895$	0.000	Positif dan Signifikan
3	$X_1 \rightarrow Y$	$2.022 < 1.65895$	0.046	Positif dan Signifikan
4	$X_2 \rightarrow Y$	$2.084 > 1.65895$	0.039	Positif dan Signifikan
5	$Z \rightarrow Y$	$3.440 > 1.65895$	0.001	Positif dan Signifikan
6	$X_1 \rightarrow Y \rightarrow Z$	$2.010 > 1.96$	0.022	Positif dan Signifikan
7	$X_2 \rightarrow Y \rightarrow Z$	$3.953 > 1.96$	0.000	Positif dan Signifikan



**Gambar 2. Hasil Analisis Jalur**

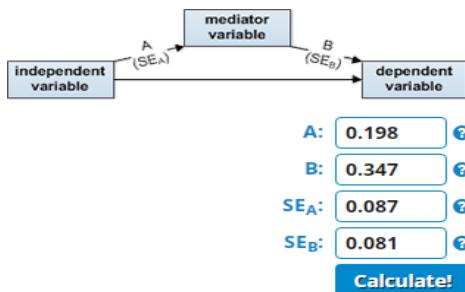
**Tabel 3. Koefisien Jalur**

Pengaruh Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung Variabel Kepercayaan Diri (Z)	Pengaruh Total
$X_1 \rightarrow Z$	0.198		0.198
$X_2 \rightarrow Z$	0.565		0.565
$X_1 \rightarrow Y$	0.167	0.068	0.235
$X_2 \rightarrow Y$	0.205	0.196	0.401
$Z \rightarrow Y$	0.347		0.347

Sumber: Hasil Output SPSS (2024)

### Uji Sobel

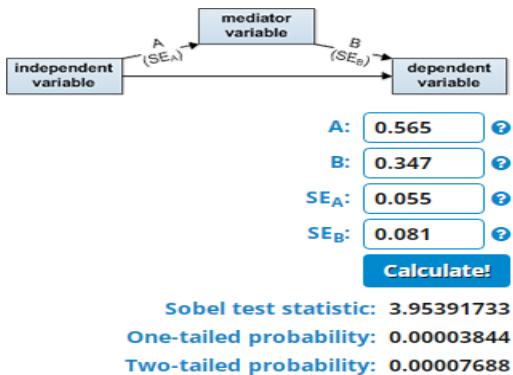
#### Hasil Uji Sobel Persamaan 1



**Gambar 3. Hasil Sobel Tes Persamaan 1**

Nilai statistik uji Sobel variabel kepercayaan diri adalah  $2,0098 > 1,98$  (dengan level 5% 1,98), dan nilai probabilitas satu sisinya adalah  $0,022 < 0,05$ . maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 diterima yaitu terdapat pengaruh Nilai Mata Kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Akuntansi angkatan 2021 Universitas Negeri Medan melalui kepercayaan diri sebagai variabel intervening.

### Hasil Uji Sobel Persamaan 2



Gambar 4. Hasil Sobel Tes Persamaan 2

Dari hasil perhitungan gambar Diketahui nilai sobel test statistic pada variabel kepercayaan diri sebesar  $3.953 > 1.98$  (taraf 5% yaitu 1.98) dan nilai one-tailed probability  $0.000 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 diterima yaitu terdapat pengaruh penggunaan E-Commerce terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Akuntansi Angkatan 2021 Universitas Negeri Medan melalui kepercayaan diri sebagai variabel intervening.

### PEMBAHASAN

#### Pengaruh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan (X1) Terhadap Kepercayaan Diri (Z)

Apabila suatu nilai mata kuliah kewirausahaan mahasiswa tinggi maka akan meningkatkan kepercayaan diri terkhususnya dalam membuka suatu usaha, mata kuliah kewirausahaan dapat menjadi landasan untuk pengembangan pribadi, termasuk pengembangan kepercayaan diri. Kepercayaan diri ini erat kaitanya dengan kesiapan diri mahasiswa untuk meyakinkan dirinya bahwa ketika dia memiliki nilai mata kuliah kewirausahaan yang baik tentunya akan berdampak baik terhadap kepercayaan dirinya untuk mulai berwirausaha. Penggenalan terhadap konsep dan praktik kewirausahaan dapat memberikan mahasiswa keyakinan dalam mengejar tujuan dan mengatasi hambatan.

Temuan penelitian ini menguatkan temuan penelitian Angresta dkk. (2022) yang menyatakan bahwa kewirausahaan memiliki dampak besar pada rasa percaya diri dan kesiapan berwirausaha. Artinya, mata kuliah kewirausahaan membantu mahasiswa mengembangkan keterampilan, pengetahuan, dan karakter kewirausahaan agar dapat berperan bermanfaat dalam membantu mereka memulai bisnis sendiri. Mahasiswa dapat memanfaatkan sumber daya yang diajarkan di kelas kewirausahaan secara maksimal dalam lingkungan bisnis. Di sisi lain, tingkat kegagalan dalam kewirausahaan meningkat ketika mahasiswa kurang memiliki pemahaman kewirausahaan karena mereka cenderung lebih berfokus pada implementasi bisnis standar dan sistem keuangan serta pemasaran yang tidak teratur. Agar dapat meraih keberhasilan ekonomi, mahasiswa yang mengambil mata kuliah kewirausahaan juga diajarkan cara membaca peluang dan membuat rencana bisnis. Oleh karena itu, unsur pendidikan kewirausahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap kesiapan berwirausaha.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh teori yang disampaikan oleh Peterman & Kennedy (2003) yang menyatakan bahwa kewirausahaan dapat meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa melalui pengembangan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan dalam dunia kewirausahaan. Dan menurut Davis, nilai mata kuliah kewirausahaan yang melibatkan teknologi dapat memberikan pengalaman positif dan meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa terhadap teknologi terkait kewirausahaan. Sedangkan menurut Bandura & Vroom (1995) menyarankan nilai mata kuliah kewirausahaan yang memberikan motivasi dan dukungan sosial dalam meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.

### **Pengaruh Penggunaan E-Commerce (X2) Terhadap Kepercayaan Diri (Z)**

Penggunaan E-commerce dapat memberikan mahasiswa kontrol lebih besar atas pengalaman pembelajaran mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa, sehingga dengan meningkatnya perkembangan dalam penggunaan E-commerce untuk wirausaha dapat menambah kepercayaan diri mahasiswa dalam membuka suatu usaha atau menjadi seorang wirausaha. Penggunaan e-commerce juga menjadi salah satu hal yang dapat meningkatkan rasa percaya diri dan membuat seseorang ingin memulai usaha sendiri (Gultom, 2021). Keberadaan e-commerce mendorong munculnya jiwa kewirausahaan. Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) menyatakan bahwa e-commerce memungkinkan hampir semua orang untuk menjalankan bisnis dengan mempertemukan orang secara virtual. Sebagai wadah atau tempat berlangsungnya proses transaksi jual beli secara daring dengan menggunakan alat pembayaran elektronik, e-commerce dikembangkan dalam kegiatan bisnis untuk membantu dan memotivasi para pengusaha dalam melakukan transaksi jual beli barang dan jasa kepada pelanggan (Yasin, 2022). Istiqomah (2020) menyatakan bahwa e-commerce sangat membantu para pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya dengan memberikan informasi yang cepat, akurat, dan tepat.

Hasil penelitian ini menguatkan temuan penelitian yang sama yang juga meneliti variabel penggunaan e-commerce, di mana Sari & Rahayu (2020) menjelaskan bahwa penggunaan e-commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tumbuhnya rasa percaya diri dan intensi berwirausaha. Selain itu, intensi berwirausaha seseorang akan terdorong oleh penggunaan e-commerce yang semakin meluas atau tinggi. Hal senada juga ditegaskan oleh Puspita (2022) yang menekankan bagaimana e-commerce akan berdampak, memungkinkan, dan mendukung keinginan individu untuk memulai usaha sendiri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Ertmer & Ottenbreit-Leftwics (2012) menekankan peran pendidikan teknologi dalam membentuk kepercayaan diri mahasiswa. Jika mahasiswa mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam menggunakan e-commerce, dapat meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa. Dan menurut Davis, yang menyatakan bahwa penggunaan E-commerce dapat mempengaruhi diri mahasiswa melalui persepsi tentang kemudahan penggunaan dan kegunaan teknologi. Jika mahasiswa merasa mampu menggunakan E-commerce dengan mudah dapat meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa.

### **Pengaruh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan (X1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)**

Nilai mahasiswa dalam mata kuliah kewirausahaan menunjukkan seberapa baik mereka dapat menerima, menolak, dan mengevaluasi informasi tentang kewirausahaan. Hal ini menunjukkan seberapa besar minat mahasiswa dalam mempelajari kewirausahaan, yang seharusnya menjadi kekuatan pendorong bagi mahasiswa untuk terjun langsung ke bidang tersebut suatu hari nanti. Nilai mata kuliah kewirausahaan dengan minat berwirausahaan sangat berpengaruh dimana menurut Kuratko & Morris (2018) teori integrasi kurikulum kewirausahaan, yang menekankan pentingnya menyelaraskan berbagai elemen dalam kurikulum untuk merangsang minat dan pemahaman mendalam terhadap aspek kewirausahaan.

Menurut Prilovia & Iskandar (2018), Usman Aje dkk. (2019), dan Putri (2021) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara minat berwirausaha dengan keahlian berwirausaha. Menurut penelitian dan perspektif Permatasari (2016), minat berwirausaha mahasiswa akan dipengaruhi secara positif oleh materi pendidikan kewirausahaan yang didapatkannya. Hasil penelitian terdahulu, khususnya Turker & Selcuk (2009), diperkuat oleh penelitian ini. Minat mahasiswa terhadap kewirausahaan akan meningkat jika perguruan tinggi menyelenggarakan pendidikan kewirausahaan. Menurut penelitian Puteri (2012), kewirausahaan dan kursus pelatihan dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan keterampilan mahasiswa dan mengasah kemampuan kewirausahaan mereka.

Teori Perilaku Terencana, yang diciptakan oleh Ajzen (1991), yang dicirikan sebagai deskripsi upaya atau usaha seseorang untuk melakukan sesuatu, memberikan dukungan pada temuan penelitian ini. Upaya mahasiswa untuk memulai bisnis mereka sendiri berdampak pada minat mereka dalam berwirausaha. Ajzen juga menyusun Teori Tindakan Beralasan, yang merupakan perluasan dari perilaku beralasan. Variabel latar belakang individu dapat memengaruhi minat dalam persepsi kendali atas perilaku (Ajzen, 2005). Faktor tersebut antara lain: Pendidikan kewirausahaan yang dilihat melalui nilai mata kuliah kewirausahaan,

penggunaan E-Commerce serta Kepercayaan diri. Oleh sebab itu, jika seorang mahasiswa ingin meningkatkan minat berwirausahanya maka mahasiswa tersebut juga harus meningkatkan pengetahuannya mengenai kewirausahaan salah satunya dengan mendapatkan nilai mata kuliah kewirausahaan yang baik pula.

### **Pengaruh Penggunaan E-Commerce (X2) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)**

Mahasiswa sebagai generasi milineal atau yang kita kenal juga dengan Generasi Z yang sangat awam dan erat dengan perkembangan teknologi terutama dalam dunia bisnis, tentunya harus menjadikan hal ini sebagai kesempatan dalam memulai suatu bisnis. Sebab penggunaan E-commerce dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Salah satu elemen teknologi yang kemajuan komunikasi dan informasinya dapat mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan lingkungannya adalah e-commerce. Dengan adanya E-commerce masyarakat semakin ingin memulai berwirausaha untuk membawa ke era perubahan baru, dengan adanya keinginan untuk menambah minat dalam memulai bisnis online atau E-commerce. Menjadi seorang wirausaha merupakan salah satu solusi untuk mengurangi angka pengangguran yang ada di suatu negara termasuk negara indonesia. Mahasiswa akuntasi diharapkan untuk meningkatkan jiwa berwirausaha agar dapat memberikan minat berwirausaha kepada masyarakat supaya terciptanya era perubahan ekonomi di kalangan masyarakat.

Sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Delvisa dan Riswan (2023) diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,015 < 0,05$  dan nilai t hitung  $> t$  tabel ( $5,784 > 1,672$ ) yang menunjukkan bahwa e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi Universitas Bandar Lampung memanfaatkan e-commerce sebagai bagian dari upaya berwirausahanya. Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sihombing & Sulistyo (2021), Ibrahim & Muslimin (2022), dan Purwanto (2021) yang menyatakan bahwa e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha.. Hal ini dikarenakan e-commerce dapat menghasilkan peluang berwirausaha dengan mendorong keterlibatan dan komunikasi yang konstruktif di antara pengguna situs web, menyederhanakan dan mengefisiensikan proses penjualan, serta meningkatkan output karyawan, efektivitas penjualan, dan daya tarik pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Penggunaan E-commerce berpengaruh terhadap minat dimana menurut Rogers (1983), penggunaan E-commerce dapat dijelaskan sebagai inovasi. Orang yang memiliki minat tinggi terhadap inovasi cenderung memiliki minat berwirausaha karena kewirausahaan seringkali melibatkan pengadopsian teknologi baru. Bandura (1986) juga mengungkapkan pendapatnya bahwa pengaruh lingkungan sosial dapat membentuk perilaku individu. Jika individu melihat bahwa penggunaan E-commerce membawa sukses kepada orang lain dalam berwirausaha, mereka mungkin lebih cenderung untuk mengembangkan minat yang serupa. Kemudian Menurut Teori Penerimaan Teknologi persepsi tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan E-commerce mempengaruhi adopsi teknologi tersebut. Jika individu melihat E-commerce sebagai alat yang bermanfaat dan mudah digunakan dalam berwirausaha, mereka mungkin lebih termotivasi untuk melibatkan diri.

### **Pengaruh Kepercayaan Diri (Z) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)**

Seiring dengan antusiasme, ada sifat-sifat yang dapat membantu Anda berhasil sebagai seorang wirausahan, seperti rasa percaya diri dan jiwa wirausaha. Elemen ini akan memengaruhi keputusan seseorang untuk memulai bisnisnya sendiri. Seorang wirausahan harus sangat percaya diri agar bersedia mengambil risiko di masa depan. Sementara kepercayaan diri wirausaha mengacu pada kepercayaan individu terhadap kemampuan wirausaha mereka sendiri, tanggung jawab, keberanian mengambil risiko, optimisme, dan realisme, kepercayaan diri adalah keyakinan pada diri sendiri bahwa seseorang dapat mengatasi masalahnya. Kepercayaan diri sangat berpengaruh terhadap minat berwirausaha dimana menurut Bandura minat berwirausaha dapat memberikan dorongan pada kepercayaan diri mahasiswa. Memahami prinsip-prinsip kewirausahaan dan merasakan minat dalam mengembangkan ide bisnis dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka.

Dukungan sosial dan pengalaman positif dapat meningkatkan keyakinan bahwa mereka mampu mengatasi tantangan berwirausaha. Sakinah dkk. (2022) variabel self-confident memiliki koefisien regresi sebesar 0,342 dari analisis regresi linier berganda. Korelasinya

positif, yang menunjukkan bahwa minat untuk memulai usaha sendiri dan self-confident berkorelasi positif; semakin percaya diri, maka semakin berminat untuk memulai usaha sendiri, begitu pula sebaliknya. Pada taraf signifikansi 5%, hasil uji signifikansi yang menggunakan uji-t menghasilkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan probabilitas  $0,007 < 0,05$ , menunjukkan bahwa self-confident secara signifikan meningkatkan minat untuk memulai usaha sendiri.

Temuan penelitian ini konsisten dengan Teori Perilaku Terencana milik Ajzen (1991), yang menggambarkan upaya individu untuk menyelesaikan tugas. Upaya siswa untuk memulai bisnis mereka sendiri berdampak pada minat mereka dalam berwirausaha. Ajzen juga menyusun Teori Tindakan Beralasan, yang merupakan perluasan dari perilaku beralasan. Sehingga jika seorang mahasiswa ingin meningkatkan minat berwirausaha maka ia pun harus meningkatkan kepercayaan dirinya kalau dia mampu untuk memulai berwirausaha dan menjadi pengusaha yang sukses dan berhasil.

#### **Pengaruh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan (X1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y) Melalui Kepercayaan Diri (Z)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan kepercayaan diri sebagai variabel intervening, Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi akuntansi angkatan 2021 Universitas Negeri Medan. Atau dengan kata lain, hubungan antara Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan dengan Minat Berwirausaha berhasil dimediasi oleh variabel kepercayaan diri.

Nilai mata kuliah kewirausahaan dan kepercayaan diri adalah dua faktor yang mempengaruhi atau membuat seseorang untuk berminat dalam melakukan kegiatan usaha dan dengan adanya kepercayaan diri dalam diri seseorang maka akan terbentuknya minat seseorang dalam berwirausaha dalam menjalankan sebuah usaha. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000) dalam penelitiannya “The promise of entrepreneurship as a field of research”, membahas bagaimana pendidikan kewirausahaan dapat membentuk kepercayaan diri untuk mengejar peluang bisnis. Mereka menemukan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan kepercayaan diri dan pada akhirnya memiliki minat berwirausaha. Ahli seperti Bird, B. Dalam penelitiannya, Bird menggaris bawahi bahwa kepercayaan diri adalah salah satu faktor kunci yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan berperan dalam membangun kepercayaan diri ini.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Ginting (2018) sebelumnya tentang pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII SMKS PAB 12 Saintis tahun ajaran 2018–2019. Berdasarkan hasil uji hipotesis, minat berwirausaha dipengaruhi secara positif atau signifikan oleh kepercayaan diri dan keahlian berwirausaha, dan minat berwirausaha dipengaruhi oleh keduanya secara bersamaan.

Temuan penelitian ini konsisten dengan Teori Perilaku Terencana milik Ajzen (1991). Upaya mahasiswa untuk memulai bisnis mereka sendiri berdampak pada minat mereka dalam berwirausaha. Ajzen juga menyusun Teori Tindakan Beralasan, yang merupakan penjabaran dari teori ini. Variabel latar belakang individu dapat memengaruhi minat dalam persepsi kontrol atas perilaku (Ajzen, 2005). Faktor tersebut antara lain: Pendidikan kewirausahaan, Kepercayaan diri dan Penggunaan E-Commerce. Sehingga jika seorang mahasiswa ingin meningkatkan minat berwirausaha maka ia pun harus meningkatkan nilai mata kuliah kewirausahaan dengan begitu akan meningkatkan kepercayaan dirinya dan pada akhirnya akan meningkatkan minat berwirausaha.

#### **Pengaruh Penggunaan E-Commerce (X2) Terhadap Minat Berwirausaha (Y) Melalui Kepercayaan Diri (Z)**

Melalui kepercayaan diri sebagai variabel intervening, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Akuntansi Angkatan 2021 Universitas Negeri Medan. Atau dengan kata lain. variabel kepercayaan diri efektif memediasi pengaruh Penggunaan E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Serni et al. (2023), yang menemukan bahwa analisis data (baik regresi linier berganda maupun pengujian hipotesis) menghasilkan hasil yang menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce dan pengetahuan kewirausahaan memiliki efek positif dan signifikan, yang mendukung pengembangan kewirausahaan. Temuan penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sakinah et al.

(2022), yang menemukan korelasi positif antara kepercayaan diri dan minat untuk memulai bisnis sendiri. Semakin percaya diri seseorang, semakin besar minatnya untuk memulai bisnis sendiri, dan sebaliknya.

Temuan penelitian ini konsisten dengan Teori Perilaku Terencana Ajzen (1991), yang dipahami sebagai deskripsi upaya atau usaha individu untuk melakukan sesuatu. Upaya siswa untuk memulai bisnis sendiri berdampak pada minat mereka dalam berwirausaha. Ajzen juga menyusun Teori Tindakan Beralasan, yang merupakan penjabaran dari teori ini. Variabel latar belakang individu dapat memengaruhi minat dalam persepsi kontrol atas perilaku (Ajzen, 2005). Faktor tersebut antara lain: Pendidikan kewirausahaan, Kepercayaan diri dan Penggunaan E-Commerce. Sehingga jika seorang mahasiswa ingin meningkatkan minat berwirausaha maka ia pun harus meningkatkan penggunaan e-commerce dengan begitu akan meningkatkan kepercayaan dirinya dan pada akhirnya akan meningkatkan minat berwirausaha.

### **SIMPULAN**

1. Kepercayaan diri dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan
2. Kepercayaan diri dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh penggunaan E-Commerce.
3. Minat Berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan
4. Minat Berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Penggunaan E-Commerce
5. Minat Berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Kepercayaan diri.
6. Minat berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan melalui Kepercayaan Diri
7. Minat berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Penggunaan E-Commerce melalui Kepercayaan Diri

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agusmiati, Dini & Agus Wahyudin. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, Dan Motivasi, Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating. *Economic Education Analysis Journal (EEAJ)*. 7(3). 2502-356.
- Anggresta, V., Maya, S., & Septariani, D. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha. *Research and Development Journal of Education*, 8(1), 153.
- Arikunto. (2015). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka.
- Bandura. et al. (2020). Dalam Lodi Wishnu Wardani dkk. *The Impact Of Enterpreneuership Education And Students Enterpreurial Mindset : The Mediating Rule Of Attitude And Self-Efficacy*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D. Bandung : Alfabeta.
- Suherman, Dr. Eman. (2010). *Business Entreprenuer*. Bandung : Alfabeta. Sujarweni, V. Wiratna. (2014). Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.