

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Online shop merupakan sistem bisnis modern yang sedang berkembang secara pesat karena adanya kemajuan informasi, teknologi, khususnya internet yang berhasil merevolusi hubungan manusia ke seluruh penjuru dunia. Perkembangan *online shop* melalui media sosial sudah merajalela di masyarakat luas karena sifatnya yang efektif dan efisien, murah, tidak memerlukan modal yang besar, dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Konsumen tidak perlu datang ke toko untuk melihat dan membeli barang, mereka hanya melihat barang melalui internet jika tertarik mereka akan membeli, kemudian transfer uang ke penjual dan barang akan dikirimkan melalui ekspedisi yang ada. Meningkatnya perkembangan teknologi internet, masyarakat menjadikan kesempatan ini untuk berwirausaha dengan menawarkan produk ke konsumen, memberikan inovasi yang menarik.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang memiliki usaha *online shop*, dengan jumlah 30 responden. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara langsung mendatangi responden dan menggunakan *google form*.

4.2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dilakukan untuk menentukan identitas para pelaku usaha *online shop* yang meliputi jenis kelamin, usia, nama usaha, lama usaha berdiri, platform, target market, jenis *online shop*, serta omset per bulan yang didapatkan.

Tabel 4.1

Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori Jenis Kelamin	Jumlah	(%)
Pria	6	20
Wanita	24	80
TOTAL	30	100

Sumber : Data Primer yang diolah (2020)

Dari tabel diatas menunjukkan pada penelitian ini bahwa responden Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang menjadi pelaku usaha *online shop* sebanyak 6 orang (20%) adalah pria dan sisanya 24 orang (80%) adalah wanita. Maka dalam penelitian ini, wanita lebih dominan sebagai pemilik usaha *online shop*.

Tabel 4.2

Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Kategori Usia	Jumlah	(%)
19 tahun	2	6,7
20 tahun	6	20
21 tahun	14	46,7
22 tahun	8	26,7
TOTAL	30	100

Sumber : Data Primer yang diolah (2020)

Tabel diatas menunjukkan gambaran responden berdasarkan kategori usia pada Mahasiswa Universitas katolik Soegijapranata sebagai pelaku usaha *online shop*. Sebanyak 2 orang (6,7%) berusia 19 tahun, lalu sebanyak 6 orang (20%) berusia 20 tahun, kemudian 14 orang (46,7%) berusia 21 tahun dan sisanya 8 responden (26,7%) berusia 22 tahun. Maka

dalam penelitian ini, yang Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang paling mendominasi menjadi pelaku usaha *online shop* berusia 21 tahun.

Tabel 4.3
Gambaran Umum Usaha

No	Nama Pengusaha	Nama Usaha	Target Market
1	Grace F	Kitty Semarang Acc	Wanita Pecinta Hello Kitty
2	Anatasya	merciastuffs	Wanita
3	Laurensia Octaviani	LolenStuff.id	Semua Kalangan
4	Mellisa Angie	Jimshoney_smg	Remaja – dewasa
5	Jesseline Valensia	Girlsstuffarea	Orang dewasa
6	Clara Clalista	Rosée Bouquet	Wilayah semarang, kelas golongan menengah - atas
7	Yolanda Evelyne	yolandaevelyne	Anak muda
8	Andy	Kakiratu	Pria wanita usia >18 memiliki masalah kulit kaki pecah/kasar
9	Violita Wijaya	Sunshinebeauty.co	Anak muda
10	Agnes Claudya	Brandnewday.id	Semua kalangan
11	Jessica Hana	Unniecollection.id	Wanita
12	Mega Lim	luxurylab.id	Semua Kalangan
13	Vania Valencia Setiono	@blessmask_id	Remaja-Dewasa
14	Michelle	Sweet Treats Smg	Wanita
15	Gabrielia Justica	Justdietplum	Semua umur

16	Adit	championsphone	Remaja-orang dewasa
17	Violita Octavia Kurniawan	Authentic Japanese Mochi Vmoch	Kalangan anak muda - orang tua, menengah keatas
18	Keren Julia S	Paperlink.smg	Konsumen yang mengadakan acara (souvenir, desain planner, table setting, invitation/finishing)
19	Michael Hendrawan	Zing Chicken Rice	Semua kalangan
20	Priscilla Patricia	Icilskitchen	Semua kalangan
21	Jennifer Huang	jewelry.id	Remaja – orang dewasa
22	Maggie Utama	Maebeautyshop	Wanita
23	Christina Johan Gita A	filipi.stufg	Semua kalangan
24	Steven Samuel	cemilyukksemarang	Anak muda
25	Sylvia	kanabakery	Menengah ke bawah
26	Viona Elora	boskimchi	Remaja-orang dewasa
27	Axel Brilian	yokdietplum.id	Orang yang memiliki masalah kelebihan berat badan dan orang yang susah buang air besar
28	Yolanda Ayu	omah smartphone	Semua kalangan
29	Ronaldo Probo Y	homemadecatering.smg	Mahasiswa,perusahaan yang membutuhkan makan siang

30	Ainys	earlenecollection	Remaja-dewasa perempuan
----	-------	-------------------	-------------------------

Sumber : Data Primer yang diolah (2020)

Tabel diatas menunjukkan gambaran umum usaha *online shop* pada penelitian ini yang terdiri dari nama pengusaha, nama usaha, dan target *market*.

Tabel 4.4
Gambaran Responden Berdasarkan Kategori Lama Usaha Berdiri

Kategori Lama Usaha Berdiri	Jumlah	(%)
< 1 tahun	6	20
1-3 tahun	18	60
3-5 tahun	5	16,7
> 5 tahun	1	3,3
TOTAL	30	100

Sumber : Data Primer yang diolah (2020)

Tabel diatas menunjukkan gambaran responden berdasarkan kategori lama usaha berdiri. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada ketegori lama usaha berdiri yaitu 1-3 tahun sebanyak 18 orang dengan presentase 60%.

Tabel 4.5
Gambaran Responden Berdasarkan Kategori Platfrom

Kategori Patform	Jumlah	(%)
Instagram	30	100
TOTAL	30	100

Kategori Patform	Jumlah
Shopee	5

Facebook	2
Tokopedia	1
Caraousell	1
TOTAL	9

Sumber : Data Primer yang Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan gambaran responden berdasarkan kategori platform. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa seluruh responden menggunakan platform instagram sebanyak 30 orang dengan presentase 100%. Selain itu disamping mereka menggunakan instagram sebagai *platform*, mereka juga menggunakan sosial media secara bersamaan dapat dilihat sebanyak 5 responden menggunakan shopee, 2 responden menggunakan facebook, 1 responden menggunakan tokopedia, 1 responden menggunakan caraousell.

Tabel 4.6

Gambaran Responden Berdasarkan Kategori Jenis *Online Shop*

Kategori Jenis <i>Online Shop</i>	Jumlah	(%)
Reseller	18	60
Produk Sendiri	12	40
Total	30	100

Sumber : Data Primer yang diolah (2020)

Tabel diatas menunjukkan gambaran responden berdasarkan kategori jenis *online shop*. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden yang paling mendominasi pada ketegori jenis *online shop* yaitu *reseller* sebanyak 18 orang dengan presentase 60%.

Tabel 4.7

Gambaran Responden Berdasarkan Kategori Omset per Bulan

Kategori Omset per Bulan	Jumlah	(%)
< Rp 500.000	6	20
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	13	43,3
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	3	10
> Rp 2.000.000	8	26,7
TOTAL	30	100

Sumber : Data Primer yang diolah (2020)

Tabel diatas menunjukkan gambaran responden berdasarkan kategori omset per bulan. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden yang paling mendominasi pada ketegori omset per bulan yaitu Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 13 orang dengan presentase 43,3%.

4.3. Analisis Data

4.3.1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengaruh Sikap, Motivasi, dan Pengetahuan Teknologi Internet terhadap Keberhasilan Usaha *online shop* Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata. Berikut adalah hasil dari analisis deskriptif yaitu :

4.3.1.1. Analisis Deskriptif untuk Variabel Sikap

Menurut Syamsudin (1997:10) (dalam Sofia, 2017) sikap yaitu tingkah laku yang terlihat dan menampilkannya dalam interaksi di lingkungan. Dalam menjalankan sebuah usaha, diperlukan sikap yang baik untuk mencapai keberhasilan seperti disiplin terhadap sistem kerja yang akan dilakukan, menjaga komitmen yang telah dibuat dari awal, jujur terhadap segala sesuatu karena jujur merupakan salah satu kunci

utama keberhasilan, perlu berpikir kreatif dan inovatif agar menarik konsumen, bersikap secara mandiri tidak bergantung pada orang lain walaupun terkadang dibutuhkan saran dari orang-orang terdekat namun keputusan tetap ada di tangan pemilik usaha. Berikut hasil analisis deskriptif variabel sikap :



Tabel 4.8
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Sikap

No	Indikator	Jawaban								Total Skor	Rata-Rata	Kategori
		STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)				
		F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Disiplin terhadap waktu, kualitas, dan sistem kerja					11	33	19	76	109	3,63	Tinggi
2	Memiliki komitmen yang tinggi					8	24	22	88	112	3,73	Tinggi
3	Jujur dalam situasi apapun					4	12	26	104	116	3,86	Tinggi
4	Berpikir kreatif dan inovatif					9	27	21	84	111	3,70	Tinggi
5	Mandiri dalam mengabil keputusan					9	27	21	84	111	3,70	Tinggi
Rata-Rata										111,8	3,72	Tinggi

Sumber : Data Primer yang Diolah (2020)

Perhitungan dari analisis deskriptif ini adalah frekuensi dikali dengan skor dari setiap pernyataan kemudian hasilnya diletakkan dalam tabel S lalu dihitung total skor dan rata-rata setelah itu dapat diketahui kategori dari setiap pernyataan tinggi atau rendah.

Berdasarkan tabel 4.8, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata untuk variabel sikap sebesar 3,72 dan termasuk kategori tinggi. Artinya sikap berperan penting bagi seorang mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dalam berwirausaha *online shop*, dimana sikap tersebut mendorong mereka untuk selalu disiplin, tetap menjaga komitmen yang mereka sepakati dari awal, jujur oleh siapapun dan dalam keadaan apapun, selalu berpikir kreatif dan inovatif serta mandiri dalam mengambil keputusan yang akan diambil.

Dari tabel diatas, dapat diketahui pada indikator pertama yaitu disiplin sebanyak 11 responden (36,7%) memberikan tanggapan setuju dan 19 responden lainnya (63,3%) memberikan tanggapan sangat setuju. Sebanyak 30 responden Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata memiliki sikap disiplin yang tinggi karena adanya ketetapan komitmen dalam hal tugas dan pekerjaannya pada sistem kerja yang dilakukannya. Mahasiswa tersebut disiplin terhadap waktu artinya penjual menyelesaikan dan mengirim barang tepat pada waktunya sedangkan untuk sistem kerja, bagi penjual dengan jenis usaha *dropship* mereka akan mengirim catatan pemesanan ke distributor kemudian distributor akan mengirim barang ke alamat konsumen, bagi mereka yang memiliki karyawan ada penempatan sendiri seperti bagian pembukuan, *packaging*, dan pengiriman.

Pada indikator kedua yaitu komitmen yang tinggi, sebanyak 8 responden (26,7%) memberikan tanggapan setuju dan 22 responden lainnya (73,3%) memberikan tanggapan sangat setuju. Sebanyak 30 responden tinggi dalam bersikap untuk menjunjung komitmen yang telah ditetapkan dari semula. Dengan adanya sikap seperti ini Mahasiswa

Universitas Katolik Soegijapranata menunjukkan bahwa mereka giat pada usahanya, fokus pada tujuan, serta tidak terpengaruh oleh hal-hal yang membuat usaha *online shop* yang dijalankannya goyah. Komitmen yang disepakati seperti mereka akan selalu jujur, konsisten, ramah, aktif, bekerja keras, meringankan beban orang tua, serta konsisten.

Pada indikator ketiga yaitu jujur, sebanyak 4 responden (13,3%) memberikan tanggapan setuju dan 26 responden lainnya (86,7%) memberikan tanggapan sangat setuju. Dari tabel diatas terbukti bahwa sebanyak 30 responden Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang memiliki usaha *online shop* memilih jujur terhadap kualitas dan layanan produk untuk menjalankan usahanya seperti jika barang yang dijual memiliki gagal produk maka penjual akan jujur kepada konsumen karena dengan jujur merupakan awal kesuksesan dan kunci mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

Indikator keempat yaitu berpikir kreatif dan inovatif, sebanyak 9 responden (30%) memberikan tanggapan setuju dan 21 responden lainnya (70%) memberikan tanggapan sangat setuju. Dari tabel diatas diketahui bahwa 30 responden Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang menjalankan usaha *online shop* memiliki sikap yang kreatif dan inovatif sangat tinggi karena menjadi pemilik usaha *online shop* perlu menyediakan ide-ide yang kreatif yang berbeda dari yang lain (*out of the box*) serta perlu inovatif agar dapat mengembangkan usahanya dengan baik dan dapat menarik konsumen. Sikap kreatif dan inovatif yang responden lakukan seperti berinisiatif untuk membantu konsumen mencari produk yang diinginkan walaupun produk tersebut tidak dijual oleh mereka, mengganti packaging menjadi lebih menarik, memberikan promo menarik, menambah variasi produk, membuat konten yang menarik, mengadakan *giveaway*.

Lalu pada indikator kelima yaitu mandiri, sebanyak 9 responden (30%) memberikan tanggapan setuju dan 21 (70%) responden lainnya

memberikan tanggapan sangat setuju. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 30 responden Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata lebih memilih mandiri dalam menjalankan usaha *online shop*, artinya lebih memilih untuk mengambil keputusan sendiri dan berdiri di atas kaki mereka sendiri untuk berinisiatif mengatasi kesulitan-kesulitan karena mereka merasa bahwa usahanya milik mereka sendiri jadi segala keputusan ada di tangan mereka selaku pemilik usaha *online shop* jadi mereka tidak bergantung kepada orang lain serta lebih menyukai cara kerja sesuai dengan pribadinya, selain itu dengan mandiri dapat membentuk pandangannya terhadap masalah yang terjadi di lingkungannya.

4.3.1.2. Analisis Deskriptif untuk Variabel Motivasi

Mubarak (2013:15) (dalam Adhy, 2015) mengatakan bahwa motivasi berwirausaha adalah dorongan yang ada pada diri individu dalam mempersiapkan diri untuk bekerja, memiliki kesadaran bahwa wirausaha menyangkut dirinya sendiri sehingga ia lebih memfokuskan kegiatan kewirausahaan dengan mandiri, percaya diri, berorientasi ke depan, dan berprestasi sesuai dengan kemampuan dan ketrampilan yang ia miliki. Perlu motivasi yang kuat dalam menjalankan usaha, beberapa faktor motivasi yang mendorong seseorang dalam berwirausaha yaitu keinginan kebebasan dalam bekerja, keberhasilan diri, toleransi akan resiko, mengejar prestasi dan kesiapan instrumentasi. Berikut hasil analisis deskriptif variabel motivasi:

Tabel 4.9
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Motivasi

No	Indikator	Jawaban								Total Skor	Rata-Rata	Kategori
		STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)				
		F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Keinginan kebebasan dalam bekerja					9	27	21	84	111	3,70	Tinggi
2	Menginginkan keberhasilan diri					12	36	18	72	108	3,60	Tinggi
3	Toleransi akan resiko					15	45	15	60	105	3,50	Tinggi
4	Mengejar prestasi					13	39	17	68	107	3,56	Tinggi
5	Kesiapan instrumen			1	2	15	45	14	56	103	3,43	Tinggi
Rata-Rata										106,8	3,56	Tinggi

Sumber : Data Primer yang Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel motivasi sebesar 3,56 dan termasuk kategori tinggi. Artinya, motivasi sangat berperan bagi seorang mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dalam berwirausaha. Dimana tingginya di dalam diri seorang mahasiswa berkeinginan untuk bebas dalam bekerja, menginginkan keberhasilan diri, toleransi akan resiko, mengejar prestasi, serta adanya kesiapan instrumen.

Dari tabel diatas pada indikator pertama yaitu keinginan kebebasan dalam bekerja menunjukkan bahwa sebanyak 9 responden (30%) memberikan tanggapan setuju dan 21 responden (70%) memberikan tanggapan setuju. Keinginan kebebasan dalam berwirausaha mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata sangat mendorong mereka dalam menjalankan usaha *online shop*, karena adanya kebebasan pada jam kerja, tidak ada aturan yang terikat, tidak ada paksaan sehingga mereka merasa nyaman dalam menjalankan usahanya. Apalagi dalam menjalankan usaha *online shop* dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun sehingga waktu yang digunakan lebih fleksibel.

Dari tabel diatas pada indikator kedua yaitu keberhasilan diri, 12 responden (40%) memberikan tanggapan setuju dan 18 responden lainnya (60%) memberikan tanggapan sangat setuju. Artinya mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata sudah mencapai keberhasilan diri, keberhasilan diri digunakan sebagai pencapaian tujuan seperti kepuasan, kenyamanan, dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan sehingga hal itu juga dapat mendorong mahasiswa untuk berkeinginan menjalankan usaha *online shop* lebih lagi. Keberhasilan yang telah dicapai oleh responden seperti dapat membeli barang dari hasil kerja keras sendiri, dapat pergi ke luar negeri dengan hasil kerja keras sendiri, menutup modal awal, mendapat keuntungan yang banyak, mampu membayar kuliah sendiri, mampu membuka *stand bazaar*.

Pada indikator ketiga yaitu toleransi akan resiko, 15 responden

(50%) memberikan tanggapan setuju dan 15 responden lainnya (50%) memberikan tanggapan sangat setuju. Toleransi akan resiko sangat perlu diaplikasikan karena hal tersebut memicu untuk memotivasi mahasiswa dalam menjalankan usaha *online shop*. Dengan adanya hal tersebut juga dapat mengukur seberapa besar mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata menyelesaikan suatu resiko untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Resiko yang dihadapi responden seperti produk gagal, kesalahan pengiriman, konsumen tidak bertanggung jawab, menghadapi konsumen yang beragam uniknya, mata sakit karena harus melihat layar handphone secara terus menerus, produk pecah saat pengantaran. Kemudian cara responden untuk menghadapi resiko yang dialami, mereka belajar dari kesalahan, lebih teliti, dipikirkan matang-matang sebelum mengambil tindakan, rehat sejenak beberapa menit untuk beristirahat jika mata terasa sakit, menyiapkan rencana-rencana lain jika terjadi sesuatu.

Kemudian pada indikator keempat yaitu kebutuhan akan prestasi, sebanyak 13 responden (43,3%) memberikan tanggapan setuju dan 17 responden lainnya (56,7%) memberikan tanggapan sangat setuju. Kebutuhan akan prestasi akan membantu Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata untuk meningkatkan semangat dalam berwirausaha *online shop*. Jika sekali mahasiswa sudah mencapai prestasi tersebut, kedepannya akan memotivasi mereka untuk mencapai kesuksesan dan keberhasilan yang lebih lagi. Kebutuhan prestasi yang ingin responden capai adalah usahanya dikenal oleh masyarakat luas, sehari mampu mengirim ratusan barang, mampu membuka *bazaar* sendiri, mampu membeli rumah, membuka *offline store*, keuntungan berkali-kali lipat.

Indikator yang terakhir yaitu kesiapan instrumentasi, masih ada 1 responden (3,3%) yang memberikan tanggapan tidak setuju, sedangkan 15 responden (50%) memberikan tanggapan setuju dan 14 responden lainnya (46,7%) memberikan tanggapan sangat setuju. Kesiapan

instrumentasi sangat diperlukan dalam menjalankan usaha *online shop*, karena mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang menjalankan usahanya perlu modal. Dalam menjalankan usaha *online shop* modal yang digunakan tidak terlalu besar seperti membuka usaha seperti *offline store*, apalagi jenis *online shop* yang digunakan adalah *reseller* dan *dropship* hanya perlu memesan pesanan konsumen kemudian barang tersebut akan dikirim oleh distributor ke alamat konsumen, ini yang menjadi peluang besar bagi mahasiswa selain itu, modal juga dapat digunakan untuk perputaran transaksi. Bagi responden, informasi digunakan untuk memadai kegiatan usaha *online shop*, apa yang sedang konsumen harapkan di jaman sekarang ini dan dapat mengetahui pergerakan pesaing yang ada. Kemudian adanya kesiapan dalam hal sumber daya/jaringan sosial yang menggerakkan kegiatan bisnis seperti adanya penempatan karyawan bagian pengemasan, pembukuan, serta pengiriman barang. Disamping itu ada responden yang tidak siap karena terbatasnya modal dan sumber daya.

4.3.1.3. Analisis Deskriptif Variabel Pengetahuan Teknologi Internet

Oliver dan Shapiro (1993) (dalam Kartika, 2014) semakin kuat seseorang memiliki pengetahuan tentang teknologi internet maka semakin besar pula kepercayaan pengguna internet untuk memperoleh hasil yang diharapkan dalam teknologi digital. Hal ini menunjukkan seseorang yang menguasai teknologi internet berhubungan dengan hasil penggunaan internet, seperti membuka usaha bisnis *online shop*. Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang menjadi pelaku usaha *online shop* perlu penguasaan teknologi internet, pengalaman menggunakan internet serta pengalaman *online shopping*. Demikian hasil analisis deskriptif variabel pengetahuan teknologi internet:

Tabel 4.10

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pengetahuan Teknologi Internet

No	Indikator	Jawaban								Total Skor	Rata-Rata	Kategori
		STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)				
		F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Penguasaan teknologi internet					4	12	26	104	116	3,86	Tinggi
2	Pengalaman menggunakan internet					8	24	22	88	112	3,73	Tinggi
3	Pengalaman online shopping					8	24	22	88	112	3,73	Tinggi
Rata-rata										113,3	3,77	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa rata-rata variabel pengetahuan teknologi internet sebesar 3,77 dan termasuk kategori tinggi. Pengetahuan teknologi internet sangat berperan bagi Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dalam menjalankan usaha *online shop*nya.

Dari tabel diatas, indikator pertama yaitu penguasaan teknologi internet, sebanyak 4 responden (13,3%) memberikan tanggapan setuju dan 26 repsonden lainnya (86,7%) memberikan tanggapan sangat setuju. Artinya, penguasaan teknologi internet bagi mahasiswa membantu dalam menjalankan usaha *online shop* yang penggunaannya menggunakan internet karena dengan menguasai tentang teknologi internet, mahasiswa akan lebih mudah dalam mengoperasikannya. Hal ini sangat membantu dalam memasarkan produknya, kemajuan teknologi internet juga membuat transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan mudah dengan cara transfer, selain itu penggunaan internet dapat mempermudah pelaku usaha *online shop* dapat berkomunikasi dengan konsumen, membuat forum, mampu menganalisa produk dan pasar. Penguasaan teknologi internet yang dipahami oleh responden seperti pembuatan akun sosial media, berkomunikasi, bertukar informasi, pembuatan konten, transfer melalui *mobile banking* atau *cashless*, pembuatan blog.

Pada indikator yang kedua yaitu pengalaman menggunakan internet, 8 responden (26,7%) memberikan tanggapan setuju dan 22 responden (73,3%) memberikan tanggapan sangat setuju. Pengalaman menggunakan internet juga membantu mahasiswa dalam menjalankan usaha *online shop*, dengan adanya pengalaman dapat membantu pelaku usaha melihat peluang yang ada, pelaku usaha *online* juga dapat mengetahui apa yang sedang menjadi *trend* saat ini yang nantinya dapat dikembangkan dalam usaha *online shop*nya. Pengalaman responden menggunakan internet sekitar 4-15 tahun dan bagi mereka itu cukup dalam menjalankan usahanya.

Indikator yang terakhir yaitu pengalaman *online shopping*, sebanyak 8 responden (26,7%) memberikan tanggapan setuju dan 22 responden lainnya (73,3%) memberikan tanggapan sangat setuju. Sebelum membuka usaha *online*, kebanyakan mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata sudah memiliki pengalaman *online shopping/belanja online*. Dengan adanya pengalaman tersebut membantu mereka untuk membuka usaha *online* serta pengalaman tersebut dapat memotivasi mereka untuk berwirausaha *online shop* karena mereka melihat penjual-penjual lainnya yang sukses dalam menjalankan usaha. Selain itu, mahasiswa dapat mengetahui seperti apa konten yang menarik bagi konsumen, bagaimana berkomunikasi dengan konsumen secara baik. Pengalaman responden dalam belanja *online* sekitar 2-9 tahun.

4.3.1.4. Analisis Deskriptif Variabel Keberhasilan Usaha

Menurut Mudzakar (dalam Ratnasari, 2017) menyatakan bahwa keberhasilan usaha merupakan keadaan yang menggambarkan lebih daripada yang lain yang sederajat atau sekelasnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan seseorang untuk berwirausaha. Faktor-faktor yang mendorong keberhasilan usaha adalah efisiensi produksi, perluasan produksi, profitabilitas, dan kepercayaan publik. Berikut hasil analisis deskriptif variabel keberhasilan usaha :

Tabel 4.11

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keberhasilan Usaha

No	Indikator	Jawaban								Total Skor	Rata-Rata	Kategori
		STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)				
		F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Efisiensi produksi			1	2	18	54	11	44	100	3,33	Tinggi
2	Perluasan produksi			3	6	13	39	14	56	101	3,36	Tinggi
3	Peingkatan pendapatan			1	2	12	36	17	68	106	3,53	Tinggi
4	Kepercayaan publik					18	54	12	48	102	3,40	Tinggi
Rata-Rata										102,25	3,40	Tinggi

Sumber : Data Primer yang Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa rata-rata untuk variabel keberhasilan usaha sebesar 3,40 dan termasuk kategori tinggi. Keberhasilan mahasiswa dalam menjalankan bisnis *online* bukanlah sesuatu yang baru, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sofia Eka, *et al* (2014) banyak mahasiswa yang berhasil sehingga menjadikan usahanya sebagai pendapatan tambahan untuk meringankan beban orang tua, pendapatan dari hasil bisnisnya mereka gunakan untuk membayar biaya kuliah, bensin, fotocopy, liburan, dan lain-lain. Selain itu mereka juga mendapat ilmu dan manfaat dalam menjalankan usahanya.

Pada indikator yang pertama yaitu efisiensi produksi, masih ada 1 responden (3,3%) yang memberikan tanggapan tidak setuju, 18 responden (60%) memberikan tanggapan setuju, dan 11 responden lainnya (36,7%) memberikan tanggapan sangat setuju. Efisiensi produksi digunakan untuk mengukur keberhasilan usaha *online shop*. Usaha *online shop* dapat dikatakan berhasil jika terjadi keseimbangan antara biaya pemasukan dan biaya yang dikeluarkan, seperti biaya kuota internet, biaya memperoleh barang, biaya *packaging*, biaya transport yang dikirim dari tempat usaha ke tempat jasa pengiriman. Terjadinya keseimbangan tersebut dikarenakan responden telah memperhitungkan sebelumnya, meminimalisir kebutuhan sehingga produk yang dijual lebih murah, sudah menetapkan target, tingginya penjualan sehingga pemasukan lebih besar daripada biaya pengeluaran. Namun, ada responden yang tidak mengalami keseimbangan karena adanya ketidakstabilan bahan baku.

Indikator yang kedua yaitu perluasan produksi. Sebuah *online shop* akan dikatakan berhasil jika adanya peningkatan produksi dikarenakan permintaan konsumen dan adanya peningkatan variasi produk. Dari tabel diatas diketahui bahwa usaha *online shop* yang dijalankan mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata berhasil karena mereka mengalami peningkatan produksi dan peningkatan variasi produk, walaupun tergolong tinggi tapi masih ada 3 responden (10%)

memberikan tanggapan tidak setuju, sedangkan 13 responden (43,3%) memberikan tanggapan setuju dan 14 responden lainnya (46,7%) memberikan tanggapan sangat setuju. Hal tersebut dikarenakan penjual berinisiatif untuk membantu konsumen mencari barang yang dibutuhkan walaupun barang tersebut tidak terjual di toko mereka, adanya ide atau masukan dari konsumen untuk penambahan variasi produk. Selain itu, beberapa responden menanggapi bahwa tidak terjadi peningkatan jumlah dan variasi produk karena produk yang dipasarkan terpusat pada satu supplier utama jadi untuk pemasok barang baru itu sesuai dengan supplier utama, adanya permintaan konsumen yang bermacam-macam sehingga belum dapat memenuhi kebutuhan.

Indikator yang ketiga yaitu profitabilitas, sebuah usaha *online shop* dikatakan berhasil jika mengalami peningkatan pendapatan. Dari tabel diatas, masih ada 1 responden (3,3%) memberikan tanggapan tidak setuju, sedangkan 12 responden (40%) memberikan tanggapan setuju dan 17 responden lainnya (56,7%) memberikan tanggapan sangat setuju. Itu artinya hampir seluruh mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata berhasil menjalankan usaha *online shop* karena mengalami peningkatan pendapatan dikarenakan konsumen yang selalu tertarik dan membutuhkan produk yang dijual, responden selalu rajin untuk mempromosikan produknya, adanya pengembangan produk, beberapa ada juga yang menjadi pelanggan tetap.

Lalu indikator yang terakhir yaitu kepercayaan publik, sebuah *online shop* akan dikatakan berhasil jika mengalami peningkatan jumlah *followers* atau jumlah pengikut di media sosial, semakin banyak jumlah *followers* maka terbukti produk yang dijual berkualitas baik sehingga banyak diminati oleh konsumen. Kepercayaan konsumen merupakan hal yang penting, karena hal tersebut menentukan citra suatu usaha. Berdasarkan tabel diatas, 18 responden (60%) memberikan tanggapan setuju dan 12 responden lainnya (40%) memberikan tanggapan sangat

setuju artinya usaha *online shop* yang dijalankan oleh mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata berhasil dikarenakan tingginya kepercayaan publik pada peningkatan jumlah *followers* di media sosial. Dengan adanya peningkatan jumlah *followers* maka banyak konsumen yang tertarik dengan produk yang dijual dan tingginya jumlah *followers* dapat dikatakan *trusted* atau terpercaya. Jumlah peningkatan *followers* yang dialami oleh responden sekitar 1-2000.

4.3.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan alat regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel Sikap (X1), Motivasi (X2), Pengetahuan Teknologi Internet (X3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y).

Berikut hasil analisis regresi linear berganda yang sudah diolah :

Tabel 4.12
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2,361	3,542		-,666	,511
1 TOTAL_X1	,306	,144	,310	2,123	,043
TOTAL_X2	,475	,130	,530	3,641	,001
TOTAL_X3	,162	,225	,106	,719	,479

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Sumber : Data Primer yang Diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan linear berganda pada penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = - 2,361 + 0,306X_1 + 0,475X_2 + 0,162X_3$$

4.3.3. Pengujian Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini :

1. Sikap berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*
2. Motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*
3. Pengetahuan Teknologi Internet berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*
4. Sikap, Motivasi, Pengetahuan Teknologi Internet secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha *online shop*

4.3.3.1. Hipotesis Pertama

H_1 : Sikap berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*.

Berdasarkan hasil tabel 4.12 diketahui bahwa tingkat signifikan sebesar $0,043 < 0,05$ artinya H_1 diterima, bahwa sikap berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*. Nilai koefisien pada variabel sikap adalah positif sebesar 0,306 yang memiliki arti bahwa sikap memiliki hubungan positif terhadap keberhasilan usaha *online shop*, semakin tinggi sikap akan mengakibatkan keberhasilan usaha *online shop* meningkat.

Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa indikator pada variabel sikap seperti disiplin, komitmen yang tinggi, jujur, kreatif dan inovatif, dan mandiri memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha berupa efisiensi produksi, perluasan produksi, profitabilitas, dan kepercayaan publik.

Bila dilihat dari analisis deskriptif, variabel sikap memberikan nilai yang tinggi dalam menjalankan usaha *online shop* yang dilakukan oleh Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata untuk mencapai keberhasilan usahanya. Sebanyak 30 responden (100%) mengatakan setuju pada indikator disiplin, artinya bahwa Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata selaku pemilik usaha *online shop* ingin disiplin pada waktu, kualitas dan sistem kerja untuk meraih keberhasilan. Sebanyak 30 responden (100%) mengatakan setuju pada indikator komitmen yang tinggi, artinya bahwa Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata memiliki sikap komitmen yang harus selalu dijaga. Sebanyak 30 responden (100%) mengatakan setuju pada indikator jujur, artinya Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata selalu menjunjung tinggi nilai kejujuran karena ingin mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan itu digunakan sebagai kunci keberhasilan. Sebanyak 30 responden (100%) mengatakan setuju pada indikator kreatif dan inovatif, artinya Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata memiliki sikap kreatif dan inovatif untuk menarik para konsumen. Sebanyak 30 responden (100%) mengatakan setuju pada indikator mandiri, artinya Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata memiliki sikap mandiri karena mereka merasa bahwa usahanya milik mereka sendiri sehingga tidak ingin bergantung pada orang lain.

4.3.3.2. Hipotesis Kedua

H_2 : Motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*.

Berdasarkan hasil tabel 4.12 diketahui bahwa tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ artinya H_2 diterima, bahwa motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*. Nilai koefisien pada variabel motivasi adalah positif sebesar 0,475 yang

memiliki arti bahwa motivasi memiliki hubungan positif terhadap keberhasilan usaha *online shop*, semakin tinggi motivasi akan mengakibatkan keberhasilan usaha *online shop* meningkat.

Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa indikator motivasi seperti keinginan kebebasan dalam bekerja, keberhasilan diri, toleransi akan resiko, kebutuhan prestasi, dan kesiapan instrumentasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha berupa efisiensi produksi, perluasan produksi, profitabilitas, dan kepercayaan publik.

Bila dilihat dari analisis deskriptif, variabel motivasi memberikan nilai yang tinggi dalam menjalankan usaha *online shop* yang dilakukan oleh Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata untuk mencapai keberhasilan usahanya. Sebanyak 30 responden (100%) memberikan tanggapan setuju pada indikator keinginan kebebasan dalam bekerja, artinya bahwa Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata selaku pemilik usaha *online shop* ingin terbebas dari aturan formal, bebas dari pengawasan, tidak terikat jam kerja. Sebanyak 30 responden (100%) memberikan tanggapan setuju pada indikator keberhasilan diri, artinya bahwa Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata ingin mencapai keberhasilan diri yang memotivasi mereka untuk meraih keberhasilan usaha. Sebanyak 30 responden (100%) memberikan tanggapan setuju pada indikator toleransi akan resiko, artinya bahwa Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata siap dalam menghadapi resiko yang akan dihadapi. Sebanyak 30 responden (100%) memberikan tanggapan setuju pada indikator kebutuhan akan prestasi, artinya bahwa Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata ingin membuat sesuatu yang lebih baik dari pada yang lain yang memotivasi mereka untuk mencapai keberhasilan. Sebanyak 29 responden (96,7%) memberikan tanggapan setuju pada indikator kesiapan instrumen, artinya bahwa Mahasiswa Universitas Katolik

Soegijapranata siap dalam modal, informasi, dan sumber daya atau jaringan sosial yang diperlukan dalam menjalankan usaha *online shop*.

3.4.3.3. Hipotesis Ketiga

H₃ : Pengaruh Teknologi Internet berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*.

Berdasarkan hasil tabel 4.12 diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel pengetahuan teknologi internet sebesar $0,479 > 0,05$ artinya H₃ ditolak. Dapat dilihat bahwa variabel pengetahuan teknologi internet tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*. Nilai koefisien pada variabel pengetahuan teknologi internet mempunyai hubungan yang positif terhadap keberhasilan usaha *online shop* sebesar 0,162. Semakin tinggi pengetahuan teknologi internet akan mengakibatkan keberhasilan usaha *online shop* meningkat.

Walapupun tidak berpengaruh, dapat dilihat dari hasil analisis deskriptif bahwa pengetahuan teknologi internet memberikan nilai yang tinggi dalam menjalankan usaha *online shop* yang dilakukan oleh Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata untuk mencapai keberhasilan usahanya karena mereka merasa bahwa hal tersebut membantu mereka. Sebanyak 30 responden (100%) memberikan tanggapan setuju pada indikator penguasaan teknologi internet, artinya bahwa Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata selaku pemilik usaha *online shop* merasa bahwa menguasai teknologi internet guna memperlancar usahanya seperti pembuatan akun sosial media, konten, berkomunikasi, bertukar informasi, analisa pasar, membuat forum. Sebanyak 30 responden (100%) memberikan tanggapan setuju pada indikator pengalaman menggunakan internet, artinya bahwa dengan mempunyai pengalaman menggunakan

internet Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata membantu untuk memahami apa yang akan dilakukan untuk mengembangkan usahanya seperti melihat dampak positif dan negatif, melihat peluang, melihat *trend* sekarang ini. Sebanyak 30 responden (100%) memberikan tanggapan setuju pada indikator pengalaman *online shopping*, artinya bahwa dengan mempunyai pengalaman *online shopping* Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata dapat membantu untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dalam usaha mereka, seperti apa saja yang diperlukan dalam menjalankan usaha, bagaimana berkomunikasi dengan konsumen, termotivasi dengan melihat penjual yang sukses.

Namun, disamping itu bagi responden bahwa penguasaan teknologi internet dengan menjalankan usaha *online shop* menggunakan instagram, shopee, tokopedia, bukalapak, whatsapp, facebook dan platform lainnya sudah cukup dalam menjalankan usaha sehingga bagi mereka pendalaman tentang penguasaan teknologi internet tidak perlu dilakukan karena dapat dilihat bahwa masyarakat sudah banyak yang menggunakan platform tersebut.

Kemudian untuk pengalaman internet yang sudah mereka lakukan selama ini sudah cukup untuk menjalankan usahanya sehingga tidak diperlukan pengalaman lebih lagi karena bagi mereka penggunaan internet dilakukan untuk meng-*upload* foto produk, pembuatan konten, dan berkomunikasi dengan konsumen selain itu mereka juga membutuhkan pengalaman untuk menjual secara langsung, dan bagi mereka *word of mouth* juga berpengaruh untuk menjalankan usaha.

Lalu pengalaman *online shopping*/belanja *online* menurut mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata selaku pemilik usaha *online shop* untuk awal perintisan memang akan membantu mereka karena dapat mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan konsumen dengan baik, bagaimana menyajikan konten yang menarik dengan melihat

gambaran dari kompetitor lain (bukan meniru) namun dengan hanya pengalaman belanja *online* tidak cukup untuk meraih keberhasilan karena sistem menjual dan membeli berbeda sehingga responden perlu untuk terjun langsung ke lapangan dan sebagai penjual *online shop* tidak cukup hanya memiliki pengalaman dari berbelanja saja.

3.4.3.4. Rekapitulasi Pengujian Hipotesis (Uji t)

Tabel 4.13
Rekapitulasi Pengujian Hipotesis (Uji t)

Variabel	Sig	Kesimpulan
Sikap (H1)	0,043 < 0,05	Berpengaruh
Motivasi (H2)	0,001 < 0,05	Berpengaruh
Pengetahuan Teknologi Internet (H3)	0,479 > 0,05	Tidak Berpengaruh

Sumber : Data Primer yang Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa dari tiga variabel terdapat dua variabel yang terbukti berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*.

Dari pengujian hipotesis tersebut maka dapat diketahui bahwa yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah sikap dan motivasi, dimana hal-hal tersebut tidak saja terjadi saat merintis usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha yaitu Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata, tetapi hal tersebut juga mereka pertahankan agar selalu mempunyai sikap dan motivasi yang baik sehingga mencapai keberhasilan usaha.

Sedangkan pengetahuan teknologi internet tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*, karena faktor tersebut hanya membantu Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata saat awal merintis usaha saja. Berdasarkan hasil jawaban responden di pertanyaan terbuka, responden hanya mengetahui dasar dalam

menggunakan internet seperti *browsing*, pembuatan akun sosial media, akun *e-commerce*, pembuatan konten sehingga tidak terlalu berpengaruh untuk mencapai keberhasilan usaha *online shop*nya dan bagi mereka penguasaan teknologi internet, pengalaman menggunakan internet *shopping* sudah cukup sekali sehingga mereka tidak perlu memperdalam lebih lagi dan untuk pengalaman *online shopping* bagi mereka dengan memiliki pengalaman belanja tidak cukup karena sistem menjual dan membeli berbeda sehingga pelaku usaha perlu terjun langsung dan aktif untuk menjalankan usahanya. Sedangkan dalam usaha *online shop* diperlukan pengetahuan teknologi internet di era digital ini seperti pembuatan website dengan adanya website usaha yang dijalankan akan lebih terpercaya, memaksimalkan SEO (*Search Engine Optimization*) untuk memaksimalkan ranking usaha yang terdapat di situs pencarian dengan begitu peluang bisnis akan semakin berkembang, memahami *google analytics*, hal ini sangat penting bagi usaha *online* karena dapat memberikan saran-saran dan mengetahui apa yang penting dan tidak dalam menjalankan strategi bisnis yang akan dilakukan, *google analytics* banyak menyajikan data berupa angka dan grafis kemudian membuat konten berkualitas tinggi (<https://www.digination.id/read/015473/ini-6-hal-yang-harus-dipelajari-sebelum-mendalami-bisnis-digital> , dilihat pada 20 Februari 2020) dilihat dari beberapa jawaban responden mengatakan bahwa mereka sudah menyajikan konten untuk menarik para konsumen.

3.4.3.5. Hipotesis Keempat (Uji F)

Tabel 4.14
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	39,265	3	13,088	8,160	,001 ^b
Residual	41,702	26	1,604		
Total	80,967	29			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber : Data Primer yang Diolah (2020)

H₄ : Sikap, Motivasi, dan Pengetahuan Teknologi Internet secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha *online shop*.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H₈ berpengaruh pada X₁, X₂, dan X₃ secara bersama-sama pada Y. Artinya sikap, motivasi, dan pengetahuan teknologi internet secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*.

Dengan adanya tiga hal tersebut maka Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata mampu untuk berusaha memiliki sikap yang baik serta teratur, mendorong dirinya sendiri, dan mengembangkan pengetahuannya tentang teknologi internet sehingga mereka mampu mencapai keberhasilan usaha *online shop*.