

Pengaruh Pengguna *E-Commerce*, Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Nadiyah Safira^{1*}, Retno Mustika Dewi²

^{1,2} Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Jl. Raya Kampus Unesa, Lidah Wetan, Kec. Lakarsantri, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

E-mail: nadiyah.21072@mhs.unesa.ac.id

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1649>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 09 July 2025

Revised: 15 July 2025

Accepted: 21 July 2025

Kata Kunci:

Minat Berwirausaha,
Motivasi Berwirausaha,
Pengetahuan Kewirausahaan
dan Penggunaan *E-commerce*.

Keywords:

*Entrepreneurial Interest,
Entrepreneurial Motivation,
Entrepreneurial Knowledge
and Use Of E-Commerce.*



ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan, dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 57 peserta didik kelas XI SMAS Semen Gresik dengan metode penelitian asosiatif kausal berpendekatan kuantitatif. Instrument penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan berbantuan software IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi untuk kewirausaha, pengetahuan tentang kewirausahaan, dan penggunaan *e-commerce* secara bersamaan memengaruhi minat berwirausaha. Dengan demikian, meskipun pihak sekolah berupaya memberikan dukungan dalam pembelajaran kewirausahaan, tidak dapat dipungkiri bahwa motivasi berwirausaha yang ada saat ini belum cukup signifikan untuk meningkatkan minat peserta didik dalam berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain mungkin lebih berpengaruh dalam membentuk ketertarikan peserta didik terhadap dunia kewirausahaan.

This study aims to determine the effect of e-commerce usage, entrepreneurial knowledge, and entrepreneurial motivation on entrepreneurial interest. This study used a sample of 57 grade XI students of SMAS Semen Gresik with a causal associative research method with a quantitative approach. The research instrument was a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis assisted by IBM SPSS software. The results showed that motivation for entrepreneurship, knowledge of entrepreneurship, and the use of e-commerce simultaneously influenced entrepreneurial interest. Thus, although the school tries to provide support in entrepreneurship learning, it cannot be denied that the current entrepreneurial motivation.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Nadiyah Safira, et al (2025) Pengaruh Pengguna *E-Commerce*, Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha, 4(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1649>

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi suatu negara sangat dipengaruhi oleh peningkatan kapasitas produksi barang dan jasa. Salah satu pendorong utama proses tersebut adalah kewirausahaan yang dilakukan oleh individu melalui kegiatan inovatif dan penciptaan nilai tambah. Kewirausahaan memainkan peran vital dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, serta memperkuat fondasi perekonomian negara (Khamimah, 2021). Namun demikian, jumlah wirausahawan di Indonesia masih tergolong rendah. Kondisi ini menjadi salah satu penyebab meningkatnya angka pengangguran karena pertumbuhan penduduk tidak sebanding dengan penciptaan lapangan kerja baru. Salah satu strategi jangka panjang untuk meningkatkan jumlah wirausahawan adalah menumbuhkan minat berwirausaha sejak usia

sekolah, khususnya di tingkat SMA. Minat ini penting karena menjadi dasar terbentuknya niat dan keberanian untuk memulai usaha. Menurut BPS (2022), hanya sekitar 15% siswa SMA yang memiliki rencana untuk memulai usaha setelah lulus. Rendahnya angka ini menunjukkan bahwa diperlukan pendekatan yang lebih efektif dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan pelajar. Hidayati (2023) menyatakan bahwa minat berwirausaha bukan hanya mendukung penciptaan lapangan kerja, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam memacu pertumbuhan ekonomi melalui inovasi dan kreativitas usaha.

Minat berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti lingkungan sosial, pengalaman pribadi, serta pendidikan kewirausahaan. Pendidikan menjadi salah satu kunci utama dalam membentuk sikap dan pengetahuan yang mendukung niat berwirausaha. Penelitian oleh Sari dan Prabowo (2022) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang diterapkan secara efektif dapat meningkatkan minat siswa untuk berwirausaha. Namun, tantangan yang muncul adalah masih adanya kesenjangan antara materi yang diajarkan dengan implementasi praktik nyata. Hal ini mengakibatkan rendahnya keterlibatan emosional dan motivasional siswa dalam menjadikan wirausaha sebagai pilihan karier. Di tengah perkembangan teknologi digital, penggunaan e-commerce menjadi salah satu variabel penting yang patut diperhitungkan. E-commerce memungkinkan individu memulai usaha dengan modal yang relatif kecil dan risiko lebih rendah. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2021), pertumbuhan e-commerce di Indonesia mencapai 30% setiap tahunnya, menunjukkan potensi besar untuk dimanfaatkan dalam pengembangan kewirausahaan siswa. Sapitri & Fatimah (2020) mengungkapkan bahwa e-commerce memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan minat wirausaha karena memudahkan proses pemasaran, distribusi, hingga transaksi.

Faktor lainnya yang turut memengaruhi minat berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan, yakni pemahaman siswa tentang konsep dasar bisnis seperti manajemen, pemasaran, hingga aspek hukum. Sari & Prabowo (2022) menekankan bahwa pengetahuan yang kuat mendorong rasa percaya diri dalam memulai usaha. Trisnawati (2017), Dewi & Subroto (2020), dan Arifin & Qodariah (2023) juga menyimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memberikan kontribusi signifikan terhadap minat siswa untuk berwirausaha karena membantu dalam pengambilan keputusan, mengelola risiko, dan merancang strategi usaha yang efektif. Tak kalah pentingnya, motivasi berwirausaha menjadi faktor internal yang mendorong individu untuk mengambil risiko dan berinovasi. Motivasi dapat berasal dari keinginan untuk mandiri, mencapai prestasi, atau memberikan kontribusi sosial (Hidayati, 2023). Rajabi (2018) menjelaskan bahwa motivasi berwirausaha mampu menghasilkan sikap proaktif dalam mengelola usaha, bahkan di tengah tantangan berat. Dalam konteks pendidikan menengah, motivasi yang tinggi harus diperkuat dengan pengalaman praktik agar mampu berkembang menjadi minat dan tindakan nyata. Bartha et al. (2019) dan Eijdenberg et al. (2021) menegaskan bahwa motivasi berwirausaha melibatkan berbagai aspek psikologis seperti kemandirian, penetapan tujuan, dan hasrat untuk mengembangkan ide usaha.

Namun berdasarkan pengamatan di SMAS Semen Gresik, diketahui bahwa sebagian besar peserta didik masih menunjukkan minat berwirausaha yang rendah. Sebagian besar siswa lebih tertarik menjadi pegawai negeri atau karyawan perusahaan dibanding menjadi wirausahawan. Hanya sebagian kecil yang berminat karena pengaruh keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun beberapa program seperti *technopreneurship* dan *Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5)* telah dilaksanakan, implementasinya belum berjalan optimal. Banyak siswa menganggap kegiatan tersebut sebagai tugas sekolah semata, bukan sebagai peluang nyata untuk berwirausaha. Selain itu, meskipun siswa terbiasa menggunakan e-commerce untuk kebutuhan pribadi seperti belanja online, mereka belum percaya diri untuk menggunakannya dalam konteks berjualan atau membangun usaha. Hal ini disebabkan oleh rendahnya pemahaman mereka terhadap strategi pemasaran digital dan minimnya pengalaman bisnis langsung. Purwaningsih dkk. (2018) menjelaskan bahwa e-commerce adalah aktivitas bisnis yang dilakukan melalui jaringan internet dan melibatkan berbagai aktor pasar. Namun menurut data BPS (2022), hanya 34,10% pelaku usaha di Indonesia yang sudah memanfaatkan e-commerce, menandakan bahwa pemanfaatannya masih rendah, terutama di kalangan pelajar.

Di sisi lain, beberapa hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang saling bertentangan. Puspitaningsih (2014) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak memengaruhi minat berwirausaha, berbeda dengan temuan Sapitri & Fatimah (2020) yang justru menyebutkan sebaliknya.

Hendrawan & Sirine (2017) menemukan bahwa motivasi tidak signifikan memengaruhi minat wirausaha mahasiswa, sedangkan Saputri et al. (2016) menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian oleh Yadewani & Wijaya (2017) memang membahas pengaruh e-commerce terhadap minat wirausaha, namun tidak menjelaskan secara rinci mengapa e-commerce dapat memengaruhi minat tersebut. Melihat berbagai temuan tersebut, maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi gap yang ada dengan menganalisis secara simultan pengaruh penggunaan e-commerce, pengetahuan kewirausahaan, dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha siswa SMA. Fokus penelitian ditujukan kepada peserta didik kelas XI SMAS Semen Gresik yang telah mendapatkan pembelajaran kewirausahaan dalam program kokurikuler dan proyek sekolah. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dalam merancang pendidikan kewirausahaan yang lebih kontekstual, integratif, dan sesuai dengan kebutuhan peserta didik di era digital saat ini.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan kausal. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan data bersifat numerik dan dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2022). Adapun asosiatif merupakan pendekatan yang dirancang untuk menemukan bagaimana hubungan antara dua variabel atau lebih, sedangkan kausalitas adalah hubungan yang menggambarkan sifat sebab dan akibat (Sugiyono, 2022). Pengumpulan data menggunakan kuesioner pada sampel yang sesungguhnya, akan di uji validitas dan realibilitas. Setelah pengumpulan data yang sebenarnya selesai dilakukan, akan diolah dengan teknik statistik. Dilaksanakannya penelitian ini untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara Penggunaan *E-commerce* (X1), Pengetahuan Kewirausahaan (X2), Motivasi Berwirausaha (X3), Minat Berwirausaha (Y). Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Data ini meliputi kuesioner yang dibagikan kepada siswa – siswi SMAS Semen Gresik angkatan 2023.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa – siswi yang terdiri dari 4 kelas, yaitu kelas XI-1, XI-2, XI-3, dan XI-4. Peneliti tertarik untuk memilih siswa – siswi angkatan 2023 dari keempat kelas tersebut karena siswa- siswi kelas XI-1, XI-2, XI-3, dan XI-4 telah menempuh pembelajaran Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5) dengan tema kewirausahaan. Total keseluruhan populasi siswa-siswi sejumlah 57 siswa-siswi. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi penelitian. (Sugiyono, 2022). Adapun dalam pengambilan sampel penelitian ini menggunakan sampling jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bisa semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Angkatan	Kelas	Jumlah Siswa
2023	XI – 1	11
	XI – 2	5
	XI – 3	19
	XI – 4	22
Jumlah		57

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah teknik penelitian dengan perangkat tertentu sebagai sarana untuk mencari data yang diperlukan selama proses dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melalui dua cara, yaitu Kuesioner/ Angket dan Observasi. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert, dimana setiap alat respon dengan skala likert memiliki gradasi opsi respon dari sangat positif hingga sangat negatif, dengan skala yang memuat lima tingkat preferensi jawaban. Analisis data dalam penelitian ini, menggunakan metode kuantitatif yang alat bantu SPSS. Adapun analisis data yang dilakukan antara lain analisis deskriptif, transformasi data, uji hipotesis, uji asumsi klasik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah data dari 57 responden dianalisis menggunakan SPSS versi 25, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan dari penggunaan e-commerce dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha peserta didik. Sebaliknya, motivasi berwirausaha tidak memberikan pengaruh

signifikan secara parsial. Temuan ini memberikan gambaran empiris bahwa variabel kognitif dan digital memiliki kontribusi lebih kuat dibandingkan faktor afektif dalam membentuk minat wirausaha. Model regresi yang terbentuk adalah:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi (B)	t Hitung	Sig. (p)
(Konstanta)	3.728	-	-
Penggunaan E-commerce (X1)	0.167	2.717	0.009
Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	0.859	14.336	0.000
Motivasi Berwirausaha (X3)	0.086	1.669	0.101

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa variabel penggunaan e-commerce (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.009 ($p < 0.05$) dan pengetahuan kewirausahaan (X2) sebesar 0.000 ($p < 0.05$), yang berarti keduanya berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Sebaliknya, motivasi berwirausaha (X3) memiliki nilai signifikansi 0.101 ($p > 0.05$), sehingga tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial. Dengan demikian, secara individu, aspek penguasaan teknologi digital dan pengetahuan bisnis memiliki kontribusi lebih dominan dalam meningkatkan minat siswa untuk berwirausaha dibandingkan hanya mengandalkan dorongan motivasional.

Tabel 2. Hasil Uji F (Simultan)

Sumber Variasi	F Hitung	Sig. (p)
Model Regresi	418.589	0.000

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 418.589 dengan signifikansi 0.000. Karena nilai $p < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha peserta didik. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun tidak semua variabel berpengaruh secara parsial, tetapi secara bersama-sama model ini dapat menjelaskan variasi dalam minat berwirausaha siswa secara kuat.

Tabel 3. Koefisien Determinasi (R Square)

R Square	Adjusted R Square
0.960	0.957

Dari Tabel 3 diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0.957 yang berarti bahwa 95,7% variasi dari minat berwirausaha peserta didik dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas, yaitu penggunaan e-commerce, pengetahuan kewirausahaan, dan motivasi berwirausaha. Sisanya sebesar 4,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti faktor lingkungan keluarga, pengalaman usaha sebelumnya, atau pengaruh media sosial. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan digital dan berbasis pengetahuan merupakan fondasi penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan pelajar. E-commerce memberikan akses langsung ke pasar nyata dan membantu membangun keberanian mencoba, sementara pengetahuan kewirausahaan memberikan pemahaman sistematis dalam mengelola usaha. Keduanya menjadi bekal penting yang harus diintegrasikan dalam kurikulum kewirausahaan, terutama di era ekonomi digital saat ini. Sebaliknya, motivasi internal siswa belum terbukti cukup kuat untuk menjadi pemicu minat wirausaha tanpa dukungan pengetahuan dan sarana praktik. Hasil ini juga menunjukkan pentingnya pendekatan praktik langsung dan pembelajaran berbasis proyek, agar siswa tidak hanya termotivasi, tetapi juga siap secara kognitif dan teknologis.

SIMPULAN

Penggunaan e-commerce dan pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha peserta didik kelas XI SMAS Semen Gresik. Pengetahuan kewirausahaan merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi minat berwirausaha, diikuti oleh penggunaan e-commerce. Hal ini menunjukkan bahwa kesiapan kognitif dan penguasaan teknologi digital sangat penting dalam membentuk niat siswa untuk memulai usaha. Sebaliknya, motivasi berwirausaha tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa motivasi internal yang dimiliki peserta didik belum cukup kuat untuk mendorong tindakan nyata dalam berwirausaha tanpa didukung oleh pengetahuan dan pengalaman praktik yang

memadai. Secara simultan, ketiga variabel yaitu penggunaan e-commerce, pengetahuan kewirausahaan, dan motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu, pendekatan pendidikan kewirausahaan yang menekankan pada integrasi pengetahuan, pemanfaatan teknologi digital, dan pengalaman praktik lapangan sangat disarankan untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan sejak usia sekolah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak SMAS Semen Gresik yang telah memberikan izin dan dukungan selama proses pengumpulan data. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak/Ibu guru, serta seluruh peserta didik kelas XI yang telah menjadi responden dan memberikan jawaban yang jujur dan kooperatif. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, Dr. Retno Mustika Dewi, M.Si., atas bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga dalam penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Arifin, Z., & Qodariah, L. (2023). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 1–12.
- Bartha, Z., Gubik, A. S., & Bereczk, Á. (2019). The social dimension of the entrepreneurial motivation in the Central and Eastern European countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(1), 9–27.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik e-commerce Indonesia*. <https://www.bps.go.id>
- Dewi, A. P., & Subroto, B. (2020). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 105–112.
- Eijdenberg, E. L., Paas, L. J., & Masurel, E. (2021). Entrepreneurial motivation and performance of small firms in a developing country. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(1), 79–100.
- Hendrawan, R., & Sirine, H. (2017). Pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat wirausaha mahasiswa. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 14(1), 1–10.
- Hidayati, F. (2023). Strategi peningkatan minat wirausaha generasi muda. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(1), 22–34.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2021). *Laporan e-commerce Indonesia*. www.kemendag.go.id
- Khamimah, K. (2021). Peran wirausaha dalam pertumbuhan ekonomi nasional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 133–140.
- Purwaningsih, E., dkk. (2018). Peran teknologi dalam pengembangan e-commerce sebagai sarana promosi UMKM. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 5(1), 15–23.
- Rajabi, F. (2018). Entrepreneurial motivation and its impact on business performance. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(2), 85–98.
- Sapitri, A., & Fatimah, Z. (2020). Pengaruh e-commerce terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 5(2), 110–118.
- Sari, R. M., & Prabowo, H. (2022). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa SMA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 4(1), 23–30.
- Saputri, M., Widodo, W., & Santosa, S. (2016). Motivasi berwirausaha dan implikasinya terhadap minat mahasiswa dalam membangun usaha. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 13(1), 43–55.
- Trisnawati, I. (2017). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 66–74.
- Yadewani, R., & Wijaya, M. (2017). Pengaruh penggunaan e-commerce terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 8(1), 34–42.
- Yurianto, A., & Armansyah, A. (2021). Pendidikan kewirausahaan dan perannya dalam pembentukan karakter siswa. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 11(1), 25–39.
- Zimmerer, T., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Pearson Education.