

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi Indonesia dalam satu dekade terakhir menegaskan bahwa kewirausahaan memiliki peran vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan keluar dari jebakan pendapatan menengah (*middle income trap*). Namun, kuantitas wirausaha di Indonesia masih berada di bawah standar ideal negara maju. Berdasarkan data terbaru dari (Kementerian Koperasi dan UMKM 2025), rasio kewirausahaan Indonesia tercatat stagnan di angka 3,47 persen dan sedang diupayakan mencapai target 3,95 persen pada tahun 2025. Angka ini dinilai masih cukup rendah apabila dikomparasikan dengan negara-negara tetangga di kawasan ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*). Sebagai pembanding, Singapura telah memimpin dengan rasio mencapai 8,76 persen, disusul oleh Malaysia dan Thailand yang masing-masing telah berada di kisaran angka di atas 4 persen. Ketertinggalan ini mengindikasikan bahwa keputusan masyarakat untuk terjun ke dunia wirausaha masih perlu dipacu secara masif. Fenomena pengangguran dan tingginya kebutuhan lapangan kerja serta pertumbuhan penduduk yang pesat di era globalisasi saat ini membawa tantangan besar bagi struktur ekonomi nasional, terutama terkait ketidakseimbangan antara jumlah lulusan pendidikan dengan ketersediaan lapangan pekerjaan. Fenomena meningkatnya jumlah pengangguran terdidik menuntut perubahan paradigma dari sekadar pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*). Di kabupaten Jember, potensi ekonomi yang besar membutuhkan motor penggerak dari masyarakat lokal untuk menekan angka pengangguran melalui aktivitas kewirausahaan yang intensif. Aktivitas ini bukan hanya sebagai sumber penghasilan pribadi, tetapi juga sebagai kontribusi nyata dalam memperbaiki taraf hidup masyarakat secara luas. Berikut adalah tabel jumlah pengangguran di kabupaten Jember pada periode Agustus 2022 sampai Agustus 2025.

Gambar 1.1 Data populasi masyarakat di kabupaten Jember periode Agustus 2022 sampai Agustus 2025

Status Keadaan Ketenagakerjaan	Agustus 2022	Agustus 2023	Agustus 2024	Agustus 2025	Perubahan 1 Tahun (Agustus 2024–Agustus 2025)	
	orang	orang	orang	orang	orang	persen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(7)	(8)
Penduduk Usia Kerja	1.959.071	2.058.816	2.074.920	2.090.681	15.761	0,76
Angkatan Kerja	1.360.361	1.488.624	1.530.401	1.584.270	53.869	3,52
- Bekerja	1.305.101	1.428.908	1.480.981	1.535.617	54.636	3,69
- Pengangguran	55.260	59.716	49.420	48.653	-767	-1,55
Bukan Angkatan Kerja	598.710	570.192	544.519	506.411	-38.108	-7,00
	persen	persen	persen	persen	persen poin	
Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)	4,06	4,01	3,23	3,07	-0,16	
- Laki-laki	3,91	3,71	3,07	3,06	-0,01	
- Perempuan	4,29	4,45	3,45	3,08	-0,37	
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK)	69,44	72,30	73,76	75,78	2,02	
- Laki-Laki	85,13	86,76	87,96	88,61	0,65	
- Perempuan	54,49	58,13	59,84	63,21	3,37	

(Sumber: Badan Pusat Statistik BPS Kabupaten Jember 2025)

Berdasarkan pada gambar 1.1 Jumlah populasi yang berada dalam kelompok angkatan kerja terus bertambah, dari 1,36 juta pada tahun 2022 menjadi 1,58 juta orang pada bulan Agustus 2025. Dalam periode satu tahun terakhir, jumlahnya meningkat sebanyak 53.869 orang atau sebesar 0,76 persen. Jumlah angkatan kerja mengalami kenaikan yang sangat berarti. Pada bulan Agustus 2025, total angkatan kerja mencapai 1.584.270 orang, mengalami kenaikan sebanyak (3,52 persen) dibandingkan dengan tahun sebelumnya. TPAK juga bertambah dari 73,76 persen menjadi 75,78 persen, yang berarti meningkat sebesar 2,02 poin persen. Kenaikan TPAK menunjukkan adanya perbaikan dalam kondisi ekonomi serta meningkatnya kesempatan kerja di kabupaten Jember. Jumlah tenaga kerja meningkat dari 1.480.981 menjadi 1.535.617 orang, yang berarti terdapat penambahan sebanyak 54.636 orang (3,69 persen). Menurut jumlah pengangguran di kabupaten Jember dari Badan Pusat Statistik (BPS kabupaten Jember, 2025), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) tercatat sebesar 3,07%, namun secara absolut terdapat 48.653 orang yang berstatus pengangguran. Tingginya angka pengangguran tersebut mengindikasikan bahwa menjadi pencari kerja (*job seeker*) semakin sulit, sehingga terjadi pergeseran orientasi masyarakat untuk menjadi pencipta kerja (*job creator*). Keterbatasan lapangan pekerjaan di sektor formal ini secara tidak langsung "memaksa" masyarakat Jember mencari alternatif lain demi bertahan hidup, salah satunya dengan berwirausaha. data (BPS kabupaten Jember, 2025) menunj terjadi penurunan penyerapan tenaga kerja di sektor formal (status buruh/karyawan) yang cukup tajam, yakni dari 28,47 persen pada tahun 2022 merosot menjadi 22,52 persen pada tahun 2025. Sebaliknya, indikator geliat UMKM menunjukkan tren positif, di mana penduduk yang berstatus 'Berusaha Dibantu Buruh Tetap' mengalami peningkatan dari 2,10 persen menjadi 3,07 persen dalam periode yang sama. Selain itu, dominasi masyarakat yang 'Berusaha Sendiri' mencapai angka 25,83 persen pada tahun 2025. (BPS kabupaten Jember, 2025) menjelaskan dalam laporan keadaan ketenagakerjaan Agustus 2025, total penduduk yang bekerja di kabupaten Jember tercatat sebanyak 1,53 juta jiwa. Struktur mata pencaharian masyarakat Jember menunjukkan pergeseran tren yang signifikan ke arah kemandirian ekonomi. Mengacu pada klasifikasi status pekerjaan utama tahun 2025, masyarakat yang bekerja sebagai Buruh/Karyawan/Pegawai tercatat sebesar 22,52%. Jika digabungkan dengan pekerja bebas (17,57%) dan pekerja keluarga (13,09%), maka total masyarakat yang bekerja pada pihak lain/membantu usaha orang lain adalah sebesar 53,18%. Di sisi lain, animo masyarakat untuk mengambil keputusan berwirausaha tergolong sangat tinggi. Total masyarakat yang berwirausaha mencapai 46,81% dari seluruh penduduk bekerja. Angka ini merupakan gabungan dari mereka yang Berusaha Sendiri sebesar 25,83%, Berusaha dibantu buruh tidak tetap sebesar 15,17%, dan Berusaha dengan buruh tetap sebesar 5,81%. Fakta yang paling menarik adalah kategori Berusaha Sendiri (25,83%) menjadi status pekerjaan tertinggi/paling dominan di kabupaten Jember, mengalahkan persentase karyawan formal. Hal ini menjadi bukti empiris bahwa keputusan berwirausaha merupakan pilihan karier utama masyarakat Jember, yang semakin memperkuat urgensi penelitian ini untuk mengkaji peran pendidikan kewirausahaan dalam mendukung kualitas keputusan tersebut. Pergeseran ini mengindikasikan bahwa keputusan berwirausaha bukan lagi sekadar alternatif, melainkan telah menjadi pilihan

strategis masyarakat Jember untuk bertahan di tengah menyusutnya lapangan kerja formal. Jika masyarakat di kabupaten Jember tidak memiliki keputusan yang kuat untuk berwirausaha dan hanya mengandalkan lowongan kerja yang ada, mereka berisiko besar terjebak masuk ke dalam statistik pengangguran tersebut. Tingginya animo masyarakat untuk beralih menjadi wirausaha tersebut didukung oleh data riil di lapangan. Berdasarkan data Dinas Koperasi, lonjakan jumlah pelaku usaha mikro di kabupaten Jember tercatat sangat fantastis sebagaimana disajikan pada Tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1 Data UMKM
Penerbitan Surat Keterangan Usaha (SKU)

NO	Tahun	Jumlah	Keterangan
1	2011 S/D 2016	4,217	
2	2017	868	
3	2018	778	
4	2019	219	
5	2020	6,416	
6	2020	201,527	SKU Belum dicetak/diprint
7	2021	365	
8	2021	56,644	SKU Belum dicetak/diprint
9	2022	872	
10	2023	391	
11	2024	137	
TOTAL		272,434	

(Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember tahun 2024)

Berdasarkan pada tabel 1.1 tingginya proporsi masyarakat yang berwirausaha di kabupaten Jember tidak hanya tercermin dari struktur status pekerjaan, tetapi juga dari skala UMKM yang berkembang secara nyata di daerah tersebut. Berdasarkan laporan kinerja LKIP (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro kabupaten Jember, 2024), tercatat sebanyak 94.506 UMKM telah berhasil di data secara aktif, sementara akumulasi penerbitan surat keterangan usaha (SKU) hingga tahun 2024 menunjukkan terdapat 272.434 usaha mikro yang terdaftar. Angka ini mengindikasikan bahwa UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian lokal dan menjadi pilihan utama masyarakat dalam menciptakan sumber penghidupan di tengah keterbatasan lapangan kerja formal. Namun demikian, besarnya jumlah UMKM tersebut belum sepenuhnya mencerminkan kualitas keputusan berwirausaha yang matang dan berkelanjutan. Data yang sama menunjukkan bahwa tingkat usaha mikro mandiri masih relatif rendah, yang mengindikasikan bahwa banyak pelaku usaha berada pada fase bertahan (survival oriented) dan belum sepenuhnya mampu berkembang secara optimal. Kondisi ini mengisyaratkan bahwa keputusan berwirausaha yang diambil oleh masyarakat sering kali bersifat reaktif terhadap tekanan ekonomi, seperti keterbatasan lapangan kerja dan

ancaman pengangguran, bukan didasarkan pada kesiapan kompetensi, pemanfaatan teknologi, dan keyakinan diri yang kuat. Meskipun kuantitas pelaku usaha mikro di kabupaten Jember menunjukkan angka yang masif, realitas empiris memperlihatkan adanya ketimpangan yang tajam antara jumlah UMKM dengan tingkat kemandirian dan daya saingnya. Berdasarkan pendataan resmi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro kabupaten Jember pada tahun 2024, terdapat 94.506 Koperasi dan UMKM (KUMKM) yang berhasil didata di wilayah ini. Namun, tingginya angka tersebut tidak berbanding lurus dengan kualitas usaha. Tercatat bahwa dari target persentase "Usaha Mikro Mandiri" yang ditetapkan sebesar 80% pada tahun 2024, realisasi di lapangan hanya mampu menyentuh angka 41%. Kegagalan mencapai target kemandirian usaha mikro ini secara kritis mengonfirmasi bahwa tingginya animo masyarakat Jember dalam mengambil keputusan berwirausaha masih banyak yang terjebak pada fase bertahan hidup (*survival oriented*). Laporan Kinerja Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (2024) mengidentifikasi beberapa hambatan fundamental yang menjadi akar permasalahan, di antaranya adalah rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola usaha mikro, serta lemahnya daya saing dalam hal penguasaan teknologi dan pemasaran. Dari sisi adaptasi teknologi, meskipun pemerintah daerah telah berupaya memfasilitasi pemasaran digital melalui aplikasi daring seperti J-POINT, penetrasi program ini masih terhambat karena minimnya pemahaman literasi digital di kalangan pelaku usaha itu sendiri. Lebih lanjut, ancaman eksternal berupa menjamurnya pasar berjangkauan berskala besar turut memberikan tekanan persaingan yang berpotensi mematikan keberlangsungan usaha mikro lokal. Rentetan kendala empiris dari instansi terkait ini memberikan justifikasi yang sangat kuat terhadap urgensi penelitian ini. Secara kritis fakta bahwa lemahnya kualitas SDM dan minimnya adaptasi digital menjadi faktor penghambat utama, membuktikan bahwa keputusan berwirausaha yang berkualitas tidak dapat lahir secara instan hanya karena desakan ekonomi. Untuk mengubah status usaha mikro menjadi mandiri, masyarakat membutuhkan fondasi kompetensi melalui pendidikan kewirausahaan guna memperbaiki kualitas manajerial SDM. Di samping itu, optimalisasi peran *e-commerce* menjadi mutlak diperlukan sebagai solusi atas ketertinggalan penguasaan teknologi pemasaran. Pada saat yang sama, tekanan dari dominasi pasar berjangkauan menuntut adanya *self-efficacy* (keyakinan diri) yang tangguh dari pelaku usaha agar berani mengambil keputusan strategis dan tidak mudah menyerah di tengah iklim persaingan yang kompetitif.

Keputusan berwirausaha merupakan sebuah komitmen strategis yang diambil individu untuk menjalankan usaha setelah mempertimbangkan berbagai faktor risiko dan peluang (Tingginehe dan Sulandjari, 2024). Di tengah kondisi ekonomi yang tidak pasti, keputusan ini sering kali tidak didasarkan pada metode yang solid, sehingga banyak masyarakat yang ragu atau gagal melihat nilai sebenarnya dari ide bisnis mereka. Padahal, pengambilan keputusan yang terstruktur yang menyerupai pendekatan ilmiah sangat krusial untuk meningkatkan efisiensi dalam mencari ide bisnis yang layak dan berdaya saing. Sebagaimana dijelaskan dalam buku pendidikan kewirausahaan, keputusan untuk berwirausaha bukanlah tindakan spontan, melainkan hasil dari proses mental yang melibatkan evaluasi diri dan lingkungan secara mendalam. Sebagaimana ditegaskan oleh (Ucik, Wardana dan Sumanto, 2024) dalam karyanya, keputusan untuk

berwirausaha bukanlah sekadar tindakan spontan, melainkan sebuah komitmen yang muncul ketika individu merasa memiliki kesiapan mental dan pengetahuan yang memadai untuk menghadapi tantangan pasar. Tanpa adanya fondasi pengambilan keputusan yang kuat, keberlangsungan usaha di masyarakat akan rentan terhadap kegagalan.

Salah satu pendorong utama dalam membentuk kesiapan masyarakat untuk mengambil keputusan berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan faktor pertama yang paling mendasar adalah pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan adalah proses pembelajaran yang sistematis dan terencana untuk menanamkan pengetahuan, nilai-nilai, dan jiwa wirausaha kepada setiap individu agar memiliki kemampuan membaca peluang bisnis (Adebakin dan Ayanlowo, 2023). Menurut (Soelaiman, Larasati dan Sari, 2025) Pendidikan kewirausahaan tidak hanya soal teori bisnis, tetapi juga tentang menanamkan perilaku yang mendorong kreativitas dan kemandirian. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa tujuan utama dari pendidikan kewirausahaan adalah menumbuhkan niat yang kuat yang kemudian bermuara pada keputusan berwirausaha yang nyata. Melalui pendidikan yang sistematis, masyarakat dibekali "pisau analisis" untuk mengevaluasi ide bisnis secara lebih kritis sebelum terjun langsung ke lapangan. Pendidikan kewirausahaan bukan hanya pendidikan formal (kuliah), tetapi termasuk pendidikan non-formal seperti pelatihan, seminar, workshop, atau belajar otodidak dari internet maupun pengalaman. Sehingga masyarakat yang tidak mendapatkan pendidikan kewirausahaan di *platform* pendidikan tetap berpotensi untuk memiliki keputusan dalam berwirausaha. Meskipun akses terhadap pendidikan formal maupun pelatihan non-formal cukup terbuka, hal ini belum sepenuhnya efektif mendorong lulusan atau masyarakat untuk terjun berwirausaha. Masih banyak masyarakat yang memandang wirausaha sebagai pilihan karir terakhir (*last resort*) karena kurangnya pemahaman manajerial yang matang, sehingga bekal pengetahuan yang dimiliki belum mampu dikonversi menjadi sebuah keberanian untuk mengambil keputusan memulai usaha. Penelitian (Fariski dan Pratiwi, 2023) menunjukkan pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha digital ($t=2.579$, $\text{sig}=0.013<0.05$) pada mahasiswa UNESA Surabaya, namun dengan sampel sangat terbatas $n=53$. Sebaliknya, penelitian dari (HZ dan Fitriaty, 2024) tidak menguji pendidikan kewirausahaan sama sekali meski sampel lebih besar $n=310$ masyarakat urban, dengan modal psikologi signifikan ($\text{sig}=0.000$) yang artinya pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini mengindikasikan research gap yang jelas kewirausahaan perlu divalidasi ulang pada sampel lebih besar dan konteks masyarakat Jember, bukan hanya mahasiswa di UNESA dan masyarakat kota Urban.

Era digital dan kemajuan teknologi informasi telah membuka peluang berwirausaha melalui platform *e-commerce* yang menawarkan berbagai kemudahan seperti modal kecil, jangkauan pasar luas, dan fleksibilitas waktu (Setiyono dan Nugroho, 2025). perkembangan teknologi digital membawa perubahan fundamental dalam dunia usaha melalui *E-commerce*. Peran *E-commerce* saat ini bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan infrastruktur vital yang menurunkan hambatan masuk (*barrier to entry*) bagi masyarakat Jember yang ingin memulai usaha namun terkendala modal fisik.

Digitalisasi memungkinkan jangkauan pasar yang lebih luas melampaui batas geografis kabupaten. Namun, secara kritis seperti menurut (Setiyono dan Nugroho, 2025) ketersediaan teknologi tidak serta-merta membuat seseorang memutuskan berwirausaha jika tidak dibarengi dengan kemampuan adaptasi teknologi. Oleh karena itu, sejauh mana *e-commerce* mampu memengaruhi keputusan masyarakat dalam mengambil langkah nyata berwirausaha menjadi sangat penting untuk diteliti, mengingat adanya variasi kemampuan literasi digital di tengah masyarakat Jember. Dalam konteks digitalisasi, *E-commerce* hadir sebagai katalisator yang menjanjikan efisiensi dan jangkauan pasar luas. Namun, jika ditinjau secara kritis, terdapat ambiguitas hasil penelitian terkait variabel ini. Beberapa studi menunjukkan bahwa *E-commerce* berpengaruh positif signifikan karena menurunkan modal awal (Meilisa., 2023). Sebaliknya, penelitian lain (Budiarto, Meylina dan Diansari, 2024) justru menemukan bahwa *e-commerce* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini mengindikasikan adanya research gap ketersediaan platform digital tidak secara otomatis mendorong masyarakat Jember untuk memulai usaha jika tidak disertai dengan literasi digital yang mumpuni. Bagi masyarakat di Jember, *e-commerce* bisa menjadi peluang emas atau justru menjadi hambatan psikologis baru jika mereka merasa tidak mampu mengoperasikan teknologi tersebut secara kompetitif. Selain faktor eksternal berupa pendidikan dan pola pikir kewirausahaan, faktor internal berupa *self-efficacy* atau keyakinan diri juga memiliki peran signifikan dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang sebenarnya memiliki keterampilan teknis seperti membuat produk makanan atau kerajinan, namun urung mengambil keputusan untuk berwirausaha karena rendahnya keyakinan diri (*self-efficacy*). *Self-efficacy* adalah keyakinan manusia pada kemampuan mereka untuk melatih sejumlah ukuran pengendalian terhadap fungsi diri mereka dari kejadian-kejadian di lingkungannya. Dalam konteks kewirausahaan, *entrepreneurial self-efficacy* mengacu pada seberapa besar keyakinan individu bahwa dirinya memiliki kemampuan melaksanakan semua peran dan tugas kewirausahaan (Deliana, 2023). *Self-efficacy* dapat mempengaruhi pola pikir, reaksi emosional dalam membuat keputusan, sehingga dapat mendorong diri untuk melakukan wirausaha. orang yang memiliki *self-efficacy* tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengelola usaha, menghadapi tantangan, dan mengatasi hambatan yang mungkin muncul dalam proses berwirausaha (Saptono, 2021). Penelitian dari (Taufiq dan Indrayeni, 2022) menemukan bahwa variabel *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha, sebaliknya penelitian dari (Agusdin dan Hidayatulloh, 2024) menemukan bahwa *self-efficacy* terhadap keputusan berwirausaha hanya memiliki nilai signifikansi 0,995 sangat jauh di atas standar 0,05 yang artinya tidak signifikan dan positif. Besarnya pengaruh parsial yang ditunjukkan oleh nilai Koefisien Beta Standar adalah 0,198, yang mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan standar *self-efficacy* akan meningkatkan keputusan berwirausaha sebesar 0,198 satuan standar. Penelitian terdahulu tentang *self-efficacy* lebih banyak mengarah pada keputusan berwirausaha aktual, meskipun sering dicampur dengan minat, dan studi di Jember masih terbatas pada populasi yang hanya mahasiswa atau pelaku UMKM. Revisi kesenjangan penelitian menekankan celah pada keputusan

berwirausaha masyarakat umum, bukan hanya mahasiswa atau *intention*. Di Jember, *self-efficacy* memediasi pengetahuan kewirausahaan dan motivasi terhadap kesuksesan bisnis UMKM kuliner, dengan pengaruh langsung signifikan. Selain itu, minim kajian yang mengintegrasikan *self-efficacy* secara simultan terhadap keputusan berwirausaha aktual, bukan hanya minat. Penelitian (Handayani dan Coryanata, 2024) menyentuh *self-efficacy* tapi hanya pada mahasiswa dan itu luar Jember, meninggalkan konteks lokal Jember dan juga penelitian yang kurang luas pada masyarakat. Hal ini mengindikasikan adanya research gap ketersediaan platform digital tidak secara otomatis mendorong masyarakat Jember untuk memulai usaha jika tidak disertai dengan keyakinan atas kemampuannya terhadap dirinya sendiri.

Berdasarkan pemaparan di atas, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang jelas sehingga mendasari pentingnya penelitian ini dilakukan. Pertama, terdapat inkonsistensi hasil penelitian terdahulu (*research controversy*). Penelitian (Aulia dan Pratiwi, 2023), (Setiyono dan Nugroho, 2025) serta (Taufiq dan Indrayeni, 2022) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan, *e-commerce* dan *self efficacy* berpengaruh signifikan, namun temuan ini bertolak belakang dengan penelitian (HZ dan Fitriaty, 2024), (Budiarto, Meylina dan Diansari, 2024) serta (Agusdin dan Hidayatulloh, 2024) yang menyatakan bahwa variabel tersebut tidak memiliki pengaruh signifikan atau bahkan tidak diuji sama sekali dalam konteks tertentu. Kedua, mayoritas penelitian sebelumnya seperti (Yunisia, Suharto dan Winahyu, 2025) lebih banyak berfokus pada minat berwirausaha (*Intention*) dengan subjek terbatas pada mahasiswa. Hal ini menciptakan celah empiris, karena minat belum tentu terwujud menjadi sebuah keputusan atau tindakan nyata. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menggeser fokus variabel terikat menjadi keputusan berwirausaha (*action*) dan memperluas subjek penelitian pada masyarakat umum di kabupaten Jember, bukan hanya kalangan akademisi. Ketiga, fenomena tingginya angka pengangguran di kabupaten Jember sebesar 49.420 jiwa (BPS, 2025) menuntut pembuktian empiris apakah *self-efficacy* dan *E-commerce* benar-benar mampu menjadi solusi praktis bagi masyarakat umum untuk mengambil keputusan berwirausaha. Oleh karena itu, penelitian ini urgen dilakukan untuk memvalidasi kembali pengaruh pendidikan kewirausahaan, *e-commerce*, dan *self-efficacy* terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dari penelitian ini :

1. Apakah pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember.
2. Apakah *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember.
3. Apakah *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember.

1.3 Tujuan

Berdasar rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan *e-commerce* terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan *self-efficacy* terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dari berbagai sudut pandang, yaitu:

1. Manfaat Masyarakat

Memberikan gambaran empiris tentang seberapa besar pendidikan kewirausahaan, pemanfaatan *E-commerce*, dan *self-efficacy* mempengaruhi keputusan berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember sehingga dapat menjadi dasar pengambilan keputusan ekonomi rumah tangga yang lebih rasional dan berbasis data serta Menjadi rujukan praktis bagi masyarakat yang ingin memulai atau mengembangkan usaha dengan memanfaatkan pendidikan kewirausahaan dan teknologi *E-commerce* sebagai strategi peningkatan pendapatan dan daya saing lokal.

2. Bagi Peneliti :

Mengasah kemampuan analitis peneliti dalam menguji model hubungan antara variabel pendidikan kewirausahaan, *e-commerce*, dan *self-efficacy* dengan keputusan berwirausaha, sekaligus memperkaya wawasan mengenai dinamika kewirausahaan berbasis ekonomi digital di daerah. Menjadi pengalaman penelitian komprehensif yang melibatkan pengolahan data kuantitatif, interpretasi hasil, hingga penyusunan rekomendasi kebijakan yang aplikatif, sehingga meningkatkan kompetensi metodologis dan berpikir kritis peneliti dalam bidang kewirausahaan.

3. Manfaat bagi Pemerintah :

Menyediakan bukti ilmiah mengenai faktor dominan yang mendorong atau menghambat keputusan berwirausaha masyarakat Jember, yang dapat digunakan pemerintah daerah untuk merancang program pelatihan kewirausahaan, pendampingan UMKM, dan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif yang lebih tepat sasaran. Menjadi dasar evaluasi efektivitas program digitalisasi dan pemanfaatan *E-commerce* pada pelaku usaha lokal, sehingga pemerintah dapat mengoptimalkan infrastruktur, literasi digital, dan insentif yang mendukung transformasi ekonomi digital daerah.