

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1. Universitas Katolik Soegijapranata

Universitas katolik Soegijpranata adalah perguruan tinggi katolik di indonesia yang mempunyai akreditasi institusi "A", yang berada di kota Semarang, Jawa Tengah. Universitas Katolik Soegijapranata di bawah naungan Yayasan Sandjojo yang terafiliasi dengan Keuskupan Agung Semarang. Universitas ini merupakan kelanjutan dari Universitas Katolik Atmajaya Cabang Semarang dan yang kemudian berubah menjadi Institut Teknologi Katolik Semarang (I.T.K.S.). Pada tanggal 5 Agustus 1982 dengan Surat Keputusan Mendikbud RI tanggal 24 September 1983 Nomor.0400/0/1983, I.T.K.S. berubah menjadi Universitas Katolik Soegijapranata. Nama "Soegijapranata" diambil dari nama Mgr. Alb. Soegijapranata, SJ, seorang imam dan Uskup Agung pribumi pertama yang menjadi tokoh dan pahlawan nasional di Indonesia.

Universitas Katolik Soegijapranata juga mempunyai pusat pengembangan kewirausahaan yang biasa disebut CSE (*Center for Student Entrepreneurship*). CSE akan mendampingi mahasiswa yang sudah berminat untuk mencoba berwirausaha. Dan membuka *workshop*, melakukan expo besar dan kecil, serta memfasilitasi marketing maupun teknologinya untuk membantu mahasiswa yang berwirausaha.

4.1.2. Universitas Diponegoro

Universitas Diponegoro yang biasa disingkat Undip, adalah sebuah Perguruan Tinggi Negeri di Indonesia yang berlokasi di Semarang, Jawa Tengah, Indonesia. Universitas Diponegoro didirikan pada tahun 1957 dengan nama Universitas Semarang dan berubah menjadi Universitas Diponegoro pada tahun 1960. Kata Diponegoro diambil dari

nama pahlawan nasional, yaitu Pangeran Diponegoro. Universitas Diponegoro mempunyai akreditasi institusi “A”.

Universitas Diponegoro memiliki laboratorium kewirausahaan yang terletak di gedung FEB. Laboratorium kewirausahaan di Universitas Diponegoro sebagai incubator bisnis dan di laboratorium tersebut pun untuk seluruh mahasiswa Universitas Diponegoro yang ingin mengembangkan bisnisnya, lalu di laboratorium tersebut juga terdapat dosen yang bisa dijadikan sebagai pembimbing bisnis.

4.2. Deskripsi Karakteristik Responden

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin

Usia	Jenis Kelamin		Total
	Laki-laki	Perempuan	
<18	0	0	0
18-22	25	28	53
>22	6	1	7

Berdasarkan tabel 8 karakteristik responden berdasarkan usia dan jenis kelamin sebagian besar responden berusia antara 18-22 tahun yaitu sebanyak 53 responden yang 28 diantaranya adalah berjenis kelamin wanita. Lalu untuk usia >22, terdapat 7 responden 6 diantaranya adalah laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia 18-22. Sedangkan untuk kota asal Semarang memiliki 37 responden (61,6%) dan untuk di luar Semarang memiliki 23 responden (38,3%)

4.3. Tanggapan Responden terhadap Kuesioner Pertanyaan no 1 – 6

Mahasiswa yang sudah pernah melakukan kegiatan penjualan adalah 57 responden (95%) sudah pernah melakukan kegiatan penjualan seperti danus dan online shop dan hanya 3 orang (5%) saja yang belum pernah melakukan kegiatan penjualan.

Pengertian tentang *E commerce* bagi mahasiswa adalah merupakan tempat transaksi, penjualan, pemasaran serta penyebaran *online* yang mempertemukan penjual dan pembeli secara *online* yang menggunakan aplikasi *marketplace* (Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dll) atau lewat situs pribadi yang berbasis *www*.

Mahasiswa yang sudah pernah melakukan transaksi dengan *E commerce* terdapat 54 responden (90%), sedangkan 6 (10%) belum pernah melakukan transaksi melalui *E commerce* dan rata-rata *E commerce* yang digunakan paling banyak oleh mahasiswa adalah Shopee lalu yang kedua Tokopedia, ketiga Bukalapak, dan hanya sedikit untuk *E commerce* Blibli, Lazada, Zalora, JD.ID, Aliexpress, OLX, dan Facebook.

Mahasiswa yang pernah melakukan penjualan dengan menggunakan *E commerce* terdapat 37 responden (61,6%), sedangkan 23 (38,3%) belum pernah melakukan penjualan dengan menggunakan *E commerce*.

Dengan berwirausaha melalui *E commerce* mahasiswa sebanyak 19 responden (31,6%) ingin memulai berwirausaha dengan *fashion*, 13 responden (21,6%) ingin memulai berwirausaha dengan makanan, 9 responden (15%) ingin memulai berwirausaha dengan elektronik, 7 responden (11,6%) ingin memulai berwirausaha dengan *skincare/makeup*, 2 responden (3,3%) ingin memulai berwirausaha dengan menjual jasa, dan 10 responden (16,6%) ingin memulai berwirausaha dengan menjual lain-lain

Alasan mahasiswa ingin berwirausaha melalui *E commerce* karena biaya lebih murah, mengurangi biaya untuk keperluan sewa, biaya marketing lebih murah, target pasar lebih luas, lebih mudah dalam penggunaan serta aman karena terdapat system, lebih fleksibel, efektif dan efisien, penggunaannya lebih cepat dan simple,

sesuai *passion*, banyaknya promo seperti *cashback*, dan karena *E commerce* sedang naik daun/trend karena di jaman sekarang banyak sekali orang yang menggunakan *E commerce* sebagai transaksi jual dan beli.

4.4. Tanggapan Responden terhadap Indikator Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Tanggapan responden terhadap indikator minat berwirausaha melalui *E commerce* memiliki 7 sub variabel dan 20 indikator. Tanggapan responden akan dikategorikan berdasarkan tabel 7 dengan melihat nilai rata-rata pada masing-masing *item* kuesioner. Berikut adalah tanggapan responden berdasarkan sub variabel dalam minat berwirausaha.

4.4.1. Tanggapan Responden terhadap Harga Diri dalam Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Harga diri merupakan suatu kebanggaan saat dapat melakukan wirausaha yang nantinya dapat diakui oleh orang lain. Terdapat 3 indikator harga diri yaitu dihargai jika memiliki usaha sendiri, merasa percaya diri jika memiliki usaha sendiri, serta merasa diakui oleh lingkungan sekitar jika memiliki usaha sendiri. Berikut adalah tabel tanggapan responden terhadap harga diri dalam minat berwirausaha melalui *E commerce*:

Tabel 9. Tanggapan Responden terhadap Harga Diri dalam Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Indikator	Jawaban								Total Skor	N	Rata-rata /indikator
	SS (4)		S(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S			
Dihargai jika memiliki usaha sendiri	13	52	35	105	11	22	1	1	180	60	3
Percaya diri jika memiliki usaha sendiri	19	76	35	105	5	10	1	1	192		3.2
Diakui oleh lingkungan sekitar jika memiliki usaha sendiri	10	40	21	63	26	52	3	3	158		2.633333
Rata-rata											2.944444

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Keterangan :

F= Frekuensi

S= Skor

Berdasarkan hasil tabel di atas data yang didapat adalah sebagai berikut:

Mahasiswa merasa dihargai jika memiliki usaha sendiri dengan mean 3 yang mempunyai keterangan setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa dihargai jika berwirausaha melalui *E commerce*.

Mahasiswa merasa percaya diri jika memiliki usaha sendiri dengan mean 3,2 yang mempunyai keterangan setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa percaya diri jika berwirausaha melalui *E commerce*.

Mahasiswa merasa diakui oleh lingkungan sekitar jika memiliki usaha sendiri dengan mean 2,63 yang mempunyai keterangan setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas

Diponegoro merasa diakui lingkungan sekitar jika berwirausaha melalui *E commerce*.

Dari hasil di atas maka rata-rata sub variabel harga diri di atas adalah 2,9 yang mempunyai keterangan setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa dihargai jika memiliki usaha di *E commerce*, merasa percaya diri serta merasa diakui lingkungan sekitar jika memiliki usaha sendiri di *E commerce*.

4.4.2. Tanggapan Responden terhadap Tantangan Pribadi dalam Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Tantangan pribadi merupakan suatu tantangan untuk diri sendiri apakah mampu untuk menghadapi tantangan yang belum pernah dicoba, atau bahkan mengulang tantangan tersebut, supaya mendapat pengalaman dari tantangan itu. Tantangan pribadi memiliki 3 indikator yaitu ingin mencoba hal-hal baru, menghadapi persaingan harga yang lebih ketat, menghadapi persaingan untuk mendapatkan *loyal customer* lebih sulit. Tetapi untuk indikator menghadapi persaingan harga yang lebih ketat tidak valid. Maka hanya terdapat 2 indikator yang dimasukkan yaitu ingin mencoba hal-hal baru dan menghadapi persaingan untuk mendapatkan *loyal customer* lebih sulit. Berikut adalah tabel tanggapan responden terhadap tantangan pribadi dalam minat berwirausaha melalui *E commerce*:

Tabel 10. Tanggapan Responden terhadap Tantangan Pribadi dalam Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Indikator	Jawaban								Total Skor	N	Rata-rata /indikator
	SS (4)		S(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S			
Ingin mencoba hal-hal baru	36	144	22	66	1	2	1	1	213	60	3.55

Indikator	Jawaban								Total Skor	N	Rata-rata /indikator
	SS (4)		S (3)		TS (2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S			
Menghadapi persaingan untuk mendapatkan <i>loyal customer</i> lebih sulit	25	100	18	54	11	22	6	6	182	60	3.033333
Rata-rata											3.291667

Sumber: Data primer yang diolah. 2019.

Keterangan :

F= Frekuensi

S= Skor

Berdasarkan hasil tabel di atas data yang didapat adalah sebagai berikut:

Mahasiswa ingin mencoba berjualan *online* melalui *E commerce* dengan mean 3,55 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro sangat ingin mencoba berjualan *online* melalui *E commerce*.

Persaingan untuk mendapatkan *loyal customer* lebih sulit jika berwirausaha melalui *E commerce* dengan mean 3,03 yang mempunyai keterangan setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa bahwa persaingan untuk mendapatkan *loyal customer* akan sangat sulit jika berwirausaha melalui *E commerce*.

Dari hasil di atas maka rata-rata sub variabel tantangan pribadi di atas adalah 3,29 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas

Diponegoro sangat ingin mencoba berjualan online melalui *E commerce*, persaingan untuk mendapatkan *loyal customer* akan lebih sulit jika berwirausaha melalui *E commerce*

4.4.3. Tanggapan Responden terhadap Keinginan menjadi Bos dalam Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Keinginan menjadi bos adalah keinginan untuk membuka usahanya sendiri. Keinginan menjadi bos memiliki 3 indikator yaitu keinginan mempunyai usaha sendiri, keinginan untuk mempermudah menginstruksi karyawan, serta keinginan untuk memudahkan dalam membuat keputusan sendiri. Berikut adalah tabel tanggapan responden terhadap keinginan menjadi bos dalam minat berwirausaha melalui *E commerce*:

Tabel 11. Tanggapan Responden terhadap Keinginan menjadi Bos dalam Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Indikator	Jawaban								Total Skor	N	Rata-rata /indikator
	SS (4)		S(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S			
Keinginan mempunyai usaha sendiri	38	152	21	63	0	0	1	1	216	60	3.6
Keinginan untuk mempermudah menginstruksi karyawan	14	56	31	93	14	28	1	1	178		2.966667
Keinginan untuk memudahkan dalam membuat keputusan sendiri	20	80	35	105	5	10	0	0	195		3.25
Rata-rata											3.272222

Sumber: Data primer yang diolah. 2019.

Keterangan :

F= Frekuensi

S= Skor

Berdasarkan hasil tabel di atas data yang didapat adalah sebagai berikut:

Mahasiswa memiliki keinginan untuk membuka usaha sendiri melalui *E commerce* dengan mean 3,6 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro sangat ingin membuka usaha sendiri karena kemudahan dalam membuka toko di *E commerce*.

Mahasiswa memiliki keinginan untuk mempermudah menginstruksi karyawan dengan mean 2,96 yang mempunyai keterangan setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa dengan berwirausaha melalui *E commerce* akan mudah dalam menginstruksi karyawan.

Mahasiswa memiliki keinginan untuk mempermudah membuat keputusan sendiri dalam berwirausaha melalui *E commerce* dengan mean 3,25 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro lebih mudah dalam membuat keputusan sendiri melalui *E commerce*.

Dari hasil di atas maka rata-rata sub variabel keinginan menjadi bos di atas adalah 3,27 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro sangat ingin membuka usaha sendiri karena kemudahan dalam membuka toko di *E commerce*, lebih mudah dalam menginstruksi karyawan, serta lebih mudah dalam membuat keputusan sendiri melalui penggunaan *E commerce*.

4.4.4. Tanggapan Responden terhadap Inovasi dalam Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Inovasi dalam minat berwirausaha adalah pemikiran yang kreatif dan inovatif sehingga menciptakan sesuatu yang baru yang belum pernah dibuat atau menginovasi barang yang sudah dibuat. Inovasi memiliki 3 indikator yaitu dapat melihat peluang untuk menciptakan inovasi baru, keinginan membuat sesuatu yang berbeda dari yang lain, serta senang melakukan percobaan untuk membuat produk

baru. Berikut adalah tabel tanggapan responden terhadap inovasi dalam minat berwirausaha melalui *E commerce*:

Tabel 12 Tanggapan Responden terhadap Inovasi dalam Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Indikator	Jawaban								Total Skor	N	Rata-rata /indikator
	SS (4)		S(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S			
Dapat melihat peluang untuk menciptakan inovasi baru	36	144	24	72	0	0	0	0	216	60	3.6
Keinginan membuat sesuatu yang berbeda dari yang lain	31	124	24	72	5	10	0	0	206		3.433333
Senang melakukan percobaan untuk membuat produk baru	33	132	20	60	7	14	0	0	206		3.433333
Rata-rata											3.488889

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Keterangan :

F= Frekuensi

S= Skor

Berdasarkan hasil tabel di atas data yang didapat adalah sebagai berikut:

Mahasiswa dapat melihat peluang untuk menciptakan inovasi baru dengan mean 3,6 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa bahwa melalui *E commerce*, lebih bisa untuk melihat peluang untuk menciptakan inovasi terbaru dibandingkan dengan orang lain.

Mahasiswa memiliki keinginan membuat sesuatu yang berbeda dari yang lain dengan mean 3,43 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut

dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro lebih bisa untuk menciptakan sesuatu yang berbeda untuk dijual.

Mahasiswa senang melakukan percobaan untuk membuat produk baru dengan mean 3,43 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro lebih senang melakukan percobaan untuk menciptakan sesuatu yang baru untuk di jual melalui *E commerce*.

Rata-rata sub variabel Inovasi di atas adalah 3,48 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro melalui *E commerce*, lebih bisa untuk melihat peluang untuk menciptakan inovasi terbaru dibandingkan orang lain, lebih bisa untuk menciptakan sesuatu yang berbeda untuk dijual, lebih senang melakukan percobaan untuk menciptakan sesuatu yang baru untuk di jual melalui *E commerce*.

4.4.5. Tanggapan Responden terhadap Kepemimpinan dalam Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Kepemimpinan merupakan suatu proses untuk memimpin orang lain sehingga dapat mencapai visi dan misi perusahaan. Kepemimpinan memiliki 3 indikator yaitu lebih mudah dalam melatih karyawan, lebih mudah dalam mengelola karyawan, serta lebih mudah dalam menilai kinerja karyawan. Berikut adalah tabel tanggapan responden terhadap kepemimpinan dalam minat berwirausaha melalui *E commerce*:

Tabel 13. Tanggapan Responden terhadap Kepemimpinan dalam Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Indikator	Jawaban								Total Skor	N	Rata-rata /indikator
	SS (4)		S(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S			
Lebih mudah dalam melatih karyawan	12	48	22	66	24	48	2	2	164	60	2.733333
Lebih mudah dalam mengelola karyawan	12	48	28	84	18	36	2	2	170		2.833333
Lebih mudah dalam menilai kinerja karyawan	15	60	26	78	17	34	2	2	174		2.9
Rata-rata											2.822222

Sumber: Data primer yang diolah. 2019.

Keterangan :

F= Frekuensi

S= Skor

Berdasarkan hasil tabel di atas data yang didapat adalah sebagai berikut:

Lebih mudah melatih karyawan dengan mean 2,73 yang mempunyai keterangan setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro lebih mudah dalam berkomunikasi dengan karyawan melalui *E commerce*.

Lebih mudah dalam mengelola karyawan dengan mean 2,83 yang mempunyai keterangan setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa mudah dalam mengelola karyawan melalui *E commerce*.

Lebih mudah dalam menilai kinerja karyawan dengan mean 2,9 yang mempunyai keterangan setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa

mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa mudah dalam melihat kinerja karyawan melalui *E commerce*.

Rata-rata sub variabel kepemimpinan di atas adalah 2,82 yang mempunyai keterangan setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa mudah dalam berkomunikasi dengan karyawan melalui *E commerce*, mudah dalam mengelola karyawan melalui *E commerce*, dan mudah dalam melihat kinerja karyawan.

4.4.6. Tanggapan Responden terhadap Fleksibilitas dalam Minat Berwirausaha melalui E commerce

Fleksibilitas merupakan suatu kelonggaran dalam usaha sendiri dengan membuat jam kerja sendiri atau aturan sendiri. Fleksibilitas memiliki 3 indikator yaitu dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, waktunya tidak mengikat seperti di kantor, serta peraturan tidak mengikat seperti di kantor. Berikut adalah tabel tanggapan responden terhadap fleksibilitas dalam minat berwirausaha melalui *E commerce*:

Tabel 14. *Tanggapan Responden terhadap Fleksibilitas dalam Minat Berwirausaha melalui E commerce*

Indikator	Jawaban								Total Skor	N	Rata-rata /indikator
	SS (4)		S(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S			
Dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja	48	192	12	36	0	0	0	0	228	60	3.8
Waktunya tidak mengikat seperti di kantor	50	200	8	24	2	4	0	0	228		3.8

Indikator	Jawaban								Total Skor	N	Rata-rata /indikator
	SS (4)		S(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S			
Peraturan tidak mengikat seperti di kantor	43	172	11	33	6	12	0	0	217	60	3.616667
Rata-rata											3.738889

Sumber: Data primer yang diolah. 2019.

Keterangan :

F= Frekuensi

S= Skor

Berdasarkan hasil tabel di atas data yang didapat adalah sebagai berikut:

Dengan berwirausaha melalui *E commerce* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan mean 3,8 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro dengan berwirausaha melalui *E commerce*, sangat fleksibel yaitu bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Dengan berwirausaha melalui *E commerce* waktunya tidak mengikat seperti di kantor dengan mean 3,8 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro dengan berwirausaha melalui *E commerce*, waktu sangat fleksibel dan tidak mengikat seperti di kantor.

Dengan berwirausaha melalui *E commerce* peraturan tidak mengikat seperti di kantor dengan mean 3,616 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro dengan berwirausaha melalui *E commerce*, peraturan sangat fleksibel dan tidak mengikat seperti di kantor.

Rata-rata sub variabel fleksibilitas di atas adalah 3,7 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa

Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro dengan berwirausaha melalui *E commerce*, sangat fleksibel yaitu bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, waktu dan peraturan yang sangat fleksibel dan tidak mengikat seperti di kantor.

4.4.7. Tanggapan Responden terhadap Keuntungan dalam Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Keuntungan dalam berwirausaha merupakan laba dan kelebihan yang diperoleh dari usaha tersebut. Keuntungan memiliki 3 indikator yaitu keuntungan berwirausaha lebih besar daripada menjadi karyawan, keuntungan lebih mudah dalam pengecekan stok, serta keuntungan perbandingan harga lebih mudah untuk mendapatkan supplier. Berikut adalah tabel tanggapan responden terhadap keuntungan dalam minat berwirausaha melalui *E commerce*:

Tabel 15. Tanggapan Responden terhadap Keuntungan dalam Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Indikator	Jawaban								Total Skor	N	Rata-rata /indikator
	SS (4)		S(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S			
Keuntungan berwirausaha lebih besar daripada menjadi karyawan	22	88	34	102	4	8	0	0	198	60	3.3
Keuntungan lebih mudah dalam pengecekan stok	31	124	24	72	5	10	0	0	206		3.433333
Keuntungan perbandingan harga lebih mudah untuk mendapatkan supplier	36	144	22	66	2	4	0	0	214		3.566667
Rata-rata											3.313636

Sumber: Data primer yang diolah. 2019.

Keterangan :

F= Frekuensi

S= Skor

Berdasarkan hasil tabel di atas data yang didapat adalah sebagai berikut:

Keuntungan dengan berwirausaha lebih besar daripada menjadi karyawan dengan mean 3,3 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa keuntungan dalam berwirausaha melalui *E commerce* sangat besar dibandingkan dengan toko konvensional.

Keuntungan dalam berwirausaha melalui *E commerce* lebih mudah dalam pengecekan stok dengan mean 3,43 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa bahwa keuntungan dalam berwirausaha melalui *E commerce*, maka akan lebih mudah dalam pengecekan stok.

Keuntungan dalam berwirausaha melalui *E commerce* lebih mudah untuk membandingkan harga untuk mendapatkan supplier dengan mean 3,56 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa bahwa keuntungan dalam berwirausaha melalui *E commerce*, maka akan lebih mudah membandingkan harga untuk mendapatkan supplier.

Rata-rata sub variabel keuntungan di atas adalah 3,43 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro merasa bahwa keuntungan dalam berwirausaha melalui *E commerce* sangat besar dibandingkan dengan toko konvensional, lebih mudah dalam pengecekan stok, dan lebih mudah membandingkan harga untuk mendapatkan supplier.

4.5. Tanggapan Responden terhadap Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Minat berwirausaha melalui *E commerce* adalah keinginan mahasiswa untuk menjalankan usaha sendiri yang diukur dengan memiliki harga diri atau suatu kebanggaan dalam berwirausaha, menyukai tantangan pribadi dalam menghadapi tantangan baru, berkeinginan menjadi bos yang membuka usahanya sendiri, suka berinovasi dalam membuka usahanya dengan produk inovatif, memiliki sikap kepemimpinan yang dapat memimpin orang atau anggota untuk mencapai visi dan misi, memiliki kemampuan fleksibilitas dalam membuat jadwal dan aturan dalam usaha sendiri, dan dapat memperoleh keuntungan yang didapat dari usaha sendiri, serta memiliki keinginan untuk berwirausaha dalam *E commerce* supaya dapat dilakukan dimana saja serta tidak membutuhkan waktu dan biaya yang banyak untuk membuka suatu usaha. Berikut adalah tabel tanggapan responden terhadap minat berwirausaha melalui *E commerce*:

Tabel 16. Tanggapan Responden terhadap Minat Berwirausaha melalui *E commerce*

Sub Variabel	Total	Rata-rata	Keterangan
Harga diri	530	2.944444	Tinggi
Tantangan pribadi	395	3.291667	Sangat tinggi
Keinginan menjadi bos	589	3.272222	Sangat tinggi
Inovasi	628	3.488889	Sangat tinggi
Kepemimpinan	508	2.822222	Tinggi
Fleksibilitas	673	3.738889	Sangat tinggi
Keuntungan	618	3.433333	Sangat tinggi
Total	3941	3.284167	Sangat tinggi

Sumber: Data primer yang diolah. 2019.

Keseluruhan total skor dari semua indikator di atas adalah 3941 dengan rata-rata 3,284167 yang mempunyai keterangan sangat setuju. Yang artinya mahasiswa sangat berminat untuk melakukan kegiatan berwirausaha dengan *E commerce*. Dengan menggunakan *E commerce* mahasiswa merasa mempunyai harga diri yang sangat tinggi, adanya banyak tantangan jika memulai berwirausaha dengan *E commerce*, sangat ingin menjadi bos, memiliki kepemimpinan yang sangat baik, dengan *E commerce* maka akan lebih fleksibel, dan memiliki keuntungan yang sangat banyak dengan berwirausaha melalui *E commerce*.

4.6. Pembahasan

Berdasarkan hasil dari mean dari setiap indikator ditemukan bahwa jumlah yang di dapat rata-rata berada di tingkat tinggi dan sangat tinggi. Setiap indikator memiliki peran dalam melihat minat berwirausaha pada mahasiswa. Indikator penggunaan *E commerce* sebagai alat penjualan *online* mendapatkan hasil skor yang sangat tinggi, yang artinya mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dan Universitas Diponegoro lebih suka menggunakan *E commerce* sebagai alat penjualan *online*. Dengan adanya *E commerce* ini mahasiswa merasa bahwa menggunakan *E commerce* dapat mempermudah dalam transaksi, lebih efektif dan efisien, fleksibel, hemat biaya marketing, sewa serta operasional, dan masih banyak lagi kelebihan dari *E commerce*.

Sub variabel harga diri mendapatkan hasil skor setuju, karena berwirausaha melalui *E commerce* membuat sebagian besar mahasiswa mempunyai harga diri yang tinggi. Dengan mempunyai harga diri yang tinggi, artinya mahasiswa memiliki kepercayaan diri yang tinggi, merasa dihargai, dan diakui oleh lingkungan sekitar.

Sub variabel tantangan pribadi mendapatkan hasil skor sangat setuju. Hal tersebut artinya mahasiswa setuju dengan ingin mencoba berwirausaha melalui *E commerce* dan merasa bahwa persaingan jika berwirausaha melalui *E commerce* akan lebih sulit dalam persaingan harga, karena customer dapat melihat harga toko lain dengan mudah sehingga mudah dalam membandingkannya serta akan lebih

sulit dalam mendapatkan loyal customer, karena customer akan berpikir untuk berpindah jika terdapat toko yang lebih murah.

Sub variabel keinginan menjadi bos mendapatkan hasil skor sangat setuju. Artinya mahasiswa sangat ingin menjadi bos, dan juga karena kemudahan *E commerce* dalam membuka toko maka mahasiswa ingin membuka usahanya sendiri. Dalam keinginan menjadi bos mahasiswa merasa lebih mudah dalam menginstruksi karyawan karena system dalam *E commerce* sudah dimudahkan, sehingga mahasiswa sebagai bos akan lebih mudah menginstruksi karyawan untuk melakukan transaksi. Serta dengan adanya *E commerce* maka akan lebih mudah dalam memberikan keputusan untuk toko untuk lebih di*upgrade* atau penggantian system di toko tersebut.

Sub variabel inovasi mendapatkan hasil skor sangat setuju. Artinya mahasiswa sangat ingin berinovasi untuk melihat peluang barang apa yang akan diinovasi, melakukan percobaan menciptakan sesuatu yang baru atau unik, setelah itu dapat menciptakan sesuatu yang berbeda dibandingkan orang lain di dalam *E commerce* tersebut. Dengan adanya *E commerce* maka mahasiswa dapat melihat barang-barang yang akan dijadikan peluang inovasi lebih mudah.

Sub variabel kepemimpinan mendapatkan hasil skor setuju. Artinya mahasiswa merasa mudah dalam melatih dan mengelola karyawan. Serta lebih mudah dalam menilai kinerja karyawan melalui aktifitasnya saat di *E commerce* tersebut.

Sub variabel fleksibilitas mendapatkan hasil skor sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat kita lihat bahwa mahasiswa merasa bahwa jika berwirausaha melalui *E commerce* maka akan lebih fleksibel karena bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Serta waktu jam kerja dan peraturan yang tidak terlalu mengikat karena dalam berwirausaha waktu dan peraturan dapat di atur sendiri, sehingga lebih fleksibel. Waktu untuk *E commerce* juga tidak mengikat dan dapat dilakukan kapan saja, dan juga peraturan tidak mengikat seperti di kantor seperti tidak boleh makan di saat

jam kerja atau tidak melakukan kegiatan yang mengganggu pekerjaan seperti mengobrol dengan rekan kerja.

Sub variabel keuntungan dalam memakai *E commerce* juga mendapatkan hasil skor yang sangat setuju. Yang artinya mahasiswa merasa jika memakai *E commerce* akan memiliki keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan membuka toko konvensional, karena tidak perlu menyewa tempat, serta tidak membutuhkan karyawan yang terlalu banyak. Dan akan lebih mudah pengecekan stok, karena terdapat system secara *online* dan juga dapat melihat harga-harga secara langsung untuk membandingkan yang nantinya akan dijadikan supplier oleh mahasiswa.

Hasil tanggapan responden mengenai minat berwirausaha melalui *E commerce* dengan hasil skor sangat setuju. Dapat disimpulkan bahwa, mahasiswa ingin mencoba berwirausaha melalui *E commerce* karena *E commerce* memiliki banyak kelebihan dan kemudahan jika dibandingkan dengan toko-toko konvensional tersebut. Dan juga dengan berwirausaha melalui *E commerce* tidak membutuhkan modal yang banyak seperti membuka toko konvensional.

Perbandingan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti oleh (Novitasyari et al., 2017) yang mempunyai hasil kesimpulan tinggi yang artinya minat dalam berwirausaha lebih rendah jika dibandingkan dengan hasil penelitian penulis. Sedangkan penelitian yang diteliti oleh (Uswaturrasul & Sisilia, 2015) yang mempunyai hasil kesimpulan sangat tinggi. Memiliki kesimpulan minat yang sangat tinggi, sehingga jika dibandingkan dengan hasil penelitian penulis hasilnya sangat berminat untuk berwirausaha.

Hasil penelitian yang dihasilkan dari manfaat penelitian ini adalah dapat mengetahui minat berwirausaha melalui *E commerce* pada mahasiswa sangat tinggi, serta memiliki wawasan baru yang berhubungan dengan *E commerce* yaitu klasifikasi *E commerce*. Dengan penelitian ini responden juga dapat mengetahui, apakah dirinya berminat untuk berwirausaha melalui *E commerce*.