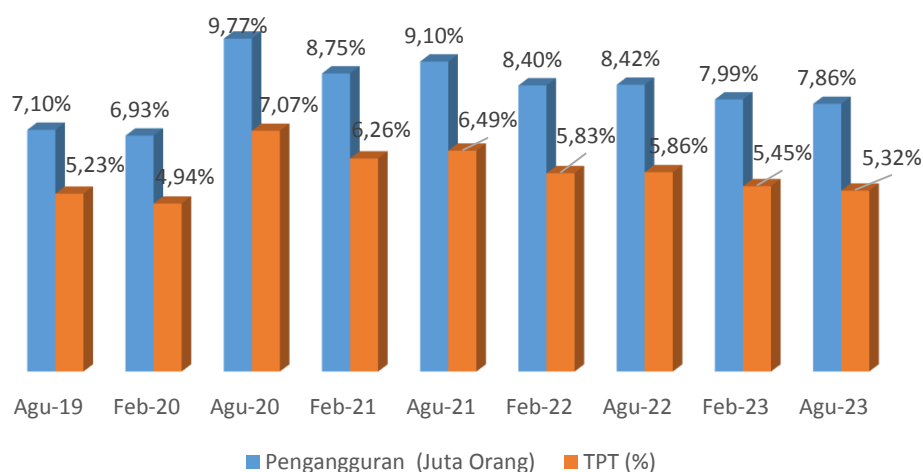


I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan pengangguran menjadi salah satu topik yang banyak dibicarakan termasuk di Indonesia, hal ini dikarenakan jumlah pelamar melebihi jumlah posisi lapangan pekerjaan yang tersedia. Situasi ini menjadi lebih buruk ketika individu fokus pada pencari kerja dibandingkan dengan penciptaan lapangan kerja (Indrayeni dan Taufiq, 2022). Fenomena meningkatnya jumlah pengangguran di Indonesia khususnya bagi lulusan mahasiswa cukup memprihatinkan. Kebanyakan mahasiswa setelah lulus dari perguruan tinggi, akan mencari dan melamar pekerjaan bukan menyiapkan diri untuk menciptakan lapangan pekerjaan atau berwirausaha. Kondisi ini membuat ketergantungan, sebab itu timbul banyak kasus pengangguran (Ibrahim dan Muslimin, 2022). Pengangguran seringkali menjadi kendala perekonomian karena menurunkan kapasitas dan pendapatan masyarakat, sehingga dapat menyebabkan kemiskinan dan permasalahan sosial lainnya (Jumana, 2022)



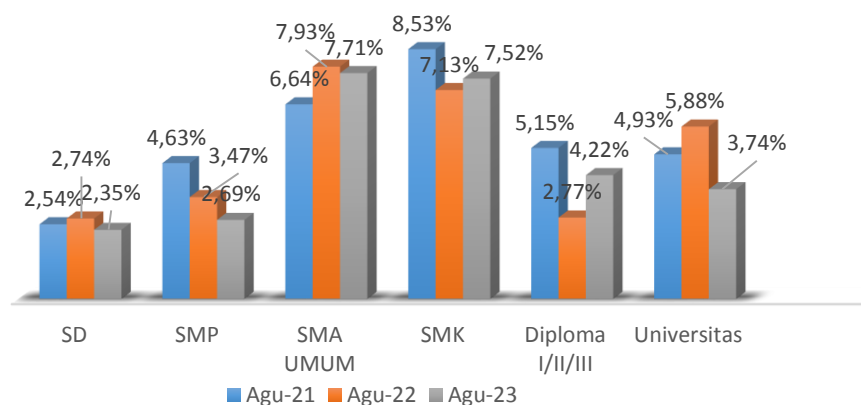
Gambar 1. Jumlah dan Tingkat Pengangguran 2023

Sumber: Badan Pusat Statistika tahun 2023 TPT

Berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS) tahun 2023 seperti terlihat pada Gambar 1 memperlihatkan situasi ketenagakerjaan di Indonesia, yakni penduduk usia kerja pada Agustus 2023 berjumlah 212,59 juta jiwa, dan sebanyak

147,71 juta jiwa merupakan angkatan kerja. Dengan demikian, rasio operasional (TPAK) mencapai 69,48%. Selain itu, hingga Agustus 2023, terdapat 7,86 juta jiwa atau setara 5,32% dari total populasi pekerja yang menganggur. Jumlah pengangguran menurun sekitar 0,56 juta dibandingkan Agustus 2022. Meskipun menurun, namun jumlah dan angka pengangguran masih lebih tinggi dibandingkan sebelum pandemi (Said, 2023).

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) merupakan indikator yang diperlukan untuk mengukur tenaga kerja yang tidak terserap di pasar tenaga kerja dan memaparkan kurangnya persediaan tenaga kerja. Berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistika) Tahun 2023 yang berkenaan dengan Tingkat Pengangguran Terbuka menurut Provinsi dimulai dari Agustus 2021 sampai dengan Agustus 2023. Tingkat pengangguran terbuka tertinggi adalah Provinsi Banten dengan persentase sebesar 7,52% dan terendah ialah Provinsi Sulawesi Barat sebesar 2,77%. Sementara untuk Provinsi Lampung, tingkat pengangguran terbuka per Agustus 2023 sebesar 4,23% yang berarti bahwa tingkat pengangguran di wilayah Indonesia masih memerlukan lapangan yang sesuai untuk mengurangi tingkat pengangguran dengan menciptakan peluang bisnis sendiri (Said, 2023). Data dalam bentuk tabel terkait tingkat pengangguran terbuka provinsi bisa dilihat di lampiran 1.



Gambar 2. Menurut Pendidikan Provinsi Lampung
Sumber: Badan Pusat Statistika Tahun 2023

Selanjutnya, berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS) seperti tersaji pada Gambar 2 tentang ketenagakerjaan di Provinsi Lampung, Apabila jika dilihat dari studi yang diselesaikan oleh angkatan kerja, dimana untuk Agustus 2023,

tamatan Sekolah Menengah Atas pada TPT masih paling tinggi yaitu 7,71%, sedangkan TPT terendah adalah pendidikan SD yaitu 2,35%. Kemudian pada jenjang tamatan Diploma I/II/III sebesar 4,22% dan pada lulusan perguruan tinggi pada Agustus 2023 sebesar 3,74%.

Tidak dapat dipungkiri bahwa Indonesia menghadapi permasalahan terbatasnya kesempatan kerja bagi lulusan perguruan tinggi dengan jumlah pengangguran intelektual yang semakin meningkat akhir-akhir ini (Noormalita dan Primandaru, 2018). Menurut Badan Pusat Statistika (BPS) tahun 2023, jumlah lulusan perguruan tinggi meningkat di karena keterampilan mahasiswa yang tidak sesuai dengan kebutuhan dunia usaha, pengadaan lapangan pekerjaan yang terbatas, ekspektasi pendapatan gaji yang tidak sesuai, serta kurangnya minat seseorang untuk menciptakan usaha dengan berwirausaha yang telah menyebabkan pengangguran di kalangan lulusan perguruan tinggi di Indonesia meningkat (Jumana, 2022)

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa menjadi salah satu solusi permasalahan pengangguran di Indonesia. Menjadi seorang *entrepreneur* bisa sebagai langkah untuk karir mahasiswa dalam menciptakan lapangan kerja sendiri, apalagi dilihat dalam TPT Provinsi Lampung untuk tingkat kelulusan perguruan tinggi menduduki posisi kedua dari pengangguran tertinggi. Namun sangat disayangkan masih banyak mahasiswa yang kurang tertarik dengan dunia wirausaha, karena keinginan untuk menjadi seorang wirausaha sangat sedikit (Agung dkk., 2019).

Seorang wirausahawan juga harus mempunyai keterampilan, keterampilan berwirausaha tersebut dapat dipelajari melalui lembaga pendidikan. Kewirausahaan adalah proses menggunakan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan menemukan cara untuk meningkatkan operasi bisnis. Tujuan wirausaha adalah untuk meningkatkan taraf hidup. Pengusaha muda tidak hanya meningkatkan kehidupan mereka sendiri tetapi juga orang lain melalui lapangan kerja yang mereka wujudkan (Ardhariksa dkk., 2021).

Faktor penentu keberhasilan dalam pengambilan keputusan berwirausaha tidak hanya terbatas pada internal saja seperti adanya kepercayaan dan keyakinan (*Self-efficacy*) tetapi juga dipengaruhi dengan adanya perkembangan teknologi

informasi dan faktor ekonomi (eksternal). Teknologi informasi saat ini bisa membantu para wirausaha, karena dengan adanya teknologi seperti penggunaan *e-commerce* dalam berwirausaha dapat menciptakan bisnis pada dunia maya yang menghubungkan orang-orang luas tanpa terbatas oleh letak geografis serta memberikan kemudahan dalam kegiatan usaha jual beli dengan mudah, menghemat waktu dan biaya. Seorang wirausaha juga harus memahami modal usaha. Modal usaha dapat membantu dalam menentukan kemampuan seseorang untuk mengembangkan bisnisnya dan menghadapi tantangan yang muncul dalam proses pengembangan bisnisnya.

Persaingan yang ketat dalam perekonomian menjadikan penggunaan teknologi informasi memerankan peranan yang penting. Apabila pengusaha tidak mampu bersaing dengan pengusaha lain dan perkembangannya tidak mencontoh kemajuan zaman, maka kelanjutan hidup dan kesempatannya untuk memperluas bidang usahanya akan krisis, sehingga mengakibatkan terbengkalainya perusahaan yang dijalankan oleh pengusaha tersebut. Menurut David dalam buku Nugroho (2016) *e-commerce* merupakan sebuah teknologi, aplikasi serta proses bisnis yang menghubungkan perusahaan maupun konsumen melalui transaksi, perdagangan barang, pelayanan serta informasi yang dilakukan secara elektronik.

Keberadaan *e-commerce* dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memulai usaha dan melakukan kegiatan wirausaha (Taufiq dan Indrayeni, 2022). Hal ini didukung dengan adanya hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Ardini (2014) dan Putra dan Astri (2015) menunjukkan penggunaan *e-commerce* berpengaruh pada keputusan berwirausaha, dengan adanya *e-commerce* dapat menciptakan peluang usaha yang bisa dimanfaatkan dengan jangkauan luas tanpa memikirkan adanya modal yang besar.

Modal usaha tidak kalah pentingnya dalam memulai dan melaksanakan suatu bisnis, besarnya suatu modal usaha dapat mempengaruhi kelancaran usaha. Menurut Budianto (2018) Modal adalah segala sesuatu baik berupa materi maupun non materi yang dibutuhkan ketika membangun sebuah bisnis yang dapat memperoleh keuntungan atau laba usaha. Modal usaha menjadi peran penting dalam membuka usaha karena jika modal usaha tidak mencukupi maka usaha yang akan dibangun tidak dapat berkembang dan memuat calon wirausaha membatalkan

niatnya untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Apabila calon wirausaha memiliki modal yang cukup bahkan tinggi, maka dapat meningkatkan minat wirausahawan untuk membuka usaha (Anggraini, 2017).

Faktor berikutnya yang bisa menumbuhkan minat mahasiswa dalam melakukan kegiatan wirausaha adalah *Self-efficacy*. *Self-efficacy* merupakan keseriusan seseorang terhadap dirinya untuk menyelesaikan permasalahan. Individu dengan *Self-efficacy* yang tinggi akan memupuk keinginan seseorang untuk bekerja, hal ini juga bisa terjadi ketika seseorang hendak melakukan kegiatan usaha. Seperti yang diungkapkan Nurfitriana (2019) dan Yanti (2019), *Self-efficacy* dapat meningkatkan minat seseorang untuk berbisnis. Selain itu, Muhson dan Mustafa (2014) mengemukakan bahwa *Self-efficacy* adalah prediktor positif minat berwirausaha. Sebab jika individu tidak yakin dengan kemampuannya, maka ia tidak akan mau mengambil keputusan untuk menjadi seorang wirausaha. *Self-efficacy* dapat menentukan kinerja bisnis terbaik. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Wildani dan Suwandi (2022) *Self-efficacy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha.

Selanjutnya berdasarkan data alumni *tracer study* Politeknik Negeri Lampung menunjukkan pilihan yang dapat mengarah pada karir di berbagai bidang dalam studi pelacakan data. Data lengkap terkait *tracer study* tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 bisa dilihat pada lampiran 2. Berikut merupakan data *tracer study* alumni Politeknik Negeri Lampung tahun 2018-2022:

Tabel 1. Data *Tracer Study* Alumni Politeknik Negeri Lampung

No	Kondisi Terkini Alumni	wisudawan 2018	wisudawan 2019	wisudawan 2020	wisudawan 2021	wisudawan 2022
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Bekerja	71%	35%	44%	61%	61%
2	Belum Bekerja	0%	0%	0%	1,4%	1%
3	Sedang mencari Kerja	16%	54%	39%	29%	26%
4	Berwirausaha	5%	3%	7%	3%	6%
5	Melanjutkan studi	7%	9%	10%	5%	5%

Sumber: *Tracer Study* Alumni Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui beragam sekali hal yang telah dilakukan saat sudah lulus atau menjadi alumni Politeknik Negeri Lampung lulusan hingga tahun 2022 yang dimana mengalami kenaikan dan juga penurunan, yaitu

seperti bekerja sebesar 61%, belum bekerja sebesar 1%, sedang mencari kerja sebesar 26%, berwirausaha sebesar 6%, dan melanjutkan studi sebesar 5%. Dari tabel 1 tersebut dapat terlihat bahwa masih rendahnya minat mahasiswa setelah lulus untuk bergerak dalam kegiatan berwirausaha.

Keputusan memulai usaha oleh mahasiswa dan generasi muda masa kini diharapkan menjadi faktor terpenting dalam mengatasi tingginya angka pengangguran dan rendahnya pertumbuhan ekonomi, serta transformasi proses transaksi konvensional menjadi digital dalam dunia bisnis saat ini.

Penelitian ini merupakan perluasan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lovita dan Susanty (2021). Perbedaan dari penelitian ini adalah dengan mengkombinasi variabel independen yaitu *Self-efficacy* dari penelitian Pamungkas dan Mustikawati (2018) dan Modal usaha dari penelitian Handayani (2023). Berdasarkan penjelasan tersebut dan fenomena yang terjadi serta penelitian-penelitian sebelumnya, maka penelitian ini dilakukan untuk memberikan tambahan temuan empiris mengenai modal usaha, penggunaan *e-commerce*, dan *Self-efficacy* dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Karena itu, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut yang dituangkan dalam karya tulis ilmiah berupa skripsi dengan judul “Pengaruh Modal Usaha, Penggunaan *E-commerce* dan *Self-efficacy* Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Lampung)”.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha?
- b. Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha?
- c. Apakah *self-efficacy* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha?
- d. Apakah modal usaha, penggunaan *e-commerce*, dan *self-efficacy* secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, sebagai berikut:

- a. Mengetahui modal usaha apakah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha
- b. Mengetahui penggunaan *e-commerce* apakah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha
- c. Mengetahui *self-efficacy* apakah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha
- d. Mengetahui modal usaha, penggunaan *e-commerce*, dan *self-efficacy* secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha

1.4 Kontribusi Penelitian

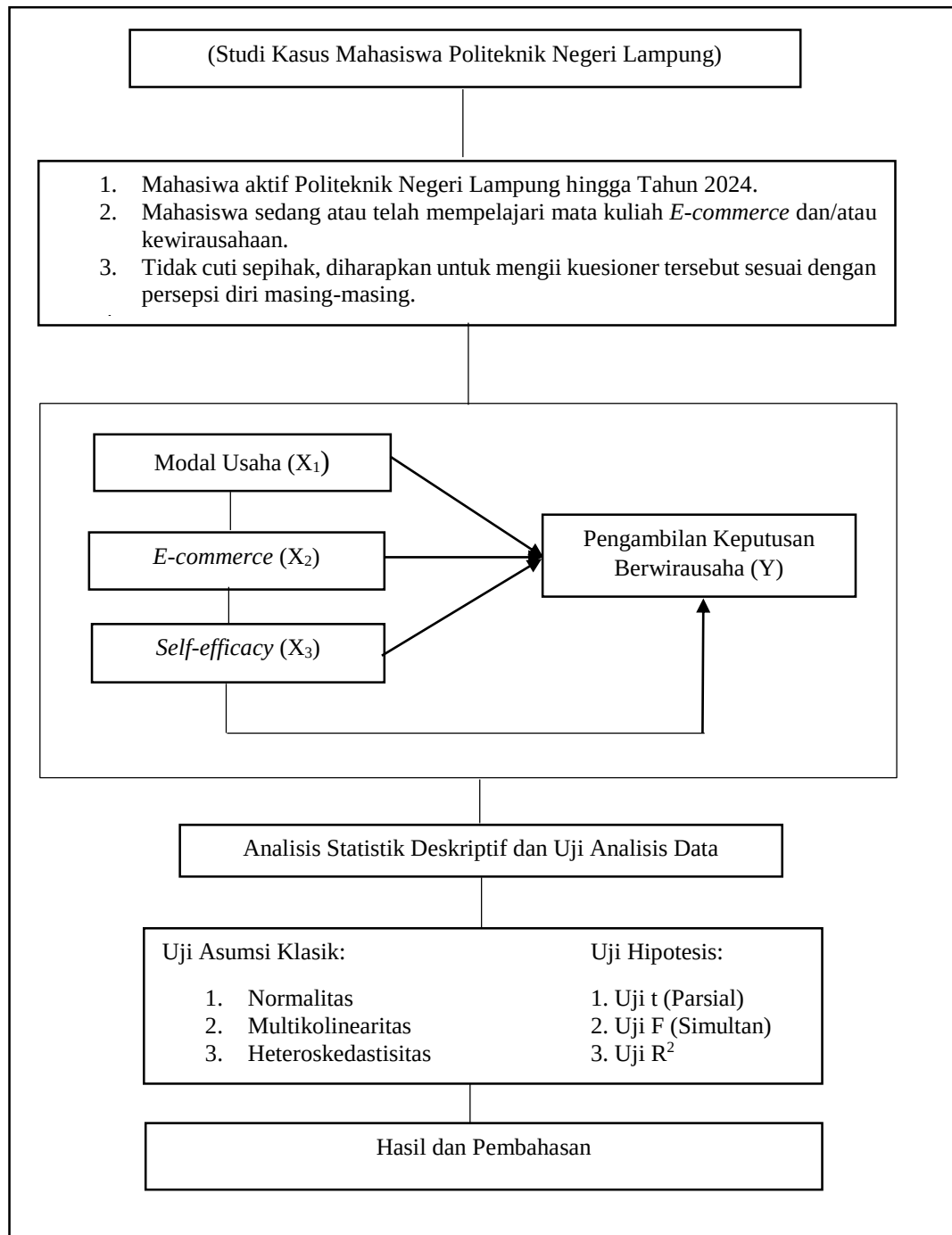
Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain:

- a. Bagi Politeknik Negeri Lampung: Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi guna mengubah pola pikir mahasiswa dari pencari kerja kepada pencipta lapangan kerja. Selain itu, diharapkan dengan adanya mata kuliah *e-commerce* dan kewirausahaan dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam melihat peluang usaha disekitarnya dan meningkatkan minat mahasiswa menjadi wirausaha.
- b. Bagi Pembaca: Penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber untuk mendapatkan informasi mengenai faktor pengaruh keberhasilan pengambilan keputusan berwirausaha dan dapat dijadikan rujukan atau pengembangan penelitian lainnya.
- c. Bagi Penulis: Penelitian ini dapat memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman penulis mengenai masalah pengangguran yang terjadi dikalangan mahasiswa dengan sebuah solusi pemecahannya melalui teknologi informasi.

1.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah bentuk konseptual mengenai bagaimana suatu teori berhubungan dengan berbagai elemen yang telah diidentifikasi sebagai isu

penting (Hermawan, 2019). Dalam penelitian ini, ada 3 variabel X yang akan diteliti yakni modal usaha, *e-commerce*, dan *self-efficacy* yang akan dihubungkan pengaruhnya ke variabel Y yakni Pengambilan Keputusan Berwirausaha. Tampilan Kerangka pemikiran pada penelitian ini



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teori

2.1.1 *Theory Technology Acceptance Model (TAM)*

Ada banyak teori yang berkaitan dengan teknologi informasi. Teori-teori tersebut bisa didasarkan pada gagasan para ahli, atau buku mengenai topik yang sama. Peneliti menggunakan *Theory Technology Acceptance Model (TAM)* untuk membahas teknologi informasi lebih detail. *Technology Acceptance Model (TAM)* pertama kali diperkenalkan oleh Davis tahun 1989. TAM merupakan model penelitian yang sering digunakan dalam penelitian teknologi informasi. Hal ini dikarenakan model penelitian ini lebih gampang dan mudah untuk diimplementasikan (Sekar dan Elliza, 2022).

Technology Acceptance Model (TAM) adalah suatu model yang digunakan untuk memberikan penawaran terhadap penerimaan penggunaan *e-commerce* serta perilaku bagi penggunanya. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan/keperluan, serta penggunaan aktual dari pengguna/*user* suatu sistem informasi (Minan, 2021).

Technology Acceptance Model (TAM) memiliki dua konsep utama dalam user acceptance (penerimaan pengguna) yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dan *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan). *perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang mengenai teknologi informasi (*e-commerce*) akan mudah dan tidak membutuhkan usaha yang keras. *perceived usefulness* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan mengenai penggunaan sistem informasi (*e-commerce*) meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya. Penggunaan *e-commerce* ditentukan oleh persepsi individu dan sikap

yang pada akhirnya akan membentuk perilaku seseorang dalam penggunaan suatu teknologi informasi (*e-commerce*).

2.1.2 Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha

a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam upaya memecahkan masalah yang dihadapi dan kemudian menetapkan alternatif yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan kondisi lingkungan (Hamali dan Sari, 2017). Pengambilan suatu keputusan pada dasarnya adalah memilih satu atau beberapa alternatif dari sejumlah pilihan. Pemilihan alternatif harus didasarkan pada prinsip optimalisasi yaitu memilih alternatif yang memberikan manfaat terbesar dengan resiko dan perhitungan. Seorang wirausaha hendaknya mengambil keputusan yang bersifat strategis, yakni pengambilan keputusan untuk memperoleh dan meningkatkan penghasilan dengan cara mendirikan, mengelola, serta mengembangkan usahanya (Sari, 2018).

b. Dasar-dasar Pengambilan Keputusan

Menurut George end Leslie (2010) dasar pengambilan keputusan dalam penelitian dapat dibagi menjadi lima bagian kategori dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Intuisi, yaitu mudah mempunyai pengaruh karena mempunyai sifat subjektif.
2. Pengalaman, yaitu pengalaman lebih mengutamakan pengetahuan praktis karena memungkinkan Anda menilai situasi, menghitung untung dan rugi, dan membuat keputusan baik atau buruk.
3. Fakta, yaitu mampu mengambil keputusan yang masuk akal, masuk akal, dan tepat. Tingkat kepercayaan dalam pengambilan keputusan meningkat, dan masyarakat dapat menerima keputusan yang dibuat secara sukarela dan bermartabat.
4. Wewenang. Artinya biasanya dilaksanakan oleh manajer terhadap bawahannya atau oleh atasan terhadap bawahannya.
5. Rasional, yaitu keputusan yang dihasilkan bersifat obyektif, transparan, logis, konsisten, mendekati kebenaran, atau sejalan dengan aspirasi, guna

memaksimalkan hasil dan nilai dalam rentang tertentu Saya dapat mengatakan demikian.

c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha

Menurut Bygrave (2004) dalam bukunya, ada beberapa faktor penting yang berperan penting dalam memulai bisnis baru, seperti:

1. Mengenai aspek personal dari kepribadian seseorang.
2. Masalah sosiologi dan hubungan keluarga.
3. Lingkungan, tentang hubungan dengan lingkungan.

d. Indikator pengambilan keputusan berwirausaha

Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan diatas, penulis mengambil indikator untuk mengukur penelitian mengenai sikap dalam pengambilan keputusan berwirausaha (Geoffey G Meredith dalam Suryana (2013) sebagai berikut:

1. Percaya diri dan optimis
Seseorang yang mempunyai kepercayaan diri, akan selalu memiliki keyakinan, tidak bergantung pada orang lain, individualism dan optimisme. Orang yang memiliki kepercayaan diri akan mempunyai kemampuan untuk bekerja sendiri dalam mengorganisasikan.
2. Berorientasi pada tugas dan hasil
Seorang wirausahawan yang berorientasi pada tugas dan hasil memiliki perspektif dan pandangan kedepan, berorientasi pada laba, tekun dan tabah, tekad kerja keras, serta mempunyai dorongan yang kuat.
3. Berani mengambil resiko dan menyukai tantangan
Seorang wirausaha harus siap terhadap resiko dan tantangan yang ada, setiap tantangan harus dihadapi penuh dengan perhitungan. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi relatif mampu menghadapi dan menyelesaikan masalah tanpa menunggu bantuan orang lain.
4. Kepemimpinan
Sifat kepemimpinana memang ada dalam diri masing-masing individu. Seorang wirausahawan yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, dan keteladanan.
5. Keorisinilan

Wirausahawan yang inovatif adalah orang yang kreatif. Sebagai seorang wirausaha mereka harus mempunyai ide kreatif untuk keberhasilan usahanya, yang dimaksud orisinal adalah tidak hanya mengikut ide orang lain, tetapi memiliki pendapat sendiri serta kemampuan untuk melaksanakan sesuatu dengan ide yang dimiliki.

2.1.3 Modal Usaha

a. Pengertian Modal Usaha

Menurut Diah Iyudianti dalam buku Husinsah (2022) modal merupakan salah satu faktor terpenting dari kegiatan produksi. Bagi usaha yang baru berdiri atau mulai menjalankan usahanya, modal digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha, sedangkan bagi perusahaan atau bidang usaha maupun bisnis yang sudah berdiri lama, modal biasanya digunakan untuk dapat mengembangkan usaha maupun memperluas pasar dari bisnis dan usaha tersebut. Bagi para pengusaha hendaknya dapat memanfaatkan modal dengan seoptimal mungkin, yang nantinya diharapkan dapat memberikan keuntungan yang lebih maksimal bagi perusahaan yang dikelola.

b. Sumber Modal Usaha

Dalam suatu usaha perlu suatu modal untuk menjalankan kegiatannya, modal dapat diperoleh dari berbagai sumber pendanaan, baik sumber dana internal maupun dana eksternal (Husinsah, 2022). Adapun sumber-sumber modal usaha yaitu:

1. Modal Sendiri, biasanya memiliki kendala jumlah yang terbatas. Sumber permodalan dari uang sendiri dapat diperoleh beberapa sumber seperti simpanan (tabungan, perhiasan, deposito dan surat berharga yang dapat digadaikan) serta menjual harta yang kurang produktif.
2. Modal Asing (Pinjaman), dana ini dapat berasal dari lembaga keuangan atau orang lain. sebagai dana pembiayaan atau pinjaman, kemungkinan jumlahnya besar tetapi memiliki resiko tinggi karena wirausaha harus mengembalikan beserta bagi hasilnya.
3. Dana Mitra, dana yang berasal dari mitra kerja, yang dimana dananya diperoleh melalui notaris. Ada beberapa strategi mendapatkan dana mitra, yaitu melalui modal patungan atau menjual saham.

c. Indikator Modal Usaha

Menurut Endang Purwanti (2012) secara keseluruhan modal usaha terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

1. Modal Investasi

Modal investasi adalah jenis modal usaha yang harus dikeluarkan dan dipakai dalam jangka panjang. Namun modal investasi akan menyusut dari tahun ke tahun bahkan bias dari bulan ke bulan.

2. Modal Kerja

Modal kerja merupakan modal usaha yang diharuskan untuk dapat membuat atau membeli barang dagangan. Modal kerja ini dapat dikeluarkan tiap bulan atau pada waktu-waktu tertentu.

3. Modal Operasional

Modal operasional merupakan modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasional bulanan, seperti pembayaran gaji pegawai, listrik dan lain sebagainya.

Menurut Endang Purwanti (2012), indikator modal usaha adalah sebagai berikut:

1. Modal usaha sebagai syarat untuk usaha

Modal usaha mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Setiap usaha atau perusahaan membutuhkan dana atau biaya untuk dapat beroperasi. Artinya tanpa modal usaha, setiap usaha akan mengalami kesulitan dalam melakukan usahanya, baik memproduksi barang-barang maupun melakukan transaksi jual-beli barang. Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atau usaha yang dijalankan.

2. Modal tambahan

Bantuan modal yang diterima, dimanfaatkan untuk menjalankan usahanya sehingga volume atau omset penjualan dan keuntungan yang diperoleh bias meningkat.

3. Besar modal

Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam

pencapaian pendapatan. Dan besar kecilnya modal yang dibutuhkan tergantung dari besar kecilnya usaha yang akan didirikan,

Berdasarkan teori dan indikator modal usaha yang telah dibahas diatas, maka dapat disimpulkan yang menjadi indikator pada penelitian ini adalah:

1. Besar Modal
2. Modal Investasi
3. Modal Tambahan
4. Modal Operasional

2.1.4 Penggunaan *E-commerce*

a. Pengertian *e-commerce*

E-commerce, juga dikenal sebagai perdagangan elektronik, adalah kegiatan yang terkait dengan pembelian, penjualan, serta pemasaran barang dan jasa dengan menggunakan sistem elektronik seperti *Internet* atau jaringan komputer. Menurut Loudon (1998) dalam Nugroho (2016) *E-commerce* adalah suatu proses yang dilakukan konsumen dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan.

Pengertian *e-commerce* berbeda-beda tergantung para ahli di bidangnya, namun selalu mempunyai maksud dan tujuan yang sama (Almira dan Hadiani, 2019). Menurut Sudaryono (2020) dalam penelitian menyatakan bahwa *e-commerce* mengacu pada distribusi, pemasaran, pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, *www* atau situs web lainnya. *E-commerce* juga mencakup transfer dana elektronik, sistem manajemen inventaris otomatis, pertukaran data elektronik, dan sistem pengumpulan data otomatis. Dari beberapa definisi *e-commerce*, penulis menyimpulkan bahwa *e-commerce* adalah suatu kegiatan jual beli yang dapat dilakukan secara online maupun secara virtual maupun tidak langsung, namun melalui perantara media elektronik.

b. Konsep dan klasifikasi *e-commerce*

Sebagai salah satu paradigma baru di dunia marketing, tentunya *e-commerce* mempunyai konsep. Adapun konsep dasar dari *e-commerce* terdiri dari lima aspek (Nugroho, 2016).

1. *Automation*, yaitu otomasi bisnis proses sebagai pengganti proses manual.
2. *Streamlining/Integration*, yaitu proses yang terintegrasi untuk mencapai.
3. *Publishing*, yaitu kemudahan berkomunikasi dalam perdagangan.
4. *Interaction*, yaitu pertukaran informasi/data antar pelaku bisnis dengan meminimalisasikan *human error*. tujuan yang efektif serta efisien.
5. *Transaction*, yaitu kesepakatan dua pelaku bisnis untuk bertransaksi dengan melibatkan institusi lain sebagai fungsi pembayaran.

Selain itu, Menurut Nugroho (2016) bisnis *e-commerce* memiliki berbagai macam jenis *e-commerce* seperti tipe bisnis di bidang *Business-to- Business (B2B)*, *Business-to-Consumer (B2C)*, *Consumer-to-Consumer (C2C)*, dan *Consumer-to-Business (C2B)*.

c. Model E-commerce di Indonesia

Menurut Nugroho (2016), ada lima model bisnis yang diusung oleh pelaku bisnis *e-commerce* di Indonesia, sebagai berikut:

1. *Classifieds/Listing/Iklan baris*
Adalah model bisnis *e-commerce* paling sederhana yang cocok digunakan di negara berkembang, tiga *website* iklan baris yang terkenal di Indonesia adalah Tokobagus, Berniaga dan OLX. Metode transaksi yaitu metode COD.
2. *Marketplace C2C (Consumer to Consumer)*
adalah model bisnis dimana *website* yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang tetapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online. Tiga *website* marketplace di Indonesia ialah Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan lain sebagainya.
3. *Shopping mall*
Model bisnis yang mirip *marketplace*, tapi penjual yang bisa berjualan di sana haruslah penjual atau brand ternama karena proses verifikasi yang ketat. Contohnya adalah aplikasi Blibli.
4. Toko online B2C (*Business to Consumer*)

Model bisnis yang sederhana, yakni sebuah toko online dengan alamat website sendiri dimana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara online kepada pembeli, seperti Lazada.

5. Toko online di media sosial

Model yang menggunakan *website* media sosial seperti Facebook dan Instagram.

d. Indikator Penggunaan *E-commerce*

Ada beberapa indikator yang mempengaruhi keberhasilan dalam penggunaan *e-commerce* menurut Sihombing dan Sulisty (2021) yakni:

1. Mudah diakses *E-commerce*

Dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Cukup dengan gadget sudah bisa mengelola pesanan dan mengirimkannya pada pelanggan.

2. Transaksi mudah

Dilakukan Dengan menggunakan internet, proses jual beli dapat dilakukan dengan mudah.

3. Permodalan Lebih hemat biaya,

Tidak perlu menyewa tempat usaha dan tidak perlu membuka cabang penjualan.

4. Transaksi aman *E-commerce*

Menyediakan berbagai metode pembayaran yang lebih beragam dengan sistem keamanannya.

5. Proses layanan cepat

Proses layanan cepat tanpa perlu datang ke toko. Cukup membuka website, cek produk, dan jika sudah cocok langsung dipesan.

2.1.5 Self-efficacy

a. Pengertian *Self-efficacy*

Menurut Bandura (1997), *Self-efficacy* adalah persepsi individu mengenai seberapa bagus dia dapat berfungsi dalam kedudukan tertentu. *Self-efficacy* mengacu pada rasa percaya diri untuk mampu melakukan suatu perilaku yang diinginkan, dan pada dasarnya *self-efficacy* merupakan suatu proses positif berupa kepastian, kepercayaan, bahkan harapan terhadap sekelompok orang ketika

melakukan suatu tugas tertentu serta tindakan untuk mencapai sesuatu yang diinginkan guna mencapai suatu hasil. *Self-efficacy* mengacu pada keyakinan orang tentang kemampuan mereka untuk tampil pada tingkat kinerja tertentu dan mengatasi situasi yang mungkin memengaruhi kehidupan mereka (Agustin, 2019).

Orang dengan *Self-efficacy* yang tinggi percaya bahwa mereka mempunyai kemampuan untuk Orang dengan *Self-efficacy* rendah percaya bahwa mereka pada dasarnya tidak mampu melakukan segala sesuatu di sekitar mereka. Ketika dihadapkan pada situasi sulit, orang dengan *Self-efficacy* rendah mudah menyerah. Di sisi lain, orang dengan *Self-efficacy* yang tinggi cenderung mengeluarkan upaya lebih untuk mengatasi tantangan yang ada (Esfandiar, 2017). Hal serupa juga diungkapkan oleh Gist yang menunjukkan bahwa *Self-efficacy* berperan penting dalam memotivasi pekerja untuk menyelesaikan tugas-tugas yang menantang dan berkaitan dengan tujuan tertentu.

Berdasarkan definisi tersebut, *Self-efficacy* dapat disimpulkan sebagai keyakinan maupun kepercayaan seseorang yang mempunyai kemampuan untuk melakukan tindakan untuk mencapai tujuan tertentu, mampu berhasil mempengaruhi situasi dan mengatasi hambatan.

b. Dimensi *Self-efficacy*

Bandura (1997) mengkategorikan efikasi diri menjadi tiga dimensi, yaitu: tingkat, umum, dan kekuatan.

1. Dimensi *Level*, dimensi ini mengacu pada tingkat kesulitan tugas.
2. Dimensi *Generality*, dimensi ini mencakup berbagai situasi tugas, mulai dari melakukan aktivitas yang biasanya diselesaikan, hingga melakukan serangkaian tugas yang beragam, hingga situasi yang belum pernah diselesaikan sebelumnya
3. Dimensi *Strength*, dimensi ini dinilai untuk mengetahui kekuatan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam memenuhi tuntutan suatu pekerjaan atau permasalahan.

c. Proses-proses Yang Mempengaruhi *Self-efficacy*

Menurut Bandura (1997), manusia mempunyai empat proses psikologis yang berperan dalam diri: proses kognitif, motivasi, kasih sayang, dan proses pilihan.

1. Proses Kognitif

Proses kognitif adalah proses berpikir yang melibatkan perolehan, pengorganisasian, dan penggunaan informasi. Kebanyakan tindakan manusia dimulai dengan pemikiran awal.

2. Proses motivasi

Sebagian besar motivasi manusia dihasilkan oleh kognisi. Individu memotivasi dan mendorong diri mereka sendiri serta membimbing tindakan mereka melalui tahap pra-berpikir.

3. Proses Emosional

Proses emosional adalah proses yang mengatur keadaan emosi atau respons emosional. Keyakinan individu tentang cara mengatasinya juga mempengaruhi tingkat stres dan depresi ketika menghadapi situasi sulit, kata Bandura. Efikasi diri yang dirasakan mengenai kemampuan mengendalikan sumber stres memainkan peran penting dalam perkembangan kecemasan.

4. Proses Seleksi

Kemampuan seseorang dalam memilih suatu kegiatan atau situasi tertentu turut mempengaruhi dampak suatu peristiwa.

c. Indikator *Self-efficacy*

Indikator *Self-efficacy* dalam penelitian ini diadaptasi dari pengertian *self-efficacy* dan menggunakan pernyataan yang telah digunakan oleh Esfandiar (2017) sebagai berikut:

1. Percaya atas kemampuan mentoleransi perubahan

Percaya atas kemampuan mentoleransi perubahan yang dimaksud adalah penilaian wirausaha atas keyakinan akan kemampuannya menerima perubahan dalam usaha

2. Percaya atas kemampuan merespon peluang

Percaya atas kemampuan merespon peluang yang dimaksud adalah penilaian wirausaha atas keyakinan akan kemampuannya menanggapi pada setiap kesempatan dalam usaha

3. Percaya atas kemampuan menghasilkan ide

Percaya atas kemampuan menghasilkan ide yang dimaksud adalah penilaian wirausaha atas keyakinan akan kemampuannya dalam menciptakan sebuah inovasi baru

4. Percaya atas kemampuan menciptakan produk

Percaya atas kemampuan menciptakan produk yang dimaksud adalah penilaian wirausaha atas keyakinan akan kemampuannya dalam menciptakan produk terbaru yang lebih baik

5. Percaya atas kemampuan memiliki keahlian dan kapasitas

Percaya atas kemampuan keahlian dan kapasitas yang dimaksud adalah penilaian wirausaha atas keyakinan akan kemampuannya dan potensi yang ada dalam diri wirausaha

6. Percaya atas kemampuan mengembangkan rencana

Percaya atas kemampuan mengembangkan rencana yang dimaksud adalah penilaian atas keyakinan akan kemampuannya penyusun manajemen kinerja dan peluang usaha

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya ini berfungsi sebagai dasar untuk perbandingan pengetahuan dan wawancara, dan sebagai referensi untuk menghasilkan hipotesis untuk menganalisis pengaruh modal usaha, penggunaan *e-commerce*, dan *self-efficacy* dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Tabel 2 berikut ini menjelaskan penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi dasar penelitian ini.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian sekarang
1	Erna Lovita, dan Febyana Susanty (2021)	Peranan Pemahaman <i>E-commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap minat Kewirausahaan	Dependen: 1. <i>E-commerce</i> 2. Sistem informasi akuntansi Independen: 1. Minat Berwirausaha	Metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, dengan alat analisis SPSS versi 25	Berpengaruh Positif / Signifikan: 1. <i>E-commerce</i> 2. SIA Tidak berpengaruh : -	Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel (X), dimana penelitian ini menambahkan variabel dependen yaitu <i>self-efficacy</i> dan tidak menggunakan variabel sistem informasi Akuntansi dan untuk variabel (Y) pada penelitian ini berhubungan dengan pengambilan keputusan berwirausaha, sedangkan pada penelitian sebelumnya berhubungan dengan minat berwirausaha.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian sekarang
2	Pamungkas, A. P., dan Mustika wati, R. I. (2018)	Pengaruh <i>Self-efficacy</i> Pendidikan Kewirausahaan dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	Dependen: 1. <i>Self-efficacy</i> 2. Pendidikan Kewirausahaan 3. Ekspektasi Pendapatan Independen: 1. Minat Berwirausaha	Metode Kuantitatif dengan alat analisis statistik deskriptif, uji prasyarat analisis, analisis regresi linier sederhana, dan berganda.	Berpengaruh Positif / Signifikan: 1 <i>Self-efficacy</i> 2. Pendidikan Kewirausahaan 3. Ekspektasi Pendapatan 4. semua variabel x terhadap y Tidak berpengaruh : -	Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel (X), dimana penelitian ini tidak menggunakan variabel pendidikan kewirausahaan dan ekspektasi pendapatan. Dan untuk variabel (Y) pada penelitian ini berhubungan dengan pengambilan keputusan berwirausaha, sedangkan pada penelitian sebelumnya berhubungan dengan minat berwirausaha.
3.	Yolla Triyana Meifa (2022)	Pengaruh Modal Usaha, Lingkungan dan <i>Self-efficacy</i> Terhadap Minat berwirausaha	Dependen: 1. Modal Usaha 2. Lingkungan 3. <i>Self-efficacy</i> Independen: 1. Minat Berwirausaha	Metode kuantitatif dengan alat analisis SmartPLS 3	Berpengaruh Positif / Signifikan: 1. Lingkungan 2. <i>Self-efficacy</i> Tidak berpengaruh : 1. Modal usaha	Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel (X), dimana penelitian ini menggunakan Lingkungan sedangkan pada penelitian sekarang tidak menggunakan variabel lingkungan sebagai variabel bebasnya .
4	Oktavian a Fensi Anggraeni (2022)	Pengaruh <i>E-commerce, Digital Payment</i> , dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap minat wirausaha	Dependen: 1. <i>E-commerce</i> 2. <i>Digital Payment</i> 3. SIA Independen: 1. Keputusan Berwirausaha	Metode Kuantitatif dengan alat analisis IBM SPSS Statistic 25	Berpengaruh Positif / Signifikan: 1. <i>E-commerce</i> 2. <i>Digital Payment</i> 3. SIA Tidak berpengaruh :-	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada variabel (X), dimana pada penelitian ini menambahkan satu variabel dependen yaitu <i>Self-Efficacy</i> . sedangkan penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel tersebut.
5	Muhammad Fauzi Azhari (2022)	<i>Effect of Business Capital, Use of Accounting Information and Sales System, E-commerce</i>	Dependen: 1. Modal Usaha 2. SIA 3. <i>E-commerce</i>	Metode kuantitatif	Berpengaruh Positif / Signifikan: 1. <i>E-commerce</i> 2. modal usaha 3. SIA	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada variabel (X), dimana pada penelitian ini menambahkan satu variabel dependen yaitu <i>Self-Efficacy</i> . sedangkan penelitian terdahulu tidak

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian sekarang
		<i>on the Financial Performance Of Micro, Small and Medium Enterprises</i>	Independen: 1. Kinerja Keuangan Usaha Mikro kecil dan Menengah		Tidak berpengaruh : -	menggunakan variabel tersebut. Dan untuk variabel (Y) pada penelitian ini pengambilan keputusan berwirausaha sedangkan penelitian terdahulu ialah <i>financial in performance of micro small and medium enterprises</i> .
6	Oniella Ramadhana Ulyasari, duwi, Rulyani dan Arthur Waga Ilhamsyah (2023)	The Influence of E-commerce and Accounting Information System On The Performance Of UMKM Sector Industry	Dependen: 1. E-commerce 2. SIA Independen: 1. Kinerja UMKM Sektor Industri	Metode Kuantitatif analisis Regresi Linear Berganda	Berpengaruh Positif / Signifikan: 1. E-commerce 2. SIA Tidak berpengaruh : -	Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel (X), dimana penelitian ini menambahkan variabel dependen yaitu <i>self-efficacy</i> . Sebaliknya penelitian sebelumnya tidak menggunakan variabel tersebut. Dan variabel (Y) pada penelitian ini adalah tentang pengambilan keputusan berwirausaha, sedangkan penelitian sebelumnya tentang kinerja UMKM sektor industri.

Sumber: Data Primer, 2024

2.3 Hipotesis

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai kaitan yang diprediksi secara logika antara dua variabel atau lebih yang dapat dibuktikan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji (Jumana, 2022). Hipotesis merupakan jawaban sementara berhubungan rumusan masalah penelitian yang akan diuji, sebagai jawaban awal atas temuan penulis tentang apa yang dirumuskan masalah, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

2.3.1 Pengaruh Modal Usaha terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Modal usaha merupakan segala sesuatu baik berupa materi dan non materi yang dibutuhkan ketika membangun sebuah bisnis yang dapat memperoleh keuntungan (Budianto, 2018). Kemudian berdasarkan hasil temuan Nur dan Hadijah

(2013), serta penelitian yang dilakukan oleh Handayani dkk., (2023) menyatakan bahwa modal usaha mempunyai pengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini dikarenakan faktor utama permasalahan yang sering dialami oleh para wirausaha adalah modal. Dalam mengembangkan usaha maka dibutuhkan modal secara terus menerus untuk perantara bahan dan jasa dalam proses produksi guna memperoleh pendapatan dari transaksi penjualan. Suatu usaha akan berkembang dan stabil apabila mempunyai modal usaha yang layak. Maka hipotesis pertama dalam penelitian ini sebagai berikut

H1 : Modal Usaha Berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha

2.3.2 Pengaruh Penggunaan *E-commerce* terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

E-commerce merupakan aktivitas yang berkaitan dengan pembelian, penjualan, pemasaran barang atau jasa yang memanfaatkan aplikasi atau sistem elektronik (Almira dan Hadiani, 2019). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lovita dan Susanty (2021), menunjukkan bahwa *e-commerce* memberikan pengaruh terhadap keputusan bisnis. Menurut Indri dan Hafizah (2020), hasilnya menunjukkan bahwa *e-commerce* mempunyai pengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Berbeda dengan penelitian Taufiq dan Indrayeni (2022) yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa *e-commerce* tidak mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

E-commerce memberikan pengaruh dikarenakan dampak rangkaian teknologi informasi dan komunikasi yang secara signifikan mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan lingkungannya, dalam hal ini berkaitan dengan transaksi perdagangan. Hal ini sesuai dengan tindakan penggunaan *Technology Accepted Model* (TAM) untuk menganalisis dampak penggunaan *e-commerce* terhadap minat mahasiswa untuk pengambilan keputusan berwirausaha. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semakin besar pengetahuan tentang *e-commerce* maka semakin besar pula minat mahasiswa dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Maka hipotesis kedua dalam penelitian ini sebagai berikut

H2 : *E-commerce* Berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha

2.3.3 Pengaruh *Self- efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Berwira - usaha

Self-efficacy merupakan tingkat keyakinan setiap individu terhadap kemampuannya dalam melakukan tugas serta mengelola berbagai hal untuk mencapai hasil yang maksimal. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yanti (2019), *self-efficacy* mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Menurut penelitian yang dilakukan Pamungkas (2018) menunjukkan bahwa *self-efficacy* mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hal ini dikarenakan saat seseorang ingin melakukan kegiatan bisnis memerlukan kepercayaan diri sangat penting ketika memasuki suatu profesi. Dalam hal ini teori pengambilan keputusan menjelaskan hubungan antara penerapan *self-efficacy* yang terjadi dalam suatu organisasi atau perusahaan dengan dampaknya terhadap kewirausahaan (Novita, 2021). Maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini sebagai berikut.

H3 : *Self-efficacy* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha

2.3.4 Pengaruh Modal Usaha, Penggunaan *E-commerce*, dan *Self- efficacy* terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Berdasarkan seluruh uraian mengenai pengaruh penggunaan *e-commerce*, sistem informasi akuntansi dan *self-efficacy* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha yang telah disebutkan diatas, maka penulis mengajukan hipotesis penelitian dengan mengasumsikan bahwa modal usaha, *e-commerce*, dan *self-efficacy* bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Maka hipotesis keempat dari penelitian ini adalah:

H4 : Modal usaha, penggunaan *e-commerce*, dan *self- efficacy* secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha